

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 LIÊN

PGS.TS. NGUYỄN VŨ VIỆT

PGS.TS. TRẦN XUÂN HẢI

PGS.TS. LÊ XUÂN TRƯỜNG

PGS.TS. NGUYỄN BẢ 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 ANH 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 Phát triển kinh tế số ở Việt Nam - Thuận lợi, khó khăn và giải pháp

GS.TS. Ngô Thế Chi

TS. Ngô Văn Lượng

- 9 Phát triển du lịch làng nghề Vùng đồng bằng sông Hồng đến năm 2035: Dự báo và một số khuyến nghị giải pháp

PGS.TS. Tô Hiến Thành

TS. Nguyễn Đức Long

Ths. Vũ Đình Thuận

- 14 Đẩy mạnh khai thác cơ sở dữ liệu hóa đơn điện tử tại Việt Nam

PGS.TS. Trương Thị Thủy

Ths. Trương Thị Thu Hà

- 18 Chính sách thu hút đầu tư vào khu công nghệ cao ở Đà Nẵng

Ths. Nguyễn Thị Hương

- 23 Tác động của thuế thu nhập doanh nghiệp đến đầu tư của doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp ngoài quốc doanh ở Việt Nam

Ths. Vũ Thị Huyền Trang

- 29 Cơ chế tài chính dự án bot và hiệu quả của dự án bot ở Việt Nam

TS. Nguyễn Quang Hưng

- 33 Thúc đẩy phát triển kinh tế số ở tỉnh Thái Nguyên đến năm 2030

Ths. Ngô Cẩm Tú

- 37 Chính sách phát triển kinh tế tuần hoàn của Việt Nam

Nguyễn Mạnh Hùng

NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI

- 41 Chuyển đổi số trong doanh nghiệp kiểm toán Việt Nam hiện nay: Thực trạng và một số khuyến nghị

PGS.TS. Nguyễn Trọng Cơ

46 Các yếu tố tác động đến marketing lãnh thổ nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào tỉnh Hà Tĩnh

TS. Trần Thu Thủy - Ths. Nguyễn Thị Hồng Trang

TS. Bùi Thị Quỳnh Thơ - Nguyễn Trúc Quỳnh

52 Nghiên cứu các yếu tố tác động đến quyết định đầu tư của các doanh nghiệp bất động sản niêm yết tại Việt Nam

TS. Phạm Tiến Mạnh

55 Nghiên cứu về cảm xúc thương hiệu tác động đến ý định mua ô tô cá nhân tại thị trường Việt Nam

Ths. Lê Bá Thường

61 Nghiên cứu ảnh hưởng của quản trị lợi nhuận đến khả năng thanh toán của các doanh nghiệp niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam

TS. Trương Thanh Hằng

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

66 Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động của các doanh nghiệp vật liệu xây dựng hậu Covid-19

TS. Trần Thanh Thu - TS. Phạm Minh Đức - Đặng Trường Thịnh - Bùi Minh Trang

72 Chuyển đổi số để bán hàng và chăm sóc khách hàng trong hệ thống ngân hàng bán lẻ Việt Nam

Ths. Trần Hoàng Trung

77 Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nghề phân tích tài chính trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

Đặng Thị Thu Hà - Nguyễn Minh Ánh

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

81 Trách nhiệm xã hội của trường đại học: kinh nghiệm của một số trường đại học trên thế giới và một số gợi ý cho các trường đại học Việt Nam

TS. Phùng Mạnh Hùng

86 Kinh nghiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử của một số quốc gia và bài học cho Việt Nam

Ths. Đỗ Thị Nga

89 Kế toán quản trị môi trường trên thế giới - Thực trạng và giải pháp cho Việt Nam

TS. Ngô Văn Hậu - Ths. Lê Đình Đại

93 Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Ai Cập

Ths. Trịnh Thị Lan Anh

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 Developing digital economy in Vietnam - Advantages, difficulties and solutions

Prof.PhD. Ngo The Chi

PhD. Ngo Van Luong

- 9 Development of craft village tourism in the red river delta until 2035: Forecast and recommendations

Assoc.Prof.PhD. To Hien Tha

PhD. Nguyen Duc Long

MSc. Vu Dinh Thuan

- 14 Strengthening the exploitation of electronic invoice data in Vietnam

Assoc.Prof.PhD. Truong Thi Thuy

MSc. Truong Thi Thu Ha

- 18 Policies to attract investment into high-tech parks in Da Nang

MSc. Nguyen Thi Huong

- 23 Impact of corporate income tax on foreign direct investment and non-state enterprises in Vietnam

MSc. Vu Thi Huyen Trang

- 29 Financial mechanism of BOT projects and the efficiency of BOT projects in Vietnam

PhD. Nguyen Quang Hung

- 33 Promoting digital economic development in Thai Nguyen province until 2030

MSc. Ngo Cam Tu

- 37 Vietnam's circular economy development policy

Nguyen Manh Hung

STUDY EXCHANGE

- 41 Digital transformation in Vietnamese auditing enterprises: Current situation and recommendations

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Trong Co

46 Factors affecting local marketing to attract foreign direct investment into Ha Tinh province

PhD. Tran Thu Thuy - MSc. Nguyen Thi Hong Trang

PhD. Bui Thi Quynh Tho - Nguyen Truc Quynh

52 Research on factors affecting investment decisions of real estate companies listed in Vietnam

PhD. Pham Tien Manh

55 Research on the impact of brand emotions on intention to purchase personal cars in the Vietnamese market

Le Ba Thuong

61 Research on the influence of earnings management on the solvency of companies listed on the Vietnam Stock Exchange

PhD. Truong Thanh Hang

CORPORANCE FINANCE

66 Improving the efficiency of working capital utilization of construction material enterprises post Covid-19

PhD. Tran Thanh Thu - PhD. Pham Minh Duc

Dang Truong Thinh - Bui Minh Trang

72 Digital transformation for sales and customer care in the Vietnamese retail banking system

MSc. Tran Hoang Trung

77 Enhancing the quality of financial analysis human resources in the context of the industrial revolution 4.0

Dang Thi Thu Ha - Nguyen Minh Anh

INTERNATIONAL FINANCE

81 Social responsibility of universities: Experiences from some universities worldwide and suggestions for Vietnamese universities

PhD. Phung Manh Hung

86 Experience in protecting consumer rights in e-commerce in some countries and lessons for Vietnam

MSc. Do Thi Nga

89 Environmental management accounting worldwide - Current situation and solutions for Vietnam

PhD. Ngo Van Hau - MSc. Le Dinh Dai

93 Exporting Vietnamese goods to the Egyptian market

MSc. Trinh Thi Lan Anh

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

PHÁT TRIỂN KINH TẾ SỐ Ở VIỆT NAM - THUẬN LỢI, KHÓ KHĂN VÀ GIẢI PHÁP

GS.TS. Ngô Thế Chi* - TS. Ngô Văn Lượng**

Kinh tế số tạo ra một nền kinh tế quy mô lớn hơn và tốc độ tăng trưởng nhanh hơn, đồng thời làm thay đổi phương thức sản xuất và cấu trúc của nền kinh tế. Trong phạm vi bài viết, tác giả phân tích một vài nét về thực trạng phát triển kinh tế số của Việt Nam, những thuận lợi, khó khăn và đề xuất giải pháp phát triển kinh tế số ở Việt Nam.

• Từ khóa: kinh tế số; phát triển kinh tế số ở Việt Nam, cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

The digital economy creates an economy of greater scale and faster growth, while changing the way the economy is produced and the structure of the economy. Within the scope of the article, the author analyzes some features of the current situation of Vietnam's digital economy development, advantages and disadvantages and proposes solutions to develop the digital economy in Vietnam.

• Key words: digital economy; digital economy development in Vietnam, fourth industrial revolution.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

Trong những năm qua, Việt Nam đã có nhiều chủ trương, chính sách khuyến khích phát triển kinh tế số và đã đạt được những kết quả tích cực. Nền kinh tế số ở Việt Nam đã có những bước phát triển khả quan và trở thành nền kinh tế số hàng đầu trong khu vực. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được và những thuận lợi thì vẫn còn nhiều khó khăn, thách thức, đang được đặt ra trong phát triển kinh tế số ở Việt Nam.

“Kinh tế số là các hoạt động kinh tế có sử dụng thông tin số, tri thức số như là yếu tố sản xuất chính; sử dụng mạng Internet, mạng thông tin làm trung gian hoạt động và sử dụng ITC, tức là viễn thông và công nghệ thông tin để tăng năng suất lao động và tối ưu nền kinh tế”. Kinh tế số ra đời và phát triển dựa trên ứng dụng công nghệ số, bao gồm tất cả lĩnh vực kinh tế như công nghiệp, thương mại, dịch vụ, nông nghiệp,

xây dựng, giao thông vận tải, tài chính, ngân hàng...

Như vậy, có thể thấy kinh tế số là nền kinh tế mà các mối quan hệ, các hoạt động kinh tế, tài chính được thực hiện trên nền tảng ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông, Internet và công nghệ viễn thông trong hệ thống mạng lưới sản xuất, phân phối, trao đổi và tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ trên thị trường toàn cầu.

Kinh tế số không chỉ giúp cho tăng năng suất lao động, tăng trưởng kinh tế mà còn là động lực cho tăng trưởng bền vững, tăng trưởng toàn diện, xuất phát từ việc sử dụng tri thức nhiều hơn là sử dụng tài nguyên. Với chi phí tham gia vào kinh tế số thấp hơn, đã tạo nhiều cơ hội kinh doanh cho các chủ thể, góp phần rút ngắn khoảng cách phát triển; giảm khoảng cách giữa khu vực nông thôn, thành thị, miền xuôi, miền núi; giải quyết hiệu quả mối quan hệ giữa phát triển kinh tế với bảo vệ môi trường...

Kinh tế số là cơ hội rất lớn để các quốc gia tiếp cận với trình độ phát triển của thế giới. Ở nước ta, kinh tế số đang được xem là một trong những động lực tăng trưởng quan trọng nhất trong những thập niên tới để đưa nước ta trở thành nước phát triển vào năm 2045.

Kinh tế số xâm nhập vào nước ta từ những năm 1990, khi Internet bắt đầu có mặt và phổ biến vào cuối những năm 2000, khi mật độ sử dụng điện thoại thông minh đạt mức độ 50% và được thúc đẩy mạnh mẽ cùng với sự xuất hiện của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) vào nửa cuối những năm 2010.

Khái quát về phát triển kinh tế số ở Việt Nam

Kết quả đạt được

Trong những năm qua, Việt Nam đã có sự quan tâm đáng kể để thúc đẩy tham gia chủ động vào phát triển kinh tế số. Xác định rõ tầm quan trọng của kinh tế số đối với phát triển đất nước, ngày 27 tháng 2 năm

* Nguyên Tổng biên tập Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán

** Học viện Tài chính

2019, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 52-NQ-TW về chủ trương chính sách chủ động tham gia CMCN 4.0. Tại Nghị quyết này đã đề ra 8 chủ trương chính sách chủ động tham gia CMCN 4.0 và đặt ra các mục tiêu quan trọng cho giai đoạn 2025-2045. Trong đó, mục tiêu cụ thể đến 2025, kinh tế số chiếm khoảng 20% GDP và đến năm 2030 chiếm khoảng 30%.

Ngày 03/6/2020, Thủ tướng Chính phủ cũng đã ban hành Quyết định số 749/QĐ-TTg về xây dựng Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến 2030. Theo đó, chương trình này nhằm thực hiện mục tiêu kép, vừa phát triển Chính phủ số, kinh tế số, xã hội số, vừa hình thành các doanh nghiệp công nghệ số có khả năng vươn ra thế giới. Mục tiêu kinh tế số đến 2025 chiếm khoảng 20% GDP; tỷ trọng kinh tế số đạt tối thiểu 10% trong từng ngành, từng lĩnh vực; năng suất lao động hàng năm tăng tối thiểu 7%; hạ tầng mạng băng rộng cáp quang phủ trên 80% hộ gia đình và 100% xã, phường, thị trấn; phổ cập mạng di động 4G/5G và điện thoại di động thông minh; 50% dân số có tài khoản thanh toán điện tử...

Chương trình Chuyển đổi số quốc gia xác định tầm nhìn đến năm 2030, Việt Nam trở thành quốc gia số, ổn định và thịnh vượng, tiên phong thử nghiệm các công nghệ và mô hình mới; đổi mới căn bản, toàn diện hoạt động quản lý, điều hành của Chính phủ, hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, cách thức sống, làm việc của người dân, phát triển rộng rãi môi trường an toàn, nhân văn...

Trong thời gian qua, Việt Nam đã thực hiện các bước đi cần thiết, phù hợp nhằm tạo điều kiện phát triển kinh tế số như: (i) thực hiện sửa đổi, bổ sung thể chế, quy định pháp luật cho các ngành, trong đó kể cả các ngành đang thực hiện nhiều mô hình kinh doanh mới như thương mại điện tử, tài chính số, ngân hàng số; thực hiện cải cách thể chế để thu hút đầu tư cho công nghệ số; hoàn thiện thể chế về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và đầu tư nguồn lực cho thi hành pháp luật về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ; (ii) Xây dựng Chính phủ điện tử, Chính phủ số, cải cách nền hành chính theo hướng số hóa và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực... Trên thực tế, đã có một số công việc đã được triển khai vận hành đạt hiệu quả như cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, cơ sở dữ liệu quốc gia về đăng ký doanh nghiệp... (iii) Thúc đẩy đổi mới sáng tạo và hệ sinh thái số. Theo đó, nhiều chương trình thúc đẩy khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo đã được triển khai và đạt hiệu quả tốt như: Quỹ đổi mới sáng tạo công nghệ quốc gia, Cơ quan Công nghệ quốc gia... (iv) Xây dựng khung pháp lý về an toàn, an ninh mạng, trong đó Luật An toàn thông tin mạng và Luật An ninh mạng đã được Quốc hội thông qua năm 2018...

Thực hiện chủ trương của Đảng và các Quyết định của Chính phủ, các Bộ, ngành và địa phương đều đã triển khai xây dựng Chương trình hành động thực hiện phát triển kinh tế số (hiện này có trên 50%, Bộ, ngành và địa phương xây dựng và triển khai các chương trình, kế hoạch chuyển đổi số). Ngày 12/10/2020, Bộ Thông tin và Truyền thông đã ban hành Quyết định số 1726/QĐ-BTTTT phê duyệt Đề án “Xác định chỉ số đánh giá chuyển đổi số của các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương và của quốc gia”. Cùng với đó, các địa phương trong cả nước cũng ban hành những quy định cụ thể về chuyển đổi số nhằm thúc đẩy phát triển chuyển đổi số tại địa phương mình. Nhờ sự chỉ đạo, kịp thời, sự đồng lòng thống nhất của các cấp chính quyền, nhiều lĩnh vực của nền kinh tế nước ta đã sử dụng nền tảng số để phát triển sản xuất, kinh doanh hoạt động du lịch trực tuyến, taxi công nghệ, tài chính kỹ thuật số... Đặc biệt là thương mại điện tử là một trong những nhân tố quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế số ở Việt Nam trong thời gian qua. Một số trang thương mại điện tử đang phát triển mạnh, làm thay đổi đáng kể hành vi mua sắm của người dân như FPT, Sendo, Tiki, Thế giới di động, Điện máy xanh...

Theo Báo cáo thường niên “e-Conomy SEA” của Google, Temasek và Bain & Company công bố đầu tháng 11/2020, Việt Nam là một trong những quốc gia duy trì mức tăng trưởng kinh tế số ở mức hai con số, tăng 16% từ 12 tỷ USD năm 2019 lên 14 tỷ USD năm 2020, đứng thứ 3 ASEAN và là nước có tốc độ tăng trưởng cao nhất, tiếp theo là Indonesia với mức tăng 11%, Thái Lan 7%. Theo Báo cáo này, dự báo đến năm 2025, kinh tế số Internet/nền tảng Việt Nam sẽ đạt mức 52 tỷ USD, tăng gấp 3 lần so với năm 2020, đưa Việt Nam vươn lên đứng thứ hai về kinh tế số ở Đông Nam Á.

Theo Tổng cục Thống kê, ước tính kinh tế số của Việt Nam đạt khoảng 163 tỷ USD, chiếm khoảng 8,2% GDP của cả nước, trong đó cấu phần kinh tế số ICT/VT đạt 126 tỷ USD, chiếm 5,5% GDP, kinh tế số Internet/nền tảng đạt 14 tỷ USD chiếm 1% GDP và kinh tế số ngành/lĩnh vực đạt khoảng 23 tỷ USD, chiếm 1,7% GDP.

Theo số liệu của trung tâm Internet Việt Nam, năm 2021 Việt Nam có 68,72 triệu người dùng Internet, chiếm trên 70% dân số. Trung bình mỗi ngày người Việt dành hơn 3 giờ sử dụng Internet trên điện thoại thông minh.

Theo Cục Viễn thông, Bộ Thông tin và Truyền thông, từ cuối năm 2020 đến tháng 3/2023, lưu lượng Internet của Việt Nam gần 50%. Cụ thể là lưu lượng Internet băng rộng tháng 12/2020 là 5.234 petabyte,

tháng 10/2021 là 6.977 petabyte và tháng 3/2023 tăng lên là 8.015 petabyte.

Tình hình thanh toán trên các nền tảng số của Việt Nam mấy năm gần đây cũng có sự phát triển khá. Ngành dịch vụ tài chính đã khởi động một số Đề án mới, tạo thuận lợi cho việc thanh toán số, không dùng tiền mặt. Hiện nay, có trên 30 nhà cung cấp dịch vụ phần cứng, phần mềm, nội dung số, các dịch vụ viễn thông và công nghệ thông tin, hơn 10 nghìn doanh nghiệp công nghệ phần mềm với tốc độ tăng trưởng khoảng 15-20%/ năm, hơn 50 công ty Công nghệ tài chính cung cấp các dịch vụ thanh toán số thông qua tài khoản ngân hàng, bao gồm các dịch vụ thanh toán điện tử, thu tiền, ví điện tử...số người tham gia các dịch vụ số của Việt Nam tăng nhanh nhất Đông Nam Á, với mức tăng 41%, cao hơn trung bình của khu vực 5% (trung bình của khu vực là 36%); thương mại điện tử đóng vai trò chủ đạo trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế số ở Việt Nam. Tỷ trọng doanh thu giao dịch thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C) có xu hướng tăng lên. Năm 2018 doanh thu đạt 8.02 tỷ USD, năm 2022 tăng gấp đôi lên 16,4 tỷ USD. Tỷ trọng doanh thu thương mại điện tử so với tổng mức bán lẻ hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng cả nước đều tăng qua các năm. Năm 2018 tỷ trọng là 4,2%, năm 2022 tăng lên khoảng 7,2-7,8%. Giá trị mua sắm trực tuyến tính trên đầu người tăng từ 202 USD năm 2018 lên 251 USD năm 2021 và tăng lên khoản 260-285 USD năm 2022, dự báo đến 2025 tăng lên 29 tỷ USD (tăng 34%). Các lĩnh vực khác như dịch vụ vận chuyển và giao đồ ăn, quảng cáo trực tuyến cũng tăng với tốc độ cao gần 50% lên 1.6 tỷ...

Theo Bộ Thông tin và Truyền thông, đóng góp của kinh tế số vào GDP của Việt Nam ngày càng tăng, năm 2021 là 11,91%, năm 2022 là 14,26 (tăng 2,35% so với năm 2021); số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa sử dụng nền tảng số SMEDx đã có sự thay đổi lớn, tăng từ 16.000 doanh nghiệp năm 2021 lên 77.000 doanh nghiệp năm 2022. Kết quả hoạt động của lĩnh vực công nghiệp ICT trong giai đoạn 2018-2022 có đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế số. Doanh thu của ngành này có xu hướng tăng: năm 2018 là 23.890 triệu USD, năm 2019 là 26.115 triệu USD, năm 2020 là 28.925 triệu USD, năm 2021 là 31.587 triệu USD và năm 2022 là 34.336 triệu USD. Kim ngạch xuất khẩu phần cứng, điện tử cũng tăng mạnh: năm 2018 là 78.566 triệu USD, năm 2019 là 87.294 triệu USD, năm 2020 là 95.760 triệu USD, năm 2021 là 121.826 triệu USD và năm 2022 là 136.000 triệu USD. Kim ngạch xuất khẩu phần cứng, điện tử hàng năm cũng có xu hướng tăng lên. Năm 2022 so với năm 2018 tăng 73%, so với năm 2021 tăng 11,16%. Tỷ lệ giá trị Việt Nam trên tổng doanh thu lĩnh vực ITC năm 2022 đạt

27% so với 17,5% năm 2018 và tăng 27% năm 2022. Tỷ lệ giá trị Việt Nam trong doanh nghiệp FDI chiếm 31,9%.

Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, còn có những hạn chế nhất định, cụ thể là:

Thứ nhất, môi trường thể chế, chính sách cho phát triển kinh tế số còn bất cập, chưa đồng bộ; khoa học-công nghệ và đổi mới sáng tạo chưa thực sự trở thành động lực phát triển kinh tế-xã hội; hệ thống đổi mới quốc gia mới hình thành, chưa đồng bộ và chưa đạt hiệu quả cao;

Thứ hai, quy mô kinh tế số còn nhỏ; quá trình chuyển đổi số quốc gia còn chậm, thiếu tính chủ động do hạ tầng phục vụ chuyển đổi số còn nhiều hạn chế; nhiều doanh nghiệp còn bị động, năng lực tiếp cận, ứng dụng, phát triển công nghệ hiện đại còn thấp; vấn đề an ninh mạng còn nhiều thách thức;

Thứ ba, nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu, lực lượng lao động chưa có kỹ năng cần thiết để hoàn toàn làm chủ về kinh tế số; công tác đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong các trường đại học ở Việt Nam còn nhiều bất cập; tình trạng chảy máu chất xám vẫn diễn ra khá phổ biến, khi những lao động có kỹ năng chuyển sang các doanh nghiệp nước ngoài...

Những thuận lợi và khó khăn

Thuận lợi

Một là, Đảng và Chính phủ Việt Nam rất quan tâm đến phát triển kinh tế số với nhiều chủ trương, chính sách, giải pháp đã được đề ra chuẩn bị cho quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế số như: Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 04/5/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc CMCN 4.0; Nghị quyết số 52-NQ-TW ngày 27/2/2019 về chủ trương chính sách chủ động tham gia CMCN 4.0; Quyết định số 749/QĐ-TTg về xây dựng Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến 2030 và nhiều văn bản chỉ đạo, hướng dẫn các cấp, các ngành và các địa phương xây dựng và thực hiện chương trình, kế hoạch chuyển đổi số...

Hai là, trong nhiều năm qua, mức tăng trưởng của kinh tế Việt Nam là khá cao so với các nước trong khu vực, thông thường ổn định, duy trì ở khoảng 7%/năm. Nền kinh tế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu với các nền kinh tế thế giới, là nền tảng quan trọng trong việc phát triển kinh tế số;

Ba là, dân số của Việt Nam là gần 100 triệu người, trong đó tỷ lệ dân số trong độ tuổi lao động khá cao, với 40% dân số có độ tuổi dưới 25 tuổi. Đây là lực lượng lao động trẻ, năng động, nhiệt tình cống hiến; Chính phủ rất quan tâm đến việc đầu tư cho giáo dục,

nhất là giáo dục kỹ thuật; nền kinh tế Việt Nam đang phát triển với tầng lớp dân cư có thu nhập khá ngày càng tăng, điều đó giúp cho thị trường tiêu thụ các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ liên quan đến kinh tế số ngày càng phát triển, mở rộng;

Bốn là, sự quyết tâm rất lớn của Chính phủ Việt Nam trong việc định hướng và triển khai mạnh mẽ thúc đẩy phát triển kinh tế số thông qua việc xây dựng Chính phủ điện tử, Chính phủ số, hình thành Cổng thông tin điện tử quốc gia. Đặc biệt là công tác cải cách hành chính theo hướng số hóa và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua việc đổi mới chính sách giáo dục đào tạo, khuyến khích các trường đại học đào tạo các chuyên ngành mới, phù hợp với nền kinh tế số;

Năm là, tốc độ đổi mới công nghệ của Việt Nam ngày càng nhanh; xuất hiện nhiều công nghệ có tính đột phá như công nghệ truyền thông di động 4G, 5G. Đặc biệt, hệ thống 5G đã được triển khai thử nghiệm ở gần 50 tỉnh, thành phố trong cả nước; hệ thống cáp quang đã được xây dựng tới 100% xã, phường, thị trấn; mạng truyền dữ liệu chuyên dụng được kết nối đến 100% xã, phường, thị trấn. Bên cạnh đó, Việt Nam mở ra và phát triển nhiều ngành công nghiệp, công nghệ thông tin mũi nhọn như thương mại điện tử, kinh tế chia sẻ, kinh tế tuần hoàn; chính sách thu hút FDI của Việt Nam ngày càng hợp lý, khuyến khích đầu tư vào các ngành công nghệ cao, kỹ thuật tiên tiến, hiện đại.

Khó khăn

Một là, xuất phát điểm nền kinh tế số của Việt Nam chậm hơn các nước trong khu vực; lực nội tại của nền kinh tế Việt Nam vẫn còn một khoảng cách lớn với các nước trong khu vực về đổi mới sáng tạo; nhận thức và kiến thức về kinh tế số của nhiều cán bộ quản lý trong các bộ, các ngành, các địa phương, các doanh nghiệp và người dân chưa đồng đều, dẫn đến nhu cầu, kế hoạch và hành động cho phát triển kinh tế số chưa kịp thời được triển khai hoặc triển khai không đạt hiệu quả cao trong các ngành, các lĩnh vực, địa phương;

Hai là, mức độ số hóa của Việt Nam còn thấp so với các nước trong khu vực ASEAN và châu Á, chỉ mới xếp thứ 70/141 quốc gia, với mức điểm 12,06 điểm/25 điểm tối đa, chỉ cao hơn không đáng kể mức điểm trung bình của của thế giới (mức trung bình của thế giới là 11,9 điểm);

Ba là, giáo dục đào tạo của Việt Nam chưa theo kịp với xu thế phát triển của kinh tế số trên thế giới; thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao, nhất là nhân lực về công nghệ thông tin và truyền thông; nguồn nhân lực hiện tại chưa đáp ứng được yêu cầu chuyển đổi sang kinh tế số;

Bốn là, kết cấu hạ tầng công nghệ thông tin của Việt Nam chưa được đầu tư thỏa đáng do hạn chế về

nguồn tài chính; chưa theo kịp với tốc độ đổi mới công nghệ. Đây là rào cản lớn cho phát triển kinh tế số;

Năm là, vấn đề bảo đảm an ninh mạng, bảo mật, an toàn thông tin còn nhiều hạn chế, là rào cản lớn cho sự phát triển kinh tế số ở Việt Nam.

Giải pháp phát triển kinh tế số ở Việt Nam

Một là, rà soát, sửa đổi bổ sung thể chế, quy định pháp luật nhằm hoàn thiện hành lang pháp lý, cơ chế chính sách để phát triển kinh tế số, xã hội số; nhanh chóng xây dựng, ban hành và triển khai đồng bộ các Chiến lược, Chương trình quốc gia về phát triển kinh tế số, xã hội số; đẩy nhanh triển khai chương trình chuyển đổi số quốc gia; đặc biệt là các giải pháp đào tạo kỹ năng; phát triển nguồn nhân lực số; chuyển đổi số doanh nghiệp và phát triển thị trường số ổn định.

Hai là, đẩy mạnh cải cách tổ chức bộ máy, số hóa bộ máy quản trị quốc gia, đáp ứng yêu cầu của nền kinh tế số; đẩy mạnh cải cách nền hành chính quốc gia; xây dựng nền hành chính công vụ thông minh, gọn nhẹ, kỷ luật, liêm chính, kiến tạo và nâng cao hiệu quả quản trị bộ máy Nhà nước từ trung ương đến địa phương; chuyển từ tư duy quản lý sang tư duy quản trị điều hành; thực hiện đồng bộ số hóa bộ máy quản lý Nhà nước các cấp;

Ba là, tăng cường phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu đặt ra của nền kinh tế số; xây dựng chương trình, tổ chức đào tạo và đào tạo lại kỹ năng số cho lực lượng lao động công nghệ cũng như đào tạo kỹ năng cơ bản cho người dân nhằm thích ứng với xu thế chuyển đổi số; cải cách hệ thống đào tạo kỹ thuật và dạy nghề; tăng cường nội dung, chương trình đào tạo về kỹ thuật công nghệ thông tin gắn với xu thế công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, công nghệ robot, Internet kết nối vạn vật; tăng cường hợp tác giữa các trường đào tạo, dạy nghề với các doanh nghiệp thực tế nhằm nâng cao kiến thức thực hành cho người học...

Bốn là, đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng công nghệ cho chuyển đổi số, đáp ứng sự phù hợp của sự phát triển đổi mới công nghệ ngày càng nhanh của nền kinh tế.

Các giải pháp trên cần được triển khai đồng bộ để đạt được hiệu quả cao.

Tài liệu tham khảo:

Đảng Cộng sản Việt Nam (2019), Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), "Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII" Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

Phùng Thị Hiền (2023), "Thực trạng và giải pháp phát triển kinh tế số tại Việt Nam", tạp chí Tài chính online.

Img.vietnamfinace.vn/upload/news/hoanghung_btv/2020/11/25/nguyen-cuu-ve-kinh-te-so-ban-sach.pdf

Thitruongtaichinhthiente.vn/phan-trien-kinh-te-so-tai-viet-nam-42230.html.

Hồ Thị Mai Sương (2023), Thực trạng và giải pháp thúc đẩy phát triển nền kinh tế số ở Việt Nam hiện nay, Tạp chí Công thương điện tử, 10/4/2023.

PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG ĐẾN NĂM 2035: DỰ BÁO VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP

PGS.TS. Tô Hiến Thà* - TS. Nguyễn Đức Long** - Ths. Vũ Đình Thuận***

Phát triển kinh tế du lịch là một trong những nội dung quan trọng trong phát triển kinh tế vùng lãnh thổ. Thời gian qua, vùng Đồng bằng sông Hồng đã quan tâm phát triển du lịch làng nghề, tuy nhiên, thực trạng chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh và kỳ vọng phát triển. Trên cơ sở thực trạng, tiềm năng và định hướng phát triển, bài viết dự báo tình hình phát triển du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng đến năm 2035.

• Từ khóa: dự báo, phát triển du lịch, du lịch làng nghề, Đồng bằng sông Hồng, quy hoạch, định hướng.

Tourism economic development is one of the important factors in the economic development of the territory. In the past time, the Red River Delta region has paid attention to developing craft village tourism, however, the situation is not commensurate with the potential, strengths and development expectations. On the basis of the current situation, potential and development orientation, the article forecasts the development of craft village tourism in the Red River Delta until 2035.

• Key words: forecasting, tourism development, craft village tourism, Red River Delta, planning, orientation.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Mở đầu

Đồng bằng sông Hồng bao gồm 11 tỉnh, thành phố, trong đó Thủ đô Hà Nội là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa, địa bàn chiến lược đặc biệt quan trọng của Vùng và cả nước. Vùng có tiềm năng to lớn và được kỳ vọng phát triển du lịch làng nghề dẫn đầu cả nước với truyền thống lịch sử, văn hóa lâu đời, đậm đà bản sắc dân tộc; nhiều

danh thắng và làng nghề truyền thống thu hút du khách trong và ngoài nước tham quan.

Thời gian qua, chính quyền các địa phương trong Vùng đã đẩy mạnh thực hiện các đề án, chiến lược nhằm phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy các ngành, lĩnh vực khác phát triển, góp phần hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại. Tuy nhiên, thực trạng phát triển du lịch làng nghề ở Đồng bằng sông Hồng chưa tương xứng với tiềm năng và kỳ vọng. Do đó, trên cơ sở thực trạng, tiềm năng và định hướng, bài viết dự báo tình hình phát triển du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng đến năm 2035. Nội dung bài viết gợi mở cho đảng bộ, chính quyền các địa phương nghiên cứu, ban hành các giải pháp phát triển du lịch và làm tài liệu tham khảo trong giảng dạy kinh tế du lịch cho các trường hiện nay.

2. Cơ sở dự báo tình hình phát triển du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng đến năm 2035

Đồng bằng sông Hồng có tiềm năng to lớn và lợi thế vượt trội trong phát triển du lịch. Ở đây có các vùng sinh thái đa dạng, lịch sử lâu đời, tạo điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch làng nghề truyền thống. Theo Hiệp hội Làng nghề Việt Nam, cả nước hiện có khoảng hơn 5.400 làng

* Học viện kỹ thuật Quân sự, Bộ Quốc phòng; email: tohientha@gmail.com

** Học viện Chính trị, Bộ Quốc phòng; email: nguyenducdong.012@gmail.com

*** Hệ 5, Học viện Chính trị, Bộ Quốc phòng; email: thuanminhhuyen@gmail.com

nghề, trong đó vùng Đồng bằng sông Hồng chiếm tới 1.500 làng (300 làng đã được công nhận là làng nghề truyền thống). Các làng nghề có hơn 50 nhóm nghề với lịch sử phát triển hàng trăm năm như tơ lụa Vạn Phúc, đồng Ngũ Xã, gốm Chu Đậu... Ngoài ra, Vùng còn có các làng nghề sản xuất nông nghiệp như làng hoa Hà Nội, làng cây cảnh Vĩ Khê (Nam Định), làng nghề chuyên canh nhãn lồng Hưng Yên, vải Thanh Hà (Hải Dương). Trải qua lịch sử lâu đời, Vùng còn là nơi sản sinh và lưu giữ nghề truyền thống với những sản phẩm thủ công mỹ nghệ hội tụ tinh hoa văn hóa dân tộc, cùng với đó là những giá trị về di sản, kiến trúc, mang đến tiềm năng to lớn để phát triển du lịch.

Không chỉ có thế mạnh về điều kiện tự nhiên, văn hóa, Đồng bằng sông Hồng còn có ưu thế về nguồn nhân lực phục vụ du lịch. Vùng có nguồn nhân lực lớn, trình độ dân trí cao, tập trung đội ngũ trí thức giỏi, nhân dân có truyền thống lao động cần cù và sáng tạo. Theo Tổng cục Thống kê, Đồng bằng sông Hồng là nơi tập trung đông nhất số đơn vị kinh tế, hành chính sự nghiệp với 1,6 triệu đơn vị và thu hút 8,4 triệu lao động, chiếm tỷ trọng 26,0% về số đơn vị và 30,9% về lao động cả nước. Theo Bộ Giáo dục và Đào tạo, mỗi tỉnh trong Vùng đều có trường đại học và cao đẳng. Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo, đang làm việc trong nền kinh tế ở vùng Đồng bằng sông Hồng rất cao, tăng từ 20,7% năm 2010 lên 28,4% năm 2016 và 31,5% năm 2021, đến cuối năm 2022 tăng lên 36,2%.

Tuy có tiềm năng to lớn song thực trạng phát triển du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng hiện nay chưa tương xứng. Chính sách hỗ trợ và quan tâm của các ngành, các cấp chưa thực sự hiệu quả; cơ sở hạ tầng du lịch kém về chất lượng, thiếu về số lượng, quy mô nhỏ; hoạt động kinh doanh dịch vụ tại các làng nghề mang tính tự phát, manh mún, chưa có quy hoạch cụ thể. Ngoài ra, sản phẩm tuy đa dạng nhưng mẫu mã còn đơn điệu, chưa bám sát thị hiếu thị trường; chưa có nhiều hoạt động và dịch vụ bổ trợ đáp ứng nhu cầu của du khách. Cộng đồng địa phương và lao động trong ngành du lịch thân thiện, nhiệt tình nhưng chưa chuyên nghiệp...

Từ những tiềm năng và thực trạng, nhằm góp phần phát triển vùng Đồng bằng sông Hồng,

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đặt mục tiêu tới năm 2030, tổng số lượt khách du lịch đến các tỉnh, thành phố trên địa bàn Vùng đạt trên 120 triệu, trong đó có trên 20 triệu lượt khách quốc tế; doanh thu du lịch đạt khoảng 276.000 tỉ đồng, tương đương 12 tỉ USD. Thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”, đảng bộ, chính quyền các địa phương trong Vùng đã có nhiều chủ trương, biện pháp nhằm đẩy mạnh phát triển du lịch làng nghề và khẩn trương xây dựng đề án cơ cấu lại ngành du lịch.

3. Dự báo tình hình phát triển du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng đến năm 2035

Thứ nhất, chất lượng hoạt động quản lý du lịch được nâng lên

Nhằm bảo tồn và phát triển làng nghề, lãnh đạo, chính quyền các địa phương sẽ tổ chức đoàn tham quan, học hỏi kinh nghiệm phát triển du lịch làng nghề ở một số địa phương tiêu biểu trong cả nước. Đồng thời, phối kết hợp với ban, ngành các địa phương tăng cường đào tạo kiến thức marketing, kiến thức về kỹ thuật và thiết kế sản phẩm cho thợ thủ công và tìm kiếm thị trường cho sản phẩm làng nghề. Các địa phương cũng sẽ xây dựng cơ chế phân chia lợi ích để gắn kết chặt chẽ nhà quản lý, nhà khoa học, doanh nghiệp với người dân trong quá trình phát triển du lịch làng nghề trên địa bàn.

Năng lực quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn sẽ ngày càng nâng cao. Các địa phương sẽ chú trọng nâng cao năng lực trong xây dựng và quản lý quy hoạch, quản lý đầu tư phát triển và xây dựng sản phẩm du lịch, quản lý công tác xúc tiến quảng bá, đào tạo bồi dưỡng, quản lý môi trường du lịch. Đồng thời, chỉ đạo việc tăng cường cơ chế liên kết, hợp tác, phối hợp trong hoạt động du lịch giữa các ngành ở địa phương; giữa các địa phương trong vùng nhằm tạo ra những sản phẩm du lịch có chất lượng, mang đặc trưng của nền văn minh sông Hồng và có sức cạnh tranh cao.

Thứ hai, xây dựng được hệ thống sản phẩm du lịch làng nghề đa dạng, hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu du khách

Bên cạnh các sản phẩm truyền thống, các làng nghề sẽ tạo thêm nhiều sản phẩm mới đáp ứng được thị hiếu của khách hàng. Để tạo sự thuận tiện và thoả mãn tối đa nhu cầu của du khách đối với việc mua các sản phẩm làng nghề, đội ngũ hướng dẫn viên du lịch sẽ giới thiệu các mẫu sản phẩm để du khách lựa chọn, sau đó các cơ sở sản xuất sẽ tạo ra các sản phẩm theo yêu cầu khách hàng. Nhờ đó, du khách sẽ được trực tiếp chứng kiến các sản phẩm được tạo ra bởi các nghệ nhân, thợ thủ công truyền thống. Các cơ sở trưng bày, giới thiệu về làng nghề và các sản phẩm làng nghề sẽ được các địa phương chú trọng xây dựng. Các trang web giới thiệu về làng nghề và du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng sẽ được thiết kế hoàn thiện với đầy đủ các thông tin cần thiết như: lịch sử hình thành và phát triển, các sản phẩm nổi bật, các di tích, danh thắng của làng và vùng lân cận, các địa điểm cung cấp dịch vụ du lịch... nhằm quảng bá hình ảnh của làng nghề, thúc đẩy loại hình du lịch làng nghề phát triển.

Các địa phương trong Vùng sẽ chủ động thiết lập các nhóm sản phẩm du lịch tại các làng nghề truyền thống gồm: Nhóm sản phẩm du lịch văn hóa nghề truyền thống (khai thác lịch sử phát triển nghề, quy trình sản xuất, tinh hoa sản phẩm, tập quán hình thành liên quan nghề); nhóm sản phẩm du lịch văn hóa nghề nông (trải nghiệm làm nông như đánh bắt tôm cá, thu hoạch rau quả); nhóm sản phẩm du lịch các di sản kiến trúc, cảnh quan (lũy tre, cây đa, đình, chùa, miếu, nhà cổ, vườn nhà, giếng, ao làng, cầu đá, chợ, quán); nhóm sản phẩm văn hóa phi vật thể (ẩm thực, nghệ thuật biểu diễn, trang phục, tập quán, lễ hội). Việc xây dựng được nhiều bộ sản phẩm du lịch như trên xuất phát từ mục tiêu kép “phát triển nghề” và “phát triển du lịch”. Quá trình này sẽ chứng kiến sự quy tụ của các nhà thiết kế, tạo dáng công nghiệp cùng với các nghệ nhân nhằm làm phong phú hình hài, mẫu mã của các sản phẩm du lịch làng nghề.

Thứ ba, chất lượng đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực phục vụ du lịch làng nghề được nâng cao, đạt chuẩn ASEAN

Do tác động của cuộc cách mạng khoa học công nghệ và xu thế hội nhập quốc tế, nguồn nhân lực phục vụ du lịch làng nghề trong Vùng

sẽ được đào tạo cơ bản, chuyên sâu hơn, nhất là về kỹ năng nghề, năng lực sử dụng ngoại ngữ và đạo đức nghề nghiệp. Khả năng sử dụng ngoại ngữ của đội ngũ hướng dẫn viên được nâng cao, đáp ứng nhu cầu tìm hiểu, khám phá văn hóa, lịch sử truyền thống làng nghề của du khách quốc tế. Sẽ có thêm các trường (ngành) đào tạo nhân lực phục vụ du lịch được thành lập mới, đáp ứng nhu cầu số lượng và chất lượng nguồn nhân lực phục vụ phát triển du lịch làng nghề. Chương trình, chuẩn đầu ra của các trường (ngành) đào tạo nhân lực du lịch cũng sẽ được chuẩn hóa theo bộ tiêu chuẩn nghề quốc gia về du lịch, tương thích với các tiêu chuẩn trong ASEAN, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của du khách cũng như yêu cầu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của đất nước trong kỷ nguyên mới.

Việc đào tạo đội ngũ thợ thủ công trẻ, lành nghề, năng động, sáng tạo, tâm huyết với nghề từ cộng đồng làng nghề sẽ được chính quyền các địa phương chú trọng nhằm hướng tới sự phát triển bền vững của Vùng. Các chương trình dạy nghề sẽ có sự phối hợp của các nghệ nhân trong làng nghề với các cơ sở đào tạo nhằm tăng cường hiệu quả đào tạo. Bên cạnh đó, các làng nghề sẽ có chính sách thu hút đối với đội ngũ hướng dẫn viên, nhất là người bản địa để phát huy nguồn lực tại chỗ. Các địa phương cũng đẩy mạnh liên kết với các cơ sở đào tạo để mở các lớp hướng dẫn viên cho thanh niên địa phương, hoàn thành mục tiêu kép “vừa có thể tạo việc làm cho người làng, vừa giải quyết được tình trạng thiếu nhân lực”.

Thứ tư, hệ thống cơ sở hạ tầng được xây dựng đồng bộ, môi trường làng nghề được tăng cường bảo vệ hướng tới phát triển bền vững

Theo xu thế phát triển, thị hiếu của du khách sẽ nâng lên và đòi hỏi khắt khe hơn đối với cơ sở vật chất, hạ tầng du lịch. Do đó, hệ thống đường xá các làng nghề sẽ được rải nhựa ASPHALT và mở rộng. Đồng thời, Vùng sẽ tập trung xây dựng và mở rộng một số cảng biển và cảng thủy nội địa chuyên dùng tại các địa bàn có điều kiện thuận lợi phát triển du lịch đường biển và đường sông (Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Nam Định). Hệ thống thoát nước sẽ được xây dựng đồng bộ để đảm bảo cảnh quan môi trường, khắc phục tình trạng ô nhiễm làng nghề, phục vụ cho hoạt

động du lịch phát triển. Hệ thống thông tin liên lạc tại các làng nghề cũng được xây dựng, nâng cấp đồng bộ, hiện đại hóa. Trong đó, các địa phương sẽ tập trung vào xây dựng các điểm truy cập internet công cộng (5G), phát triển các kênh truyền thông các làng nghề. Đồng thời, chính quyền sẽ tập trung mở rộng và phát triển cơ sở y tế địa phương, trong đó có mở thêm một số điểm y tế phục vụ cho du khách tham quan, mua sắm tại làng nghề.

Vùng cũng sẽ đẩy mạnh xây dựng và cải tạo các cơ sở nhà hàng, khách sạn phục vụ nhu cầu ăn uống của du khách đảm bảo vệ sinh, văn minh, hấp dẫn. Hệ thống các nhà nghỉ, khách sạn được xây dựng mới và đặt trong quy hoạch tổng thể, vừa đảm bảo về mặt không gian văn hóa làng nghề, vừa thuận tiện cho du khách sử dụng. Công tác trùng tu tôn tạo các di tích lịch sử, văn hóa làng nghề được quan tâm hơn nhằm tạo không gian mang đậm những giá trị truyền thống làng nghề. Việc quy hoạch xây dựng, tổ chức không gian làng, xã sẽ được tích hợp cả không gian du lịch để tạo sự đồng bộ, hài hòa trong kiến trúc, tạo sự hấp dẫn đối với du khách. Các địa phương sẽ chú trọng phát triển du lịch bền vững, du lịch có trách nhiệm với môi trường, du lịch xanh. Kết hợp chặt chẽ giữa phát triển kinh tế với phát triển văn hóa - xã hội và bảo vệ môi trường làng nghề. Các hoạt động tuyên truyền, giáo dục nâng cao ý thức của người dân và du khách trong việc giữ gìn vệ sinh môi trường, cảnh quan làng nghề được tăng cường. Chính quyền các địa phương sẽ đẩy mạnh hoạt động quản lý khai thác và bảo vệ tài nguyên theo hướng bền vững. Đây là hành động của địa phương nhưng mang tầm vóc quốc gia nhằm thúc đẩy kinh tế du lịch của Vùng cất cánh.

4. Khuyến nghị giải pháp phát triển du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng đến năm 2035

Một là, nâng cao chất lượng hoạt động quản lý du lịch

Để giữ gìn và phát triển các làng nghề du lịch thông qua các hình thức xây dựng, tổ chức các tuyến du lịch gắn với làng nghề. Thực hiện chương trình bảo tồn và phát triển làng nghề, cơ quan quản lý du lịch trong vùng cần tổ chức đoàn tham quan, học hỏi kinh nghiệm ở một số vùng,

địa phương có nhiều và đa dạng các làng nghề truyền thống trong nước. Phối kết hợp với ban, ngành, các địa phương tăng cường đào tạo kiến thức marketing, kiến thức về kỹ thuật và thiết kế sản phẩm cho thợ thủ công; thực hiện áp dụng chính sách ưu đãi đầu tư, hỗ trợ lãi suất, thuế đối với các cơ sở, doanh nghiệp hoạt động ở nông thôn và tìm kiếm thị trường cho sản phẩm làng nghề để nâng cao giá trị sản phẩm và hướng đến mục tiêu thu hút du khách tham quan theo các tour du lịch làng nghề.

Hai là, làm tốt công tác tuyên truyền, giáo dục.

Tuyên truyền, giáo dục để người dân hiểu được vai trò của việc kế thừa, phát triển nghề truyền thống là nhiệm vụ, trách nhiệm của cá nhân, cộng đồng trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống dân tộc. Cụ thể đối với việc phát triển du lịch làng nghề thì công tác tuyên truyền giáo dục về ý nghĩa, tầm quan trọng của nó đối với phát triển kinh tế trong vùng nói chung, cải thiện đời sống nhân dân nói riêng là việc làm hết sức cần thiết. Đặc biệt là đối tượng thanh thiếu niên, khi các em không còn sự yêu thích, đam mê với các công việc tay chân truyền thống thì càng cần phải tuyên truyền cho các em hiểu được ý nghĩa, mục đích tốt đẹp của hoạt động truyền nghề. Điều này không chỉ góp phần tạo nên sự đa dạng, phong phú cho các giá trị văn hóa truyền thống trong Vùng mà còn tạo công việc, thu nhập, phát triển kinh tế cho cộng đồng nhân dân.

Ba là, xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch.

Hệ thống đường xá làng nghề cần phải được bê tông hóa và mở rộng. Bên cạnh đó cũng cần thiết kế hệ thống chiếu sáng và hệ thống đèn trang trí để tăng tính thẩm mỹ. Xây dựng, nâng cấp hệ thống thông tin liên lạc tại làng như: xây dựng các điểm truy cập internet công cộng, các trạm điện thoại công cộng, phát triển các phương tiện truyền thông như đài phát thanh của các làng nghề. Phát triển cơ sở y tế của xã đồng thời mở thêm một số điểm y tế phục vụ cho du khách và nhân dân. Tiến hành xây dựng và cải tạo các cơ sở nhà hàng phục vụ nhu cầu ăn uống của du khách, đảm bảo được số lượng cũng như chất

lượng phục vụ. Hệ thống các cơ sở lưu trú khi xây dựng mới phải được đặt trong một quy hoạch cụ thể để vừa đảm bảo về mặt không gian văn hóa làng nghề, vừa thuận tiện nhất cho việc sử dụng của du khách.

Bên cạnh các sản phẩm truyền thống của làng nghề cần phải tạo được các sản phẩm mới đáp ứng được nhu cầu thị hiếu của du khách. Trong thời gian sản phẩm được làm, du khách có thể tranh thủ đi tham quan làng nghề hoặc mua sắm. Việc xây dựng một cơ sở trưng bày, giới thiệu về làng nghề và các sản phẩm của làng nghề có tác dụng rất lớn đối với tâm lý của du khách. Các trang web giới thiệu về làng nghề và du lịch làng nghề tại vùng Đồng bằng sông Hồng tầm nhìn đến năm 2035 cần phải xây dựng với đầy đủ các thông tin cần thiết như: lịch sử hình thành và phát triển, các sản phẩm nổi bật, các di tích, danh thắng của làng và vùng lân cận, các địa điểm cung cấp dịch vụ du lịch... nhằm quảng bá hình ảnh của làng nghề, thúc đẩy loại hình du lịch làng nghề phát triển.

Bốn là, đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực phục vụ du lịch làng nghề

Cần đào tạo đội ngũ thợ thủ công trẻ, lành nghề, năng động, sáng tạo, tâm huyết với nghề từ chính con em trong làng nhằm hướng tới sự phát triển bền vững. Các chương trình dạy nghề có sự phối hợp của các nghệ nhân trong làng với các cơ sở đào tạo để tăng cường hiệu quả đào tạo nghề cho thế hệ trẻ địa phương. Bên cạnh đó, làng nghề cần có chính sách thu hút đối với đội ngũ hướng dẫn viên, nhất là con em trong làng. Liên kết với các trường đào tạo để mở các lớp hướng dẫn viên cho con em địa phương. Sử dụng đội ngũ hướng dẫn viên này vừa có thể tạo việc làm cho người làng, vừa giải quyết được tình trạng thiếu nhân lực. Hơn nữa, am hiểu về làng nghề sâu hơn, tình yêu với làng, với nghề là nền tảng cho họ gắn bó với công việc.

Năm là, bảo vệ cảnh quan môi trường du lịch làng nghề

Các làng nghề cần phải xây dựng được hệ thống xử lý rác thải đảm bảo tiêu chuẩn, trong đó cần phân định rõ các khâu thu gom, phân loại và xử lý hợp vệ sinh. Cần có một lực lượng thường xuyên đi thu gom rác thải để tránh tình trạng rác thải ùn tắc, mất vệ sinh và ảnh hưởng đến cảnh

quan. Xây dựng hệ thống nhà vệ sinh công cộng để phục vụ khách tham quan. Ngoài việc đảm bảo về số lượng, các công trình này phải đảm bảo được chất lượng, hợp vệ sinh và có vị trí thuận tiện không gây ảnh hưởng đến cảm nhận của du khách khi đi du lịch làng nghề.

5. Kết luận

Đồng bằng sông Hồng là khu vực kinh tế quan trọng, có nhiều thế mạnh phát triển kinh tế du lịch làng nghề. Thời gian qua, Vùng đã quan tâm phát triển du lịch làng nghề, tuy nhiên, chất lượng chưa tương xứng với tiềm năng và kỳ vọng. Từ thực trạng đó, chính quyền các địa phương đã có nhiều chủ trương, biện pháp nhằm đưa du lịch nói chung, du lịch làng nghề nói riêng trở thành kinh tế mũi nhọn, đóng góp quan trọng vào xây dựng cơ cấu kinh tế hiện đại của Vùng.

Tình hình phát triển du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng đến năm 2035 được dự báo: chất lượng hoạt động quản lý du lịch được nâng lên; Vùng xây dựng được hệ thống sản phẩm du lịch làng nghề đa dạng, hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu du khách; chất lượng đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực phục vụ du lịch làng nghề được nâng cao và hệ thống cơ sở hạ tầng được xây dựng đồng bộ, môi trường làng nghề được tăng cường bảo vệ hướng tới phát triển hài hòa, bền vững. Đến năm 2035, du lịch làng nghề vùng Đồng bằng sông Hồng sẽ đóng vai trò quan trọng trong kinh tế du lịch, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của Vùng dẫn đầu cả nước.

Tài liệu tham khảo:

- Bộ Chính trị (2017), *Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Nghị quyết số 08-NQ/TW, ngày 16/01/2017;
- Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, tập 2*, Nxb CTQG-Sự thật, Hà Nội;
- Chính phủ Nước CHXHCN Việt Nam (2022), *Chương trình bảo tồn và phát triển làng nghề Việt Nam giai đoạn 2021-2030*, ngày 07/7/2022;
- Tổng cục Thống kê (2022), *Niên giám thống kê Việt Nam năm 2021*, Nxb Thống kê, Hà Nội;
- Ủy ban Nhân dân Thành phố Hà Nội (2011), *Đề án chiến lược phát triển du lịch Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.
- Viện Nghiên cứu Phát triển du lịch (2019), *Dự thảo “Chiến lược phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035”*, Hà Nội.

ĐẨY MẠNH KHAI THÁC CƠ SỞ DỮ LIỆU HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

PGS.TS. Trương Thị Thủy - Ths. Trương Thị Thu Hà*

Việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý thuế đã làm thay đổi căn bản phương thức và quy trình nghiệp vụ quản lý thuế, bao gồm cả phương thức sử dụng và quản lý hóa đơn. Hóa đơn điện tử được xem là một bước tiến lớn trong quá trình cải cách hệ thống thuế, cắt giảm thủ tục hành chính, cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Cơ sở dữ liệu về hóa đơn điện tử có đóng vai trò cốt lõi trong quản lý thuế. Chính vì thế, cần phải có giải pháp đẩy mạnh khai thác nguồn dữ liệu này một cách hiệu quả và nhanh chóng.

• Từ khóa: hóa đơn điện tử, cơ sở dữ liệu, hóa đơn điện tử, công nghệ AI.

The promotion of the application of information technology in tax administration has fundamentally changed the method and professional process of tax administration, including the method of using and managing invoices. E-invoices are considered a big step forward in the process of reforming the tax system, cutting administrative procedures, improving the business environment, and enhancing national competitiveness. Electronic invoice database plays a core role in tax administration. Therefore, it is necessary to have a solution to promote the exploitation of this data source effectively and quickly.

• Key words: e-invoice, database, e-invoice, AI technology.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Cơ sở lý thuyết

Hóa đơn điện tử là hóa đơn ở dạng dữ liệu điện tử, được lập bằng phương thức điện tử để ghi nhận thông tin bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ theo quy định của pháp luật.

Hóa đơn điện tử bao gồm: dạng hóa đơn điện tử có mã xác thực, hóa đơn điện tử không có mã xác thực. Hóa đơn điện tử có kết nối với máy tính tiền.

Cơ sở dữ liệu hóa đơn điện tử, chứng từ điện tử là tập hợp các dữ liệu thông tin về hóa đơn điện tử của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ và thông tin về chứng từ điện tử của các tổ chức, cá nhân sử dụng.

Cơ sở dữ liệu hóa đơn bao gồm các cơ sở dữ liệu thành phần sau:

- Cơ sở dữ liệu về nội dung hóa đơn
- Cơ sở dữ liệu về số lượng hóa đơn sử dụng theo từng loại hóa đơn.
- Cơ sở dữ liệu về số lượng hóa đơn sử dụng theo từng hình thức hóa đơn.
- Cơ sở dữ liệu về số lượng hóa đơn sử dụng theo người bán hàng hóa, dịch vụ.
- Cơ sở dữ liệu về số lượng hóa đơn hủy.

2. Sự cần thiết phải đẩy mạnh khai thác cơ sở dữ liệu về Hóa đơn điện tử

Hóa đơn điện tử đã được triển khai trên toàn quốc từ 01/07/2022. Hàng tỷ hóa đơn đã được sử dụng, cũng đồng nghĩa với việc cơ quan thuế đã có thông tin cơ sở dữ liệu của hàng tỷ hóa đơn đó. Với tốc độ phát triển của hóa đơn điện tử như hiện nay, công tác quản lý hóa đơn của ngành thuế theo phương thức cũ không còn phù hợp nữa vì việc quản lý thủ công phải thực hiện đối chiếu theo phương pháp thủ công làm tăng khối lượng công việc của cơ quan thuế, thời gian xử lý chậm dẫn đến chưa phát hiện và xử lý kịp thời các hành

* Học viện Tài chính

vi gian lận trong quản lý, sử dụng hóa đơn, chưa có các biện pháp phòng ngừa trước các biểu hiện gian lận. Bên cạnh đó, các hành vi gian lận, trốn thuế ngày càng tinh vi, thủ đoạn hơn đòi hỏi cần phải có hệ thống xử lý thông minh, hạn chế xử lý thủ công dữ liệu. Hiện nay, có nhiều đối tượng lợi dụng sự thông thoáng trong chính sách pháp luật của nhà nước để trục lợi, điều này đặt ra nhiều thách thức và tiềm ẩn nhiều rủi ro cho công tác quản lý thu ngân sách nhà nước, nhất là đối với các hành vi mua bán trái phép hóa đơn giá trị gia tăng để chiếm đoạt tiền thuế của ngân sách nhà nước, do đó đòi hỏi việc kiểm soát, xử lý dữ liệu hóa đơn điện tử phải nhanh chóng và kịp thời hơn, công tác phân tích dữ liệu cũng cần phải thực hiện thường xuyên, liên tục trên toàn bộ dữ liệu để kịp thời phát hiện, dự báo những trường hợp nghi ngờ trong việc gian lận sử dụng hóa đơn điện tử, và cần thiết phải có hệ thống cơ sở dữ liệu độc lập để đáp ứng yêu cầu xử lý lượng dữ liệu khổng lồ nhằm khai thác cơ sở dữ liệu đang có. Trên cơ sở dữ liệu hóa đơn điện tử đã có, việc khai thác được dữ liệu hóa đơn điện tử cần được đẩy mạnh hơn nữa. Cần triển khai xây dựng hệ thống cảnh báo sớm để tăng khả năng phát hiện hành vi gian lận từ những thông tin trên hóa đơn điện tử, khai thác thông tin trong cơ sở dữ liệu để phân tích, đối chiếu, phát hiện và kịp thời ngăn chặn hành vi gian lận, trốn thuế.

Hóa đơn điện tử đã trở thành yếu tố quan trọng trong quá trình tự động hóa quy trình tài chính và trở thành sản phẩm không thể thiếu trong thời đại công nghệ thông tin. Việc khai thác và sử dụng dữ liệu hóa đơn điện tử của cơ quan thuế sẽ giúp tăng tính tuân thủ thuế của người nộp thuế. Cơ quan Thuế từng bước tiến tới hiện đại hóa công tác quản lý hóa đơn khi bán hàng hóa cung cấp dịch vụ, góp phần tạo ra cơ chế chính sách mới hướng dẫn việc quản lý và sử dụng hóa đơn điện tử một cách công khai, minh bạch và hiệu quả, tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng, lành mạnh giữa các doanh nghiệp, nâng cao hiệu lực hiệu quả quản lý thu thuế cũng như tạo sự thuận lợi cho việc hiện đại hóa công tác quản lý thu, đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính thuế theo hướng đơn giản, rõ ràng, minh bạch, tạo thuận lợi cho người nộp thuế, giúp nâng cao tính tuân thủ thuế.

3. Giải pháp khai thác cơ sở dữ liệu hóa đơn điện tử

Một là, hoàn thiện cơ sở dữ liệu về hóa đơn điện tử

Hoàn thiện cơ sở dữ liệu về hóa đơn điện tử nhằm tăng cường quản lý tập trung dữ liệu về hóa đơn điện tử. Đối với những người nộp thuế chưa đủ cơ sở hạ tầng để thực hiện triển khai hóa đơn điện tử cần phải đẩy mạnh việc tuyên truyền, sử dụng, tạo điều kiện để người nộp thuế có thể sử dụng được hóa đơn điện tử. Đối với các người nộp thuế đã triển khai hóa đơn điện tử, cần tăng cường công tác giám sát, quản lý việc sử dụng hóa đơn. Chọn hình thức hóa đơn điện tử phù hợp với quy mô, ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp, phân tích từng loại hình doanh nghiệp: (i) Doanh nghiệp kinh doanh trong các ngành nghề viễn thông, y tế, bảo hiểm, điện nước... hoặc các tổ chức kinh tế đã hoặc sẽ giao dịch với cơ quan Thuế bằng phương thức điện tử, có thể thống phần mềm kế toán, lập hóa đơn điện tử thì dùng hóa đơn điện tử không có mã xác thực của cơ quan thuế; (ii) Doanh nghiệp, tổ chức kinh tế thuộc trường hợp rủi ro cao về thuế, hộ kinh doanh thì sử dụng hóa đơn điện tử có mã của cơ quan Thuế khi bán hàng hóa, dịch vụ; (iii) Doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực nhà hàng, khách sạn, bán lẻ thuốc tân dược, hàng tiêu dùng có doanh thu năm trước 1 tỷ đồng phải sử dụng hóa đơn điện tử có mã xác thực của cơ quan Thuế được khởi tạo từ máy tính tiền có kết nối với cơ quan Thuế hoặc hóa đơn điện tử có mã của cơ quan Thuế được khởi tạo từ thiết bị thanh toán không dùng tiền mặt. Nhưng giải pháp trên sẽ góp phần tích cực thúc đẩy và tăng cường hiệu quả sử dụng hóa đơn điện tử ở Việt Nam trong thời gian tới.

Việc hoàn thiện cơ sở dữ liệu về hóa đơn điện tử giúp cơ quan Thuế có dữ liệu lớn về các thông tin giao dịch giữa người bán và người mua trong quá trình mua bán trao đổi hàng hóa, từ đó có thể phân tích được hành vi của người nộp thuế trong việc tuân thủ pháp luật về thuế. Hoàn thiện cơ sở dữ liệu về hóa đơn điện tử, kết hợp kết nối với các cơ sở dữ liệu khác như cơ sở dữ liệu về dân cư, cơ sở dữ liệu đất đai, dữ liệu từ ngân hàng cần có liên thông và có công cụ kiểm soát... Đây là bước tiến lớn về chuyển đổi phương thức đối với

công tác quản lý thuế, tập trung chuyển đổi số ở lĩnh vực thuế; xây dựng cơ sở dữ liệu, phát hành hóa đơn điện tử và quản lý tốt hóa đơn điện tử, để từ đó có thể dùng trí tuệ nhân tạo quản lý hóa đơn điện tử từ dữ liệu lớn về hóa đơn điện tử.

Hai là, *hoàn thiện hệ thống phân tích cơ sở dữ liệu thông minh*

Số lượng hóa đơn điện tử sử dụng mỗi năm ước tính hàng tỷ hóa đơn, lượng dữ liệu hóa đơn khổng lồ dẫn đến việc xử lý dữ liệu dưới dạng dữ liệu thông minh là xu hướng tất yếu. Hệ thống phân tích cơ sở dữ liệu thông minh trong quản lý hóa đơn sẽ giúp đạt 2 mục tiêu cụ thể. Đầu tiên là xác định giá mua bán bất thường. Công nghệ trí tuệ nhân tạo được áp dụng vào việc phân tích ngôn ngữ tự nhiên, xác định các hóa đơn mua bán cùng loại hàng hóa, từ đó xác định hóa đơn có giá mua bán bất thường.

Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu thông minh về hóa đơn điện tử kết hợp phân tích rủi ro, lựa chọn phân tích các dấu hiệu rủi ro về hóa đơn để phát hiện và xử lý kịp thời các hành vi gian lận trong quản lý, sử dụng hóa đơn là vấn đề cần ưu tiên hàng đầu trong quản lý hóa đơn điện tử. Trên cơ sở phân tích dữ liệu và đưa ra đặc điểm nhận diện của doanh nghiệp có dấu hiệu rủi ro cao trong việc sử dụng hóa đơn điện tử, các đơn vị đã nhận định bước đầu là có rủi ro cao về thuế. Hệ thống này phải đảm bảo giám sát việc phát hành hóa đơn điện tử theo thời gian thực và đưa ra cảnh báo khi người bán gian lận hóa đơn. Một số tiêu thức cảnh báo về sự bất thường trong việc sử dụng hóa đơn như: một doanh nghiệp phát hành một số lượng lớn hóa đơn với giá trị đáng kể và giải thể trong vòng một năm sau khi bắt đầu; sự mất cân bằng giữa số lượng hóa đơn mua vào và hóa đơn bán ra với một tỷ lệ nhỏ phát hành hóa đơn điện tử; một doanh nghiệp phát hành một số lượng lớn hóa đơn trong một khoảng thời gian ngắn mà không khai thuế; và doanh số bán hàng vượt xa các giao dịch mua vào và nợ thuế tồn tại...

Với việc đối chiếu hóa đơn điện tử với tờ khai thuế, đối với các trường hợp kê khai sai, thiếu thuế, chức năng đối chiếu hóa đơn điện tử với số thuế GTGT của hàng hóa dịch vụ mua vào, bán ra trên tờ khai thuế GTGT sẽ giúp cơ quan thuế

phát hiện ngay, kể từ ngày đến hạn nộp tờ khai, kết quả của việc đối chiếu giữa tờ khai và hóa đơn là danh sách NNT có số liệu chênh lệch giữa giá trị kê khai và giá trị thực tế trên hóa đơn đã lập. Cơ quan thuế quản lý rà soát danh sách kết quả để thực hiện các biện pháp nghiệp vụ phù hợp với các hình thức như kiểm tra tại bàn, thanh tra, kiểm tra tại trụ sở người nộp thuế và trong trường hợp cần thiết có thể chuyển hồ sơ sang cơ quan điều tra

Áp dụng phân tích hóa đơn điện tử áp dụng trí tuệ nhân tạo AI, đặc biệt công nghệ trí tuệ nhân tạo được áp dụng vào phân tích ngôn ngữ tự nhiên, xác định các hóa đơn mua bán cùng loại hàng hóa, từ đó xác định loại hóa đơn có giá mua bán bất thường. Với hàng tỷ hóa đơn đa dạng các hàng hóa dịch vụ khác nhau, ngay khi cần tập trung kiểm soát hàng hóa trọng điểm rủi ro, công cụ sẽ giúp cơ quan thuế lọc được hàng hóa mua bán trọng điểm để phân tích chuyên sâu, việc kiểm soát giá bất thường giúp sàng lọc các trường hợp cần giám sát, giúp ngăn chặn kịp thời gian lận hoàn thuế vì có nhiều trường hợp gian lận hoàn thuế qua xuất khẩu đã nâng không giá hàng hóa xuất khẩu đến hàng chục lần. Với công nghệ mạng bases, hệ thống sẽ thiết lập được hệ thống các chuỗi doanh nghiệp có phát sinh giao dịch mua bán, khi sâu chuỗi được doanh nghiệp có giao dịch mua bán cùng loại mặt hàng sẽ giúp cơ quan thuế truy được nguồn gốc của hàng hóa và giá trị gia tăng giữa các khâu. mã hóa mặt hàng chi tiết để ứng dụng trong việc phân tích nguồn gốc hàng hóa.

Ba là, *hoàn thiện bộ tiêu chí phân loại rủi ro đối tượng sử dụng hóa đơn điện tử.*

Hoàn thiện bộ chỉ số tiêu chí quan trọng trong đánh giá rủi ro trong sử dụng hóa đơn của người nộp thuế cần xây dựng một cách khách quan từ sát với thực tiễn, đảm bảo các tiêu chí phù hợp với thực thể phát sinh. Tiến tới xây dựng mô hình dự báo theo trí tuệ nhân tạo: dựa vào các bộ tiêu chí phân loại rủi ro, áp dụng các thuật toán học máy phát hiện những trường hợp rủi ro gian lận khi sử dụng hóa đơn, xác định các trường hợp bất thường về mặt hàng và doanh thu với tài sản cố định, kho hàng; tình hình nộp thuế của doanh nghiệp; áp dụng kỹ thuật xác suất dạng đồ thị để

phát hiện xấu chuối nghi ngờ buôn bán hóa đơn. Từ đó có biện pháp cảnh báo, ngăn chặn và từ việc thiết lập mô hình dự báo sẽ giúp phát hiện những trường hợp rủi ro nghi ngờ gian lận hoàn thuế, trốn thuế (nâng khống giá trị hàng hóa, xuất hóa đơn lòng vòng...) và đánh giá mức độ rủi ro, xác định tiêu chí bất thường phục vụ lại cho công tác kiểm tra, thanh tra thuế.

Thực hiện tổ chức triển khai thực hiện, áp dụng quản lý rủi ro và quản lý tuân thủ trong quản lý hóa đơn; tổ chức thực hiện thu thập, xử lý thông tin hóa đơn; xây dựng, quản lý áp dụng tiêu chí; quản lý, đánh giá tuân thủ, phân loại rủi ro và tiến hành các biện pháp, kỹ thuật nghiệp vụ quản lý rủi ro trong hoạt động quản lý thuế.

Có thể phân loại theo nhóm tiêu chí: Nếu NNT vi phạm các chỉ số tiêu chí tại nhóm 1 sẽ phải chuyển hình thức sử dụng hóa đơn hoặc thực hiện chấm điểm để thực hiện kiểm tra việc quản lý và sử dụng hóa đơn của người nộp thuế...Điểm rủi ro của người nộp thuế là tổng điểm rủi ro của từng chỉ số tiêu chí, là căn cứ xác định mức độ rủi ro cao, trung bình, thấp. Kết quả của việc đánh giá là danh sách NNT có dấu hiệu rủi ro để đưa vào danh sách kiểm tra, thanh tra, hoặc thông báo chuyển hình thức sử dụng hóa đơn. Không những vậy, việc phân tích chuyên sâu theo chuyên đề danh sách kết quả theo một số nhóm tiêu chí cũng giúp phát hiện thêm người nộp thuế có dấu hiệu rủi ro

Bốn là, hoàn thiện các biện pháp quản lý dữ liệu đảm bảo kiểm soát dữ liệu

Đảm bảo chất lượng và an toàn cho các nguồn thông tin, dữ liệu đảm bảo dữ liệu sau khi thu thập đảm bảo các vấn đề về bảo mật, lưu trữ dữ liệu vào những nơi thống nhất, tạo điều kiện tiếp cận và cấp quyền truy cập đảm bảo mức độ bảo mật cao hơn. Hệ thống quản lý dữ liệu hóa đơn điện tử cần được áp dụng các công cụ, phần mềm kỹ thuật tiên tiến và được vận hành bởi đội ngũ chuyên gia công nghệ thông tin, các vấn đề phát sinh khi cập nhật dữ liệu mới hàng ngày sẽ được giải quyết và tạo khả năng tiếp cận, sử dụng dữ liệu mới. Hệ thống quản lý dữ liệu hóa đơn điện tử cần đảm bảo khả năng ngăn chặn truy cập trái phép, thao túng hoặc sử dụng dữ liệu và thông tin trái quy tắc; đảm bảo dữ liệu có thể được sử

dụng hiệu quả để tăng hiệu quả quản lý hóa đơn điện tử.

Trong quá trình quản lý sẽ phát sinh việc chia sẻ dữ liệu với các bộ ban ngành. Để làm được điều này cần có hành lang pháp lý và luật quy định rõ ràng, phải tạo ra sự minh bạch cho việc kết nối dữ liệu, chia sẻ và sử dụng dữ liệu. Cơ quan Thuế cần xây dựng phần mềm và cơ sở dữ liệu dùng chung phục vụ công tác nghiên cứu, quy hoạch và quản lý trong từng lĩnh vực cùng với cơ chế hợp lý cho quản lý và chia sẻ dữ liệu tại các đơn vị thành viên đưa ra cơ chế quản lý và chia sẻ cho cơ sở dữ liệu dùng chung. Để thực hiện tốt việc này, cơ quan Thuế cần đánh giá hiện trạng các cơ sở dữ liệu, xác định các yêu cầu dữ liệu, phân loại và chuẩn hóa các dạng số liệu lưu trữ; xây dựng cơ chế chia sẻ, trao đổi dữ liệu dùng chung và phân tích lựa chọn công nghệ phù hợp cho cơ sở dữ liệu.

Tài liệu tham khảo:

- Grozniak (2015), "E-Invoicing And E-Government-Impact On Business Processes"
- Hung Chul Lee (2016), "Can Electronic Tax Invoicing Improve Tax Compliance? A Case Study of the Republic of Korea's Electronic Tax Invoicing for Value-Added Tax", nhà xuất bản World Bank
- Jaap Jan Nienhuis (Innipay), Charles Bryant (EBA) (2010), E-invoicing 2010 European market guide
- KPMG International (2018), "Tax Digitalization: Latin America leads the change"
- Lele Liu (2021) "Establishing an electronic invoice management platform based on information system"
- Marta Andrade Posvoa (2018), "Collaboration with tax service providers in the e-invoice system", IOTA Paper
- Matthieu Bellon, Jillie Chang, Era Dabla-Norris, Salma Khalid, Frederico Lima, Enrique Rojas and Pilar Villena (2019), "Digitalization to Improve Tax Compliance: Evidence from VAT e-Invoicing in Peru", nhà xuất bản IMF
- OECD (2017), "Technology Tools to Tackle Tax Evasion and Tax Fraud"
- OECD (2019), "Tax administration 2019 - Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies", Quản lý thuế 2019
- OECD(2016), "Technologies for Better Tax Administration A Practical Guide for Revenue Bodies"
- Paying Taxes 2020 Pwc (2020), "The changing landscape of tax policy and administration across 190 economies", World Bank
- PGS.TS. Nguyễn Thị Thanh Hoài (2016), "Giải pháp tăng cường quản lý hóa đơn ở Việt Nam", Học viện tài chính
- TS. Nguyễn Đại Trí (2018), Nghiên cứu hình thành cơ sở dữ liệu quốc gia và giải pháp thúc đẩy sử dụng hóa đơn điện tử, Đề tài nghiên cứu khoa học, Bộ Tài chính
- GS,TS. Lê Xuân Trường, "Tăng cường quản lý hóa đơn, góp phần đấu tranh chống gian lận thuế", Học viện Tài chính. Bài đăng trên Cổng thông tin điện tử Bộ Tài Chính ngày 26/9/2013.

CHÍNH SÁCH THU HÚT ĐẦU TƯ VÀO KHU CÔNG NGHỆ CAO Ở ĐÀ NẴNG

Ths. Nguyễn Thị Hương*

Theo Quyết định số 1979/QĐ-TTg ngày 28/10/2010 của Thủ tướng Chính phủ, khu công nghệ cao Đà Nẵng được định hướng trở thành nơi thu hút các tổ chức tài chính, các công ty, tập đoàn đa quốc gia, xuyên quốc gia từ các nước có nền sản xuất CNC và trở thành hạt nhân thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, chuyển dịch cơ cấu kinh tế của thành phố Đà Nẵng, khu vực miền Trung, Tây Nguyên và của cả nước. Bài viết đã trình bày những vấn đề chính cần tập trung trong chính sách thu hút đầu tư vào khu công nghệ cao ở Đà Nẵng. Thực tiễn thu hút đầu tư vào khu công nghệ cao Đà Nẵng trong giai đoạn 2010 - 2022 đã ghi nhận những kết quả quan trọng, tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế, tồn tại trong quá trình thực hiện. Bài viết cũng đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả chính sách thu hút đầu tư vào khu công nghệ cao ở thành phố Đà Nẵng trong thời gian tới.

• Từ khóa: đầu tư; khu công nghệ cao; thành phố Đà Nẵng.

According to Decision No. 1979/QĐ-TTg dated October 28, 2010 of the Prime Minister, Da Nang Hi-tech Park is oriented to become a place to attract financial institutions, companies and multinational corporations, that come from countries with high-tech manufacturing background and become the nucleus to promote socio-economic development, economic restructuring of Da Nang city, the Central region, the Central Highlands and the country. The article has presented the main issues that need to be focused in the policy on investment attraction in Hi-tech parks in Da Nang. The practice of investment attraction to Da Nang Hi-tech park in the period 2010 - 2022 has recorded important results, however, there are still some limitations, existing in the implementation process. The article also proposes some solutions to improve the effectiveness of policies on investment attraction in Hi-tech parks in Da Nang city in the coming time.

• Key words: investment; hi-tech park; Da Nang city.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

đãi thuế thu nhập doanh nghiệp và thuế xuất nhập khẩu, ưu đãi tín dụng và hỗ trợ thu hút nhân lực với các nội dung chính như sau:

(i) Ưu đãi về sử dụng đất: Miễn toàn bộ tiền thu đất cho cả thời hạn dự án đầu tư phát triển các công trình công cộng, đơn vị sự nghiệp công lập, cơ sở đào tạo nhân lực công nghệ cao (CNC), nhà ở cho chuyên gia và các dự án thuộc danh mục đặc biệt ưu đãi; các dự án được miễn tiền thu đất trong các trường hợp sau: trong thời gian xây dựng cơ bản nhưng tối đa không quá 03 năm kể từ ngày có quyết định cho thu đất; sau thời gian được miễn tiền thu đất xây dựng cơ bản là 15 năm đối với dự án đầu tư không thuộc Danh mục lĩnh vực ưu đãi đầu tư; dự án đầu tư xây dựng, kinh doanh kết cấu hạ tầng KCNC và 19 năm đối với dự án thuộc Danh mục lĩnh vực ưu đãi đầu tư; trong thời gian buộc phải ngừng sản xuất, kinh doanh do bị thiên tai, hỏa hoạn hoặc tai nạn bất khả kháng (Chính phủ, 2018).

Khung giá đất cho thuê đã có hệ thống hạ tầng kỹ thuật dùng chung tương đối thấp cho các dự án trong các lĩnh vực ưu tiên đầu tư, trong đó giá thu đất cho sản xuất thấp hơn so với giá thu đất cho hoạt động dịch vụ. Đối với một số dự án đặc

Chính sách thu hút đầu tư vào khu công nghệ cao ở Đà Nẵng hiện nay

Chính sách thu hút đầu tư vào khu công nghệ cao (KCNC) Đà Nẵng đang tập trung vào các vấn đề chính là: ưu đãi sử dụng đất và cơ sở hạ tầng, ưu

* Trường Đại học Sư phạm, Đại học Đà Nẵng; email: nthuong_gdct@ued.udn.vn

biệt cần thu hút đầu tư, giá thuê đất sẽ do ủy ban nhân dân (UBND) thành phố Đà Nẵng quyết định; Người sử dụng đất không phải thực hiện hoàn trả tiền bồi thường, giải phóng mặt bằng trong các trường hợp: đất được miễn tiền thuê, đất được giao trước ngày 01 tháng 7 năm 2014, đất hạ tầng kỹ thuật và công trình công cộng; đất xây dựng trụ sở của các cơ quan quản lý nhà nước và đơn vị sự nghiệp, các dự án quy mô vốn từ 3.000 tỷ đồng trở lên (Chính phủ, 2018).

(ii) Ưu đãi về tiền sử dụng hạ tầng: Các dự án nghiên cứu - phát triển CNC, ương tạo CNC, ương tạo doanh nghiệp CNC, đào tạo nhân lực CNC được hỗ trợ 100% tiền sử dụng hạ tầng trong 02 năm đầu kể từ ngày nhận giao đất và hỗ trợ 50% tiền sử dụng hạ tầng trong 03 năm tiếp theo của dự án; các dự án CNC khác được hỗ trợ 50% tiền sử dụng hạ tầng trong vòng 02 năm đầu kể từ ngày nhận giao đất. Đối với một số dự án đặc biệt cần thu hút đầu tư vào KCNC Đà Nẵng, ưu đãi về tiền sử dụng hạ tầng sẽ do UBND thành phố Đà Nẵng quyết định (Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng, 2013).

(iii) Ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp: Áp dụng thuế suất 10% trong thời hạn 15 năm đối với thu nhập của doanh nghiệp thực hiện dự án đầu tư mới trong KCNC; trong thời hạn 30 năm đối với dự án có quy mô vốn từ 3.000 tỷ đồng trở lên, thuế thu nhập doanh nghiệp từ thực hiện dự án nhà ở xã hội để bán, cho thuê, thu mua đối với người lao động làm việc tại các doanh nghiệp trong KCNC; miễn thuế 4 năm, giảm 50% số thuế phải nộp trong 9 năm tiếp theo đối với thu nhập của doanh nghiệp thực hiện dự án đầu tư mới trong KCNC (Chính phủ, 2018).

(iv) Ưu đãi về thuế nhập khẩu: Miễn thuế đối với hàng hóa nhập khẩu để tạo tài sản cố định của dự án trong KCNC; Miễn thuế nhập khẩu trong thời hạn 05 năm kể từ khi bắt đầu sản xuất đối với nguyên liệu, vật tư, linh kiện trong nước chưa sản xuất được nhập khẩu để sản xuất của các dự án đầu tư vào KCNC; Miễn thuế nhập khẩu đối với máy móc, thiết bị, phụ tùng, vật tư chuyên dùng trong nước chưa sản xuất được, tài liệu, sách báo khoa học chuyên dùng sử dụng trực tiếp cho nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ, ương tạo công nghệ, ương tạo doanh nghiệp khoa học và công nghệ, đổi mới công nghệ trong KCNC (Chính phủ, 2018).

(v) Hỗ trợ thu hút nhân lực CNC: BQL KCNC Đà Nẵng hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc tìm kiếm, tuyển dụng và đào tạo nguồn nhân lực CNC phục vụ cho hoạt động của doanh nghiệp. Đồng thời, tạo điều kiện và tổ chức cho các doanh nghiệp gặp gỡ các cơ sở đào tạo trong nước để tuyển dụng sinh viên xuất sắc nếu doanh nghiệp có yêu cầu; các chuyên gia trong nước và nước ngoài làm việc tại các trường đại học, viện, trung tâm nghiên cứu, doanh nghiệp trong KCNC Đà Nẵng mà không có chỗ ở, được UBND thành phố xem xét hỗ trợ tiền thuê nhà trong vòng 6 (sáu) tháng làm việc đầu tiên. Mức hỗ trợ tối đa không quá 2.000.000 (hai triệu) đồng/người/tháng (Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng, 2013).

(vi) Hỗ trợ thu hút lao động từ nước ngoài: Nhà đầu tư, chuyên gia và người lao động là người Việt Nam định cư ở nước ngoài, người nước ngoài làm việc trực tiếp tại KCNC và thành viên gia đình (bao gồm bố, mẹ, vợ hoặc chồng, con đẻ, con nuôi dưới 18 tuổi) được xem xét cấp thị thực có giá trị xuất cảnh, nhập cảnh nhiều lần với thời hạn phù hợp với mục đích nhập cảnh theo quy định của pháp luật (Nghị định số 04/2018/NĐ-CP); được tạo điều kiện thuận lợi về cư trú, được thu nhập, mua nhà trong KCNC theo Quy định của pháp luật (Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng, 2013).

Thực trạng thu hút đầu tư vào khu công nghệ cao Đà Nẵng giai đoạn 2010 - 2022

Kết quả thực hiện chính sách thu hút đầu tư

Từ khi thành lập đến nay, Ban Quản lý (BQL) KCNC đã triển khai nhiều hoạt động thu hút đầu tư vào KCNC Đà Nẵng với các hình thức chủ yếu sau: (i) Chủ động tiếp xúc với các nhà đầu tư trong và ngoài nước để giới thiệu, quảng bá về KCNC; hợp tác với Sở Ngoại vụ, Trung tâm xúc tiến đầu tư miền Trung và Trung tâm xúc tiến đầu tư Đà Nẵng tổ chức các đoàn xúc tiến đầu tư tại Hoa Kỳ, Nhật Bản và Hàn Quốc. (ii) Đa dạng hóa các công cụ, tài liệu quảng bá; đẩy mạnh hoạt động xúc tiến đầu tư qua Website KCNC với các phiên bản tiếng Việt, Anh, Nhật, Hàn; tham gia các hội nghị, hội thảo xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước. (iii) Mở rộng quan hệ hợp tác với Đại sứ quán Việt Nam tại một số nước, các công ty tư vấn, các tổ chức xúc tiến đầu tư (nhà JETRO, KOTRA, JICA, Phòng Thương mại và Công nghiệp các nước Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Australia) để kêu gọi thu hút đầu tư. (iv) Đẩy mạnh công tác cải cách hành chính

thông qua áp dụng quy trình giải quyết thủ tục hành chính theo ISO, Quy chế tiếp nhận, giải quyết thủ tục hành chính theo cơ chế một cửa, xây dựng kế hoạch ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý. (v) Tham gia tổ chức và thực hiện các chương trình, dự án hợp tác nghiên cứu khoa học song phương và đa phương, đặc biệt là với các nước công nghiệp tiên tiến.

Bảng 1. Kết quả thu hút các dự án tham gia sản xuất SPCNC và cung ứng DVCNC giai đoạn 2010 - 2022

Giai đoạn	Năm	Tổng số dự án đầu tư tăng thêm	Tỷ lệ gia tăng so với tổng số dự án đầu tư (%)
2010 - 2015	02/2015	03	-
2016 - 2020	11/2020	19	86,36
2021 - 2022	31/12/2022	05	-
Tổng số		27	

Nguồn: Phòng Quản lý Doanh nghiệp & Lao động, BQL Khu CNC & các KCN Đà Nẵng.

Sau 10 năm thành lập, KCNC Đà Nẵng đã thu hút được 22 dự án đầu tư, gia tăng 86,36% so với tổng số dự án đầu tư của cả giai đoạn. Đặc biệt, giai đoạn 2016 - 2022, số lượng các dự án đầu tư vào KCNC tăng nhanh với tỷ lệ gia tăng 88,89% (24/27 dự án đầu tư) so với giai đoạn 2010 - 2015. Điều này cho thấy Đà Nẵng và KCNC ở địa phương đang dần dần có sức thu hút đối với các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Bảng 2. Kết quả thu hút các dự án tham gia sản xuất SPCNC và cung ứng DVCNC theo từng năm (Giai đoạn 2010-2022)

STT	Năm	Số lượng dự án đầu tư		Vốn đầu tư	
		Vốn FDI	Vốn trong nước	Triệu USD	Tỷ đồng
1	2010	-	-	-	-
2	2011	-	-	-	-
3	2012	1	-	40	-
4	2013	1	-	30	-
5	2014	-	-	-	-
6	2015	-	1	-	10
7	2016	-	1	-	1.500
8	2017	1	2	28	389
9	2018	3	4	60,46	3.261,029
10	2019	3	-	181,14	-
11	2020	1	4	60	1.133,052
12	2021	2	-	145	-
13	2022	1	2	60	954,7
Tổng cộng		13	14	604,6	6.290,091

Nguồn: Phòng Quản lý Doanh nghiệp & Lao động, BQL Khu CNC & các KCN Đà Nẵng.

Giai đoạn 2010 - 2022, Đà Nẵng đã thu hút và cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư (GCNĐKĐT) cho 27 dự án sản xuất sản phẩm công nghệ cao (SPCNC) và cung ứng dịch vụ công nghệ cao (DVCNC), trong đó có 14 dự án trong nước với tổng vốn đầu tư là 6.290,091 tỷ đồng và 13 dự án có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) với tổng vốn đầu tư 604,6 triệu USD, đa số đến từ các công ty của các nước châu Á và Hoa Kỳ. Về cơ bản, các doanh nghiệp, dự án đầu tư sản xuất SPCNC và cung ứng DVCNC ở Đà Nẵng đều đáp ứng các điều kiện, tiêu chí về dự án CNC và SPCNC trong quy định của Ban Quản lý KCNC Đà Nẵng (Ban Quản lý KCNC và các khu công nghiệp Đà Nẵng, 2021, Hướng dẫn số 432/HD-BQL). Trong 11/27 dự án sản xuất SPCNC và cung ứng DVCNC đã đi vào hoạt động sản xuất kinh doanh tại Đà Nẵng hiện nay, 06 dự án FDI có vốn đăng ký đầu tư 271,1 triệu USD và 05 dự án trong nước vốn đăng ký 1.454,45 tỷ đồng (Ban Quản lý Khu CNC và các khu công nghiệp Đà Nẵng, 2022, Báo cáo về tình hình hoạt động của các doanh nghiệp CNC tại KCNC Đà Nẵng, Phòng Quản lý Doanh nghiệp và Lao động).

Về cơ bản, đa số các doanh nghiệp, dự án tham gia sản xuất SPCNC và cung ứng DVCNC ở Đà Nẵng trong giai đoạn 2010-2022 đều có quy mô nhỏ, vốn đầu tư ban đầu còn thấp. Tuy nhiên, hoạt động thu hút vốn đầu tư vào Đà Nẵng để thành lập các doanh nghiệp, dự án sản xuất SPCNC và cung ứng DVCNC cũng đã đạt được những kết quả tích cực. Giai đoạn 2010 - 2015, dự án được thu hút đầu tư có số lượng ít (03 dự án), trong đó, có 2 dự án đến từ các tập đoàn của Nhật Bản với tổng số vốn ban đầu là 70 triệu USD (Số vốn đầu tư cao nhất dành cho dự án CNC là 40 triệu USD). Đến giai đoạn 2016 - 2022, số doanh nghiệp, dự án sản xuất SPCNC, cung ứng DVCNC ở Đà Nẵng được thu hút ngày càng tăng nhanh (Thêm được 24 dự án đầu tư), trong đó số dự án của các công ty nước ngoài tăng thêm được 11 dự án, mở rộng quốc gia được thu hút đầu tư là Hoa Kỳ, Hàn Quốc (ngoài Nhật Bản), tổng số vốn đầu tư ban đầu từ các công ty nước ngoài đã tăng thêm được 534,6 triệu USD (Số vốn đầu tư cao nhất dành cho dự án CNC là 170 triệu USD).

Trong giai đoạn 2010 - 2022, ngành nghề sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, dự án tham gia sản xuất SPCNC và cung ứng DVCNC có sự đa

dạng, hợp lý và đều thuộc các lĩnh vực ưu tiên thu hút đầu tư ở Đà Nẵng như công nghệ vật liệu mới, công nghệ hàng không vũ trụ, công nghệ sinh học trong công nghiệp, thủy sản và nông nghiệp, công nghệ vi điện tử - cơ điện tử - quang điện tử, công nghệ cơ khí chính xác - tự động hóa, công nghệ thông tin, truyền thông, phần mềm tin học. Đây là những CNC có thể sử dụng để phát triển bền vững các ngành trong cơ cấu nền kinh tế, tạo ra khả năng cho các DNCNC tham gia vào chuỗi giá trị gia tăng của các DNCNC trong và ngoài nước.

Nhiều cơ chế, chính sách ưu đãi vượt trội hỗ trợ hoạt động của doanh nghiệp công nghệ cao (DNCNC) ở Đà Nẵng được quy định tại Luật công nghệ cao, Luật đầu tư, Luật đất đai, các luật về thuế và một số pháp luật chuyên ngành liên quan. Hiện nay, Đà Nẵng đã cơ bản hoàn thành các hạng mục hạ tầng kỹ thuật toàn KCNC, diện tích để chuyển nhượng, cho thuê sản xuất kinh doanh: 202,58ha, tỷ lệ lấp đầy theo GCNĐKĐT đã cấp là 41,28% (riêng khu sản xuất, tỷ lệ này là 56,19% (Ban Quản lý KCNC và các khu công nghiệp Đà Nẵng, 2022, *Báo cáo thực trạng quản lý, sử dụng đất Khu công nghệ cao và các công nghiệp*).

Những bất cập, khó khăn còn tồn tại và nguyên nhân

Bên cạnh những kết quả tích cực, việc thực hiện chính sách thu hút đầu tư của Đà Nẵng vẫn gặp một số khó khăn cũng như bộc lộ những hạn chế cần khắc phục nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng công tác thu hút đầu tư.

Thứ nhất, hoạt động thu hút đầu tư vào KCNC Đà Nẵng chưa đạt kỳ vọng, tốc độ thu hút đầu tư cho đến nay vẫn được xem là tương đối chậm, số lượng các dự án được thu hút còn ít so với các KCNC Hòa Lạc (Thu hút được 100 dự án) (Trung tâm R&D truyền thông KH&CN, 2021) và KCNC thành phố Hồ Chí Minh (Thu hút được 160 dự án) (Tiến Lực, 2022).

Thứ hai, về cơ bản, đa số các dự án được thu hút vào KCNC Đà Nẵng trong giai đoạn 2010 - 2022 đều có quy mô nhỏ, vốn đầu tư ban đầu còn thấp. Mặc dù, công tác xúc tiến thu hút đầu tư của KCNC Đà Nẵng đã có những kết quả đáng kể, song, các dự án nước ngoài được cấp phép đầu tư tại Đà Nẵng có vốn đầu tư ban đầu chỉ mới đạt mức tối đa khoảng gần 200 triệu USD (có 02/27 dự án). Nguồn vốn

đầu tư của các dự án trong nước vẫn còn khá hạn hẹp. Phần lớn các dự án được thu hút đều tập trung vào chức năng sản xuất, số lượng các dự án đăng ký thực hiện chức năng R&D, chuyển giao công nghệ chiếm tỷ lệ thấp.

Thứ ba, hoạt động liên kết, hợp tác trong sản xuất SPCNC và cung ứng DVCNC còn yếu, đặc biệt là các hoạt động hỗ trợ cho các DNCNC. Chính vì vậy, SPCNC thuộc lĩnh vực điện tử của các DNCNC ở Đà Nẵng phần lớn là các sản phẩm lắp ráp dựa trên nhập khẩu các thiết bị, linh phụ kiện từ nước ngoài. Tỷ lệ nội địa hoá của các SPCNC ở Đà Nẵng còn thấp, giá trị gia tăng chủ yếu từ lao động giá rẻ. Các DNCNC này không tham gia cung cấp được sản phẩm đòi hỏi độ chính xác cao, mà chỉ cung cấp được những sản phẩm đòi hỏi kỹ thuật rất đơn giản. Những sản phẩm hỗ trợ đòi hỏi độ chính xác cao thì hoạt động cung ứng thiết bị, linh kiện cho việc sản xuất của các tập đoàn lớn chủ yếu là nhập khẩu hoặc do DNCNC từ nguồn vốn FDI đang hoạt động ở trong nước cung cấp.

Thứ tư, bất cập trong công tác xây dựng, phát triển, quản lý và vận hành KCNC. Đến nay, Nghị định số 99/2003/NĐ-CP cũng như các văn bản hướng dẫn, liên quan đã lỗi thời, có nhiều điểm không phù hợp và không theo kịp với thực tiễn phát triển của các KCNC trong cả nước. Mô hình quản lý KCNC Đà Nẵng vẫn còn một số tồn tại, bất cập như (1) Ban Quản lý không được quy định là cơ quan chuyên môn trong hầu hết lĩnh vực, trừ lĩnh vực xây dựng theo Luật Xây dựng, khó khăn trong việc trực tiếp thực hiện các hoạt động quản lý nhà nước và thủ tục 1 cửa tại chỗ, trong khi nhiệm vụ tăng lên cả về khối lượng công việc lẫn địa bàn quản lý; (2) Khác với 02 KCNC Hoà Lạc và KCNC thành phố Hồ Chí Minh, mô hình quản lý KCNC Đà Nẵng chưa có đầu mối hành chính, sự nghiệp về hoạt động KH&CN và đổi mới sáng tạo (hiện đang ghép trong các đơn vị hành chính, sự nghiệp đa chức năng) dẫn đến khó khăn trong việc tham mưu đề xuất các cơ chế, chính sách và hoàn thiện mô hình quản lý thúc đẩy, hội tụ và lan toả các hoạt động KH&CN và đổi mới sáng tạo tại KCNC Đà Nẵng; (3) KCNC Đà Nẵng chưa có điều kiện thuận lợi như ở hai đầu đất nước về hoạt động R&D, nguồn nhân lực chất lượng cao, công nghiệp hỗ trợ, logistics,... nên mô hình quản lý Khu CNC Đà Nẵng cần gắn liền với cơ chế hỗ trợ, phối hợp

huy động nguồn lực từ các địa phương lân cận, nhất là địa bàn vùng kinh tế trọng điểm Trung bộ.

Một số giải pháp đề xuất nhằm nâng cao chất lượng của chính sách thu hút đầu tư vào khu công nghệ cao ở Đà Nẵng

Để tiếp tục nâng cao hơn nữa chất lượng công tác thu hút đầu tư vào KCNC trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, thời gian đến cần quan tâm và tập trung các nội dung chủ yếu sau:

Một là, quán triệt, nâng cao nhận thức về chủ trương đổi mới mạnh mẽ mô hình tăng trưởng và tái cơ cấu nền kinh tế thành phố bền vững hơn, trọng tâm là đầu tư phát triển mạnh công nghiệp CNC, công nghệ thông tin và công nghiệp hỗ trợ. Đẩy mạnh tuyên truyền về các chủ trương, chính sách, giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp thành phố, các thông tin phục vụ doanh nghiệp; tăng cường quảng bá các lợi thế cạnh tranh của thành phố trong thu hút đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ.

Hai là, nghiên cứu cơ chế, chính sách và hỗ trợ đầu tư trên lĩnh vực công nghệ cao. thành phố Đà Nẵng cần tiếp tục xây dựng và kiến nghị với Trung ương bổ sung các cơ chế, chính sách để khuyến khích đầu tư, nhất là các điều kiện để hình thành trung tâm tài chính; khu phi thuế quan; trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; trung tâm tổ chức sự kiện quốc tế; trung tâm nghiên cứu và phát triển. Đồng thời, Thành phố sẽ nghiên cứu cơ chế, chính sách và hỗ trợ đầu tư trên lĩnh vực công nghệ cao, công nghệ thông tin, chuyển đổi số, công nghiệp phụ trợ, hình thành các trung tâm thương mại, khu vui chơi đẳng cấp.

Ba là, Đà Nẵng cần chuẩn bị đầy đủ điều kiện về quy hoạch, hạ tầng để đón dòng vốn đầu tư; sớm phê duyệt các quy hoạch phân khu làm cơ sở quan trọng để kêu gọi đầu tư; chuẩn bị sẵn sàng quỹ đất gắn với hạ tầng đồng bộ trong các khu, cụm công nghiệp. Đẩy nhanh tiến độ đầu tư hoàn chỉnh hạ tầng giao thông. Đẩy mạnh xúc tiến đầu tư trên các lĩnh vực công nghệ cao, công nghệ thông tin; đơn đốc triển khai dự án; hỗ trợ hoạt động sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu phần mềm. Các Sở, ngành tiếp tục chú trọng thực hiện các giải pháp thúc đẩy phát triển sản xuất, thương mại; hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi sang sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng thiết yếu phục vụ nhu cầu phòng, chống dịch của thế giới. Trên cơ sở điều chỉnh Quy hoạch chung

thành phố đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, khẩn trương triển khai xây dựng và phê duyệt quy hoạch phân khu công nghệ cao; hoàn thành và sớm đưa vào hoạt động Khu Khu Công nghệ cao Đà Nẵng để liên kết ngành, tạo điều kiện thuận lợi trong sản xuất và thu hút các dự án đầu tư phát triển sản phẩm công nghệ cao.

Bốn là, cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư, kinh doanh, cải cách thủ tục hành chính. Nâng cao năng lực và sức cạnh tranh của doanh nghiệp công nghệ cao của thành phố bằng cách tập trung nâng cao năng lực khoa học công nghệ cho doanh nghiệp công nghệ cao và chế biến, chế tạo ưu tiên nhằm tạo sự bứt phá về hạ tầng, chuyển giao công nghệ, nâng cao năng lực hấp thụ công nghệ của doanh nghiệp công nghệ cao.

Năm là, tập trung phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, triển khai có hiệu quả Đề án Phát triển và Thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao vào thành phố đến năm 2030...

Tài liệu tham khảo:

- Ban Quản lý KCNC và các khu công nghệ cao Đà Nẵng (2021), Hướng dẫn số 432/HD-BQL về Khung tiêu chí đánh giá sự phù hợp, xét chọn công nghệ, sản phẩm của dự án đầu tư vào KCNC Đà Nẵng.*
- Ban Quản lý KCNC và các khu công nghệ cao Đà Nẵng (2022), Báo cáo thực trạng quản lý, sử dụng đất Khu công nghệ cao và các Khu công nghệ cao, Đà Nẵng.*
- Ban Quản lý Khu CNC và các khu công nghệ cao Đà Nẵng (2022), Báo cáo về tình hình hoạt động của các doanh nghiệp CNC tại KCNC Đà Nẵng, Phòng Quản lý Doanh nghiệp và Lao động, Đà Nẵng.*
- Chính phủ (2018), Cơ chế, chính sách ưu đãi đối với Khu công nghệ cao Đà Nẵng, Nghị định số 04/2018/NĐ-CP ngày 04/01/2018.*
- Trung tâm R&D truyền thông KH&CN (2021), Khu công nghệ cao Hòa Lạc: Bứt phá những không quên giữ mục tiêu, vai trò, sứ mệnh, Bộ Khoa học và Công nghệ, tại trang: <https://www.most.gov.vn/vn/tin-tuc/21559/khu-cong-nghe-cau-hoa-lac-but-pha-nhung-khong-quen-giu-muc-tieu-vai-tro-su-menh.aspx>, [truy cập ngày: 17/01/2023].*
- Tiến Lực (2022), 20 năm Khu công nghệ cao Thành phố Hồ Chí Minh: Mô hình thành công, Vietnamplus, tại trang: <https://www.vietnamplus.vn/20-nam-khu-cong-nghe-cau-thanh-pho-ho-chi-minh-mo-hinh-thanh-cong/825430.vnp>, [truy cập ngày: 17/01/2023].*
- Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng (2013), Quyết định số 36/2013/QĐ-UBND ngày 13/11/2013 về việc ban hành Quy định chính sách ưu đãi và hỗ trợ đầu tư vào Khu công nghệ cao Đà Nẵng.*
- Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng (2021), Quyết định số: 3395/QĐ-UBND ngày 26/10/2021 ban hành Đề án đẩy mạnh thu hút đầu tư vào Đà Nẵng giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030, Đà Nẵng.*
- Ủy ban Nhân dân thành phố Đà Nẵng (2023), Quyết định số 129/QĐ-UBND ngày 18/1/2023 về việc phê duyệt Đề án “Chương trình liên kết khu công nghệ cao Đà Nẵng với các doanh nghiệp trong các khu công nghệ cao, khu kinh tế khu vực miền trung giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến 2030”.*

TÁC ĐỘNG CỦA THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP ĐẾN ĐẦU TƯ CỦA DOANH NGHIỆP FDI VÀ DOANH NGHIỆP NGOÀI QUỐC DOANH Ở VIỆT NAM

Ths. Vũ Thị Huyền Trang*

Thuế TNDN là công cụ quan trọng được các nhà đầu tư, doanh nghiệp quan tâm. Theo Romer (2010), thuế được coi là nguồn thu chính của NSNN, là chìa khóa thúc đẩy tăng trưởng bền vững và xóa đói giảm nghèo, đồng thời nó là khoản tài trợ tài chính quan trọng cho các khoản đầu tư công cũng như giúp các quốc gia giảm dần sự phụ thuộc lâu dài vào viện trợ. Trong khi đó, Siddiqi (2008) cho rằng thuế là công cụ cốt lõi của chính phủ để đảm bảo các khoản chi và giúp đạt được mục tiêu tăng trưởng. Các chính sách thuế được sử dụng để thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội như phân bổ các nguồn lực thông qua tăng tiết kiệm, ổn định giá cả, kiểm soát mức sản xuất và tiêu thụ.

• Từ khóa: thuế TNDN, đầu tư của doanh nghiệp FDI, đầu tư của doanh nghiệp ngoài quốc doanh.

CIT is an important tool that investors and businesses are interested in. According to Romer (2010), taxes are considered as the main source of state budget revenue, the key to promoting sustainable growth, poverty alleviation, and an important financial aid for public investments as well as helping countries to achieve their goals. gradually reduce long-term dependence on aid. Besides, Siddiqi (2008) believes that taxes are the core tools of the government to ensure state budget expenditures and help achieve growth goals. Tax policies are used to realize socio-economic goals such as allocating resources through increasing savings, stabilizing prices, and controlling production and consumption levels.

• Key words: CIT, investment of FDI enterprises, investment of non-state enterprises.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

nếu lợi ích thu được từ đầu tư không đảm bảo theo như kỳ vọng do tăng thuế TNDN, họ sẽ cân nhắc hoặc thu hẹp và thậm chí là dừng đầu tư, gửi tiền vào ngân hàng để hưởng lãi suất thay vì đầu tư sản xuất... Khi đầu tư bị thu hẹp sẽ có tác động tới cân đối cung cầu làm cho hàng hóa trên thị trường khan hiếm, giá cả sẽ biến động theo chiều hướng tăng, thất nghiệp gia tăng, thu ngân sách nhà nước giảm... và có khả năng dẫn tới bất ổn định trong nền kinh tế. Ngược lại, khi giảm thuế sẽ khuyến khích các nhà đầu tư tăng tích lũy vốn, tăng tiết kiệm và mở rộng đầu tư để có lợi nhuận nhiều hơn và điều đó cũng làm cho kinh tế phát triển mạnh hơn. Thuế TNDN sẽ tác động tới hoạt động đầu tư của doanh nghiệp theo một số kênh sau:

[1] Thuế ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của doanh nghiệp

Theo lý thuyết về ưu đãi thuế: L.T.J. Wells, N.J. Allen, J. Morisset và N. Pirnia (2001) cho rằng các ưu đãi thuế là cách mà chính phủ tạo ra nhằm khắc phục những trở ngại trong môi trường kinh doanh. Bởi sẽ khó hơn và mất nhiều thời gian hơn để tự giải quyết các trở ngại đầu tư về các vấn đề như cơ sở hạ tầng thấp, kỹ năng lao động hạn chế, chi

1. Cơ sở lý luận về ảnh hưởng của thuế TNDN đến đầu tư

Thuế TNDN là sắc thuế trực thu, nên việc tăng/giảm thuế sẽ ngay lập tức tác động tới thu nhập cũng như lợi ích của nhà đầu tư. Khi chính phủ tăng thuế, nhà đầu tư sẽ phải nộp thuế nhiều hơn, thu nhập sẽ giảm đi và trong trường hợp đó sẽ không khuyến khích các nhà đầu tư gia tăng tích lũy, tăng tiết kiệm để mở rộng đầu tư. Đặc biệt,

* Viện Chiến lược và Chính sách tài chính; email: huyentrangncth@gmail.com

phí hóa đơn... hơn là đưa ra các khoản trợ cấp vốn hoặc ưu đãi thuế để làm giảm tác động của những trở ngại đó. Mặc dù các cơ quan xúc tiến đầu tư có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc điều phối các hoạt động của chính phủ để thu hút đầu tư, nhưng vấn đề quan tâm hàng đầu của các nhà đầu tư vẫn là các biện pháp khuyến khích đầu tư.

Theo lý thuyết chuẩn tắc (Normative Theory): D. Chua (1995) cho rằng mọi khuyến khích đầu tư đều có ưu điểm và nhược điểm, do vậy, rất khó để xác định một tập hợp các biện pháp khuyến khích phù hợp cho các nền kinh tế khác nhau với những thách thức và hoàn cảnh khác nhau. Vì thế, các quyết định đầu tư sẽ phụ thuộc vào bối cảnh của từng nền kinh tế, thẩm quyền của cơ quan quản lý thuế, loại hình đầu tư được thu hút, cũng như các ràng buộc ngân sách của chính phủ nhằm kích thích đầu tư vào lĩnh vực cần được đầu tư hoặc địa bàn đầu tư mong muốn. Trong đó, chính sách thuế thông qua tác động đến chi phí có thể khuyến khích hay hạn chế hoạt động đầu tư của doanh nghiệp.

Hệ thống thuế của một nền kinh tế có thể ảnh hưởng đến chi phí vốn thông qua làm giảm tỷ suất lợi nhuận của dự án, thay đổi chi phí tài chính thực hiện dự án, thay đổi chi phí đầu tư của dự án.... Trợ cấp vốn thường được sử dụng như các ưu đãi thuế để hỗ trợ đầu tư, và là một trong những yếu tố quyết định chính đến các quyết định đầu tư.

[2] Thuế ảnh hưởng đến nguồn vốn đầu tư của doanh nghiệp

Lý thuyết dòng tiền tự do của Jensen (1986) cho rằng, các DN phải đối mặt với các ràng buộc tài chính và dựa vào các khoản tài chính để tái đầu tư và đầu tư mới. Nếu một công ty bị hạn chế về khả năng huy động vốn bên ngoài thì gánh nặng thuế cao có thể buộc công ty phải từ bỏ các cơ hội đầu tư đã được thực hiện hoặc lên kế hoạch để chuyển sang các hoạt động đầu tư khác với chi phí thu hồi vốn thấp hơn.

Lý thuyết quỹ nội bộ của đầu tư: Đầu tư có mối quan hệ tỷ lệ thuận với lợi nhuận thực tế. Dự án đầu tư nào đem lại lợi nhuận cao sẽ được lựa chọn. Vì lợi nhuận cao, thu nhập giữ lại cho đầu tư sẽ lớn hơn và mức đầu tư sẽ cao hơn. Nguồn vốn cho đầu tư có thể huy động gồm: Lợi nhuận giữ lại, tiền trích khấu hao, đi vay... Vay mượn thì phải trả nợ, trường hợp nền kinh tế lâm vào tình trạng suy thoái, doanh nghiệp có thể không trả được nợ và

lâm vào tình trạng phá sản. Vì vậy theo lý thuyết quỹ nội bộ của đầu tư, các doanh nghiệp thường chọn biện pháp tài trợ cho đầu tư từ các nguồn vốn nội bộ và các khoản lợi nhuận tăng thêm. Việc giảm thuế thu nhập doanh nghiệp sẽ làm tăng lợi nhuận từ đó tăng đầu tư và tăng sản lượng, lợi nhuận tăng cũng có nghĩa là tăng quỹ nội bộ, từ đó tăng đầu tư.

[3] Thuế ảnh hưởng đến cấu trúc vốn của DN

Theo Petersen và cộng sự (1993), hành vi đầu tư của DN được chỉ dẫn bởi quy tắc ra quyết định sau: (i) tối đa hóa giá trị cổ phiếu đang lưu hành của công ty, (ii) đảm bảo cấu trúc vốn tối ưu của doanh nghiệp, gồm vốn chủ sở hữu và vốn vay. Một DN được coi là hoạt động tốt thì cần có cấu trúc vốn tối ưu với vốn chủ sở hữu nhiều, vốn vay ít, phải tồn tại lợi nhuận sau thuế, và các khoản lợi nhuận này không cần trích ra để thanh toán nợ thuế (nếu có). Tuy nhiên, chính sách thuế là nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro kinh doanh của doanh nghiệp và nợ của doanh nghiệp. Khi tỷ lệ giữa nợ vay so với vốn chủ sở hữu của DN tăng lên, sẽ khiến mức độ rủi ro của DN tăng theo, làm giảm giá trị DN. Khi giá trị DN giảm, cơ cấu vốn không còn tối ưu, việc huy động vốn cổ phần của DN cũng hạn chế, từ đó ảnh hưởng đến vấn đề đầu tư của DN.

Modigliani và Miller (1958) cho rằng thuế suất là công cụ quan trọng xác định cấu trúc vốn của một doanh nghiệp. Khi đối mặt với mức thuế suất doanh nghiệp cao, doanh nghiệp sẽ có xu hướng vay nợ nhiều hơn để tận dụng lợi thế của lá chắn thuế. Khi nợ tăng lên, trong trường hợp có rủi ro hoặc không có rủi ro tài chính thì lợi nhuận của DN cũng sẽ bị giảm đi so với không sử dụng lá chắn thuế. Từ đó cũng sẽ ảnh hưởng đến các quyết định đầu tư của DN.

Lý thuyết đánh đổi: Lý thuyết đánh đổi cấu trúc vốn cho rằng DN chỉ nên sử dụng một mức hạn nợ nhất định để tối đa hóa giá trị DN. Bởi vì cấu trúc vốn mục tiêu là điểm mà tại đó lợi ích từ lá chắn thuế có thể bù đắp được chi phí kiệt quệ tài chính. Tuy nhiên, khi hệ số nợ tăng lên đến một mức nào đó thì chi phí kiệt quệ tài chính sẽ vượt qua lợi ích của lá chắn thuế từ lãi vay. Từ đó, giá trị công ty sẽ giảm và gia tăng xác suất phá sản. Các nhân tố tác động đến cấu trúc vốn theo quan điểm đánh đổi cấu trúc gồm: Thuế thu nhập DN, chi phí kiệt quệ tài chính, tài sản cố định hữu hình, quy mô công ty và lợi nhuận...

2. Nghiên cứu thực nghiệm về tác động của thuế TNDN đến đầu tư

Các nghiên cứu thực nghiệm trên thế giới thường tập trung vào 02 vấn đề chính là ảnh hưởng của thuế TNDN đến dòng vốn đầu tư nước ngoài và ảnh hưởng của thuế đối với đầu tư của DN. Cụ thể:

Về ảnh hưởng của thuế đối với dòng vốn FDI

Sudsawasdi (2008) xem xét tác động của thuế TNDN và các hiệp định thuế đối với dòng vốn FDI vào các nước Đông Á, đặc biệt là các nước ASEAN-5 (Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore và Thái Lan) trong giai đoạn 1990 - 2003, thông qua mô hình hồi quy tuyến tính OLS. Kết quả cho thấy chưa có đủ bằng chứng cho rằng thuế TNDN có ảnh hưởng tới việc thu hút đầu tư FDI vào các nước Đông Á trong giai đoạn này.

Sato (2012) đặt mục tiêu tìm ra yếu tố nào sẽ hiệu quả trong việc thu hút FDI ở 30 nước thành viên OECD trong giai đoạn 1985-2007 dựa trên khung mô hình của Bénassy-Quéré et al. (2005). Kết quả cho thấy thuế doanh nghiệp có tác động tiêu cực tương đối mạnh đến dòng vốn FDI, việc giảm một điểm phần trăm trong thuế suất doanh nghiệp (thuế suất theo luật định có hiệu lực) của nước sở tại khiến vốn FDI vào nước sở tại tăng khoảng 2,4%.

Diamond et al. (2013) xem xét tác động của việc giảm thuế TNDN trong nền kinh tế Hoa Kỳ và 19 nước OECD trong khoảng thời gian 30 năm. Nghiên cứu đã phát hiện ra rằng thuế TNDN cao có ảnh hưởng tiêu cực đến đầu tư, đặc biệt ở Mỹ, nếu thuế suất cao hơn 1% có thể làm giảm dòng vốn FDI vào Mỹ 1,3% trong dài hạn.

Về ảnh hưởng của thuế đối với đầu tư doanh nghiệp

Chang Woon Nam, Doina Maria Radulescu (2006) thông qua phân tích thực nghiệm và tổng hợp từ các nghiên cứu về ảnh hưởng của thuế TNDN đến dòng vốn FDI đã rút ra một số kết luận: (i) Các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) phản ứng khá nhạy đối với các cải cách thuế TNDN, (ii) Các SME thường gặp các hạn chế khi tiếp cận thị trường vốn ở cả trong nước và quốc tế, do đó, các SME rất khó để huy động được nguồn tài chính dài hạn dưới dạng nợ và phần lớn các khoản đầu tư của họ là vốn tự có, tự tài trợ. Do đó, các khoản trợ cấp tài chính và ưu đãi thuế cho các SME sẽ góp phần

tạo ra một số lượng lớn việc làm và tăng cường mức độ khởi nghiệp của DN, (iii) các khoản ưu đãi của chính phủ có thể làm giảm sự khác biệt về hiệu quả hoạt động giữa doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và doanh nghiệp kém hiệu quả, và do đó gây ảnh hưởng đến quyết định đầu tư, lựa chọn thị trường đầu tư của các DN.

Nhiều tác giả Hines (1999), Wilson (1999), Devereux và Griffith (2002) cho rằng cải cách mở rộng cơ sở thuế và cắt giảm thuế suất được thực hiện ở các nước phát triển đã có những tác động cụ thể đến các động lực đầu tư của các doanh nghiệp. Thông thường, thuế thu nhập doanh nghiệp làm tăng chi phí sử dụng vốn, ảnh hưởng đến tỷ suất lợi nhuận cần thiết tính trên một khoản đầu tư; nếu thuế suất thấp hơn thường làm tăng động cơ đầu tư, trong khi các ưu đãi ít hơn gây tác động giảm đầu tư, hiệu quả tổng hợp tích cực hay tiêu cực của thuế đến đầu tư sẽ phụ thuộc cụ thể vào tác động của chính sách nào lớn hơn.

3. Tác động của thuế TNDN đến đầu tư của doanh nghiệp ngoài quốc doanh và FDI ở Việt Nam

Để đánh giá tác động của thuế TNDN tới đầu tư của DN ngoài quốc doanh (DNNN) và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (DNFDI), nghiên cứu sử dụng mô hình dữ liệu bảng, giai đoạn 2016 - 2019 ở 63 tỉnh thành địa phương, trong đó, các biến gồm vốn đầu tư thực hiện của DNNN (DTNN), vốn đầu tư thực hiện của DNFDI (DTFDI), tổng doanh thu (DT), tổng nợ phải trả (NOPHAITRA), tổng nợ ngắn hạn¹ (NONGANHAN), tổng nợ dài hạn² (NODAIHAN), lợi nhuận trước thuế (LNTT), quy mô tổng sản phẩm của địa phương (GDP), thuế TNDN của khu vực DNNN và khu vực DNFDI (TNDN). Nguồn dữ liệu lấy từ Bộ Tài chính, Sở tài chính địa phương, Niên giám thống kê, Sách trắng doanh nghiệp, ...

Mô hình hồi quy Pooled OLS tổng quát có dạng sau:

$$\text{Log}(Y)_{ij} = \alpha_0 + \alpha_{tj}^n * \sum_j^n \text{LOG}(X)_{tj}^n + \varepsilon_{ij}$$

Trong đó: Y = (DTNN, DTFDI); X = (DT, NOPHAITRA, NONGANHAN, NODAIHAN, TNDN, GDP); t = năm = (2016, 2017, 2018,

¹ Trong đó bao gồm: Thuế và các khoản phải nộp nhà nước

² Trong đó bao gồm thuế thu nhập hoãn lại phải trả tại thời điểm báo cáo.

2019); n = số địa phương = 1...63; j = số biến giải thích = 1...6;

[1] Tác động của thuế TNDN đối với đầu tư của doanh nghiệp ngoài quốc doanh

Bảng 2. Kết quả phân tích tác động của thuế TNDN đối với DTNNN

Biến	Hệ số	Thống kê t	P-value
LOG(DT)	0,123	1,095	0,005
LOG(GDP)	0,903	12,777	0,000
LOG(NOPHAITRA)	-0,065	-2,775	0,0002
LOG(TNDN)	0,0017	-0,178	0,9369
C	-1,151	0,365	0,0253
R ²	0,855		

Kết quả ước lượng mô hình Pooled OLS phân tích tác động của thuế TNDN đối với đầu tư của khu vực DN ngoài nhà nước cho thấy:

Quy mô GDP là biến quan trọng có tác động cùng chiều đối với đầu tư DNNNN; quy mô GDP càng lớn thì đầu tư càng tăng. Bên cạnh đó, kết quả ước lượng cũng cho thấy hệ số co giãn giữa DTNNN và GDP là tương đối lớn (0,9) tức là đầu tư của DN phản ứng rất nhạy đối với triển vọng tăng trưởng kinh tế của địa phương.

Tổng doanh thu của DNNNN cũng là biến ảnh hưởng cùng chiều khá mạnh đối với đầu tư của DN. Doanh thu của DN tăng tức doanh nghiệp sẽ có thêm vốn, nhất là chủ sở hữu để triển khai các kế hoạch đầu tư dự án, với hệ số ảnh hưởng = 0,123, tức nếu doanh thu của doanh nghiệp tăng 10% thì vốn đầu tư thực hiện của DN sẽ tăng 1,23%.

Tổng nợ phải trả là biến có ảnh hưởng nghịch chiều khá rõ đối với đầu tư của doanh nghiệp. Với hệ số ảnh hưởng là -0,065% cho thấy, nếu tổng nợ phải trả của DN tăng 1% thì sẽ trực tiếp làm giảm nguồn vốn đầu tư thực hiện của DN khoảng 0,065%. Mặc dù hệ số ảnh hưởng ước lượng thu được tương đối nhỏ, nhưng trong thực tiễn, tổng nợ phải trả của doanh nghiệp là rất lớn, chẳng hạn năm 2019, tổng nợ bình quân của DNNNN gấp 2 lần vốn tự có của doanh nghiệp, do đó, nếu tổng nợ phải trả tăng 1% thì vốn tự có của DN sẽ giảm tương ứng 2% (do phải dành để trả nợ), do đó tác động làm giảm nguồn vốn của DN dự kiến dành cho hoạt động đầu tư. Nhìn chung, việc gia tăng gánh nặng tổng nợ phải trả sẽ gây ra những ảnh hưởng tiêu cực đến vốn đầu tư thực hiện của doanh nghiệp ở hiện tại và ảnh hưởng tiêu cực đến các kế hoạch, quyết định đầu tư của doanh nghiệp trong

tương lai.

Trong giai đoạn 2016 - 2019, nghiên cứu không tìm thấy tác động rõ ràng nào của thuế TNDN đối với đầu tư của DNFDI và DNNNN, do hệ số ước lượng không có ý nghĩa thống kê. Tuy vậy, thuế TNDN lại có ảnh hưởng cùng chiều đối với tổng nợ phải trả, cứ 1% tăng lên của thuế TNDN sẽ làm tổng nợ phải trả tăng thêm 0,054%, trong khi đó, kết quả phân tích cũng cho thấy, nợ phải trả tăng 1% thì đầu tư của DNNNN giảm 0,065%. Như vậy, thuế TNDN sẽ có ảnh hưởng gián tiếp đến đầu tư của DN thông qua kênh nợ phải trả.

Bảng 3. Ảnh hưởng của thuế TNDN đối với tổng nợ phải trả

Biến	Hệ số	Thống kê t	P-value
LOG(TNDN)	0,054	2,496	0,0135
C	1,532	11,604	0,0000
LOG(NONGANHAN)	0,645	25,257	0,0000
LOG(NODAIHAN)	0,242	12,844	0,0000
R ²		0,964	

[2] Tác động của thuế TNDN đối với đầu tư của DNFDI

Bảng 4. Tác động của thuế TNDN đối với đầu tư của doanh nghiệp FDI

Biến	Hệ số	Thống kê t	P-value
LOG(TNDN)	0,183	1,881	0,0617
LOG(DT)	-0,154	-2,252	0,0257
LOG(GDP)	0,233	1,096	0,2747
LOG(NOPHAITRA)	0,680	9,482	0,0000
C	-0,404	-0,198	0,8429
R ²		0,936	

Từ kết quả phân tích tác động của thuế TNDN đối với đầu tư của DNFDI cho thấy, DNFDI đưa ra các quyết định triển khai các kế hoạch đầu tư dự án hoặc đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh chủ yếu là xem xét các yếu tố như khả năng tiếp cận vốn tín dụng trên thị trường, thuế TNDN. Cụ thể:

Tổng DT của DNFDI có ảnh hưởng ngược chiều đến vốn đầu tư của DNFDI (hệ số = -0,154), kết quả này cũng phản ánh khá thực tế hiện tượng báo lỗ của các DNFDI trong giai đoạn nghiên cứu qua nhằm trốn tránh nghĩa vụ thuế TNDN.

Quy mô GDP hay triển vọng kinh tế tích cực có ảnh hưởng cùng chiều đến vốn đầu tư của DNFDI nhưng không có ý nghĩa về mặt thống kê, điều này cho thấy, triển vọng tăng trưởng kinh tế địa phương có thể là yếu tố thúc đẩy đầu tư nhưng chưa phải là yếu tố có tính quyết định.

Tổng nợ phải trả có ảnh hưởng cùng chiều đến vốn đầu tư của DNFDI, với hệ số ảnh hưởng = 0,68% cho thấy, nếu tổng nợ phải trả của DNFDI tăng 1% thì vốn đầu tư thực hiện của DNFDI sẽ tăng 0,68%. Kết quả nghiên cứu này cũng phù hợp với Lý thuyết dòng tiền tự do của Jensen (1986), tức là các DN có thuận lợi về khả năng vay vốn bên ngoài sẽ tạo ra gánh nặng thuế thấp, từ đó giúp công ty có thêm cơ hội để thực hiện các dự án đầu tư dang dở hoặc lên kế hoạch bổ sung các dự án đầu tư mới. Đồng thời, từ kết quả ước lượng này cũng đã góp phần kiểm nghiệm vấn đề thực tế là DNFDI mà đa số đều là các DN có quy mô lớn, sử dụng các khoản nợ vay như là một lá chắn thuế trong việc giảm lượng tiền thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp cho nhà nước bằng cách giảm thu nhập chịu thuế, gây ra các khoản thất thu thuế TNDN của NSNN.

Thuế TNDN có ảnh hưởng cùng chiều đối với vốn đầu tư thực hiện của DNFDI. Với hệ số ảnh hưởng = 0,18 cho thấy chính sách thuế TNDN giai đoạn 2016 - 2019 đã có tác động hỗ trợ và thúc đẩy các hoạt động đầu tư của DNFDI.

Như vậy, có thể thấy rằng:

(i) Triển vọng tăng trưởng kinh tế là nhân tố khá quan trọng thu hút đầu tư và thúc đẩy các hoạt động gia tăng vốn đầu tư của DN. Nhân tố này có tác động mạnh tới quyết định và thực hiện đầu tư của khu vực DNNNN hơn là khu vực DNFDI;

(ii) Doanh thu là biến cũng thể hiện tác động rõ ràng đối với hoạt động đầu tư của cả hai loại hình doanh nghiệp. Đối với khu vực DNNNN, doanh thu tăng tương đương với việc mở rộng đầu tư và đây là biến có mức độ tác động lớn thứ hai sau GDP. Đối với khu vực DNFDI, hệ số ước lượng doanh thu đã phản ánh thực tiễn đầu tư của DNFDI ở Việt Nam, khi mà tình trạng báo lỗ liên tục nhưng việc mở rộng đầu tư, sản xuất kinh doanh vẫn gia tăng.

(iii) Nợ phải trả là yếu tố có ảnh hưởng đến đầu tư. Đối với khu vực DNNNN, tổng nợ phải trả là biến gây thu hẹp quy mô đầu tư nhưng mức độ ảnh hưởng không đáng kể, cho thấy gánh nặng nợ được tạo ra từ thuế TNDN có ảnh hưởng không lớn đối với vấn đề đầu tư của DNNNN. Đối với DNFDI, hệ số ảnh hưởng của nợ phải trả đối với đầu tư của DNFDI là lớn nhất trong các biến được xem xét trong mô hình, điều này thể hiện rằng các khoản

nợ phải trả của doanh nghiệp được tạo lên từ việc giãn, hoãn... thực hiện các nghĩa vụ tài chính của DNFDI đối với nhà nước đã có tác động thúc đẩy, mở rộng đầu tư của DN FDI;

(iv) Thuế TNDN là biến có mức độ ảnh hưởng tương đối khác nhau đối với hai loại hình doanh nghiệp. Đối với khu vực DNNNN, qua kênh gián tiếp là nợ phải trả đã cho thấy, gánh nặng thuế TNDN gây ra tác động thu hẹp quy mô đầu tư của khu vực DNNNN, mặc dù ảnh hưởng thấp. Ngược lại, đối với khu vực DNFDI, thuế TNDN lại có tác động tích cực rõ ràng đối với đầu tư.

(v) Về mức độ tác động của các biến trong mô hình đối với đầu tư cho thấy: Đối với DNNNN, triển vọng tăng trưởng kinh tế, quy mô kinh tế là có thể được xem là yếu tố quan trọng nhất để cân nhắc các quyết định đầu tư hoặc mở rộng đầu tư; Đối với khu vực DNFDI thì việc đầu tư lại được dựa trên các yếu tố cấu thành nên nợ phải trả (nợ ngắn hạn, nợ dài hạn) hơn là các vấn đề về triển vọng hay quy mô GDP.

4. Dự báo xu hướng đầu tư ở Việt Nam thời gian tới

Giai đoạn 2021 - 2025, triển vọng kinh tế trong nước và quốc tế được đánh giá là khó lường, khó đoán định, với sự xuất hiện của nhiều xu hướng đầu tư mới. Việt Nam được đánh giá là có khá nhiều lợi thế, tiềm năng để thu hút và thúc đẩy các hoạt động đầu tư như khả năng kiểm soát dịch bệnh tốt, môi trường kinh doanh được cải thiện, hội nhập quốc tế đã góp phần nâng cao vị thế và sức hấp dẫn của Việt Nam trong chiến lược kinh doanh của các nhà đầu tư nước ngoài, nguồn lao động dồi dào có chất lượng,...

Để dự báo đầu tư của DNNNN và DNFDI trong giai đoạn 2021 - 2025, nghiên cứu đã xây dựng 03 kịch bản, trong đó giả định kinh tế vĩ mô Việt Nam: (i) ổn định như giai đoạn 2016 - 2019, (2) chính phủ sẽ giảm 1% thuế suất phổ thông thuế TNDN (từ 20% xuống còn 19%) đồng thời tích cực cải cách thủ tục hành chính nhằm giảm các chi phí tuân thủ TTHC cho doanh nghiệp, (3) giữ nguyên thuế suất thuế TNDN (20%) và cắt giảm 20% ưu đãi hiện có đối với khu vực FDI.

Kết quả dự báo cho thấy: (i) đối với DNNNN, triển vọng kinh tế tích cực sẽ thúc đẩy các hoạt động đầu tư gia tăng, tuy nhiên, nếu đi kèm với các cải cách TTHC và hỗ trợ thuế thì đầu tư của khu

vực này sẽ tăng trưởng mạnh mẽ hơn, mức tăng bình quân có thể đạt khoảng 10,8% và chiếm tỷ trọng khoảng 15,6% GDP, (ii) đối với DNFDI: kết quả dự báo từ các kịch bản đưa ra cho thấy việc cắt giảm ưu đãi đối với DNFDI ước tính sẽ tạo ra những ảnh hưởng tiêu cực nhất định đến việc đầu tư của DNFDI, trong khi đó, việc giảm chi phí tuân thủ thủ tục hành chính có thể đem lại hiệu quả thúc đẩy và mở rộng hoạt động đầu tư với mức tăng trưởng vốn đầu tư thực hiện có thể đạt được là 14,5% và tỷ trọng so với GDP khoảng 9,5%.

Bảng 5. Kết quả dự báo đầu tư của DNNNN và DNFDI giai đoạn 2021 - 2025

	2020	2021	2022	Quý I/2023	Dự báo 2021 - 2025		
					KB1	KB2	KB3
FDI							
% tăng so với năm trước	-1,3	-1,1	13,9	-1,1	13,14	14,47	10,4
Tỷ trọng so GDP (%)	7,36	5,45	5,49	4,41	7,94	9,45	7,34
DNNNN							
% tăng so với năm trước	3,1	7,2	8,9	1,8	9,63	10,8	
Tỷ trọng so GDP (%)	15,45	20,48	19,69	14,28	15,05	15,58	

Một số kiến nghị nhằm tăng cường hoạt động đầu tư của DN trong thời gian tới như sau:

Đối với DNNQD: Các ưu tiên định hướng chính sách có thể tập trung vào một số nhóm như: (i) Cải cách thủ tục hành chính đi kèm với giảm các chi phí tuân thủ thuế, đặc biệt là các thủ tục hành chính về đầu tư, môi trường, đất đai; (ii) Tăng cường khả năng tiếp cận tài chính cũng như các ưu đãi tín dụng để hỗ trợ nguồn vốn cho DN; (iii) Giải quyết những thiếu hụt về kỹ năng và thực tiễn quản lý để tăng cường năng lực quản trị doanh nghiệp; (iv) Xem xét ưu đãi về thuế để tăng tính động viên của chính sách thuế đối với một số lĩnh vực khuyến khích phát triển của nhà nước nhằm thu hút các doanh nghiệp ngoài quốc doanh tham gia.

Đối với DN FDI: Một số kiến nghị cần được xem xét: (i) Kết quả phân tích chưa tìm thấy tác động rõ ràng nào của thuế TNDN đến đầu tư của FDI, tuy nhiên, thuế TNDN lại ảnh hưởng tiêu cực đến đầu tư của doanh nghiệp thông qua kênh nợ phải trả. Các DNFDI hoạt động tốt có thể tận dụng các nguồn vốn bổ sung, chẳng hạn từ các khoản nợ thuế được gia hạn để tăng cường hoạt động sản xuất kinh doanh, phát triển doanh nghiệp; tuy nhiên, đối với các DNFDI hoạt động kém hiệu quả

thì việc dồn đọng các khoản nợ chậm trả sẽ làm tăng thêm gánh nặng chi phí và ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp, về lâu dài doanh nghiệp có thể dẫn đến phá sản. Do đó, cần đẩy mạnh việc kiểm tra, thanh tra hoạt động sản xuất kinh doanh của các DN FDI, chống chuyển giá, kê khai sai chi phí, từ đó vừa truy thu, bổ sung thêm nguồn thu cho NSNN; đồng thời thu hút có chọn lọc để tăng cường hiệu quả đầu tư và tạo tác động lan tỏa tích cực đến các doanh nghiệp trong nước; (ii) Việc điều chỉnh chính sách cần phù hợp và theo kịp với những biến động của kinh tế toàn cầu và những thay đổi trong chiến lược, kế hoạch thu hút FDI của các nước trên thế giới, đặc biệt là ở các nước đối tác đầu tư chính của Việt Nam; (iii) Tích cực cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao khả năng cạnh tranh trong thu hút FDI nhờ các nền tảng vĩ mô tích cực, triển vọng kinh tế khả quan... trong đó cần tích cực đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính để giảm thiểu chi phí tuân thủ thuế, đặc biệt là các chi phí không trực tiếp, (iv) cần xem xét đánh giá các mặt được, chưa được của các nhóm lợi ích thu hút đầu tư, để phát huy những điểm mạnh, khắc phục các tồn tại, hạn chế nhằm mang lại hiệu quả tốt hơn trong thu hút FDI trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo:

Egger, P. and Raff, H. (2011), *Tax Rate and Tax Base Competition for Foreign Direct Investment*, Kiel Working Papers, No: 1734, September 2011

Hội đồng tư vấn cải cách thủ tục hành chính của Thủ tướng Chính phủ (2021), *Báo cáo: Năng lực cạnh tranh của Việt Nam từ đánh giá của nhà đầu tư nước ngoài và Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu 4.0 của Diễn đàn Kinh tế thế giới, Tài liệu dự án thúc đẩy cải cách và nâng cao năng lực kết nối của doanh nghiệp nhỏ và vừa*

Lê Minh Phương (2019), *Hoàn thiện thuế thu nhập doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay*, Luận án tiến sĩ 2019, Học viện Tài chính.

Liên minh công bằng thuế Việt Nam (2019), *Chi tiêu thuế ở Việt Nam - trường hợp thuế thu nhập doanh nghiệp*, Viện nghiên cứu kinh tế và chính sách (VEPR), Nhà xuất bản Đại học quốc gia Hà Nội

Olaleye, M.O., Riro, G.K., Memba, F.S. (2016), *Effect of reduced company income tax incentives on Foreign direct investment in listed Nigerian manufacturing companies*, *European Journal of Business, Economics & Accountancy*, 4 (1), 39-54

OXFAM & VEPR (2020), *Hướng tới chính sách thuế bền vững trong khối ASEAN: Trường hợp ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp*, Báo cáo tóm tắt.

Sato, T. (2012), *Empirical Analysis of Corporate Tax and Corporate Tax and Foreign Direct Investment*, *Public Policy Review*, 8 (1): 1-20.

Sudsawasd, S. (2008), *Taxation, Business Regulation and Foreign Direct Investment in East Asia*, *The ASEAN Economic Community and Beyond*, ERIA Research Project Report 2007-1-2.

Th.S. Phan Thúy Thảo (2020), *Nhận tố hấp dẫn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài từ các nước Đông Bắc Á vào Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Đại học KTQD Hà Nội.

VCCI (2021), *Báo cáo một số kết quả từ Khảo sát doanh nghiệp năm 2020: Thủ tục hành chính trong lĩnh vực đầu tư, đất đai, xây dựng, môi trường*.

CƠ CHẾ TÀI CHÍNH DỰ ÁN BOT VÀ HIỆU QUẢ CỦA DỰ ÁN BOT Ở VIỆT NAM

TS. Nguyễn Quang Hưng*

Cơ chế tài chính dự án BOT và hiệu quả của dự án BOT, nhất là các dự án BOT ngành giao thông có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam. Trong phạm vi bài viết, tác giả khái quát về cơ chế tài chính và tình hình thực hiện dự án BOT về những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân hạn chế. Trên cơ sở đó, đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả của các dự án BOT trong ngành giao thông ở Việt Nam.

• Từ khóa: hiệu quả; dự án BOT; cơ chế tài chính cho dự án BOT.

The financial mechanism of BOT projects and the effectiveness of BOT projects, especially BOT projects in the transport sector, are of great significance in socio-economic development in Vietnam. Within the scope of the article, the author gives an overview of the financial mechanism and the implementation of the BOT project in terms of achieved results, limitations and causes. On that basis, propose some solutions to improve the efficiency of BOT projects in the transport sector in Vietnam.

• Key words: efficiency; BOT project; financial mechanism for BOT projects.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phân biên: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phân biên: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

Trong bối cảnh Việt Nam hiện nay, việc thực hiện được các hợp đồng BOT (Hợp đồng Xây dựng - Kinh doanh - Chuyển giao) có ý nghĩa quan trọng trong việc thu hút vốn từ khu vực tư nhân, giảm gánh nặng cho ngân sách Nhà nước, góp phần nâng cao hiệu quả đầu tư, nâng cao chất lượng dịch vụ công, nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy phát triển bền vững. Hợp đồng BOT mang lại nguồn vốn quan trọng trong việc phát triển hạ tầng, đặc biệt là hạ tầng giao thông cùng với vốn ngân sách Nhà nước và vốn vay nước ngoài, vốn tín dụng, vốn từ thị trường chứng khoán, bao gồm cả cổ phiếu và trái phiếu.

Theo hình thức này, nhà đầu tư thực hiện việc xây dựng và vận hành công trình hạ tầng trong thời gian nhất định, Chính phủ dành cho nhà đầu tư quyền kinh doanh công trình, gồm cả việc thu phí từ người sử dụng dịch vụ để thu hồi vốn đầu tư và thu lợi nhuận; hết thời gian theo thỏa thuận, nhà đầu tư chuyển giao không bồi hoàn cho Nhà nước. Hợp đồng BOT được thực hiện theo phương thức: Nhà đầu tư thành lập doanh nghiệp BOT để tổ chức, quản lý, kinh doanh dự án hoặc thuê tổ chức quản lý và doanh nghiệp đó phải chịu trách nhiệm hoàn toàn. Đây là mô hình rất phổ biến ở nước ta hiện nay, góp phần phát triển hệ thống hạ tầng phục vụ phát triển bền vững. Tuy nhiên, trong những năm qua, các doanh nghiệp BOT còn gặp khá nhiều vướng mắc trong cơ chế tài chính đối với các dự án BOT, cần nghiên cứu và có những tháo gỡ kịp thời.

Hiện nay, có rất nhiều quan niệm khác nhau về cơ chế tài chính.

Theo từ điển Thuật ngữ kinh tế học, cơ chế tài chính là “tổng thể các biện pháp, hình thức tổ chức quản lý quá trình tạo lập, phân phối và sử dụng các nguồn tài chính trong nền kinh tế quốc dân. Cơ chế tài chính phải phù hợp và thích ứng với cơ chế quản lý kinh tế của từng giai đoạn phát triển của xã hội”.

“Cơ chế tài chính cũng được hiểu là cách thức tồn tại của doanh nghiệp; chỉ hoạt động tài chính của tổng thể các hoạt động tài chính đang diễn ra và tương tác giữa chúng trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp, đơn vị, tổ chức... hoặc của toàn bộ nền kinh tế quốc dân”.

Cơ chế tài chính cho các dự án BOT có thể hiểu

* Học viện Tài chính

là tổng thể các biện pháp, các hình thức tổ chức quản lý quá trình tạo lập, phân phối và sử dụng các nguồn tài chính cho hoạt động của dự án BOT.

Cơ chế tài chính đề cập đến cách thức mà một doanh nghiệp, tổ chức hoặc chương trình nhận được nguồn vốn cần thiết để duy trì hoạt động. Ví dụ: cơ chế tài chính của một Chính phủ thường đến từ thuế Nhà nước, kim ngạch xuất khẩu và các nguồn thu khác, sau đó được sử dụng để phân bổ cho các ngành, địa phương, các lĩnh vực của nền kinh tế. Cơ chế tài chính của doanh nghiệp, tổ chức kinh tế có thể nhận được nguồn vốn để phục vụ cho mục đích sản xuất kinh doanh từ nhiều nguồn khác nhau như từ việc bán sản phẩm, hàng hóa, bán cổ phần, vay của ngân hàng và tổ chức tín dụng, vốn góp của các bên liên doanh...

Hình thức cơ chế tài chính phổ biến nhất của một doanh nghiệp là doanh thu. Đây là số tiền mà doanh nghiệp thu được do cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cho khách hàng. Đối với các doanh nghiệp có quy mô lớn hay các Tập đoàn kinh tế có thể sử dụng việc tạo ra và bán cổ phiếu như một hình thức của cơ chế tài chính. Đồng thời, các doanh nghiệp, Tập đoàn, tổ chức kinh tế còn có thể vay tiền từ các ngân hàng, các tổ chức tín dụng hay nhận vốn góp từ các bên liên doanh để có đủ vốn phục vụ cho sản xuất kinh doanh.

Về mặt lý luận, cần phân biệt rõ giữa “cơ chế tài chính” và “cơ chế quản lý tài chính”. Nếu cơ chế tài chính là “tổng thể các biện pháp, hình thức tổ chức quản lý quá trình tạo lập, phân phối và sử dụng các nguồn tài chính trong nền kinh tế quốc dân thì “cơ chế quản lý tài chính” được xem là hệ thống các quy định, nguyên tắc, biện pháp và chính sách tác động lên hoạt động tài chính phát sinh trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp, tổ chức nhằm đảm bảo cho hoạt động tài chính diễn ra và đạt được mục tiêu đã đề ra.

Về mục tiêu của “cơ chế tài chính” là nhằm huy động vốn để doanh nghiệp, tổ chức có đủ vốn cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh. Còn mục tiêu của “cơ chế quản lý tài chính” là tổ chức rà soát, bổ sung, điều chỉnh lại cơ chế quản lý cũ nhằm phát triển hoạt động tài chính phù hợp với thực tiễn để đạt được mục tiêu quản lý đã xác định.

Cơ chế tài chính là hệ quả của cơ chế quản lý tài chính. Những vấn đề tồn đọng của cơ chế tài chính sẽ đặt ra nhiệm vụ cần phải giải quyết cho cơ chế quản lý tài chính. Chính vì thế, nhiệm vụ quan

trọng của cơ chế quản lý tài chính là phải thường xuyên thay đổi, hoàn thiện cơ chế tài chính phù hợp với từng giai đoạn phát triển của kinh tế - xã hội nhằm đạt được sự phát triển.

Thời gian qua, mặc dù Việt Nam đã thực hiện nhiều giải pháp đẩy mạnh việc thực hiện chính sách pháp luật về đầu tư và khai thác các công trình giao thông theo hình thức hợp đồng BOT, song vẫn chưa đạt được hiệu quả mong muốn. Trong vòng ba, bốn năm trở lại đây, hầu hết các Bộ, ngành, địa phương trong cả nước không triển khai được các dự án mới thuộc lĩnh vực giao thông vận tải theo hình thức hợp đồng BOT. Đặc biệt là nhiều công trình, cơ sở hạ tầng chưa đảm bảo về chất lượng cũng như tiến độ và thời gian thực hiện, chất lượng xây dựng và bảo trì một số dự án chưa đạt yêu cầu, nhiều công trình nhanh chóng xuống cấp sau một vài năm. Nhiều dự án bộc lộ rõ sự hạn chế trong năng lực tổ chức thi công của nhà thầu; công tác giải phóng mặt bằng còn chậm do nhiều hộ dân không đồng ý với phương án giải phóng mặt bằng; tình trạng khiếu nại còn xảy ra nhiều, dẫn đến thời gian thực hiện và triển khai dự án kéo dài, không đảm bảo tiến độ theo hợp đồng đã ký kết; công tác quyết toán còn nhiều khó khăn và kéo dài, nhiều dự án đã hoàn thành nhưng chưa quyết toán xong để làm cơ sở xác định thời gian hoàn vốn và xác định lịch trả nợ vay ngân hàng. Bên cạnh đó, nhiều công trình có chi phí phát sinh cao, thời gian thi công kéo dài, dẫn đến tăng cao thêm chi phí đầu tư. Điều này, đã gây nhiều khó khăn cho công tác quản lý và vận hành dự án. Điển hình như dự án đường sắt Nhôn-Ga Hà Nội; đường sắt Cát Linh- Hà Đông...

Trên thực tế, nhiều doanh nghiệp BOT đang phải đối mặt với việc trả lãi vay, trong khi doanh thu còn gặp không ít khó khăn, đặc biệt là các dự án về hạ tầng giao thông. Bởi lẽ, các dự án này thường cần có số vốn lớn, trong đó do sử dụng nhiều đất đai nên chi phí giải phóng mặt bằng lớn và có tỷ trọng cao trong tổng số vốn đầu tư dự án; thời gian thu hồi vốn dài và chủ yếu doanh thu từ nguồn phí giao thông, mà những năm đầu doanh thu thường rất thấp. Trong khi đó, vốn vay ngân hàng và các tổ chức tài chính tín dụng lớn nên lãi vay phải trả lớn, thông thường chiếm tới 30% tổng mức đầu tư và những năm đầu thường cao, sau đó mới giảm dần (ngược với doanh thu). Điều này, xảy ra tình trạng những năm đầu, các doanh nghiệp này thường lỗ lớn, về sau mới có lãi. Đây là một vấn đề không phù hợp với thông lệ, chuẩn mực tài chính quốc tế.

Hiện trạng này, mâu thuẫn với hợp đồng dự án đã được ký kết giữa các bên liên quan là đảm bảo lợi nhuận hàng năm theo tỷ suất sinh lời trong suốt vòng đời của dự án BOT. Vì vậy, cần có những giải pháp hữu hiệu nhằm xử lý những bất cập trong chính sách đối với các dự án BOT để tạo điều kiện cho các dự án này đạt được hiệu quả tích cực.

Trong những năm gần đây, Chính phủ đã có sự hỗ trợ trực tiếp cho các dự án đầu tư theo hình thức BOT thông qua việc đầu tư vào các hạng mục hạ tầng cụ thể như xây dựng công trình phụ trợ hoặc hỗ trợ giải phóng mặt bằng, tái định cư hay hỗ trợ chi phí trong giai đoạn đầu tư. Đặc biệt là đối với các dự án giao thông đường bộ thì chi phí giải phóng mặt bằng, tái định cư thường chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng mức đầu tư. Trong khi đó, khi dự án hoàn thành đưa vào sử dụng, các dự án BOT được thu phí của người sử dụng, số này được dùng để hoàn vốn đầu tư và hình thành lợi nhuận. Việc áp dụng cơ chế phí đường bộ làm cho các nhà đầu tư dự án ít có dư địa đàm phán về giá vé.

Nhiều dự án BOT trong ngành giao thông đã và đang nhận được hỗ trợ từ ngân sách Nhà nước cho công tác giải phóng mặt bằng, tái định cư và xây dựng công trình phụ trợ. Tính đến hết năm 2022, tổng số vốn ngân sách trung ương hỗ trợ cho các dự án BOT ước tính khoảng trên 15.420 tỷ đồng, chiếm 3,85% ngân sách Nhà nước hỗ trợ cho các dự án BOT giao thông đường bộ/tổng mức đầu tư của các dự án BOT. Điều này cho thấy, sự hỗ trợ từ NSNN cho các dự án BOT còn khá khiêm tốn.

Ưu đãi về thuế: các dự án BOT không có ưu đãi về thuế so với các dự án khác. Tuy nhiên, do các dự án này thuộc lĩnh vực kết cấu hạ tầng- một lĩnh vực thuộc diện đặc biệt khuyến khích đầu tư của Chính phủ, do đó, chính sách ưu đãi về thuế được xem xét áp dụng mức cao hơn so với các dự án thông thường. Chẳng hạn như miễn thuế đất hoặc tiền thuê sử dụng đất; miễn, giảm thuế TNDN trong một thời gian; áp dụng thuế suất thấp hơn so với các dự án kinh doanh khác; miễn, giảm thuế xuất nhập khẩu; được hưởng ưu đãi về thuế GTGT... Tuy nhiên, các doanh nghiệp BOT cũng chưa được hưởng lợi nhiều từ các chính sách ưu đãi của Chính phủ, bởi chi phí đầu tư ban đầu của các dự án này thường lớn nên dòng tiền những năm đầu thường âm.

Về chính sách giá, phí. Việc áp dụng cơ chế giá, phí cho các dịch vụ hạ tầng tạo ra lợi thế khác nhau

đối với từng ngành. Đối với các dịch vụ áp dụng cơ chế phí, việc xác định phí, lộ trình tăng phí và thủ tục thu phí phải thực hiện theo quy định của pháp luật hiện hành. Trong khi đó, đối với cơ chế giá thì cơ chế quản lý của Nhà nước không được chặt chẽ như cơ chế phí, thậm chí nhà đầu tư và cơ quan Nhà nước có thẩm quyền có thể sử dụng mức giá để bù đắp cho những thiếu hụt tài chính mà không đòi hỏi Nhà nước phải hỗ trợ trực tiếp. Trong trường hợp này giá dịch vụ có thể được xem như một tiêu chí để chọn nhà đầu tư. Đối với các dự án BOT ngành giao thông, doanh nghiệp dự án BOT bán trực tiếp dịch vụ và thu phí từ người sử dụng, phí sử dụng đường bộ chính là mức phí mà doanh nghiệp BOT ký hợp đồng với cơ quan Nhà nước có thẩm quyền. Theo phương thức này, Nhà nước không phải bù đắp phần thiếu hụt doanh thu cho doanh nghiệp BOT nhưng rủi ro về doanh thu đối với các doanh nghiệp BOT là rất lớn.

Về cam kết bảo lãnh vốn vay cho nhà đầu tư: theo quy định của Luật Quản lý nợ công, doanh nghiệp thực hiện dự án phải đảm bảo tối thiểu 20% vốn chủ sở hữu so với tổng mức vốn đầu tư của dự án. Đối với trường hợp doanh nghiệp liên doanh với nước ngoài, Chính phủ chỉ bảo lãnh 80% vốn vay trên tỷ lệ vốn bên phí Việt Nam tham gia liên doanh. Ngoài ra, quyền thế chấp tài sản hình thành, quyền mua ngoại tệ, cam kết bảo lãnh khác đối với nhà đầu tư cũng được Chính phủ xem xét.

Kết quả đạt được

Việc triển khai thực hiện các dự án giao thông theo hình thức BOT là phù hợp với Chiến lược và quy hoạch phát triển giao thông vận tải Việt Nam cũng như nhu cầu, định hướng phát triển kinh tế- xã hội. Các dự án xây dựng, mở rộng, nâng cao đường bộ được đầu tư theo hình thức BOT trong thời gian qua đã mang lại kết quả to lớn. cụ thể:

Thứ nhất, hệ thống giao thông đường bộ có sự chuyển biến rõ rệt. Nhiều công trình đầu tư theo hình thức BOT hoàn thành đưa vào sử dụng đã phát huy hiệu quả lớn, tạo động lực phát triển kinh tế- xã hội, đảm bảo quốc phòng-an ninh; giảm ùn tắc, tai nạn giao thông, hạn chế ô nhiễm môi trường và trực tiếp làm tăng năng lực cạnh tranh của nền kinh tế;

Thứ hai, trong điều kiện NSNN còn hạn hẹp và nguồn vốn ODA còn hạn chế thì việc huy động vốn thông qua hình thức BOT là hướng đi đúng để giảm bớt khó khăn cho ngân sách Nhà nước; giải quyết việc làm cho người lao động.

Hạn chế

Thứ nhất, một số dự án được thực hiện theo đề xuất của nhà đầu tư, được chỉ định thầu, chưa đảm bảo tính cạnh tranh, minh bạch; công tác giám sát trong quá trình thực hiện hợp đồng chưa được chặt chẽ; chưa rõ ràng về cơ chế minh bạch thông tin.

Thứ hai, thiếu vai trò, trách nhiệm của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền và nhà đầu tư; chính sách chia sẻ rủi ro, giải quyết tranh chấp giữa các bên tham gia dự án; chế tài xử lý vi phạm của nhà đầu tư cũng như các cơ quan có liên quan của Nhà nước. Thiếu các quy trình về trình tự, hình thức tham vấn của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền, chính quyền địa phương với các đối tượng chịu ảnh hưởng trực tiếp của dự án, thiếu các quy định để người sử dụng dịch vụ phản hồi việc cung cấp dịch vụ đối với các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền.

Thứ ba, một số dự án được phê duyệt chưa có đánh giá tác động môi trường; xác định giá trị nghiệm thu không đúng thời điểm thi công nên làm tăng giá trị ảo của dự án...

Thứ tư, một số dự án BOT sau khi hoàn thành vẫn chưa được thu phí hoặc không thể thu phí do những tác động từ cơ chế, chính sách, quy hoạch, làm ảnh hưởng đến lợi ích của các bên liên quan và gây sự mất tin tưởng của nhà đầu tư.

Thứ năm, có khá nhiều dự án BOT giao thông không thực hiện đúng quy định hiện hành về xây dựng và công bố danh mục dự án kêu gọi đầu tư; một số dự án quyết định chủ trương đầu tư không hợp lý trong cân đối tổng thể và quy hoạch. Trong phê duyệt một số nội dung đầu tư, tổng mức đầu tư không tuân thủ đúng quy định, còn nhiều sai lệch. Việc công bố sau khi phê duyệt danh mục dự án không đúng thời điểm. Đặc biệt là việc không thực hiện đấu thầu dự án đã ảnh hưởng không tốt đến kết quả lựa chọn nhà đầu tư, đàm phán, ký kết và giám sát thực hiện hợp đồng của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền. Nhiều nhà đầu tư đã lập, duyệt không đúng khối lượng, định mức, đơn giá trong dự toán công trình; không hợp lý trong việc xác định giá trị và thanh quyết toán công trình dự án; không hoàn thành dự án đúng tiến độ và không quyết toán được dự án theo đúng thời gian hợp đồng... Bởi thế, không đạt được mục tiêu đa dạng nguồn vốn cung như các thành phần kinh tế tham gia đầu tư thực hiện dự án BOT.

Ngoài ra, một số dự án trong quá trình xây dựng và thực hiện đã không lấy ý kiến, không quan tâm

đến lợi ích và phản ứng của người dân, không xác định chính xác phương án tài chính, nhất là không hợp lý trong phương án thu phí, gồm cả địa điểm đặt trạm thu phí, mức thu phí và thời gian thu phí, ảnh hưởng rất lớn đến việc thu phí hoặc trở thành điểm nóng, mất trật tự, an toàn giao thông và xã hội do không có sự đồng thuận của người dân địa phương và các đối tượng liên quan khác...

Giải pháp

Một là, các Bộ, ngành, địa phương có dự án BOT có trách nhiệm phối hợp chặt chẽ với các Bộ, ngành liên quan, với kiểm toán Nhà nước để kịp thời phê duyệt quyết toán toàn bộ các dự án. Mặt khác, yêu cầu các cơ quan có thẩm quyền thực hiện nghiêm túc các nội dung trong hợp đồng đã ký kết nhằm đảm bảo quyền lợi, nghĩa vụ của các bên theo quy định. Trên cơ sở đó, tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc cho các nhà đầu tư dự án BOT.

Hai là, xử lý dứt điểm những tồn tại của các trạm thu phí, phát hiện kịp thời và kiên quyết xử lý những hành vi vi phạm pháp luật; đẩy nhanh tiến độ áp dụng hệ thống quản lý, giám sát, khai thác dữ liệu cho tất cả các trạm thu phí trên cả nước; đảm bảo an toàn tài sản cho các nhà đầu tư dự án.

Ba là, rà soát những bất cập của các quy định để kịp thời sửa đổi, bổ sung những vấn đề liên quan đến dịch vụ thu phí không dừng; đảm bảo sự bình đẳng giữa các bên tham gia hợp đồng; tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, kiểm toán đối với các dự án BOT nhằm đảm bảo tính minh bạch, hiệu quả, ngăn ngừa mọi hiện tượng tham nhũng, lãng phí, lợi ích nhóm trong quản lý dự án;

Bốn là, giám sát chặt chẽ công tác bảo trì, bảo dưỡng nhằm nâng cao tuổi thọ của công trình dự án; sửa chữa kịp thời những bộ phận của dự án xuống cấp nhằm đảm bảo chất lượng của dự án BOT.

Tài liệu tham khảo:

Nguyễn Minh Phong (2020), “Dự án hợp tác công tư tại Việt Nam- Một số bất cập và giải pháp”, ngkt.mofa.gov.vn/dur-an-hop-tac-cong-tu-tai-viet-nam-mot-so-bat-cap-va-giai-phap.

Nhandan.vn/nhung-lo-hong-tai-cac-du-an-bot-giao-thong-post287621.html.

Tapchitaichinhdoanhnghiep.net.vn/hau-het-cac-du-an-bot-bt-duoc-chi-dinh-thau-tiem-an-rui-ro-lang-phi-d11496.html.

tinhuydongthap.gov.vn/lich.nsf/dd23b11aa05742472580foo2ca02f9589A761C6A26969472586E900309599/file/26-pl6%20...

Từ điển Thuật ngữ kinh tế.

google.com/Search?q=cơ+chế+tài+chính+là+gi&rlz...

THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN KINH TẾ SỐ Ở TỈNH THÁI NGUYÊN ĐẾN NĂM 2030

Ths. Ngô Cẩm Tú*

Thái Nguyên đã và đang chuyển đổi số mạnh mẽ và chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc của kinh tế số trên địa bàn. Năm 2021, Thái Nguyên đứng thứ 8/63 tỉnh, thành phố ở Việt Nam về chuyển đổi số, tổng doanh thu kinh tế số trên địa bàn tỉnh tính đến 15/11/2022 khoảng 26 tỷ USD. Bài viết nghiên cứu thực tế kinh tế số ở Thái Nguyên hiện nay nhằm đề xuất giải pháp thúc đẩy phát triển kinh tế số, cũng như khẳng định vai trò quan trọng của kinh tế số đối với sự phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Thái Nguyên.

• Từ khóa: kinh tế số, phát triển kinh tế số, Thái Nguyên.

Thai Nguyen has been undergoing a strong digital transformation and witnessing remarkable growth in digital economy in the area. In 2021, Thai Nguyen ranked 8th out of 63 provinces and cities in Vietnam in terms of digital transformation. The total revenue of the digital economy in the province was estimated at around 26 billion USD as of November 15th, 2022. This article examines the current state of the digital economy in Thai Nguyen, proposes solutions, and emphasizes the important role of the digital economy in the province's socio-economic development.

• Key words: digital economy, digital economic development, Thai Nguyen.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

Đặt vấn đề

Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030, Đảng nhận định: “Khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn biến rất nhanh, đột phá, tác động sâu rộng và đa chiều trên phạm vi toàn cầu. Khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo ngày càng trở thành nhân tố quyết định đối với năng lực cạnh tranh của mỗi quốc gia. Công nghệ số sẽ thúc đẩy phát triển kinh tế số, xã hội số; làm thay đổi phương thức quản lý nhà nước,

mô hình sản xuất kinh doanh, tiêu dùng và đời sống văn hoá, xã hội”¹. Chuyển đổi số, kinh tế số là xu hướng phát triển mở ra nhiều cơ hội cũng như thách thức đối từng ngành, từng địa phương. Ngày 31/12/2020 Ban chấp hành đảng bộ tỉnh Thái Nguyên đã ban hành Nghị quyết số 01-NQ/TU về “Chương trình chuyển đổi số tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030” với mục tiêu cơ bản đến năm 2025 phấn đấu kinh tế số chiếm trên 20% GRDP; tỷ trọng kinh tế số trong từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 10%; năng suất lao động hằng năm tăng tối thiểu 7%; phấn đấu có trên 700 doanh nghiệp số. Trong thời gian qua, kinh tế số tỉnh Thái Nguyên đã đạt được một số kết quả nhất định, bên cạnh đó còn có một số vấn đề đặt ra cần giải quyết trong quá trình phát triển kinh tế số ở tỉnh Thái Nguyên. Do vậy cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế số giai đoạn 2025 - 2030 cũng như phát huy vai trò của kinh tế số đối với phát triển kinh tế bền vững tỉnh Thái Nguyên trong giai đoạn sắp tới.

Một số thành tựu trong quá trình phát triển kinh tế số ở tỉnh Thái Nguyên

Phát triển kinh tế số hiện nay là cơ hội cho các địa phương, quốc gia thúc đẩy mạnh mẽ phát triển nền kinh tế đồng thời cải thiện chất lượng cuộc sống cho người dân. Kinh tế số tỉnh Thái Nguyên đang tăng trưởng nhanh chóng.

¹ ĐCSVN: Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, tập I, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021, tr.208

* Trường Đại học Công nghệ Thông tin và Truyền thông - Đại học Thái Nguyên; email: ngctu@gmail.com

Về lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông

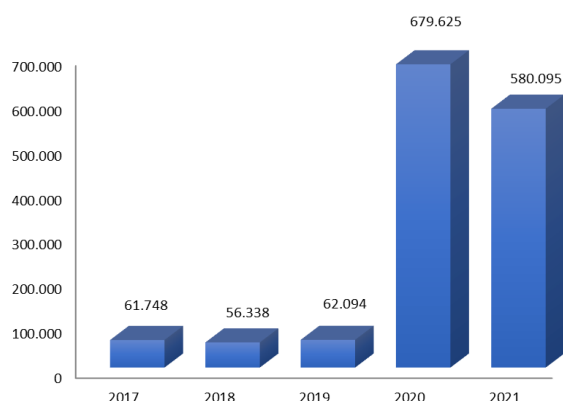
Kinh tế số khu vực công nghệ thông tin và truyền thông có những bước phát triển vượt bậc. Bảng 1.1 cho thấy số doanh nghiệp sản và kinh doanh lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông tăng 38,4% từ 234 doanh nghiệp năm 2017 lên 324 doanh nghiệp năm 2021. Số doanh nghiệp được tăng đều trong các lĩnh vực sản xuất phần cứng, điện tử, sản xuất phần mềm, dịch vụ công nghệ thông tin và buôn bán, phân phối công nghệ thông tin còn ngành nội dung số vẫn dừng lại ở 2 doanh nghiệp từ năm 2017 đến nay.

Bảng 1.1. Thống kê doanh nghiệp ICT theo lĩnh vực ở tỉnh Thái Nguyên

Năm	Sản xuất phần cứng, điện tử	Sản xuất phần mềm	Nội dung số	Dịch vụ CNTT	Buôn bán, phân phối CNTT	Tổng
2017	56	22	1	24	131	234
2018	62	29	2	25	142	260
2019	71	31	2	28	146	278
2020	77	32	2	28	152	291
2021	82	39	2	31	155	309
2022	88	42	2	34	158	324
2023	88	42	2	34	158	324

Nguồn: Số liệu thống kê trên hệ thống của Vụ CNTT - Bộ Thông tin và Truyền thông

Hình 1.1: Doanh thu ngành công nghệ ICT Thái Nguyên (Tỷ VNĐ)



Nguồn: Số liệu thống kê trên hệ thống của Vụ CNTT - Bộ Thông tin và Truyền thông

Tốc độ tăng trưởng của ngành công nghiệp ICT tăng vọt trong giai đoạn 2017 - 2021 với giá trị tương ứng là 61.748 tỷ đồng năm 2017 và 580.095 tỷ đồng với tốc độ tăng trưởng trung bình là 210% mỗi năm và đạt tốc độ lớn nhất là 994,5%.

Về lĩnh vực thương mại điện tử

Thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên ngày càng phát triển ở các cấp độ và quy mô khác nhau. Có 5.062.535 lượt người truy cập với tổng số 2.222 sản phẩm được cập nhật trên Sàn giao dịch Thương mại điện tử tỉnh Thái Nguyên trong đó có 208 đơn vị tự đưa được sản phẩm lên sàn trực tiếp. Sở Công thương phối hợp với Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Nông nghiệp và 02 đơn vị chủ sở hữu các sàn Thương mại điện tử để hỗ trợ đưa các sản phẩm lên sàn Thương mại điện tử Postmart.vn, Voso.vn ... Kết quả là có 181.354 hộ sản xuất nông nghiệp trên địa bàn tỉnh được tạo tài khoản trên sàn với trên 1.628 sản phẩm nông nghiệp, tổng số giao dịch trên 2 sàn đạt 10.726 giao dịch, tổng giá trị giao dịch trên 2.450 tỷ đồng.² Năm 2022, Thái Nguyên có trên 95% các doanh nghiệp, hợp tác xã đã quảng cáo, giới thiệu, bán sản phẩm trên nền tảng số và mạng xã hội³.

Kết cấu hạ tầng viễn thông, công nghệ thông tin

Hạ tầng và dịch vụ số bao gồm hạ tầng phần cứng và mạng lưới viễn thông làm nền tảng để tạo ra hạ tầng mềm là dịch vụ số giúp tối ưu các hoạt động của nền kinh tế. Đây được xem là một trong ba trụ cột để thúc đẩy phát triển kinh tế số. Đánh giá kinh tế số trên góc độ kết cấu hạ tầng, tỉnh Thái Nguyên đã đạt được một số kết quả nhất định. Tỷ lệ hộ gia đình có kết nối Internet (thuê bao cố định) đã tăng từ 11,49% năm 2017 lên 6% năm 2021. Cụ thể ở Bảng 1.2.

Tỷ lệ dân số trưởng thành có điện thoại thông minh đạt 77,92%; tỷ lệ hộ gia đình có điện thoại thông minh đạt 96%; tỷ lệ hộ gia đình có cáp quang băng rộng đạt 68%.

² Sở Thông tin và truyền thông, Báo cáo chuyên đề tuần 46, 2022

³ http://vksndthainguyen.gov.vn/thong-bao/-/asset_publisher/aepikSRWoxjh/content/thai-nguyen-thuc-ay-phat-trien-kinh-te-so-trong-nong-nghiep/20181

Bảng 1.2: Hạ tầng internet tỉnh Thái Nguyên

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2017	2018	2019	2020	Sơ bộ 2021
Số thuê bao internet (Tính theo mạng cố định)	Thuê bao	144221	132376	173540	226836	223057
Tỷ lệ hộ gia đình có kết nối internet (mạng cố định)	%	11,49	10,44	13,49	62,54	61,00

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên năm 2021

Chính quyền điện tử

Chính quyền điện tử là việc chính quyền sử dụng các công nghệ thông tin và truyền thông, đặc biệt là Internet, như một công cụ để đạt được hiệu quả điều hành tốt hơn.

Thực hiện quan điểm chỉ đạo của Chính phủ về tập trung xây dựng, phát triển nền kinh tế số và công nghiệp thông minh, coi đây là nhiệm vụ trọng tâm, cốt lõi của tái cấu trúc nền kinh tế gắn với chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh, UBND tỉnh Thái Nguyên đã ban hành kế hoạch số 246/KH-UBND về phát triển chính quyền số và đảm bảo an toàn thông tin mạng năm 2022. Kết quả ứng dụng công dân số C-ThaiNguyen được triển khai từ giữa tháng 6 năm 2021, tính đến ngày 31/10/2022 C-ThaiNguyen đã đạt 243.198 lượt tải ứng dụng; số người đăng ký tài khoản trên hệ thống đạt 72.079 tài khoản.

Bảng 1.3. Ứng dụng công dân số C Thái Nguyên

STT	Đơn vị hành chính	Số tài khoản
1	TP. Thái Nguyên	16.591
2	TP. Sông Công	3.263
3	TP. Phổ Yên	14.110
4	Huyện Phú Bình	7.070
5	Huyện Đồng Hỷ	4.119
6	Huyện Võ Nhai	2.689
7	Huyện Phú Lương	4.793

STT	Đơn vị hành chính	Số tài khoản
8	Huyện Định Hóa	4.150
9	Huyện Đại Từ	10.929
10	Đơn vị khác	4.365

Nguồn: Báo cáo chuyên đề: Ứng dụng công dân số C -

ThaiNguyen - Sở thông tin và truyền thông.

Việc triển khai ứng dụng C-ThaiNguyen đã thu được những kết quả tích cực, nâng cao hiệu quả công tác chỉ đạo, điều hành của lãnh đạo tỉnh trên các lĩnh vực, đặc biệt là trong công tác phòng, chống dịch Covid-19 trên địa bàn tỉnh trong thời gian qua, tăng cường kênh tương tác giữa chính quyền các cấp và người dân. Góp phần xây dựng thành công trụ cột chính quyền số trong chương trình chuyển đổi số của tỉnh Thái Nguyên.

Khó khăn, thách thức

Một là, nhận thức về vai trò của kinh tế số đối với sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh còn nhiều hạn chế.

Mặc dù quyết tâm chính trị về phát triển kinh tế số, chuyển đổi số của Tỉnh ủy, ủy ban nhân dân và các tổ chức đoàn thể - xã hội khá cao nhưng thực tế vẫn còn nhiều cá nhân và tổ chức còn chưa nhận thức đầy đủ về vai trò và tầm quan trọng của phát triển nền kinh tế số. Tư duy kinh tế truyền thống vẫn còn bám sâu vào đầu óc nhiều người, một số người ngại thay đổi để thích nghi với các ứng dụng của công nghệ thông tin chuyển đổi số, điều này trở thành rào cản của quá trình phát triển kinh tế số tại địa phương.

Thứ hai, thiếu hụt nguồn nhân lực đặc biệt là nhân lực phục vụ số hoá nền kinh tế.

Nguồn nhân lực là một trong các điều kiện tiên quyết để Thái Nguyên phát triển kinh tế số nhanh hay chậm. Năm 2021, Thái Nguyên có gần 800 nghìn người từ 15 tuổi trở lên, chiếm hơn 60% dân số. Tỷ lệ lao động qua đào tạo chiếm 70%. Trên địa bàn tỉnh cũng có đến 95% người dân đang sử dụng các thiết bị thông minh. Tuy nhiên chất lượng nhân lực của Thái Nguyên còn chưa đồng đều, kỹ năng sử dụng các phần mềm, ứng dụng công nghệ thông tin còn nhiều

hạn chế; nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa thiết hụt nhân lực làm chủ công nghệ mới. Ban Chấp hành Tỉnh uỷ đã nhận định trong Nghị quyết số 01 - NQ/TU: Cơ cấu và chất lượng nguồn nhân lực công nghệ thông tin của tỉnh còn thấp.⁴

Thứ ba, hạ tầng số mặc dù đã có sự phát triển nhưng chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu của kinh tế số.

Hạ tầng viễn thông công nghệ thông tin chưa được đầu tư hoàn chỉnh và đồng bộ. Việc phân bổ băng tần viễn thông phục vụ phát triển, hoàn thiện chất lượng dịch vụ 4G, tiến tới 5G còn lúng túng, chậm trễ. Hạ tầng viễn thông, công nghệ thông tin của Việt Nam nói chung, tỉnh Thái Nguyên nói riêng chưa đảm bảo bảo mật, thiết yếu làm tăng nguy cơ bị tấn công mạng. Việt Nam vẫn là một trong những nước đứng đầu về tỷ lệ lây nhiễm phần mềm độc hại, song còn lúng túng, bị động trong khâu xử lý, khắc phục.

Giải pháp thúc đẩy phát triển kinh tế số ở tỉnh Thái Nguyên đến năm 2030

Một là, nâng cao nhận thức toàn xã hội về vai trò của kinh tế số trong nền kinh tế từ đó có được sự quyết tâm cao từ chính quyền đến người dân của Tỉnh. Cần huy động toàn bộ hệ thống chính trị và toàn xã hội vào cuộc, bao gồm: các cơ quan đảng, chính quyền các tổ chức chính trị - xã hội từ tỉnh đến huyện; các doanh nghiệp và toàn bộ người dân để tạo ra một nhận thức thấu đáo của toàn bộ xã hội từ vĩ mô đến vi mô về vai trò, tầm quan trọng của nền kinh tế số đối với phát triển kinh tế xã hội của Thái Nguyên. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền vận động người dân tích cực tham gia xây dựng nền kinh tế số.

Hai là, đẩy mạnh việc đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho nền kinh tế số. Cần có chính sách nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, mở các lớp bồi dưỡng kỹ năng công nghệ thông tin cho các cán bộ chuyên trách và các cán bộ trực tiếp làm công tác chuyển đổi số trong các lĩnh vực kinh tế. Bên cạnh việc học tập, tham khảo các chương trình đào tạo đại học về công nghệ

thông tin các quốc gia phát triển để xây dựng chương trình phù hợp với sự phát triển của công nghệ hiện nay, các địa phương cần có chính sách hỗ trợ và khuyến khích nhằm thu hút nhân lực phục vụ chuyển đổi số nền kinh tế ở các địa phương lân cận.

Ba là, tăng cường đầu tư phát triển hạ tầng kinh doanh số. Trong đó, đẩy mạnh đầu tư phát triển công nghệ phần cứng và phần mềm. Tập trung mọi nguồn lực để trong một thời gian ngắn có thể đầu tư thành công hạ tầng công nghệ số. Chú trọng phát triển hạ tầng viễn thông bao gồm hạ tầng băng rộng cố định, di động, thúc đẩy thị trường truy cập dịch vụ internet băng rộng.

Bốn là, tăng cường an ninh mạng, giám sát, phòng và chống các loại tội phạm trên không gian mạng, tội phạm công nghệ cao. Để nền kinh tế số phát triển, vấn đề đảm bảo an ninh mạng không chỉ dừng lại ở các cơ quan chức năng mà đặc biệt cần chú ý trong hệ thống tài chính - tiền tệ vì đây là một trong những nhân tố thúc đẩy nhanh chóng thương mại điện tử, tạo điều kiện cho người dân và doanh nghiệp dễ dàng và bình đẳng trong việc tiếp cận những thời cơ mà kinh doanh số mang lại.

Tài liệu tham khảo:

Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, tập I, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội. 2021, tr. 208

<https://diendandoanhnghiep.vn/thai-nguyen-top-dau-ca-nuoc-ve-chuyen-doi-so-231996.html>

Sở Thông tin và truyền thông, Báo cáo chuyên đề tuần 46, 2022

http://vksndthainguyen.gov.vn/thong-bao/-/asset_publisher/aepikSRWoxjh/content/thai-nguyen-thuc-ay-phat-trien-kinh-te-so-trong-nong-nghiep/20181

Thu Hà, Chuẩn bị nhân lực cho chuyển đổi số, <https://thainguyen.gov.vn/>

Bùi Thanh Tuấn, Một số khó khăn, thách thức trong phát triển nền kinh tế số ở Việt Nam, Tạp chí Lý luận chính trị số 1/2020 tr. 67-72

⁴ Thu Hà, Chuẩn bị nhân lực cho chuyển đổi số, <https://thainguyen.gov.vn/>

CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN KINH TẾ TUẦN HOÀN CỦA VIỆT NAM

Nguyễn Mạnh Hùng*

Vấn đề ô nhiễm môi trường và cạn kiệt tài nguyên đang ngày càng ảnh hưởng xấu đến cuộc sống con người, đòi hỏi nhiều quốc gia phải chủ động xây dựng và phát triển kinh tế tuần hoàn, trong đó có Việt Nam. Trong những năm gần đây, việc chuyển dịch mô hình phát triển từ kinh tế truyền thống sang kinh tế tuần hoàn đã trở thành xu hướng trên thế giới. Tuy nhiên, để có được sự chuyển dịch như vậy đòi hỏi có các chính sách và giải pháp phù hợp. Bài viết sẽ phân tích, đánh giá thực trạng các chính sách nhằm đưa ra một số kiến nghị xây dựng, hoàn thiện chính sách phát triển kinh tế tuần hoàn của Việt Nam.

• Từ khóa: kinh tế, tuần hoàn, chính sách, Việt Nam.

The problem of environmental pollution and resource depletion is increasingly adversely affecting human life, requiring many countries to actively build and develop a circular economy, including Vietnam. In recent years, the shift of development model from traditional economy to circular economy has become a trend in the world. However, to achieve such a transformation requires appropriate policies and solutions. The article will analyze and evaluate the current state of policies in order to make some recommendations to build and improve the circular economy development policy of Vietnam.

• Key words: economy, circularity, policy, Vietnam.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Đặt vấn đề

Kinh tế tuần hoàn (KTTH) được hiểu là mô hình kinh tế bao gồm các hoạt động từ khâu thiết kế, sản xuất đến cung cấp dịch vụ điều hướng tới tái sử dụng vật chất và loại bỏ những ảnh hưởng xấu đến môi trường. Phát triển KTTH đang dần trở thành xu hướng của nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới nhằm giải quyết những thách thức ngày càng lớn giữa tăng trưởng kinh tế và bảo vệ môi trường, tiến tới xây dựng một nền kinh tế phát triển bền vững. Khác với nền kinh tế tuyến tính, mô hình KTTH đặt

mục tiêu kéo dài tuổi thọ của vật chất và loại bỏ tác động tiêu cực đến môi trường. Có 4 lợi ích cơ bản mà nền KTTH đem lại thông qua tận dụng tối đa các nguồn lực, cụ thể: tiết kiệm tài nguyên, bảo vệ môi trường, thúc đẩy phát triển kinh tế và bảo đảm lợi ích xã hội. Bên cạnh những yếu tố tích cực, mô hình KTTH cũng đặt ra nhiều khó khăn, thách thức đối với các quốc gia đã và đang có ý định xây dựng. Kinh tế tuần hoàn đang trở thành xu thế tất yếu trong bối cảnh tài nguyên ngày càng suy thoái, cạn kiệt, môi trường bị ô nhiễm, biến đổi khí hậu diễn biến khốc liệt. Tính đến năm 2021, đã có hơn 50 quốc gia thực hiện KTTH với hơn 100 mô hình tiêu biểu trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Ước tính từ năm 2015 đến 2030, KTTH sẽ đem lại ít nhất 4.500 tỉ USD trên toàn thế giới. KTTH cũng giúp cắt giảm một lượng lớn phát thải khí nhà kính và giảm thiểu các loại ô nhiễm môi trường khác. Ở Việt Nam, hoạt động kinh tế từ trước đến nay vẫn chủ yếu dựa trên cách tiếp cận truyền thống, đó là kinh tế tuyến tính. Đây cũng là nguyên nhân cơ bản dẫn đến tình trạng thiếu hụt các nguồn tài nguyên thiên nhiên và đặc biệt là gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng. Để thực hiện phát triển nhanh, bền vững, giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế và bảo vệ môi trường, “không đánh đổi” tăng trưởng kinh tế với ô nhiễm và suy thoái môi trường, chuyển đổi sang kinh tế tuần hoàn là hướng đi thích hợp.

2. Thực trạng chính sách phát triển kinh tế tuần hoàn của Việt Nam

Phát triển kinh tế tuần hoàn trở thành xu hướng của các quốc gia, nhất là khi nguồn tài nguyên trên thế giới ngày càng cạn kiệt, giúp giải quyết bài toán giữa lợi ích kinh tế và môi trường. Theo số liệu của

* Email: Manhhuongnguyen2268@gmail.com

Ngân hàng Thế giới cho thấy, ô nhiễm nước có thể gây thiệt hại cho Việt Nam tới 3,5% GDP vào năm 2035. Dự báo, biến đổi khí hậu và thiên tai có thể gây thiệt hại lên tới 11% GDP của Việt Nam vào năm 2030. Vì vậy, để thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững và các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã tham gia ký kết thì hướng tiếp cận chuyển đổi mô hình từ “kinh tế tuyến tính” sang “kinh tế tuần hoàn” được xem là một ưu tiên trong giai đoạn phát triển mới của đất nước. Việt Nam là một nước đang phát triển và chỉ mới ở trong giai đoạn đầu của công nghiệp hóa nhưng tình trạng khai thác cạn kiệt nguồn tài nguyên và ô nhiễm môi trường rất trầm trọng. Từ một nước vẫn tự hào về xuất khẩu than, Việt Nam bắt đầu phải nhập than từ năm 2001 và đến năm 2015 đã trở thành nước nhập khẩu ròng than và luôn cần nhập khẩu rất nhiều nguyên nhiên liệu khác phục vụ cho phát triển kinh tế như dầu thô, sắt thép các loại, các kim loại thường, chất dẻo nguyên liệu, phụ liệu cho dệt may và da giày. Năm 2016, lượng chất thải rắn đô thị của Việt Nam là 11,6 triệu tấn (trung bình 0,33kg/người/ngày), con số này được dự đoán sẽ tăng lên gấp đôi, ở mức khoảng 22 triệu tấn vào năm 2050 (Kaza & cộng sự, 2018). Thống kê năm 2021 của Ngân hàng Thế giới cho thấy Việt Nam trở thành một trong những nguồn phát sinh rác thải nhựa lớn trên thế giới. Ước tính có khoảng 3,1 triệu tấn chất thải nhựa thải ra trên đất liền mỗi năm và lượng rác thải đổ ra đại dương từ 0,28 đến 0,73 triệu tấn (Như Quỳnh, 2022). Trong thời gian qua Việt Nam đã vươn lên thành một điểm sáng tăng trưởng trong khu vực và trên thế giới với nhiều thành tựu đáng ghi nhận. Tuy nhiên, Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều thách thức về cạn kiệt tài nguyên, ô nhiễm, suy thoái môi trường và biến đổi khí hậu.

Đứng trước cơ hội mà nền KTTH mang lại, Việt Nam đã có nhiều động thái tích cực tạo điều kiện cho mô hình KTTH phát triển. Trong những năm qua, Đảng, Nhà nước đã ban hành nhiều chủ trương chính sách về chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng bền vững; tăng cường quản lý tài nguyên, bảo vệ môi trường ứng phó với biến đổi khí hậu; tăng cường tái chế, tái sử dụng chất thải. Nghị quyết số 41-NQ/TW ngày 15/11/2004 của Bộ Chính trị về bảo vệ môi trường (BVMT) trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước với quan điểm “BVMT phải theo phương châm lấy phòng ngừa và hạn chế tác động xấu đối với môi trường là chính kết hợp với xử lý ô nhiễm, khắc phục suy thoái, cải thiện môi trường và bảo tồn thiên nhiên...”. Đặc biệt là Nghị quyết số 24-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương

ngày 3/6/2013 về chủ động ứng phó với BĐKH với nhiệm vụ chung là “Thúc đẩy chuyển đổi mô hình tăng trưởng gắn với cơ cấu lại nền kinh tế theo hướng tăng trưởng xanh và phát triển bền vững”. Kết luận 56-KL/TW ngày 23/8/2019 kết luận của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Nghị quyết Trung ương 7 khóa XI về chủ động ứng phó với BĐKH, tăng cường quản lý tài nguyên và BVMT đã đưa ra nhiệm vụ và giải pháp “Quản lý, khai thác, sử dụng có hiệu quả tài nguyên và BVMT”. Nghị quyết số 55-NQ/TW ngày 11/02/2020 của Bộ Chính trị về Định hướng chiến lược phát triển tri thức và năng lực quốc gia của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 với quan điểm chỉ đạo là: Phát triển đồng bộ, hợp lý và đa dạng hóa các loại hình năng lượng, ứng dụng những thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN4.0)...Mới đây, Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng đã đưa ra một trong những định hướng phát triển đất nước giai đoạn 2021-2030 đó là “Xây dựng nền kinh tế xanh, KTTH, thân thiện với môi trường”. Chiến lược Phát triển KT-XH giai đoạn 2021-2030 tầm nhìn 2045 đã chỉ rõ: Phải đổi mới tư duy và hành động, chủ động nắm bắt kịp thời, tận dụng hiệu quả các cơ hội của cuộc CMCN4.0; Phát huy tối đa lợi thế của các vùng, miền; Phát triển hài hòa giữa kinh tế với văn hóa, xã hội, BVMT và thích ứng với BĐKH. Ngoài ra còn có Chỉ thị 36/1998/CT-TW ngày 25/6/1998 của Bộ Chính trị về Tăng cường công tác bảo vệ môi trường trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; Nghị quyết số 41-NQ/TW của Bộ Chính trị khóa IX về Bảo vệ môi trường trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; Nghị quyết số 24/NQ-TW khóa XI về Chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng cường quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường, với nhiệm vụ trọng tâm là thúc đẩy chuyển đổi mô hình tăng trưởng gắn với cơ cấu lại nền kinh tế theo hướng tăng trưởng xanh và phát triển bền vững. Đặc biệt, Luật Bảo vệ môi trường 2020 được Quốc hội thông qua với nhiều đột phá dựa trên định hướng chung là thúc đẩy chuyển đổi xanh, thúc đẩy thực hiện KTTH. Đồng thời, Nghị định 08/2022/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Bảo vệ môi trường đã cụ thể hóa tiêu chí, lộ trình và cơ chế khuyến khích áp dụng KTTH. Quyết định 687/QĐ-TTg phê duyệt Đề án Phát triển KTTH ở Việt Nam đã đưa ra mục tiêu cụ thể là góp phần cụ thể hóa mục tiêu giảm cường độ phát thải khí nhà kính trên GDP ít nhất 15% vào năm 2030 so với năm 2014, hướng tới mục tiêu phát thải ròng về “0” vào năm 2050. Liên quan đến chính sách KTTH còn có: Quyết định 1658/QĐ-TTg; Chiến lược quốc gia về

tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn 2050; Quyết định số 889/QĐ-TTg về Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững giai đoạn 2021 - 2030 coi mô hình KTTH được xác định là một trong những giải pháp quan trọng thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng bền vững; Quyết định số 11/2017/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 11 tháng 4 năm 2017 về cơ chế khuyến khích phát triển các dự án điện mặt trời tại Việt Nam; Quyết định số 491/QĐ-TTg ngày 7 tháng 5 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ; Chỉ thị số 33/CT-TTg ngày 20 tháng 8 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường quản lý, tái sử dụng, tái chế, xử lý, giảm thiểu chất thải nhựa...

Có thể thấy rằng, hệ thống chính sách và pháp luật về KTTH còn thiếu; thiếu hướng dẫn và chưa có tiêu chuẩn hóa về KTTH, chưa đưa ra được các quy định, các tiêu chí để nhận diện, đánh giá, cũng như chưa có cơ quan đầu mối về vấn đề này. Hiện nay, các quy định liên quan đến KTTH nằm rải rác ở các luật, nghị định khác nhau. Cùng với đó nổi lên là nhận thức về KTTH còn hạn chế, thiếu các chính sách cụ thể hỗ trợ doanh nghiệp tham gia phát triển KTTH và áp dụng mô hình kinh doanh tuần hoàn, nhất là chính sách hỗ trợ về tài chính, tín dụng, công nghệ và đào tạo; công tác thông tin, truyền thông về KTTH và kinh doanh tuần hoàn còn hạn chế; thiếu sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan hoạch định chính sách với các doanh nghiệp và các cơ sở nghiên cứu khoa học công nghệ.

3. Cơ hội và thách thức phát triển kinh tế tuần hoàn của Việt Nam

Hiện nay Việt Nam đang nỗ lực phát triển kinh tế theo hướng bền vững, giảm thiểu những tác động xấu đến môi trường và KTTH là mô hình được quan tâm, định hướng phát triển. Trong quá trình phát triển KTTH, Việt Nam cũng phải đối mặt với nhiều cơ hội và thách thức.

Một số cơ hội cho phát triển kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam

Thứ nhất, kinh tế tuần hoàn là xu hướng chung của toàn cầu đã được chứng minh thành công ở nhiều quốc gia trên thế giới như: Thụy Điển, Đan Mạch, Nhật Bản, Xin-ga-po...chính vì vậy Việt Nam sẽ học hỏi được nhiều kinh nghiệm của các nước đi trước và phù hợp với xu hướng chung của thế giới. Việt Nam đang là một quốc gia có tốc độ hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế cao, đặc biệt là tham gia vào các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Hầu hết các hiệp định này đều có các quy định, thỏa thuận về phát triển bền vững, bảo vệ môi trường, ứng phó với

biến đổi khí hậu và phải tuân thủ các tiêu chuẩn phát thải chất thải, khí thải. Đây là tiền đề để thúc đẩy Việt Nam tăng tốc chuyển đổi sang mô hình KTTH.

Thứ hai, áp lực của thiếu hụt tài nguyên, ô nhiễm môi trường, lượng chất thải lớn, nhất là chất thải nhựa sẽ giảm xuống khi phát triển KTTH. Ngoài ra chúng ta đang thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững và ứng phó với biến đổi khí hậu. Phát triển KTTH giúp giảm thiểu các chất gây hiệu ứng nhà kính, vì chúng được thu hồi gần như triệt để, không phát thải ra môi trường. Phát triển KTTH chính là cách thức phát triển giúp cho đạt nhiều mục tiêu, chỉ tiêu yêu cầu của phát triển bền vững.

Thứ ba, Việt Nam đã và đang hướng đến cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, thực hiện phát triển kinh tế tuần hoàn gắn với công nghệ cao, chuyển từ thế giới thực sang thế giới số sẽ là cơ hội lớn nhằm nâng cao hiệu quả tăng trưởng so với cách thức tăng trưởng trước đây. Áp dụng mô hình KTTH, Việt Nam có thuận lợi trong việc học tập kinh nghiệm thực tiễn về phát triển mô hình kinh tế của các quốc gia phát triển trên thế giới, tận dụng các cơ hội hợp tác về tiếp nhận chuyên gia các công nghệ về thiết kế, chế tạo, công nghệ thông tin hiện đại.

Thứ tư, phát triển KTTH sẽ nhận được sự đồng thuận cao và ủng hộ của xã hội, vì cách thức phát triển này giải quyết được sự khan hiếm tài nguyên, bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu và mang lại hiệu quả kinh tế cao. chúng ta đang trong quá trình hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, việc chuyển đổi mô hình từ “kinh tế tuyến tính” sang “kinh tế tuần hoàn” góp phần phát triển nền kinh tế nhanh và bền vững.

Một số thách thức đặt ra cho phát triển kinh tế tuần hoàn của Việt Nam

Bên cạnh những cơ hội thì việc phát triển và triển khai KTTH tại Việt Nam cũng gặp phải không ít thách thức, như:

Một là, khung chính sách về phát triển mô hình KTTH chưa được hoàn thiện. Hiện nay, Việt Nam còn thiếu các cơ chế chính sách thúc đẩy KTTH phát triển. Nhận thức về kinh tế tuần hoàn và sự cần thiết chuyển đổi sang phát triển mô hình KTTH còn hạn chế.

Hai là, Việt Nam chưa có hành lang pháp lý đầy đủ cho phát triển KTTH. Thách thức này cần phải được khắc phục, nếu không việc thực hiện phát triển KTTH cũng chỉ là tự phát và chịu sự điều chỉnh của động lực thị trường. KTTH gắn với đổi mới công nghệ và thiết kế mô hình trong bối cảnh chúng ta là

nước đang phát triển, phần lớn công nghệ lạc hậu, quy mô sản xuất nhỏ lẻ. Việt Nam chưa có bộ tiêu chí để nhận diện, đánh giá, tổng kết và đưa ra phân loại chính xác mức độ phát triển của KTTH. Đây là thách thức lớn để biết được sự phát triển kinh tế hiện nay đã tiếp cận tới phát triển KTTH trong các ngành, lĩnh vực và địa phương ở mức độ nào.

Ba là, nguồn lực cho việc thực hiện chuyển đổi sang phát triển KTTH còn yếu. Kinh tế tuần hoàn phải gắn với đổi mới khoa học, tiếp cận công nghệ tiên tiến. Bên cạnh đó, để phát triển KTTH đòi hỏi phải có đội ngũ chuyên gia giỏi, để giải quyết tốt các vấn đề, từ khâu đầu đến khâu cuối của cả quá trình. Việt Nam còn thiếu các doanh nghiệp đủ năng lực về công nghệ về tái chế, tái sử dụng các sản phẩm đã qua sử dụng. Các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô vừa và nhỏ khó khăn trong việc đầu tư đổi mới công nghệ.

Bốn là, KTTH là đỉnh cao của cách tiếp cận hướng đến phát thải bằng không, đòi hỏi một sự phối hợp chia sẻ thực sự gắn với lợi ích kinh tế, do vậy việc sử dụng động lực kinh tế, cơ chế thị trường để gắn kết các bên liên quan nhằm thực hiện KTTH là thách thức lớn. Để thực hiện KTTH đòi hỏi phải có đội ngũ chuyên gia giỏi giải quyết được từ khâu thiết kế đến khâu cuối cùng tái sử dụng, tái chế chất thải. Hiện nay những chuyên gia này chưa được đào tạo và chưa có chuyên ngành đào tạo.

4. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách phát triển kinh tế tuần hoàn của Việt Nam

KTTH đã và đang là một xu hướng tất yếu đòi hỏi cấp thiết trong quá trình phát triển của thế giới hiện nay. Tuy nhiên, việc triển khai trong thực tế ở Việt Nam vẫn còn nhiều khó khăn, thách thức, đặc biệt trong bối cảnh cần phải thay đổi tư duy, nhận thức, điều chỉnh về chiến lược, từng bước chuyển đổi cơ cấu kinh tế, thể chế hóa các chính sách, công cụ pháp lý để hỗ trợ quá trình này.

Một là, Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống chính sách, pháp luật ban hành các quy định, tiêu chuẩn phát triển KTTH phù hợp với xu thế mới trong khu vực và trên thế giới. Sử dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật, môi trường, công cụ thuế... nhằm hạn chế việc sử dụng quá mức tài nguyên, hạn chế rác thải trong quá trình sản xuất. Đổi mới mạnh mẽ mô hình tăng trưởng kinh tế dựa vào hiệu suất sử dụng các yếu tố đầu vào vốn và lao động, tăng trưởng kinh tế bền vững gắn với sử dụng tài nguyên tiết kiệm, hiệu quả.

Hai là, thực hiện phát KTTH cần có lộ trình và ưu tiên trong phát triển dựa trên nhu cầu thị trường

và đòi hỏi của xã hội. Đối với Việt Nam, ưu tiên trước hết là chất thải nhựa và túi ni-lon phải thực hiện và đưa vào kế hoạch 5 năm tới để giải quyết triệt để, giảm thiểu tối đa phát thải ra môi trường dựa trên cơ sở phát triển kinh tế tuần hoàn. Cần tập trung vào đầu tư cho khoa học công nghệ vì đây là yếu tố cốt lõi cho sự thành công khi phát triển KTTH. Nên có sự lựa chọn các ngành, lĩnh vực phù hợp để ưu tiên phát triển khi áp dụng mô hình KTTH, từ đó tạo động lực cho các ngành, các lĩnh vực khác cùng phát triển tạo nên sự thành công chung trong phát triển KTTH tại Việt Nam.

Ba là, tăng cường trao đổi, học hỏi kinh nghiệm quốc tế, nhất là các quốc gia đã và đang thực hiện thành công KTTH, từ đó chuyển giao và áp dụng vào hoàn cảnh cụ thể của Việt Nam. Cùng với đó, do KTTH liên quan đến nhiều ngành, lĩnh vực khác nhau nên cần phải tiến hành rà soát tất cả các văn bản pháp luật có liên quan để sửa đổi, bổ sung, bảo đảm tính thống nhất, đồng bộ.

Bốn là, hỗ trợ tiếp cận tín dụng và hỗ trợ lãi suất, kỳ hạn vay với các dự án đầu tư để chuyển đổi sang mô hình KTTH. Các doanh nghiệp được vay vốn với lãi suất thấp hơn từ Ngân hàng phát triển Việt Nam hoặc Quỹ hỗ trợ phát triển KTTH. Miễn, giảm thuế nhập khẩu với các dự án đầu tư có nhập khẩu máy móc, thiết bị, công nghệ sản xuất xanh, sạch, sản xuất có tính tuần hoàn... Nhà nước tổ chức nghiên cứu, chọn lọc các mô hình KTTH, các công nghệ sử dụng trong KTTH để tuyên truyền, giới thiệu, khuyến khích các doanh nghiệp ứng dụng trong sản xuất.

Năm là, cần xây dựng lộ trình chuyển đổi, phát triển KTTH ở Việt Nam. Lộ trình KTTH cũng cần gắn với các điều kiện bảo đảm thực hiện. Trong giai đoạn hiện nay, các quốc gia đang ưu tiên cho thu hồi vật liệu và hạn chế rác thải khó tái chế, đồng thời, có các giải pháp cho xu hướng chuyển dịch nhu cầu tài nguyên khi thực hiện KTTH.

Tài liệu tham khảo:

- Ngô Phương Anh (2020): "Nền kinh tế tuần hoàn của Việt Nam và những vấn đề đặt ra đối với chính sách tài chính", Viện chiến lược và chính sách Tài chính.
- Chính phủ (2022). Quyết định 687/QĐ-TTg phê duyệt Đề án Phát triển kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam.
- Dự thảo (2021): "Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050", Bộ Kế hoạch và Đầu tư.
- Trần Hồng Hà (2019): "Định hướng một nền kinh tế tuần hoàn trong thời kỳ cách mạng công nghệ 4.0", Tạp chí khí tượng thủy văn, số phục vụ hội thảo chuyên đề.
- Hội thảo tham vấn (2020): "Kết quả nghiên cứu về kinh tế tuần hoàn và một số đề xuất chính sách", Viện Chiến lược Chính sách Tài nguyên và Môi trường, UNDP Việt Nam.
- Nguyễn Hoàng Nam, Nguyễn Thế Chinh, Trần Văn Ý. (2020). Mối quan hệ giữa Tăng trưởng xanh, Kinh tế xanh, Kinh tế tuần hoàn và Phát triển bền vững. Tạp Chí Nghiên cứu Kinh tế, Số 5 (504)-Tháng 5/2020, 47-56
- EEA (2017): "Circular by design: Products in the circular economy", European Environment Agency, Copenhagen.

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG DOANH NGHIỆP KIỂM TOÁN VIỆT NAM HIỆN NAY: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

PGS.TS. Nguyễn Trọng Cơ*

Ngày 23/5/2022, Phó Thủ tướng Lê Minh Khái đã ký ban hành Quyết định số 633/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược kế toán - kiểm toán đến năm 2030 với 7 mục tiêu cụ thể trong đó đã nhấn mạnh vào mục tiêu thực hiện chuyển đổi số (CĐS) trong lĩnh vực kiểm toán. Xu hướng CĐS trên thế giới đang diễn ra mạnh mẽ trong hầu hết các ngành nghề, do đó, để bắt nhịp với xu hướng của các cuộc cách mạng về công nghệ số trên thế giới hiện nay, Chiến lược Kế toán - Kiểm toán đến năm 2023 cũng đã đề ra mục tiêu về đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin phù hợp với quá trình chuyển đổi số trong việc xây dựng khung khổ pháp lý và tổ chức triển khai thực hiện tại các đơn vị; xây dựng cơ sở dữ liệu liên quan đến kế toán - kiểm toán phục vụ hoạt động của các đơn vị và hoạt động quản lý, giám sát kế toán - kiểm toán... Mặc dù Chính phủ đã có nhiều chương trình, hoạt động hỗ trợ cho quá trình CĐS tại các doanh nghiệp, tuy nhiên, thực tiễn cho thấy, quá trình CĐS hiện vẫn chưa hiệu quả, tốc độ CĐS còn chậm, đặc biệt là tại các doanh nghiệp kiểm toán. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá chi tiết hơn thực trạng CĐS tại các doanh nghiệp kiểm toán Việt Nam, từ đó làm rõ những hạn chế, nguyên nhân để đưa ra khuyến nghị nhằm đẩy mạnh hiệu quả của công tác CĐS, giúp các doanh nghiệp kiểm toán nâng cao hiệu quả hoạt động của đơn vị.

• Từ khóa: chuyển đổi số, phần mềm kiểm toán, chiến lược phát triển kế toán - kiểm toán, Big4, các hãng kiểm toán.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

On May 23, 2022, Deputy Prime Minister Le Minh Khai signed and promulgated Decision No. 633/QĐ-TTg approving the Strategy of Accounting - Auditing until 2030 with seven specific goals, in which the main focus is: The goal of digital transformation is the field of accounting and auditing. The trend of college degrees in the world is taking place firmly in most industries; therefore, to keep pace with the trend of digital revolutions in the world today, the Accounting - Auditing Strategy comes 20203 has also set a goal of promoting the application of information technology in line with the digital transformation process in building the legal framework and organizing the implementation at the units; building a database related to accounting - auditing to serve the activities of the units and activities of management and supervision of accounting - auditing. Although the Government has had many programs and activities to support the conversion process at enterprises, practice shows that the conversion process still needs to be more practical, and the conversion rate still needs to improve, especially in auditing firms. This study was conducted to assess in more detail the current status of the corporate charter in Vietnamese auditing firms, thereby clarifying the limitations and causes to make recommendations to promote the effectiveness of the shareholder engagement work and audit firms improve their operational efficiency.

• Key words: digital transformation, audit software, accounting and auditing development strategy, Big4, audit firms.

1. Giới thiệu chung

Hiện nay, dù tồn tại nhiều quan điểm khác nhau về CĐS nhưng về cơ bản đều xác định bản chất của CĐS chính là quá trình ứng dụng công nghệ số vào tất cả các hoạt động của một đơn vị nhằm thay đổi cách thức vận hành, mô hình kinh doanh

và mang đến cho khách hàng những trải nghiệm dịch vụ mới và tốt nhất. Hơn thế, chuyển đổi số còn góp phần thay đổi văn hóa doanh nghiệp, đòi hỏi sự sáng tạo và đổi mới quy trình để tiếp cận nhanh chóng xu hướng thời đại. Tương tự như vậy, chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán - kiểm

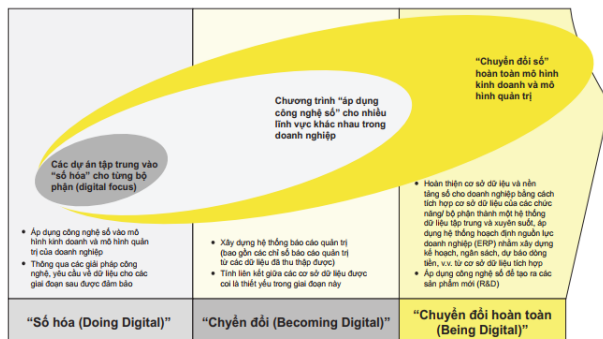
* Học viện Tài chính

toán có thể hiểu đơn giản là việc ứng dụng các công nghệ số vào các nghiệp vụ kế toán, giúp cho các nghiệp vụ kế toán được triển khai nhanh chóng, hiệu quả hơn mà vẫn tối ưu tiết kiệm nhân lực, thời gian và chi phí cho doanh nghiệp.

Chuyển đổi số trong doanh nghiệp được định nghĩa là việc tích hợp, áp dụng công nghệ số để nâng cao hiệu quả kinh doanh, hiệu quả quản lý, nâng cao năng lực, sức cạnh tranh của doanh nghiệp và tạo ra các giá trị mới.

Các hoạt động chuyển đổi số có thể bao gồm từ việc số hóa dữ liệu quản lý, kinh doanh của doanh nghiệp, áp dụng công nghệ số để tự động hóa, tối ưu hóa các quy trình nghiệp vụ, quy trình kinh doanh, quy trình báo cáo, phối hợp công việc trong doanh nghiệp cho đến việc chuyển đổi toàn bộ mô hình kinh doanh, tạo thêm giá trị mới cho doanh nghiệp. Chuyển đổi số trong doanh nghiệp không chỉ đơn giản là đưa công nghệ số vào, mà cần kết hợp với chuẩn hóa quy trình kinh doanh, quy trình quản trị doanh nghiệp.

Hình 1: Mô hình các giai đoạn trong chuyển đổi số



Kiểm toán là một trong những lĩnh vực chịu sự tác động tương đối mạnh mẽ từ xu hướng chuyển đổi số, do vậy cần nhận thức rõ chuyển đổi số là sự thay đổi của doanh nghiệp ở nhiều khía cạnh, có thể đòi hỏi phải điều chỉnh cấu trúc, quy trình hoặc văn hóa kinh doanh.

Hoạt động chuyển đổi số thường được thể hiện thông qua việc ứng dụng 07 công nghệ chính sau đây được cho là có thể đem lại những tiềm năng chuyển đổi cho các doanh nghiệp kiểm toán. Đây đều là những công nghệ giúp quy trình kiểm toán được thực hiện theo thời gian thực, nhanh chóng,

mọi lúc mọi nơi và bảo mật hơn, tổ chức công tác kiểm toán sẽ linh hoạt hơn và kiểm soát được đa chiều hơn, gồm:

(1) Internet di động (Mobile internet): Internet di động ở Việt Nam đã thúc đẩy việc áp dụng các mô hình kinh doanh mới như nền kinh tế ứng dụng (app economy), các dịch vụ OTT (over-the-top) và thương mại di động (m-commerce).

(2) Điện toán đám mây (Cloud computing): đề cập đến việc cung cấp tài nguyên công nghệ thông tin (CNTT) qua Internet. Công nghệ điện toán đám mây cho phép các cá nhân và doanh nghiệp kiểm toán tiếp cận các dịch vụ công nghệ như sức mạnh tính toán vượt trội, lưu trữ dữ liệu và các công cụ quản lý bất cứ khi nào cần thiết.

(3) Dữ liệu lớn (Big data): Dữ liệu lớn, và việc phân tích nó, đề cập đến khả năng phân tích khối lượng dữ liệu cực kì lớn, đưa ra những hiểu biết sâu sắc để từ đó đưa ra phương án hành động - thường theo thời gian thực. Ví dụ những phân tích mang tính dự đoán có thể giúp kiểm toán viên phát hiện ra các hành vi bất thường, các giao dịch có sự thay đổi lớn, hay đáng ngờ...

(4) Trí thông minh nhân tạo (Artificial intelligence): AI đề cập đến khả năng phần mềm hoặc phần cứng thể hiện trí thông minh giống con người. Điều này đòi hỏi một tập hợp các công nghệ cho phép máy tính nhận thức, học hỏi, suy luận và hỗ trợ ra quyết định để giải quyết vấn đề theo cách tương tự như những gì con người làm. Ví dụ về các ứng dụng AI bao gồm trợ lý ảo, có thể chạy hàm dữ liệu sai phạm hay chọn mẫu kiểm toán...

(5) Công nghệ tài chính (Fintech): Fintech là công cụ thúc đẩy lĩnh vực dịch vụ tài chính thông qua việc tạo điều kiện thuận lợi cho gửi tiền, thanh toán, nhờ đó các khách hàng tiếp cận thuận lợi hơn tới các sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp kiểm toán, góp phần thúc đẩy tăng trưởng.

(6) Internet kết nối vạn vật (IoT): là mạng lưới các đối tượng vật lý được gắn cảm biến, phần mềm và các công nghệ khác để kết nối và trao đổi dữ liệu với các thiết bị và hệ thống khác qua Internet. IoT có một số ứng dụng trên các lĩnh vực với tiềm năng kinh tế đáng kể như phát triển các thiết bị đeo có thể giúp theo dõi sự thay đổi

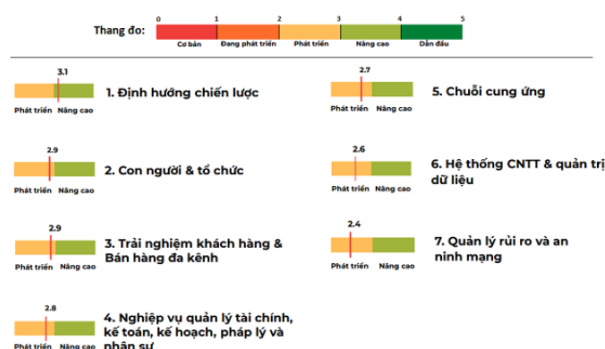
đáng kể: lượng tiêu thụ năng lượng; sử dụng thiết bị có thể được tối ưu hoá, hiệu suất và sự an toàn của các nhà máy được cải thiện...

(7) Người máy tiên tiến (Advanced robotics): So với robot thông thường, robot tiên tiến có nhận thức, khả năng tích hợp, khả năng thích ứng và tính di động vượt trội. Ví dụ, robot tiên tiến có thể tăng năng suất và tính linh hoạt trong quá trình kiểm tra trực tiếp trên phần mềm kế toán, tìm ra các điểm thay đổi bất thường, hay các nghiệp vụ có bút toán đối ứng khác biệt.

Thực tế, một số công nghệ số hiện được nhiều doanh nghiệp áp dụng vào trong lĩnh vực kiểm toán, như: phần mềm hóa đơn điện tử, phần mềm chọn mẫu điện tử, phần mềm quản lý cuộc kiểm toán, phần mềm văn phòng điện tử,... CDS tác động đến quy trình, phương pháp, chức năng của hoạt động kiểm toán từ đó hình thành nên xu hướng và tương lai của kiểm toán trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Trong bối cảnh CDS phát triển mạnh mẽ, các doanh nghiệp kiểm toán ở Việt Nam hiện đang ở mức giữa giai đoạn phát triển và ngày càng tiệm cận mức nâng cao về chuyển đổi số, nghĩa là họ đã bắt đầu số hóa và tích hợp chuyển đổi số vào hoạt động của mình, nhưng việc quản lý thực hiện vẫn còn gặp thách thức và phải đối mặt với các khó khăn trong quá trình mở rộng quy mô CDS hoặc triển khai thành công CDS ở các bộ phận.

Hình 2: Mức độ sẵn sàng chuyển đổi số doanh nghiệp Việt Nam năm 2022



Nguồn: Bộ KH và ĐT

2. Khó khăn trong chuyển đổi số tại các doanh nghiệp kiểm toán Việt Nam

Các giải pháp số trên thị trường của các nhà cung cấp trong nước và quốc tế rất đa dạng và

phong phú. Tuy nhiên, để xác định được đâu là giải pháp phù hợp với điều kiện, nhu cầu của doanh nghiệp kiểm toán không phải là đơn giản, cần các giải pháp công nghệ phức tạp và tốn kém chi phí, cụ thể:

Một là, khó khăn về chi phí đầu tư, ứng dụng công nghệ

Chi phí đầu tư vào các giải pháp công nghệ số và chi phí triển khai, duy trì công nghệ tương đối cao so với các chi phí khác mà doanh nghiệp kiểm toán đang gánh chịu, trong khi hiệu quả của việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh không thể hiện rõ trong thời gian ngắn hạn, do đó để bảo vệ được kế hoạch đầu tư vào CDS tại các doanh nghiệp kiểm toán là tương đối khó khăn

Thực tế các dự án chuyển đổi số có thể tốn nhiều chi phí đầu tư, trong khi năng lực tài chính của các doanh nghiệp kiểm toán còn khá hạn chế. Chi phí triển khai chuyển đổi số không chỉ bao gồm chi phí đầu tư thêm các công nghệ số, mà có thể phát sinh thêm các chi phí như:

- Chi phí thay đổi quy trình, đào tạo nhân sự để thích ứng với quy trình mới;
- Chi phí đầu tư cho hạ tầng công nghệ thông tin: Việc phải triển khai một số hệ thống công nghệ thông tin sẽ dẫn tới việc tăng đầu tư và các chi phí vận hành hệ thống công nghệ thông tin; trong nhiều trường hợp, thách thức sẽ lớn hơn nếu phải thay đổi, xóa bỏ các hệ thống truyền thống.
- Chi phí trong việc xây dựng hệ thống, đảm bảo an ninh, an toàn và phòng chống rủi ro: So với các mô hình kinh doanh truyền thống thì việc chuyển đổi số, áp dụng nhiều công nghệ, lưu trữ và phân tích dữ liệu sẽ dẫn tới việc cần thiết phải bảo vệ an ninh, an toàn dữ liệu của các hệ thống.

Việc phải trang bị, đầu tư mà chưa nhìn rõ kết quả, lợi ích của chuyển đổi số trong tương lai là một thách thức rất lớn để các doanh nghiệp kiểm toán quyết định đầu tư bao nhiêu ngân sách cho hoạt động chuyển đổi số

Hai là, sự không phù hợp giữa tư duy lối mòn cũ và văn hóa doanh nghiệp với sự đổi mới công nghệ số.

Chuyển đổi số đòi hỏi phải thay đổi thói quen, tập quán kinh doanh trong khi yếu tố này được coi

là lâu dài, khó khăn khi thực hiện thay đổi, phụ thuộc nhiều vào người đứng đầu doanh nghiệp kiểm toán.

Doanh nghiệp kiểm toán cần thay đổi suy nghĩ của mình để có một chiến lược vận hành theo công nghệ số hiệu quả, tạo ra những trải nghiệm ban đầu và lồng ghép những trải nghiệm đó vào trong quy trình chiến lược phát triển doanh nghiệp. Mặt khác, văn hóa là một yếu tố đóng góp lớn vào sự thành công trong công cuộc chuyển đổi số. Văn hóa mới trong tổ chức phải được thiết lập, đảm bảo rằng các nhân viên tin vào tiềm năng chuyển đổi số và đồng lòng thay đổi hướng đến mục đích chung của công ty.

Ba là, sự thiếu hụt nhân sự kiểm toán chất lượng cao.

Đối với ngành kiểm toán trước đây, nhân lực đóng vai trò quan trọng nhất và công nghệ chỉ đóng vai trò hỗ trợ thuần túy. Song trong kỷ nguyên số hóa ngày nay, công nghệ tạo ra những cơ hội mới, những chiến lược mới. Công nghệ không chỉ hỗ trợ các nghiệp vụ kế toán kiểm toán mà còn thúc đẩy tăng trưởng và là một lợi thế cạnh tranh nếu doanh nghiệp thành công.

Chưa kể đến việc hoạt động kiểm toán thời 4.0 có nhiều thay đổi mà đa phần nhân sự ngành này vẫn còn hạn chế về kiến thức, kỹ năng công nghệ thông tin. Thách thức đặt ra với chính kiểm toán viên là phải thường xuyên cập nhật, nâng cao trình độ công nghệ thông tin để đáp ứng với yêu cầu thực tiễn. Bên cạnh đó, những kỹ năng mềm hay khả năng ngoại ngữ của nhân sự ngành quản trị tài chính, kiểm toán cũng được đánh giá là còn hạn chế so với các ngành nghề khác.

Các doanh nghiệp kiểm toán cũng còn thiếu hụt nhân lực nội bộ để ứng dụng công nghệ số: Thiếu chuyên gia, nhân lực nội bộ am hiểu về công nghệ số là điểm nghẽn đối với doanh nghiệp kiểm toán, khiến khả năng đạt thành công trong chuyển đổi số thấp hơn

Bốn là, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin chất lượng kém, bảo mật thấp

Trước khi có sự chuyển mình của công nghệ, công việc kiểm toán viên gắn liền với hồ sơ, giấy tờ,... và gặp muôn vàn khó khăn về sự thuận tiện cũng như tính bảo mật thông tin. Sự

ra đời của các công nghệ trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã thay đổi hoàn toàn phương thức, quy trình kế toán hiện tại: toàn bộ dữ liệu được số hóa thành các thông tin điện tử, công nghệ blockchain trở thành “sổ cái” không lờ,... Nếu không có chính sách hay biện pháp bảo mật thì việc lộ thông tin, đánh cắp thông tin là điều dễ nảy sinh. Chính điều này đặt ra bài toán cho doanh nghiệp về việc nâng cấp cơ sở hạ tầng, cải tiến chất lượng của hệ thống công nghệ thông tin, cũng như tìm kiếm đối tác uy tín để nâng cao tính an toàn của dữ liệu.

(1) Hạ tầng công nghệ số được coi là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu khi doanh nghiệp thực hiện chuyển đổi số. Tuy nhiên hệ quả của chi phí đầu tư cao có thể dẫn đến việc thiếu hụt cơ sở hạ tầng cần thiết để doanh nghiệp kiểm toán thực hiện chuyển đổi số một cách hiệu quả và toàn diện

(2) Thiếu thông tin về công nghệ số: Các giải pháp và công nghệ số rất đa dạng, phong phú và liên tục được cập nhật theo nhu cầu của thị trường. Việc không nắm được thông tin về các giải pháp và công nghệ hiện có và mức độ phù hợp với doanh nghiệp có thể khiến doanh nghiệp kiểm toán gặp khó khăn khi bước đầu áp dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh của mình

(3) Khó khăn trong tích hợp các giải pháp công nghệ số: Việc sử dụng các phần mềm quản lý, phục vụ cho hoạt động kinh doanh một cách rời rạc và không có quy hoạch khiến doanh nghiệp kiểm toán gặp nhiều khó khăn trong việc tích hợp các giải pháp công nghệ thành một hệ thống xuyên suốt, gây khó khăn cho doanh nghiệp khi thực hiện chuyển đổi số

Năm là, các vấn đề khác

Hạn chế về nhận thức, năng lực triển khai: Với rất nhiều doanh nghiệp chưa có nhiều kinh nghiệm về ứng dụng, khai thác công nghệ thì việc quyết định thực hiện chuyển đổi số như thế nào, lựa chọn các giải pháp nào là một rào cản rất lớn. Chuyển đổi số nếu chỉ trong kế hoạch mà không có nhân lực phù hợp triển khai thì cũng thành vô nghĩa. Để dẫn dắt, triển khai được chuyển đổi số, nhân sự thường phải có kiến thức và kinh nghiệm về cả kinh doanh và công nghệ, được sự tin tưởng của cả bộ máy lãnh đạo. Các doanh nghiệp quy

mô càng lớn thì thách thức này càng khó khăn, phức tạp.

Sợ rò rỉ dữ liệu cá nhân/doanh nghiệp: Chuyển đổi số không còn là khái niệm mới, tuy nhiên e ngại về vấn đề bảo mật thông tin khi sử dụng các giải pháp công nghệ... khiến các doanh nghiệp chưa dám bước ra khỏi giới hạn an toàn để thay đổi

3. Một số khuyến nghị

Thứ nhất, trước mắt các doanh nghiệp kiểm toán cần xây dựng cơ sở dữ liệu lớn để đáp ứng số liệu giao dịch ngày một lớn; ứng dụng công nghệ Blockchain để phân tích, xử lý dữ liệu, đảm bảo an ninh, an toàn về bảo mật. Để đáp ứng yêu cầu này, doanh nghiệp kiểm toán cần cập nhật dữ liệu thường xuyên, lưu trữ các dữ liệu, bao gồm cả dữ liệu tài chính và phi tài chính; tích hợp phần mềm kế toán với hệ thống quản trị trong hệ thống công nghệ thông tin chung; xây dựng phần mềm kế toán,... Đồng thời, các quy định mang tính bắt buộc, hạn chế quá trình chuyển đổi số cần được xem xét để điều chỉnh hoặc dỡ bỏ; Phát triển các phần mềm online kế toán, nhằm đáp ứng đầy đủ nghiệp vụ tài chính - kiểm toán cho mọi doanh nghiệp kiểm toán hướng tới giải quyết bài toán xử lý dữ liệu kiểm toán cho doanh nghiệp kiểm toán mọi lúc, mọi nơi và tiết kiệm thời gian tối đa cho người dùng.

Thứ hai, cần có những biện pháp quyết liệt để thực hiện trong bối cảnh lĩnh vực kiểm toán của Việt Nam chưa theo kịp được với xu hướng mới, trong đó cần chú trọng việc xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ tương ứng. Sự phát triển của hệ thống kết cấu hạ tầng internet sẽ đặt ra những giới hạn cho việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào trong lĩnh vực kiểm toán. Đây là bài toán nan giải của lĩnh vực kiểm toán, do việc đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng số không phải là việc có thể tiến hành nhanh, trong khi việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào lĩnh vực kiểm toán sẽ diễn ra rất nhanh chóng. Bên cạnh đó, rất khó để tiếp cận công nghệ chỉ trong một thời gian ngắn. Các doanh nghiệp kiểm toán phải chuẩn bị đầy đủ các điều kiện để đầu tư vào công nghệ mới và đào tạo nhân viên kế toán. Tuy nhiên, việc đầu tư vào công nghệ mới cũng phụ thuộc vào định hướng phát triển và tư duy của các nhà quản trị doanh

niệp kiểm toán.

Thứ ba, chú trọng an toàn, bảo mật thông tin gắn với an ninh mạng trước sự đe dọa tấn công của tội phạm mạng. Các nguy cơ bị mất cắp các dữ liệu thông tin kiểm toán là rất hiện hữu trong môi trường mạng. Đây là một nguy cơ lớn mà các kiểm toán cần nhận thức được và chuẩn bị cho những vấn đề có thể xảy ra khi ứng dụng các công nghệ mới. Do vậy, cần chú trọng xây dựng hệ thống an ninh mạng, đảm bảo bảo mật cao thông tin dữ liệu kiểm toán.

Thứ tư, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng những thay đổi trong lĩnh vực kiểm toán. Dưới sự tác động của CMCN 4.0, các dữ liệu về hồ sơ, giấy tờ kế toán sẽ dần được chuyển sang dạng số hóa, làm cho các kiểm toán viên với những kỹ năng thông thường khó có thể nắm bắt được sự đa dạng về loại hình và hình thức giao dịch số. Các xu hướng mới trong lĩnh vực kiểm toán cũng đặt ra yêu cầu phát triển mới các nhóm kỹ năng cần thiết cho các kế toán và kiểm toán viên. Bên cạnh những kiến thức chuyên môn sâu về nghiệp vụ kiểm toán, các kiểm toán viên trong tương lai cũng cần các kỹ năng và kiến thức về luật pháp, công nghệ thông tin, truyền thông và quản lý.

Thứ năm, thay đổi nhận thức về tác động của công nghệ số nói chung và CMCN 4.0 nói riêng đến hoạt động lĩnh vực kiểm toán. Quá trình số hóa lĩnh vực kiểm toán của Việt Nam là xu thế không thể tránh khỏi, bởi vì các hoạt động kinh tế ngày càng đa dạng và phong phú. Điều quan trọng là những tiến bộ từ cuộc CMCN 4.0 sẽ trở thành động lực giúp các KTV, doanh nghiệp kiểm toán kiểm toán hoạt động trong lĩnh vực kế toán trong nước phát triển, nắm bắt và thay đổi kịp thời để thích nghi với công nghệ mới, nâng cao năng suất lao động và chất lượng công việc.

Tài liệu tham khảo:

Google, Temasek, Bain & Company. 2021. *E-economy Sea 2016 - 2021*.

We are social & Kepios. 2022 Digital Vietnam.

Mckinsey (2022): Tech highlights from 2022.

Bộ Kế hoạch & Đầu tư. 2021 *Báo cáo thường niên chuyển đổi số Doanh nghiệp.*

Capgemini. The Digital Talent Gap report.

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN MARKETING LÃNH THỔ NHẪM THU HÚT ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI VÀO TỈNH HÀ TĨNH

TS. Trần Thu Thủy* - Ths. Nguyễn Thị Hồng Trang*

TS. Bùi Thị Quỳnh Thơ** - Nguyễn Trúc Quỳnh***

Trong giai đoạn hiện nay đặt ra yêu cầu mỗi địa phương đều phải xây dựng cho mình sản phẩm, quy trình marketing nhằm thu hút được vốn đầu tư đặc biệt là vốn đầu tư nước ngoài để phát triển kinh tế - xã hội địa phương đặc biệt là những địa phương đang nằm trong giai đoạn lấy đầu tư làm động lực phát triển nền kinh tế như địa phương Hà Tĩnh. Nghiên cứu marketing lãnh thổ cũng bao gồm các yếu tố: sản phẩm, giá cả, phân phối xúc tiến hỗn hợp và thêm yếu tố chính quyền và công chúng. Để có thể thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài phát triển kinh tế - xã hội theo định hướng mục tiêu, các địa phương cũng phải vận động như một doanh nghiệp theo định hướng thị trường để xây dựng địa phương thành một "sản phẩm" hấp dẫn và có các biện pháp quảng bá, thu hút đầu tư hiệu quả đối với nhóm khách hàng mục tiêu - là các nhà đầu tư nước ngoài. Thực tế cho thấy địa phương Hà Tĩnh cũng đã thực hiện một số nội dung liên quan đến việc xây dựng hình ảnh, chương trình xúc tiến đầu tư nhằm thu hút đầu tư nước ngoài tuy nhiên chưa thực hiện được việc nghiên cứu và thực hiện quy trình marketing lãnh thổ một cách hệ thống và hiệu quả. Do đó, xây dựng quy trình thực hiện marketing lãnh thổ để tăng cường thu hút vốn đầu tư tại tỉnh đang là nhiệm vụ có ý nghĩa cấp thiết đối với Hà Tĩnh trong giai đoạn hiện nay để thu hút đầu tư phát triển kinh tế xã hội địa phương, đồng thời cần đánh giá trên giác độ của chính các nhà đầu tư. Trên cơ sở khảo sát các nhà đầu tư tại địa phương, bài viết phân tích mô hình nghiên cứu định lượng về các yếu tố tác động đến marketing lãnh thổ nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI).

• Từ khóa: marketing, marketing lãnh thổ, thu hút, đầu tư trực tiếp nước ngoài, Hà Tĩnh.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

In the current period, it is required that each locality has to build its own products and marketing processes in order to attract investment capital, especially foreign investment capital to develop the local socio-economic especially. especially localities that are in the stage of taking investment as a driving force for economic development such as Ha Tinh province. Territorial marketing research also includes the following factors: product, price, distribution, and promotion mix and add government and public factors. In order to be able to attract foreign direct investment for target-oriented socio-economic development, localities must also act as a market-oriented enterprise to build their localities into a "product". " attractive and effective investment promotion and attraction measures for the target group of customers - foreign investors. In fact, Ha Tinh province has also implemented a number of contents related to the building of images and investment promotion programs to attract foreign investment, but the research and implementation has not yet been carried out. systematic and effective territorial marketing process. Therefore, developing the process of implementing territorial marketing to enhance the attraction of investment capital in the province is an urgent task for Ha Tinh in the current period to attract investment in socio-economic development. local associations, and at the same time need to evaluate from the perspective of investors themselves. Based on a survey of local investors, the article analyzes a quantitative research model on factors affecting territorial marketing in order to attract foreign direct investment (FDI).

• Key words: marketing, territorial marketing, attraction, foreign direct investment, Ha Tinh.

* Trường Đại học Hà Tĩnh; email: thuy.tranthu@htu.edu.vn; trang.nguyenthihong@htu.edu.vn

** Ủy ban Kinh tế Quốc hội; email: quynhthobui@gmail.com

*** Đại học IE, Tây ban Nha; email: nguyentrucquynh38@gmail.com

1. Phương pháp nghiên cứu

Khung lý thuyết dùng để nghiên cứu về marketing lãnh thổ trong thu hút đầu tư dựa trên các nghiên cứu trong và ngoài nước. Các nghiên cứu ngoài nước bao gồm: Nghiên cứu về cung sản phẩm địa phương trong thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của tác giả Philip Kotler năm 2002, 2010; Nghiên cứu về giá cả và chi phí của địa phương của Francois Parvex năm 2009, Philip Kotler năm 2010; Nghiên cứu về phân phối - hoạt động hỗ trợ của địa phương cho nhà đầu tư nước ngoài của Philip Kotler năm 2002; Francois Parvex năm 2009; Nghiên cứu về truyền thông trong thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài của Philip Kotler năm 2002; Nghiên cứu các vấn đề về chủ thể tham gia thực hiện marketing, khách hàng mục tiêu, định vị địa phương... của Philip Kotler năm 1997, Philip Sidel năm 2002, Francois Parvex năm 2009. Các nghiên cứu trong nước có liên quan đến đề tài bao gồm: các nghiên cứu về nội dung marketing mix địa phương trong thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài: Sản phẩm địa phương, giá cả chi phí, hoạt động phân phối, truyền thông, chính quyền, công chúng được một số tác giả kế thừa và phát triển nghiên cứu vào điều kiện cụ thể của Việt Nam như Vũ Trí Dũng, Phạm Thị Huyền (2005); Phạm Công Toàn (2010); Lê Mai Hải (2017), Nguyễn Đức Hải (2013)... Tất cả các nghiên cứu đã giúp bài viết kế thừa khung lý thuyết nghiên cứu về marketing lãnh thổ trong thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài bao gồm các yếu tố/công cụ marketing lãnh thổ: sản phẩm địa phương, giá cả - chi phí, phân phối - vị trí lãnh thổ, truyền thông quảng bá địa phương và chính quyền và công chúng. Những yếu tố này được cụ thể hóa để đưa vào mô hình nghiên cứu trong bài biết.

Theo đó, các yếu tố tác động đến marketing lãnh thổ về môi trường đầu tư trong thu hút đầu tư nước ngoài được sử dụng trong bài viết bao gồm: Môi trường đầu tư (Y), Sản phẩm (SP), Giá cả (GC), Phân phối (PP), Truyền thông (TT), Chính quyền (CQ) và công chúng (CC). Phương trình hồi quy bội trong nghiên cứu như sau: $MTĐT(Y) = C + \beta_1SP + \beta_2GC + \beta_3PP + \beta_4TT + \beta_5CQ + \beta_6CC + \varepsilon$. Để có dữ liệu sơ cấp nhóm tác giả đã khảo sát thông qua phiếu hỏi với các câu hỏi là những biến số thuộc các nhóm yếu tố của marketing lãnh thổ, cụ thể: cung sản phẩm địa phương (SP) gồm 7 yếu

tố, giá cả (GC) - chi phí địa phương gồm 9 yếu tố, phân phối (PP) - mức độ hỗ trợ của địa phương gồm 4 yếu tố, hoạt động quảng bá và truyền thông (TT) gồm 7 yếu tố, chính quyền (CQ) gồm 11 yếu tố và công chúng địa phương (ĐP) gồm 6 yếu tố (bảng 1). Mặt khác để phân tích thông tin, các câu hỏi đã được mã hóa đối với các phương án trả lời theo số bắt đầu từ 1, trong đó các câu hỏi theo thang đo thứ bậc được mã hóa theo 5 mức độ tích cực tăng dần từ 1 đến 5 với 1 - mức độ tích cực thấp nhất, 5- mức độ tích cực cao nhất.

Bảng 1. Các yếu tố liên quan đến marketing lãnh thổ trong thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài

TT	Yếu tố	Mô tả
1	SP1	Hệ thống giao thông
2	SP2	Điều kiện về tiếp cận năng lượng: điện, ga, xăng, dầu...
3	SP3	Điều kiện về tiếp cận nguồn nước (nước sản xuất/nước sinh hoạt)
4	SP4	Điều kiện về tiếp cận dịch vụ viễn thông
5	SP5	Chất lượng và khả năng đáp ứng hạ tầng các cụm, khu công nghiệp
6	SP6	Công nghiệp phụ trợ
7	SP7	Mức độ ổn định chính trị
8	GC1	Chi phí đăng ký kinh doanh
9	GC2	Chi phí thuê đất
10	GC3	Chi phí thuê văn phòng, nhà xưởng
11	GC4	Chi phí vận tải hàng hóa
12	GC5	Các khoản thuế
13	GC6	Chi phí cho các dịch vụ đi kèm tại địa phương để bắt đầu tiến hành kinh doanh như: chi phí sinh hoạt, y tế, giáo dục, giải trí...
14	GC7	Chi phí về thời gian và việc thực hiện các quy định của Nhà nước (phản ánh thời gian NĐT phải bỏ ra khi chấp hành các thủ tục hành chính)
15	GC8	Chi phí không chính thức
16	GC9	Chi phí nhân công (lương, các khoản thưởng)
17	PP1	Tiếp cận đất đai và mặt bằng kinh doanh
18	PP2	Việc sử dụng mặt bằng kinh doanh
19	PP3	Nguyên liệu cho sản xuất tại địa phương
20	PP4	Tiềm năng thị trường tiêu thụ
21	TT1	Chất lượng nguồn thông tin từ các trang website của tỉnh
22	TT2	Quảng bá hình ảnh của địa phương thông qua khẩu hiệu truyền thông (slogan) (TT2)
23	TT3	Quảng bá các điểm thu hút đầu tư của địa phương
24	TT4	Quảng bá các điều kiện cơ sở hạ tầng địa phương
25	TT5	Quảng bá thông qua hình ảnh con người địa phương

TT	Yếu tố	Mô tả
26	TT6	Chất lượng nguồn thông tin từ những nguồn khác: Thông tin từ các Bộ, VCCI, đối tác, hội chợ, triển lãm, công ty nghiên cứu thị trường, Đại sứ quán các nước tại VN (đối với đầu tư nước ngoài)...
27	TT7	Mức độ hiểu biết của nhà đầu tư về môi trường đầu tư của tỉnh trước khi quyết định đầu tư từ tất cả các nguồn thông tin nhận được
28	CQ1	Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh (quá trình thực thi chính sách, đưa ra những sáng kiến riêng) (CQ1)
29	CQ2	Tính minh bạch và trách nhiệm (khả năng NĐT tiếp cận được các kế hoạch và văn bản pháp lý cần thiết, thực hiện các cam kết ưu đãi đầu tư của tỉnh) (CQ2)
30	CQ3	Chính quyền các cấp hỗ trợ khi doanh nghiệp cần (CQ3)
31	CQ4	Thực hiện chính sách đền bù GPMB (CQ4)
32	CQ5	Thực hiện chính sách lao động (CQ5)
33	CQ6	Thực hiện chính sách đất đai (CQ6)
34	CQ7	Thực hiện chính sách thuế (CQ7)
35	CQ8	Thực hiện chính sách xuất nhập khẩu (CQ8)
36	CQ9	Thực hiện thủ tục hải quan (CQ9)
37	CQ10	Thực hiện chính sách tín dụng (CQ10)
38	CQ11	Thực hiện chính sách bảo vệ môi trường (CQ11)
39	CC1	Mức độ thân thiện của cư dân địa phương (CC1)
40	CC2	Chất lượng hệ thống giáo dục đào tạo địa phương (CC2)
41	CC3	Tính kỷ luật của người lao động (CC3)
42	CC4	Khả năng tiếp thu và vận dụng công nghệ của người lao động (CC4)
43	CC5	Tuyển dụng lao động phổ thông (CC5)
44	CC6	Tuyển dụng lao động quản lý (CC6)

Nguồn: Phiếu điều tra các doanh nghiệp đầu tư

Đối tượng được khảo sát là các doanh nghiệp (DN) đầu tư nước ngoài và tại Hà Tĩnh thuộc các lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh khác nhau, với 300 phiếu khảo sát. Dữ liệu đảm bảo độ tin cậy trong nghiên cứu dựa theo yêu cầu của phân tích nhân tố khám phá EFA và hồi quy đa biến. Các bước tiến hành nghiên cứu được trình bày cụ thể ở phần nội dung nghiên cứu.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Khái quát tình hình thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào tỉnh Hà Tĩnh

Đối với thu hút đầu tư nước ngoài, năm 2021-2022 tỉnh thu hút được 02 dự án FDI với quy mô lớn, tổng số vốn đăng ký hơn 2.400 triệu USD. Tính đến năm 2022 toàn tỉnh có trên 70 dự án FDI với tổng vốn đăng ký trên 16 tỷ USD; là tỉnh đứng thứ 9 cả nước về thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Hiện cũng có các nhà đầu tư nước ngoài đang trong quá trình nghiên cứu đầu tư vào tỉnh như: Công ty China Conch Venture Holdings Limited đầu tư dự án Nhà máy đốt rác phát điện tại thị xã Hồng Lĩnh; Công ty Công ty Silavon SSP GmbH - Cộng hòa LB Đức đề xuất nghiên cứu đầu tư dự án Nhà máy sản xuất thép không gỉ tại Khu kinh tế Vũng Áng (khoảng 1 tỷ USD); Công ty Điện khí Siemens (CHLB Đức) và Công ty Samsung C&T (Tập đoàn Samsung Hàn Quốc) đề xuất đầu tư Nhà máy điện khí tại Khu kinh tế (KKT) Vũng Áng với tổng mức đầu tư khoảng 1,5-1,8 tỷ USD; Công ty One Energy Asia Limited (thành lập tại Cayman Island, văn phòng đại diện tại Hồng Kông) và Công ty TNHH Nhiệt điện Vũng Áng II đầu tư dự án nhà máy nhiệt điện BOT Vũng Áng 2 với tổng mức đầu tư 2,2 tỷ USD; Công ty cổ phần giải pháp năng lượng VINES đầu tư dự án sản xuất và thương mại công nghệ pin LITHIUM với tổng mức đầu tư 275 triệu USD...

Giai đoạn từ 2015 - 2022 tỉnh thu hút được 41 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài với số vốn đăng ký 2.974.475,537 nghìn USD (bảng 2) trong đó năm 2021 là năm thu hút được 1 dự án với lượng vốn đăng ký lớn nhất trong giai đoạn trên đạt 2.187.000 nghìn USD.

Bảng 2. Tổng hợp thu hút các dự án FDI theo tổng vốn

Giai đoạn 2001-2014			Giai đoạn 2015-2022		
Số dự án	Tổng vốn (Nghìn USD)		Số dự án	Tổng vốn (Nghìn USD)	
	Đăng ký	Thực hiện		Đăng ký	Thực hiện
38	13.270.063,602	12.397.576,94	41	2.934.475,534	545.182,144

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của TTHTPTDN&XTĐT tỉnh Hà Tĩnh

Trong giai đoạn 2001-2014, các tập đoàn kinh tế của các nước đã và đang đầu tư vào Hà Tĩnh, trong đó dự án Khu công nghiệp gang thép và cảng Sơn Dương Formosa Hà Tĩnh của Tập đoàn Formosa (Đài Loan) là dự án FDI lớn nhất cả nước với số vốn đăng ký 7.989,00 triệu USD giai đoạn 2010 trở về trước, giai đoạn 2011-2016 đăng ký tăng thêm 2.559,00 triệu USD và thực hiện 8.898,91 triệu USD. Giai đoạn 2001-2014 tỷ lệ giải ngân cũng rất cao (trên 90%) cũng là do dự án lớn vốn lớn này nhưng giải ngân với tốc độ rất nhanh. Giai đoạn 2015 -2022 trên địa bàn tỉnh đã

có 7 nước và vùng lãnh thổ đầu tư vào Hà Tĩnh, bao gồm: Đài Loan, Hàn Quốc, Brunei, Trung Quốc, Singapore, Đức, Mỹ (bảng 3).

Bảng 3. Tổng hợp thu hút các dự án FDI theo nhà đầu tư

TT	Tên nhà đầu tư	Số dự án	Số vốn đăng ký (Nghìn USD)	Số vốn thực hiện (Nghìn USD)
1	Singapore	4	145.575,653	52.597,530
2	Hàn Quốc	4	65.449,398	26.179,759
3	Đài Loan	23	240.767,762	88.775,033
4	Brunei	1	8.657,800	3.636,276
5	Trung Quốc	6	2.194.461,470	331.034,589
6	Đức	1	2.100,000	829,500
7	Mỹ	2	277.463,451	42.129,457
Tổng		41	2.934.475,534	545.182,144

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của THTPTDN&XTĐT tỉnh Hà Tĩnh

Theo đó, các nhà đầu tư Đài Loan là chủ yếu, với 23 dự án tương đương vốn đăng ký 240.767,762 nghìn USD. Tuy nhiên, theo số vốn đăng ký thì nhà đầu tư Trung Quốc có số vốn lớn nhất do năm 2021 thu hút được dự án Nhà máy nhiệt điện BOT Vũng Áng 2 với số vốn đăng ký là 2.187.000 nghìn USD. Ngoài ra các nhà đầu tư Mỹ, Singapore, Hàn Quốc cũng là những nhà đầu tư tiềm năng theo số vốn đăng ký.

Ngoài ra, các dự án FDI thu hút được trong giai đoạn 2015-2022 đều tập trung chủ yếu vào huyện Kỳ Anh và thị xã Kỳ Anh (34 dự án với tổng số vốn đăng ký là 2.864.511,014 nghìn USD), ngoài ra có 7 dự án phân rải rác ở thành phố Hà Tĩnh, huyện Cẩm Xuyên, huyện Đức Thọ, huyện Hương Sơn và thị xã Hồng Lĩnh (bảng 4).

Bảng 4. Tổng hợp thu hút các dự án FDI theo huyện/thị giai đoạn 2015-2022

TT	Tên huyện/thị	Số dự án	Số vốn đăng ký (Nghìn USD)
1	Thành phố Hà Tĩnh	2	2.252,57
2	Huyện Kỳ Anh và Thị xã Kỳ Anh	34	2.864.511,014
3	Huyện Cẩm Xuyên	2	23.411,95
4	Thị xã Hồng Lĩnh	1	15.000
5	Huyện Hương Sơn	1	23.300
6	Huyện Đức Thọ	1	6.000

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của THTPTDN&XTĐT tỉnh Hà Tĩnh

Trong giai đoạn 2015-2022, các dự án FDI đầu tư vào lĩnh vực thương mại - dịch vụ và công

nh nghiệp - xây dựng là chủ yếu (Xem bảng 5). Mặt khác, các dự án nằm trong Khu kinh tế Vũng Áng cũng chủ yếu là các dự án công nghiệp - xây dựng, thương mại - dịch vụ phụ trợ cho dự án này. Các dự án liên quan đến nông nghiệp không có đăng ký trong giai đoạn này.

Bảng 5. Tổng hợp thu hút các dự án FDI theo lĩnh vực/ngành nghề giai đoạn 2015-2022

TT	Lĩnh vực/ngành nghề	Số dự án	Số vốn đăng ký (Nghìn USD)
1	Công nghiệp - Xây dựng	22	2.352.257,950
2	Nông nghiệp	0	0
3	Thương mại - dịch vụ	19	582.217,583

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của THTPTDN&XTĐT tỉnh Hà Tĩnh

Có thể thấy các dự án FDI thu hút vào tỉnh thời gian qua tập trung chủ yếu vào KKT Vũng Áng. Tính đến hiện nay, KKT Vũng Áng thu hút được 56 dự án có vốn đầu tư nước ngoài/tổng 153 dự án (trong đó dự án Nhà máy Nhiệt điện Vũng Áng II đầu tư theo hình thức BOT) với tổng số vốn đăng ký 16.041,219 triệu USD. Trong đó các nhà đầu tư Trung Quốc (các vùng thuộc Trung Quốc, lãnh thổ Đài Loan, Trung Quốc) là những nhà đầu tư lớn nhất với 42 dự án, vốn đăng ký 15,604 triệu USD. Mặt khác, các dự án tập trung vào các lĩnh vực chủ yếu: công nghiệp với 28 dự án, tổng vốn đăng ký 15.438.901.306 USD chiếm 96,25% tổng vốn đăng ký, ngoài ra có các dự án thương mại dịch vụ chiếm 2,97% tổng vốn đăng ký và cảng biển chiếm 0,78% tổng vốn đăng ký. Trong thời gian tiếp theo, định hướng thu hút FDI vào tỉnh vẫn sẽ tập trung vào KKT Vũng Áng nhằm tập trung phát triển về công nghiệp luyện thép, công nghiệp chế biến chế tạo và năng lượng, trụ cột là cảng biển, logistics, trung chuyển hàng hóa nội vùng, liên vùng và quốc tế; công nghiệp luyện thép và sản xuất các sản phẩm từ thép cho xây dựng, đóng tàu, sản xuất và lắp ráp ô tô, cơ khí chế tạo, sản xuất pin điện.

2.2. Kết quả phân tích các yếu tố tác động đến marketing lãnh thổ nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào tỉnh Hà Tĩnh marketing lãnh thổ

Mô hình nghiên cứu được thiết kế với mục tiêu: Đánh giá các yếu tố tác động đến marketing lãnh thổ nhằm gia tăng sự hài lòng về đầu tư nước ngoài tại địa phương, là cơ sở khoa học để tiếp tục

nguyên cứu các giải pháp cải thiện môi trường đầu tư địa phương. Các bước thống kê và xử lý số liệu được tiến hành phân tích như sau:

(1) *Đánh giá sơ bộ độ tin cậy và giá trị của thang đo*

Việc đánh giá này được thực hiện bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA thông qua phần mềm xử lý SPSS để sàng lọc, loại bỏ các biến quan sát không đáp ứng tiêu chuẩn. Quá trình phân tích Cronbach alpha, tác giả giữ lại các thang đo có trị số Cronbach alpha $\geq 0,5$ do có những nhóm biến quan trọng cần phân tích và loại các biến quan sát có tương quan biến tổng $< 0,3$; trong quá trình EFA, sử dụng phương pháp trích Principle Component với phép xoay Varimax; loại bỏ các biến quan sát có trị số Factor loading $< 0,5$ hoặc trích vào các nhân tố khác mà chênh lệch trọng số Factor loading giữa các nhân tố $\leq 0,3$. Kết quả kiểm định thang đo các tập biến cụ thể như sau:

Thang đo sản phẩm: gồm 7 biến quan sát với hệ số Cronbach alpha là 0,915. Song biến quan sát SP2 (*Điều kiện về tiếp cận năng lượng*) có tương quan biến tổng $< 0,3$ nên loại biến này. Khi kiểm định lại thang đo đã loại biến SP2 thì hệ số Cronbach alpha tăng lên 0,952. Như vậy thang đo sản phẩm để lại 6 biến quan sát tiếp tục phân tích nhân tố EFA.

Thang đo giá cả: gồm 9 biến quan sát và có hệ số Cronbach alpha là 0,836 và tất cả các biến đều có hệ số tương quan biến tổng $> 0,3$ là phù hợp.

Thang đo phân phối: gồm 4 biến quan sát và có hệ số Cronbach alpha là 0,949 và tất cả các biến đều có hệ số tương quan biến tổng $> 0,3$ là phù hợp.

Thang đo quảng bá và truyền thông: gồm 7 biến quan sát và có hệ số Cronbach alpha là 0,893 và tất cả các biến đều có hệ số tương quan biến tổng $> 0,3$ là phù hợp.

Thang đo chính quyền: gồm 11 biến quan sát và có hệ số Cronbach alpha là 0,851. Song biến quan sát CQ8 (Thực hiện chính sách xuất nhập khẩu), CQ9 (Thực hiện thủ tục hải quan), CQ10 (Thực hiện chính sách tín dụng) có tương quan biến tổng $< 0,3$ nên loại biến này. Khi kiểm định lại thang đo đã loại biến CQ8, CQ9, CQ10 thì hệ số Cronbach alpha tăng lên 0,902.

Thang đo công chúng: gồm 6 biến quan sát và có hệ số Cronbach alpha là 0,909 và tất cả các biến đều có hệ số tương quan biến tổng $> 0,3$ là phù hợp.

(2) *Phân tích nhân tố*

Các tập biến sau khi kiểm định thang đo ở trên được đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA. Phân tích nhân tố cho thấy có một số biến có hệ số tải nhân tố (factor loading) và độ hội tụ có trọng số chênh lệch $< 0,3$ do đó bị loại ra khỏi mô hình, bao gồm các biến: SP3 (Điều kiện về tiếp cận nguồn nước), SP4 (Điều kiện về tiếp cận dịch vụ viễn thông), SP7 (Mức độ ổn định chính trị), GC1 (Chi phí đăng ký kinh doanh), GC3 (Chi phí thuê văn phòng, nhà xưởng), GC4 (Chi phí vận tải hàng hóa), GC6 (Chi phí cho các dịch vụ đi kèm tại địa phương để bắt đầu tiến hành kinh doanh), GC9 (Chi phí nhân công), PP3 (Nguyên liệu cho sản xuất tại địa phương), CQ7 (Thực hiện chính sách thuế). Sau khi đã loại các biến này, phân tích chỉ số KMO = 0,849 với Kiểm định Bartlett, ước lượng Chi - Square mức ý nghĩa sig. = 0.000 chứng tỏ dữ liệu phân tích phù hợp để phân tích nhân tố, tổng phương sai trích đạt 75,741%. Bên cạnh đó, dựa trên tiêu chí Eigenvalues > 1 và tổng phương sai trích $> 50\%$ đều được đảm bảo cho thấy mô hình phân tích nhân tố EFA là phù hợp.

Mặt khác, thông qua kỹ thuật phân tích nhân tố và phép xoay varimax, các biến quan sát được phân thành các nhóm. Cụ thể, trong bảng ma trận xoay, các biến GC4, GC5, GC6 được nhóm lại thành một nhân tố; CC1, CC2, CC3, CC4, CC5, CC6 đo lường một nhân tố; TT1, TT2, TT3, TT4, TT5, TT6, TT7 cùng đo lường một nhân tố; SP1, SP4, SP7 cùng đo lường một nhân tố và CQ1, CQ2, CQ3, CQ4, CQ5, CQ6 đo lường một nhân tố; PP1, PP2, PP4 đo lường một nhân tố. Các nhân tố này được kiểm định lại thang đo và hệ số Cronbach's Alpha, kết quả cho thấy các nhân tố đều có độ tin cậy thang đo đạt yêu cầu tốt (Cronbach's Alpha $> 0,7$). Để hồi quy các nhân tố này với biến phụ thuộc là sự hài lòng về môi trường đầu tư trong thu hút đầu tư, các biến đo lường nhân tố sẽ tính trung bình để tạo thành nhân tố và đưa vào phương trình hồi quy.

Kết quả hồi quy (Xem bảng 6) cho thấy mối quan hệ của các biến với môi trường đầu tư có dấu phù hợp với giả thuyết đề ra, trong đó các biến khác đều có mối quan hệ dương chỉ có biến giá là

có mối quan hệ âm với môi trường đầu tư. Kết quả cũng cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra ở đây (tất cả hệ số VIF đều nhỏ hơn 2).

**Bảng 6. Kết quả hồi quy
Hệ số^a**

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	T	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Std. Error	Beta			Chấp nhận	VIF
1 (Hằng số)	3,097	,423		1,512	,014		
GIA	-,207	,058	-,219	3,724	,000	,987	1,041
CONGCHUNG	,102	,021	,171	-1,232	,000	,962	1,024
TRUYENTHONG	,154	,024	,236	3,850	,005	,981	1,047
SANPHAM	,362	,062	,360	5,927	,000	,943	1,049
CHINH QUYEN	,412	,044	,718	6,645	,000	,917	1,084
PHANPHOI	,240	,041	,304	4,140	,000	,904	1,084

a. Với biến phụ thuộc: MTĐT

Nguồn: Phân tích dữ liệu theo phần mềm SPSS của tác giả, 2023

Phương trình hồi quy chuẩn hóa được viết lại như sau:

$$MTĐT(Y) = 0,360SANPHAM - 0,219GIA + 0,304PHANPHOI + 0,236TRUYENTHONG + 0,718CHINH QUYEN + 0,171CONG CHUNG$$

Theo đó, tất cả các yếu tố marketing lãnh thổ đều tác động có ý nghĩa đến môi trường thu hút đầu tư nước ngoài tại tỉnh. Trong các biến tác động thì biến chính quyền có tác động lớn nhất, tiếp đến là sản phẩm, phân phối, truyền thông, giá cả và công chúng. Như vậy nếu Hà Tĩnh muốn tăng cường mức độ hài lòng với môi trường thu hút đầu tư nước ngoài ở tỉnh thì trước hết cần tập trung tăng cường hỗ trợ các nhà đầu tư hơn nữa nhất là việc thực hiện các chính sách thu hút đầu tư của các cơ quan các cấp tại tỉnh, ngoài ra nâng cao chất lượng “sản phẩm” địa phương, cơ sở hạ tầng địa phương trong thu hút FDI, cải thiện việc tiếp cận và sử dụng đất đai, tăng cường xúc tiến đầu tư, truyền thông, giảm chi phí địa phương bao gồm cả chi phí chính thức và không chính thức, cải thiện mối quan hệ với công chúng để nâng cao mức độ hài lòng của nhà đầu tư với môi trường đầu tư ở tỉnh.

Kết luận

Như vậy, qua những phân tích và đánh giá có thể thấy có rất nhiều yếu tố tác động đến

marketing lãnh thổ nhằm gia tăng sự hài lòng về môi trường đầu tư của các nhà đầu tư nước ngoài tại tỉnh Hà Tĩnh và ở các mức độ khác nhau. Trong thời gian qua, Hà Tĩnh có những thành công, điểm mạnh và thuận lợi về marketing lãnh thổ trong thu hút một lượng vốn đầu tư FDI có xu hướng khả quan qua các năm, góp phần vào các mục tiêu phát triển kinh tế xã hội song bên cạnh đó tỉnh vẫn còn đang tồn tại nhiều hạn chế, thách thức mà kết quả nghiên cứu đã chỉ ra. Vì thế, việc tiếp tục hoàn thiện và xây dựng những nhóm yếu tố marketing lãnh thổ đó một cách hệ thống là vấn đề có ý nghĩa cấp bách đối với địa phương nếu muốn tiếp tục đạt được mục tiêu trong thu hút đầu tư FDI thời gian tiếp theo.

Tài liệu tham khảo:

PGS.TS. Vũ Trí Dũng, TS. Phạm Thị Huyền (2005), *Marketing địa phương và vùng lãnh thổ với việc thu hút đầu tư để phát triển*, Đề tài NCKH cấp bộ, Bộ Giáo dục và Đào tạo.

PGS.TS. Vũ Trí Dũng, ThS. Nguyễn Đức Hải, (2009), “Khuyến trương hình ảnh địa điểm đầu tư: kỹ thuật marketing trong hoạt động xúc tiến đầu tư”, *Tạp chí Kinh tế & phát triển*.

Lê Mai Hải, (2014), *Chiến lược marketing địa phương tỉnh Vĩnh Long đến năm 2020 nhằm thu hút đầu tư*, Đề tài NCKH cấp tỉnh, đề tài nhánh, mã số CS - VL - 01.

Lê Mai Hải, (2017), *Marketing địa phương trong thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài: Trường hợp tỉnh Bình Dương*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.

Lê Mai Hải, Nguyễn Văn Hiến, (2015), “Giải pháp marketing địa phương nhằm đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư cho tỉnh Vĩnh Long đến năm 2020”, *Tạp chí nghiên cứu Tài chính Marketing*, UFM, TP.HCM.

Nguyễn Đức Hải (2013), *Marketing lãnh thổ nhằm thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài trên địa bàn thành phố Hà Nội*, Luận án Tiến sĩ, Viện nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương, Hà Nội.

GS.TS. Hồ Đức Hùng (chủ biên) (2005), *Marketing địa phương của TP. Hồ Chí Minh*, NXB Văn hóa Sài Gòn.

Tài liệu điều tra khảo sát của nhóm tác giả năm 2022-2023.

Phạm Công Toàn (2010), *Marketing địa phương với việc thu hút đầu tư của tỉnh Thái Nguyên*, Luận án Tiến sĩ, ĐHQG, Hà Nội.

Trung tâm hỗ trợ phát triển DN & XTĐT (2019), *Tổng hợp dự án đầu tư từ 2001-2022*.

Ủy ban nhân dân tỉnh Hà Tĩnh (2022), *Chương trình xúc tiến đầu tư vào Hà Tĩnh năm 2022*.

P.Kotler, Haider, Rein (2010), *Marketing Places*, Free Press.

P.Kotler, Rein and Haider (2002), *Marketing Asian Places*, Singapore.

Seppo K.Nairisto (2003), “Success factors of place marketing: A study of place marketing in practices Northern Europe and The United States”.

Francois Parvex (2009), “Marketing territorial: Quand le territoire devient produit”, slideshare, <http://www.slideshare.net/parvex/marketing-territorial-quand-le-territoire-devient-produit-serec-2009>.

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP BẤT ĐỘNG SẢN NIÊM YẾT TẠI VIỆT NAM

TS. Phạm Tiến Mạnh*

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu từ 48 công ty bất động sản đang niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn 2013-2022, nhằm trả lời câu hỏi yếu tố nào tác động đến quyết định đầu tư của các doanh nghiệp này. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 3 yếu tố tác động đến quyết định đầu tư của các doanh nghiệp bất động sản niêm yết đó là biến tăng trưởng doanh thu, tỷ lệ tài sản cố định và tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam. Từ kết quả này, tác giả đề xuất một số khuyến nghị có liên quan.

• Từ khóa: quyết định đầu tư, doanh nghiệp bất động sản.

This study uses data from 48 listed real estate firms on the Vietnam stock market in the period 2013-2022, to answer the question of which factors affect the investment decisions of those companies. The research results show that there are 3 factors affecting the investment decisions of listed real estate companies, which are revenue growth, fixed asset ratio and GDP growth rate of Vietnam. From these results, the author proposes some relevant recommendations.

• Key words: investment decision, real estate enterprise.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

Đặt vấn đề

Yếu tố quan trọng mang lại hiệu quả và giá trị sinh lời cao là quyết định đầu tư của doanh nghiệp, hàm ý việc đưa ra một quyết định đầu tư chuẩn xác rất có ý nghĩa đối với doanh nghiệp. Đặc biệt với nhóm ngành bất động sản, cần lượng vốn đầu tư rất lớn để tiến hành các hạng mục từ khâu chuẩn bị quỹ đất, giấy phép xây dựng, thi công và hoàn thiện bán hàng, v.v... thì các quyết định đầu tư của doanh nghiệp sẽ bị tác động bởi rất nhiều yếu tố vĩ mô, yếu tố vi mô nội tại của doanh nghiệp. Với việc tác động tiêu cực của dịch bệnh Covid-19 trong giai

đoạn 2020-2021, hay những chính sách siết chặt tín dụng cho vay mua bất động sản của Ngân hàng nhà nước trong giai đoạn hiện nay làm cho việc đầu tư của các doanh nghiệp bất động sản gặp rất nhiều khó khăn. Chính vì vậy, việc tìm ra yếu tố nào có ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của các doanh nghiệp này đóng vai trò quan trọng đối với ban quản trị công ty, cũng như các nhà đầu tư tham gia trên thị trường chứng khoán.

Cơ sở lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm

Một số lý thuyết liên quan

- Thuyết đầu tư của **Irving Fisher** (1907, 1930): Theo Fisher (1930) giả định tất cả vốn đều là vốn lưu động, tức là tất cả các nguồn vốn đều được sử dụng cho quá trình sản xuất kinh doanh. Dựa vào đây, **Hirshleifer** (1970) nghiên cứu sâu hơn lý thuyết của Fisher (1930), và đưa đến hai kết luận, đó là, (1) quyết định đầu tư của doanh nghiệp là hoàn toàn độc lập với sở thích của các cổ đông đối với việc đầu tư; và (2) quyết định đầu tư của doanh nghiệp là hoàn toàn độc lập với quyết định tài chính.

- Thuyết hiệu quả cận biên của **Keynes** (1936) cho rằng tầm quan trọng của quyết định đầu tư không chỉ là kết quả do những ảnh hưởng dài hạn lên tăng trưởng vốn cổ phần, mà còn là động lực của tổng cầu và những biến động ngắn hạn của các hoạt động trong nền kinh tế. Keynes (1936) cho rằng, hiệu quả biên của vốn đầu tư là quyết định chính đến việc đầu tư, sau đó là yếu tố lãi suất.

- Thuyết đầu tư tối ưu của **Jorgenson** (1971) cho rằng đầu tư là sự thay đổi tức thời trong vốn cổ phần

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

tối ưu, do đó về mặt nguyên tắc sẽ không có đầu tư, trừ khi có một số lý do để thay đổi vốn cổ phần tối ưu.

- Thuyết đầu tư của Tobin (1961) cho rằng, nếu một công ty được thị trường chứng khoán đánh giá cao hơn giá trị vốn có của nó, thì đó là tín hiệu thị trường cho rằng công ty này có triển vọng phát triển. Tobin (1961) đã phát triển tỷ số q, với ý nghĩa khi $q \geq 1$ thì công ty sẽ đẩy mạnh đầu tư để tăng trưởng; ngược lại khi $q < 1$ thì công ty sẽ thôi không đầu tư nữa.

Một số nghiên cứu thực nghiệm về yếu tố tác động đến quyết định đầu tư của doanh nghiệp

Quy mô doanh nghiệp có tác động tích cực đến lợi nhuận của các doanh nghiệp, do các doanh nghiệp có quy mô lớn sẽ có nhiều lợi thế hơn trong việc tiếp cận các nguồn vốn, từ đó thúc đẩy doanh nghiệp đầu tư hơn nữa (Jangili và Kumar, 2010). Tuy nhiên, Bokpin và Onumah (2009) cho rằng, quy mô doanh nghiệp có tác động ngược chiều với quyết định đầu tư của các doanh nghiệp, do với các doanh nghiệp với quy mô lớn sẽ rất khó kiểm soát và đáp ứng được các yêu cầu cần thiết trong quá trình đầu tư.

Carpenter và Guariglia (2008) nhận thấy dòng tiền không thể giải thích được lý do đưa ra quyết định của các doanh nghiệp lớn, tuy nhiên lại có thể giải thích được đối với các công ty nhỏ. Điều này cho thấy mức ý nghĩa của yếu tố dòng tiền trong việc đưa ra quyết định đầu tư của các doanh nghiệp có thể do vấn đề bất cân xứng thông tin trên thị trường vốn. Tại Việt Nam cũng có một số tác giả nghiên cứu các yếu tố tác động đến quyết định của doanh nghiệp như Lê (2013) nghiên cứu dữ liệu từ 150 công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, nhận thấy những yếu tố tác động đến quyết định đầu tư của các doanh nghiệp này bao gồm dòng tiền, doanh thu, đòn bẩy tài chính, tỷ lệ tài sản cố định, GDP. Lê và Lê (2013) đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của các doanh nghiệp tại tỉnh Tiền Giang bằng việc sử dụng mô hình hồi quy để nghiên cứu, và cho thấy có 7 yếu tố có tác động, đó là tổng số người lao động, tổng tài sản, tổng doanh thu, lợi nhuận trước thuế, tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản, vốn chủ sở hữu, loại hình doanh nghiệp tư nhân.

Phương pháp nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu

Bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu đánh giá các yếu tố tác động đến quyết định đầu tư của 48 doanh nghiệp bất động sản niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn 2013-2022 như sau:

$$QDT_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 TTD_{i,t} + \beta_2 QMDN_{i,t} + \beta_3 TSCD + \beta_4 DBTC_{i,t} + \beta_5 TobinQ_{i,t} + \beta_6 GDP_t + \beta_7 INF_t + \varepsilon$$

Trong mô hình nghiên cứu này, các biến phụ thuộc, biến độc lập và biến kiểm soát lần lượt được trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1. Đo lường các biến trong nghiên cứu

Biến	Ký hiệu	Đo lường
Biến phụ thuộc	Quyết định đầu tư của doanh nghiệp	QDT
Biến độc lập	Tăng trưởng doanh thu	TTDT
	Quy mô doanh nghiệp	QMDN
	Tỷ lệ tài sản cố định	TSCD
	Đòn bẩy tài chính	DBTC
	Tobin's q	TobinQ
Biến kiểm soát	Tăng trưởng GDP	GDP
	Lạm phát	INF

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu từ 48 công ty bất động sản niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (HOSE) trong giai đoạn 2013-2022, với tổng 480 quan sát. Hồi quy dữ liệu bảng được thực hiện bằng mô hình tác động ngẫu nhiên (REM), mô hình tác động cố định (FEM). Kiểm định Vif được thực hiện nhằm kiểm định đa cộng tuyến của các biến trong nghiên cứu.

Kết quả nghiên cứu

Mô tả mẫu nghiên cứu

Bảng 2. Thống kê mô tả các biến nghiên cứu

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
QDT	433	25,2309	3,3897	10,2851	32,5659
TTDT	417	0,6773	2,9505	-0,9990	44,5136
QMDN	433	0,0409	0,0666	0,0000	0,4821
TSCD	433	0,5270	0,1851	0,0005	0,9481
DBTC	433	12,5321	0,6782	10,2979	14,6308
TobinQ	433	1,3361	0,5936	0,3036	3,7491
GDP	480	0,0559	0,0155	0,0258	0,0708
INF	480	0,0380	0,0230	0,0063	0,0910

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả nghiên cứu tại Bảng 2 cho thấy số liệu thống kê về các biến trong nghiên cứu này, với các biến như quyết định đầu tư của doanh nghiệp, tốc độ

tăng trưởng doanh thu, quy mô doanh nghiệp, tỷ lệ tài sản cố định, đòn bẩy tài chính, Tobin's q, tốc độ tăng trưởng GDP và lạm phát có sự biến động giữa các năm trong giai đoạn nghiên cứu.

Kết quả hồi quy

Nhằm kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến, tác giả sử dụng hệ số phóng đại phương sai (Vif), kết quả cho thấy tất cả các giá trị Vif đều có giá trị nhỏ hơn 3, nên mô hình hoàn toàn có ý nghĩa trong nghiên cứu. Để lựa chọn mô hình phù hợp nhất, tác giả sử dụng kiểm định Hausman cho thấy, giá trị Prob>chi2 là $0,0021 < 0,005$, vì thế mô hình tác động cố định (FEM) sẽ phù hợp hơn so với mô hình tác động ngẫu nhiên (REM).

Bảng 3. Kết quả mô hình hồi quy

	POOL	REM	FEM
QDT	0,0165 (0,747)	0.0049 (0.721)	0.0051 (0.723)
TTDT	2,4056 (0,318)	8.5482* (0.004)	8.7956* (0.000)
QMDN	-0,966 (0,302)	-0.7324 (0.266)	-0.7472 (0.111)
TSCD	2,0585* (0,000)	2.6667* (0.000)	2.7045* (0.000)
DBTC	0,3211 (0,258)	0.0869 (0,549)	0.0833 (0,532)
TobinQ	1,9449 (0,838)	0,0877 (0,980)	0,1950 (0,944)
GDP	6,0148 (0,412)	8,3889* (0,003)	8,5875* (0,000)
F-test (p-value)	0,0000	0,0000	0,0000
Obs	417	417	417
R-squared	0,1736	0,1649	0,1649

Ghi chú: * hệ số có ý nghĩa thống kê tại mức ý nghĩa 5%

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả nghiên cứu tại mô hình yếu tố tác động cố định (FEM) cho thấy, với mức ý nghĩa thống kê 5%, các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của các công ty bất động sản niêm yết tại Việt Nam đó là: tăng trưởng doanh thu, tỷ lệ tài sản cố định, tốc độ tăng trưởng GDP.

Thứ nhất, biến tăng trưởng doanh thu (TTDT) có mối quan hệ cùng chiều với quyết định đầu tư của doanh nghiệp, với ý nghĩa khi tăng trưởng doanh thu tăng 8,7956% sẽ làm cho doanh nghiệp tăng đầu tư lên 1 đơn vị. Điều này có thể giải thích khi doanh nghiệp bất động sản tăng doanh thu trong quá trình bán hàng thành phẩm, doanh nghiệp cần chuẩn bị các phương án đầu tư khác ngay, do đặc thù của lĩnh vực bất động sản cần thời gian chuẩn bị hồ sơ, xây dựng công trình dài hơi hơn so với các lĩnh vực sản xuất hàng hóa khác.

Thứ hai, tỷ lệ tài sản cố định có mối quan hệ cùng

chiều với hoạt động đầu tư của doanh nghiệp, khi tỷ lệ này tăng lên 2,7045% sẽ làm cho quyết định đầu tư của doanh nghiệp tăng lên 1 đơn vị.

Thứ ba, tốc độ tăng trưởng GDP có tác động cùng chiều với hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bất động sản niêm yết. Khi GDP tăng trưởng, các ngành nghề nói chung trong nền kinh tế có sự tăng trưởng, dẫn đến sức mua của lĩnh vực bất động sản tăng lên, vì thế các doanh nghiệp này đẩy mạnh hoạt động đầu tư, và ngược lại.

Kết luận

Với dữ liệu nghiên cứu từ 48 công ty bất động sản niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (HOSE) trong giai đoạn 2013-2022; nghiên cứu đã chỉ ra có 3 yếu tố tác động đến quyết định đầu tư của các doanh nghiệp này, đó là tăng trưởng doanh thu; tỷ lệ tài sản cố định; và tốc độ tăng trưởng GDP. Từ đây, tác giả đề xuất một số khuyến nghị có liên quan như sau: Thứ nhất, khi các doanh nghiệp bất động sản đến chu kỳ bán hàng đến tay khách hàng, doanh nghiệp nên cân nhắc tiếp tục thực hiện, triển khai và đẩy nhanh tiến độ các dự án đã có giấy phép xây dựng, đồng thời tiếp tục nghiên cứu, rà soát đề mở rộng các quỹ đất của mình, hoặc giải ngân các dự án đang dang dở để nhanh chóng hoàn thiện dự án, đưa vào khai thác. Thứ hai, khi tỷ lệ tài sản cố định của doanh nghiệp tăng, ban lãnh đạo doanh nghiệp cũng cần cân nhắc rà soát danh mục tài sản cố định, để đưa ra phương án đầu tư hợp lý trong tương lai. Thứ ba, việc quan sát yếu tố vĩ mô cũng rất quan trọng, trong đó GDP là biến số cho thấy mức độ tăng trưởng của nền kinh tế nói chung, vì thế doanh nghiệp cần quan sát, để từ đó cân nhắc sức mua của thị trường bất động sản trong tương lai, từ đó đưa ra phương án đầu tư phù hợp nhất đối với doanh nghiệp của mình.

Tài liệu tham khảo:

- Bokpin, G.A., and J.M. Onumah, (2009), 'An Empirical Analysis of the Determinants of Corporate Investment Decisions: Evidence from Emerging Market Firms', *International Research Journal of Finance and Economics*, Issue. 33, pp. 134-141.
- Carpenter, R., and A. Guariglia, (2008), 'Cash Flow, Investment, and Investment Opportunities: New Tests Using UK Panel Data', *Journal of Banking and Finance*, Vol. 32, pp. 1894-1906.
- Fisher, I., (1930). "Theory of Interest", New York: Macmillan
- Hirschleifer, J., (1970). *Investment, Interest, and Capital*. Prentice-Hall
- Jangili, R. and S. Kumar, (2010), 'Determinants of Private Corporate Sector Investment in India', *Reserve Bank of India Occasional Papers*, Vol. 31, No. 3, pp. 67-89.
- Jorgenson, W. D., (1971). *Econometric Studies of Investment Behavior: A Survey*. *Journal of Economic Literature*, pp. 1111-1147.
- Keynes, J. M., (1936). *General Theory of Employment, Interest and Money*. Wiley.
- Tobin, J. (1969), 'A General Equilibrium Approach to Monetary Theory', *Journal of Money, Credit, and Banking*, Vol. 1, pp. 15-29.

NGHIÊN CỨU VỀ CẢM XÚC THƯƠNG HIỆU TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA Ô TÔ CÁ NHÂN TẠI THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

Ths. Lê Bá Thường*

Bài báo nghiên cứu về mối quan hệ giữa niềm tin thương hiệu, trải nghiệm thương hiệu, sự hài lòng thương hiệu, tính tự thể hiện thương hiệu, tình yêu thương hiệu, truyền miệng tích cực và gắn kết thương hiệu tác động đến ý định mua ô tô cá nhân tại thị trường Việt Nam. Đồng thời, phân tích vai trò biến trung gian của gắn kết thương hiệu đối với tình yêu thương hiệu và ý định mua sắm. Ngoài ra, cũng phân tích biến kiểm soát về giới tính, tuổi tác, học vấn, nghề nghiệp, thu nhập ảnh hưởng đến ý định mua sắm của người tiêu dùng. Từ đó đề xuất các giải pháp để tăng hiệu quả về ý định mua sắm xe ô tô của khách hàng cá nhân tại thị trường Việt Nam.

• Từ khóa: gắn kết thương hiệu, tình yêu thương hiệu, truyền miệng tích cực, ý định mua, ô tô cá nhân.

The article study the relationship between brand trust, brand experience, brand satisfaction, brand self-expression, brand love, word of mouth and brand engagement impact on car purchasing intentions of individual customer in the vietnamese market. At the same time, analyze the role of mediating variables of brand attachment on brand love and purchase intention. In addition, the control variables of gender, age, education, occupation, and income affect the purchase intention of consumers. From there, we propose solutions to increase the efficiency of individual customers' car purchasing intentions in the Vietnamese market.

• Key words: brand engagement, brand love, positive word of mouth, purchase intent, personal cars.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Đặt vấn đề

Chiếc xe ô tô ngày nay là một phần không thể thiếu trong cuộc sống của mỗi chúng ta. Xe ô tô là một loại sản phẩm công nghiệp mang tính thời trang và có giá trị cao cấp. Nó thỏa mãn các nhu cầu thực tế và còn thỏa mãn cả những nhu cầu rất cảm tính của người tiêu dùng. Thông qua chiếc

xe ô tô, người ta sẽ thể hiện đẳng cấp và cá tính của mình, làm nổi bật về ngoài, tăng cường cái tôi và tạo ấn tượng nơi người khác. Và khi người tiêu dùng muốn mua một chiếc ô tô có giá trị hàng tỷ đồng nên họ sẽ cân nhắc rất kỹ các yếu tố hình thức, chất lượng, giá cả và còn bị tác động bởi cảm xúc yêu ghét giữa các thương hiệu ô tô khác nhau trước khi có ý định mua. Hơn cả lòng trung thành thương hiệu, đó là tình yêu thương hiệu, một lĩnh vực còn rất mới trong nghiên cứu marketing ở Việt Nam. Tình yêu thương hiệu bắt nguồn từ khái niệm tình yêu giữa các cá nhân được Shimp và Madden (1988) vận dụng các ý tưởng sự thân mật, đam mê và cam kết trong lý thuyết “tam giác tình yêu” của nhà tâm lý học Sternberg (1986). Tình yêu thương hiệu ảnh hưởng tích cực đến ý định mua hàng của người tiêu dùng (Sarkar và cộng sự, 2012). Đồng thời, tình hình tiêu thụ xe ô tô năm 2022 và quý 1/2023 được cập nhật trên trang của Hiệp hội Các nhà sản xuất ô tô Việt Nam tổng doanh số bán ô tô các loại của các thành viên 404.635 xe tăng 33% trong năm 2022 so với năm 2021. Điều này cho thấy, nhu cầu sở hữu xe ô tô ngoài việc phục vụ trong công việc thì nó còn thể hiện đẳng cấp cho mỗi người.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Lý thuyết về tam giác tình yêu

Nhà tâm lý học Sternberg (1986) là tác giả lý thuyết tam giác tình yêu với ba thành phần gồm:

* Nghiên cứu sinh ngành QTKD Trường Đại học Tài chính - Marketing.

Luật sư, Giám đốc Công ty Luật TNHH MTV Dân Luật Tín Thành; email: lebaughlawyer@yahoo.com

thân mật (intimacy), đam mê (passion) và cam kết (commitment). Thành phần thân mật biểu hiện cảm giác gần gũi, thân quen với đối tượng mình yêu, kết nối và gắn bó mà một người trải nghiệm trong các mối quan hệ yêu đương cảm nhận sự thân thuộc của hai bên với nhau. Tiếp theo là sự đam mê thể hiện sự lôi cuốn, hấp dẫn về vẻ bên ngoài của nhau và họ dễ dàng vượt qua những ngăn cách, trở ngại ban đầu để đến gần với nhau. Và loại cam kết thể hiện ý thức quyết định rằng họ yêu một người, và về lâu dài, họ cam kết duy trì tình yêu đó.

2.2. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

Là lý thuyết mở rộng của lý thuyết hành vi hợp lý (Ajzen và Fishbein, 1980; Fishbein và Ajzen, 1975), nhân tố trung tâm trong lý thuyết hành vi có kế hoạch là ý định của cá nhân trong việc thực hiện một hành vi nhất định. Ý định được cho là nhân tố động cơ dẫn đến hành vi, nó là chỉ báo cho việc con người sẽ cố gắng đến mức nào. Đầu tiên là *thái độ đối với hành vi* là mức độ mà mỗi cá nhân đánh giá cao hay thấp một hành vi nào đó. Thứ hai là *chuẩn mực chủ quan* là nhận thức về áp lực mà xã hội đặt lên cá nhân trong việc thực hiện hay không thực hiện hành vi. Thứ ba là *nhận thức về kiểm soát hành vi*. Thái độ đối với hành vi càng tích cực, chuẩn mực chủ quan càng ủng hộ việc thực hiện hành vi và nhận thức kiểm soát hành vi càng ít cản trở thì ý định thực hiện hành vi càng mạnh mẽ.

3. Các khái niệm và mô hình nghiên cứu

3.1. Khái niệm về thương hiệu

Theo Aaker (1996) thì khái niệm thương hiệu được thể hiện thông qua bốn yếu tố chính là: sản phẩm, con người, tổ chức và biểu tượng. Còn theo Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2007) chia ra hai loại là dựa vào chức năng sản phẩm mà doanh nghiệp cung cấp thì “thương hiệu là một thành phần của sản phẩm, và được gọi là thương hiệu sản phẩm”, dựa vào chức năng và cảm xúc, thì “Sản phẩm là một thành phần của thương hiệu, và được gọi là thương hiệu tổ chức”.

3.2. Khái niệm về tình yêu thương hiệu

Tình yêu thương hiệu bắt nguồn từ khái niệm tình yêu giữa các cá nhân được Shimp và Madden (1988) vận dụng các ý tưởng sự thân mật, đam mê và cam kết trong lý thuyết “tam giác tình yêu” của nhà tâm lý học Sternberg (1986) vào lĩnh vực

thương hiệu. Tình yêu thương hiệu là cảm xúc và niềm đam mê cá nhân đối với một thương mại và làm người tiêu dùng hài lòng sẽ gắn kết với thương hiệu (Carroll và Ahuvia, 2006). Tình yêu thương hiệu có nhiều hình thái giống tình yêu cá nhân, tình yêu trong bối cảnh sản phẩm và thương hiệu cũng được trải nghiệm ở nhiều hình thức khác nhau và có cảm xúc tích cực đối với thương hiệu (Batra và cộng sự, 2012). Tình yêu thương hiệu là sự gắn kết cảm xúc mạnh mẽ và tích cực nhất về thương hiệu của khách hàng, và họ sẽ công khai tình yêu đối với thương hiệu (Abert và cộng sự, 2008), vì đó là trạng thái tự nhiên của người tiêu dùng (Sheth và Parvatiyar, 1995).

3.3. Các khái niệm nghiên cứu

3.3.1. Tình yêu thương hiệu và tính tự thể hiện

Tính tự thể hiện của thương hiệu (self-expressive brand) được người tiêu dùng thể hiện nâng cao bản thân với xã hội và phản ánh giá trị bản thân bên trong thương hiệu (Carroll và Ahuvia, 2006). Bởi vì tình yêu thương hiệu tự nó đã thể hiện sự hài lòng về cảm xúc, ý thức tự giác công khai cao làm lan tỏa tình yêu từ một thương hiệu khác sang thương hiệu của mình (Fenigstein và cộng sự, 1975), và làm hài lòng cảm xúc là một giải pháp chính để thỏa mãn nhu cầu tự thể hiện (Fournier, 1998). *H1: Tính tự thể hiện của thương hiệu có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu.*

3.3.2. Tình yêu thương hiệu và trải nghiệm thương hiệu

Trải nghiệm thương hiệu là một cảm xúc, nó bao gồm thái độ thương hiệu về sự tham gia của thương hiệu, gắn kết thương hiệu, sự hài lòng thương hiệu (Brakus và cộng sự, 2009). Tình yêu thương hiệu được phát triển dựa trên trải nghiệm thương hiệu (Berry, 2000). Vì người tiêu dùng nhận thấy một thương hiệu phù hợp với nhu cầu bản thân của họ thì họ sẽ có nhiều khả năng phát triển tình yêu đối với thương hiệu đó (Aaker, 1997). *H2: Trải nghiệm thương hiệu có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu*

3.3.3. Tình yêu thương hiệu và niềm tin thương hiệu

Niềm tin thương hiệu là sự kỳ vọng chắc chắn về độ tin cậy của thương hiệu như người bán đã đưa ra những lời hứa (Delgado và cộng sự, 2003) là tiền

đề của tình yêu thương hiệu Munnukka và Kiuru (2016), có tác động mạnh mẽ đến sự thành công của thương hiệu (Morgan và Hunt, 1994) và tình yêu thương hiệu bị ảnh hưởng bởi niềm tin thương hiệu (Patwardhan và Balasubramanian 2011). *H3: Niềm tin thương hiệu có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu*

3.3.4. Tình yêu thương hiệu và sự hài lòng

Sự hài lòng thương hiệu được thể hiện bởi các cảm xúc của khách hàng đáp lại một sản phẩm hay dịch vụ nào đó sau một thời gian sử dụng (Bachelet, 1995). Việc tích lũy các trải nghiệm tích cực sẽ dẫn đến sự hài lòng của khách hàng (Meyer và Schwager, 2007). Sự hài lòng thương hiệu cần phải được duy trì trong một thời gian dài sẽ ảnh hưởng tích cực đến tình yêu thương hiệu (Sarkar, 2011). *H4: Hài lòng thương hiệu có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu*

3.3.5. Tình yêu thương hiệu và truyền miệng tích cực

Truyền miệng tích cực (word of mouth) là những cuộc nói chuyện tích cực và sự ca ngợi của khách hàng về một thương hiệu (Westbrook, 1987), là một trong những cách truyền tải thông tin lâu đời nhất (Dellarocas, 2003) và người tiêu dùng là những người phát ngôn quan trọng cho thương hiệu họ yêu thích (Harrison và Walker, 2001). Đồng thời, khi khách hàng cảm thấy yêu một thương hiệu, họ sẵn sàng truyền tải những lời hay về thương hiệu đó (Carroll và Ahuvia, 2006). *H5: Truyền miệng tích cực có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu*

3.3.6. Truyền miệng tích cực và ý định mua sắm

Truyền miệng tích cực có tác động mạnh đến ý định mua sắm về hàng hóa và sử dụng dịch vụ của khách hàng (Ettenson và Turner, 1997; Heskett và cộng sự, 1997; Murray, 1991) và ý định mua sắm cũng có sự ảnh hưởng đến truyền miệng tích cực (Muhammad Yasin và Amjad Shamim, 2013). *H6: Truyền miệng tích cực có tác động tích cực đến ý định mua*

3.3.7. Tình yêu thương hiệu và gắn kết thương hiệu

Tình yêu thương hiệu là một tiền đề quan trọng và ảnh hưởng trực tiếp đến sự gắn kết thương hiệu (Bergkvist và Bech-Larsen, 2010) và khi một cá nhân có những cảm xúc gắn bó sâu sắc hơn với

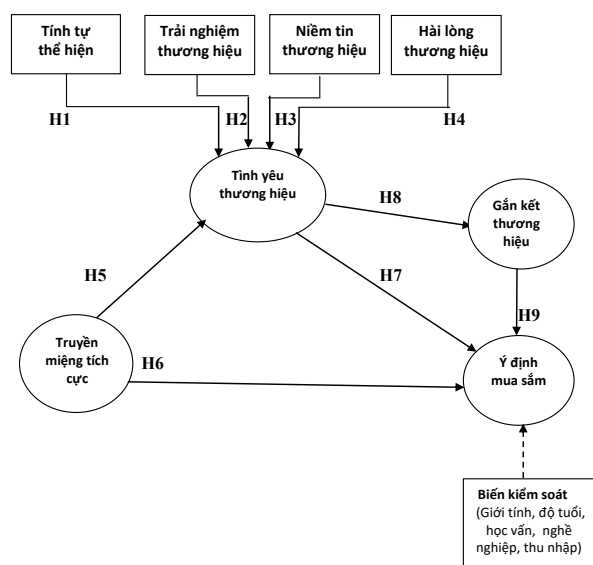
thương hiệu thì khi khách hàng sẽ tuyên bố rằng họ yêu thương hiệu, trung thành và gắn kết với thương hiệu đó (Batra và cộng sự, 2012). *H7: Tình yêu thương hiệu có tác động tích cực đến gắn kết thương hiệu*

3.3.8. Tình yêu thương hiệu và ý định mua sắm

Tình yêu thương hiệu ảnh hưởng tích cực đến ý định mua hàng của người tiêu dùng (Sarkar và cộng sự, 2012). Đồng quan điểm, Albert và cộng sự (2008) đã chứng minh những khách hàng sẽ yêu thương và gắn kết thương hiệu đối với các nhóm sản phẩm có tính đồng nhất và tình yêu thương hiệu sẽ có tác động làm cho khách hàng có ý định mua sắm (Abhigyan Sarkar và S. Sreejesh, 2014). *H8: Tình yêu thương hiệu tác động tích cực đến ý định mua*

3.3.9. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu



Tác giả đã kế thừa các khái niệm được từ các nghiên cứu trước và thông qua nghiên cứu định tính bằng kỹ thuật phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm, phát triển thang đo các khái niệm trong mô hình nghiên cứu. Cụ thể, thang đo *Tình yêu thương hiệu* được phát triển từ thang đo của Carroll và Ahuvia, (2006), thang đo *Niềm tin thương hiệu* được phát triển từ thang đo của Hasim Deari và Eldian Balla, (2013), thang đo *Truyền miệng tích cực* được phát triển từ thang đo của Gremler và Gwinner, (2000), thang đo *Gắn kết thương hiệu* được phát triển từ thang đo của Lacoecilhe (2000a). Thang đo *Ý định*

mua được xây dựng và phát triển dựa theo thang đo từ các nghiên cứu của Shuyuan Xiao Wei He (2011), Wong Lai Soon (2012). Trước khi tiến hành khảo sát, các thang đo được dịch áp dụng theo quy trình của phương pháp Delphi (Vermette, 1994). Bước tiếp theo, tác giả hiệu chỉnh toàn bộ các thang đo cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu bằng phương pháp chuyên gia với 1 giám đốc Marketing, một giảng viên đại học và 10 khách hàng để các phát biểu phù hợp với khảo sát nghiên cứu.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Nghiên cứu định tính: nghiên cứu định tính được thực hiện trước nhằm khám phá và điều chỉnh các thang đo cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Đối tượng nghiên cứu là những người tiêu dùng cá nhân mong muốn thương hiệu ô tô, có trải nghiệm ô tô nhưng chưa sở hữu xe ô tô.

4.2. Nghiên cứu định lượng: Dữ liệu dự kiến được thu thập bằng bảng hỏi chi tiết thông qua phỏng vấn trực tiếp. Kết quả thu thập được phân tích thống kê mô tả với phần mềm thống kê SPSS. Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được áp dụng nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết. Việc luận giải về kỹ thuật này sẽ được trình bày rõ hơn trong nội dung chương trình về thiết kế nghiên cứu.

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Kết quả thống kê mô tả mẫu điều tra

Nghiên cứu tiến hành tiếp xúc khảo sát 600 người tiêu dùng tại TP.HCM, Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Cần Thơ. Sau khi kiểm tra tính phù hợp của bảng hỏi, tác giả loại 69 bảng bị loại do có quá nhiều giá trị khuyết hoặc chọn đa số các câu trả lời trùng nhau. Về cơ cấu trong mẫu, tỷ lệ giới tính tương đối đồng đều với 45.4% là giới tính nam, 54.6% nữ. Về độ tuổi, dưới 25 tuổi chiếm 10.9%, từ 25 đến 34 chiếm 14.7%, từ 35 đến 44 chiếm 24.7%, từ 44 đến 55 chiếm 38.0% và trên 55 chiếm 11.7%. Về trình độ học vấn, trung học phổ thông trở xuống chiếm 7.3%, trung cấp chiếm 10.7%, cao đẳng chiếm 30.5%, đại học chiếm 39.5% và trên đại học chiếm 11.9%. Về nghề nghiệp, Bác sĩ chiếm 12.1%, Kỹ sư chiếm 11.9%, Luật sư chiếm 14.3%, Giáo viên chiếm 13.2%, Học sinh sinh viên chiếm 5.1%, Viên chức văn phòng chiếm 19.4%, Chủ doanh nghiệp chiếm 9.2%, nhóm nghề tự do chiếm 14.9%. Về thu nhập, có 4.7% người có thu

nhập hàng tháng dưới 5 triệu đồng, nhóm có thu nhập từ 5 đến 15 chiếm 25.6%, nhóm có thu nhập từ 15 đến 30 chiếm 36.3%, nhóm thu nhập trên 30 triệu chiếm 33.3%.

Bảng 5.1: Cơ cấu mẫu theo các đặc điểm nhân khẩu học

Đặc điểm		Tần số	Tỷ lệ	Đặc điểm		Tần số	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	241	45.4		Bác sĩ	64	12.1
	Nữ	290	54.6		Kỹ sư	63	11.9
Độ tuổi	Dưới 25	58	10.9	Nghề nghiệp	Luật sư	76	14.3
	Từ 25 đến 34	78	14.7		Giáo viên	70	13.2
	Từ 35 đến 44	131	24.7		Học sinh-sinh viên	27	5.1
	Từ 44 đến 55	202	38.0		Viên chức, văn phòng	103	19.4
	Từ 55 trở lên	62	11.7		Chủ doanh nghiệp	49	9.2
Học vấn	PTTH trở xuống	39	7.3	Thu nhập	Buôn bán tự do	79	14.9
	Trung cấp	57	10.7		Dưới 5 triệu	25	4.7
	Cao đẳng	162	30.5		Từ 5 - 15 triệu	136	25.6
	Đại học	210	39.5		Từ 15 - 30 triệu	193	36.3
	Trên đại học	63	11.9		> 30 triệu	177	33.3

Nguồn: Kết quả khảo sát

5.2. Đánh giá mô hình đo lường

5.2.1. Đánh giá độ tin cậy nhất quán nội bộ

Vì CR và CA cao hơn 0.7 nên có thể kết luận các nhân tố trong mô hình đạt được độ tin cậy nhất quán nội bộ (Hair & cộng sự, 2017).

Bảng 5.2: Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo nghiên cứu

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
GK	0.844	0.845	0.889	0.616
HL	0.859	0.861	0.914	0.78
NT	0.873	0.874	0.902	0.568
TM	0.814	0.815	0.877	0.641
TN	0.856	0.866	0.912	0.775
TTH	0.834	0.837	0.878	0.547
TY	0.919	0.92	0.932	0.58
YDM	0.817	0.845	0.879	0.647

5.2.3. Kiểm định giá trị hội tụ

Hệ số độ tin cậy tổng hợp (CR) và hệ số tổng phương sai trích (AVE) của các nhân tố đều có CR ≥ 0.7 và AVE ≥ 0.5 , nên các nhân tố trong mô hình nghiên cứu đều đạt giá trị hội tụ.

5.2.4. Kiểm định giá trị phân biệt

Các giá trị của chỉ số HTMT của mỗi nhân tố đều thấp hơn 0.9 nên đạt được giá trị phân biệt (Henseler và cộng sự, 2015).

5.3.1. Kiểm tra đa cộng tuyến

Các hệ số phóng đại phương sai $VIF < 5$ không vi phạm đa cộng tuyến (Hair và cộng sự, 2017)

5.3.2. Kiểm định các giả thuyết trong mối quan hệ trực tiếp

Căn cứ vào kết quả kiểm định các giả thuyết của bảng 5.4 thì tất cả các giả thuyết từ H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8 đều có giá trị P value $< 0,05$ nên các giả thuyết đều được chấp nhận.

Bảng 5.4: Kết quả kiểm định các giả thuyết trong mối quan hệ trực tiếp

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số góc Original Sample (O) - Phụ lục 5 bootstrap - Direct effect	P value	Kết luận
H1	Tính tự thể hiện có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu	0.157	0.000	Chấp nhận
H2	Trải nghiệm thương hiệu có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu	0.18	0.000	Chấp nhận
H3	Niềm tin thương hiệu có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu	0.187	0.000	Chấp nhận
H4	Hài lòng thương hiệu có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu	0.153	0.000	Chấp nhận
H5	Truyền miệng tích cực có tác động tích cực đến tình yêu thương hiệu	0.405	0.000	Chấp nhận
H6	Truyền miệng tích cực có tác động tích cực đến ý định mua	0.304	0.000	Chấp nhận
H7	Tình yêu thương hiệu có tác động tích cực đến ý định mua	0.233	0.000	Chấp nhận
H8	Tình yêu thương hiệu có tác động tích cực đến gắn kết thương hiệu	0.733	0.000	Chấp nhận

Nguồn: Tác giả điều tra và phân tích

5.4. Kiểm định giả thuyết các biến trung gian

Bảng 5.5: Kết quả kiểm định giả thuyết mối quan hệ gián tiếp

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số góc Original Sample (O) - Phụ lục 6	P value	Kết luận
H9	Gắn kết thương hiệu làm biến trung gian cho tác động của tình yêu thương hiệu đến ý định mua	0.204	0.000	Chấp nhận

Nguồn: Tác giả điều tra và phân tích

Kết quả kiểm định biến trung gian bằng phương pháp BC - Bootstrapping cho thấy các giả thuyết về vai trò trung gian gắn kết thương hiệu có giá trị P value = $0.000 < 0,05$, nên giả thuyết tác động gián tiếp H9 được chấp nhận và có vai trò trung gian toàn phần giữa tình yêu thương hiệu và ý định mua sắm.

5.5. Phân tích vai trò của biến kiểm soát

Theo các nghiên cứu của Kotler và Keller (2012), Nguyen Thu Ha và Gizaw (2014), Zaeema và Hassan (2016) đã vận dụng lý thuyết về hành vi để nghiên cứu và đã xác định được hành vi của người tiêu dùng chịu ảnh hưởng của một số biến đặc điểm cá nhân. Do đó, để chứng minh các biến độc lập của mô hình nghiên cứu là có ý nghĩa, thì việc kiểm soát mức độ ảnh hưởng của các biến đặc điểm cá nhân sẽ rất cần thiết.

Kết quả thể hiện biến kiểm soát về giới tính trong nghiên cứu này đưa vào gồm có Nam và Nữ. Biến giới tính được mã hóa Nam = 1 và Nữ = 0. Kết quả nghiên cứu chứng minh biến giới tính tác động có ý nghĩa thống kê đến ý định mua sắm của khách hàng ($p = 0.018 < 0.05$). Biến kiểm soát về độ tuổi trong nghiên cứu này đưa vào gồm có 5 độ tuổi: dưới 25 tuổi, từ 25 - 34 tuổi, từ 35 - 44 tuổi, từ 44 - 55 tuổi và trên 55 tuổi, kết quả nghiên cứu nhóm dưới 25 tuổi, nhóm từ 25 - 34 tuổi có ảnh hưởng đến ý định mua của khách hàng ($p = 0.000 < 0.05$), nhưng nhóm từ 35 - 44 tuổi và từ 44 - 55 tuổi không có ảnh hưởng đến ý định mua của khách ($p = 0.128 > 0.05\%$ và $p = 0.551 > 0.05$). Biến kiểm soát về trình độ học vấn trong nghiên cứu này đưa vào gồm có 5 cấp bậc: PTTH trở xuống, Trung cấp, Cao đẳng, Đại học và trên đại học thì kết quả cho thấy không có ảnh hưởng đến ý định mua ($p \text{ value} > 0.05$). Biến kiểm soát về nghề nghiệp trong nghiên cứu này đưa vào gồm có các nghề: Luật sư, bác sĩ, kỹ sư, giáo viên, sinh viên, viên chức văn phòng, chủ doanh nghiệp, buôn bán tự do, kết quả nghiên cứu các nghề Luật sư, bác sĩ, kỹ sư, chủ doanh nghiệp, buôn bán tự do có ảnh hưởng đến ý định mua, nhưng các nghề giáo viên, sinh viên, viên chức văn phòng không có ảnh hưởng đến ý định mua ($p \text{ value} > 0.05$). Biến kiểm soát về thu nhập trong nghiên cứu này đưa vào gồm có 4 mức: dưới 5 triệu, từ 5 - 15 triệu, từ 15 - 30 triệu và trên 30 triệu có kết quả các nhóm thu nhập đều có ảnh hưởng đến ý định mua của khách hàng ($p \text{ value} > 0.05$).

6. Kết luận và kiến nghị

6.1. Kết luận

* Đánh giá mô hình đo lường

Kiểm định về độ tin cậy Cronbach's Alpha thể hiện kết quả cho thấy các thang đo đều có hệ số tin cậy Cronbach's alpha > 0.7 và hệ số alpha dao động từ 0.814 (thang đo truyền miệng) đến 0.919 (thang đo tình yêu thương hiệu). Kiểm định giá trị hội tụ các nhân tố đều đạt giá trị $CR \geq 0.7$ và $AVE \geq 0.5$ nên đạt giá trị hội tụ. Kiểm định giá trị phân biệt cho thấy các giá trị của chỉ số HTMT của mỗi nhân tố đều thấp hơn 0.9 nên đạt được giá trị phân biệt (Henseler và cộng sự, 2015). Kiểm tra vấn đề đa cộng tuyến của các biến quan sát trong mô hình cho thấy giả định này không bị vi phạm, vì các biến quan sát đều có VIF < 5.

* Đánh giá mô hình cấu trúc tuyến tính

Kết quả kiểm định các giả thuyết đều được chấp nhận với mức mức ý nghĩa 0.01. Tiếp theo, tác giả tiến hành kiểm định mô hình và giả thuyết bằng phân tích PLS SEM cho kết quả Tình yêu thương hiệu có tác động mạnh nhất đến gắn kết thương hiệu (với hệ số ảnh hưởng = 0,733), xếp thứ hai là Truyền miệng tích cực có tác động đến tình yêu thương hiệu (0,405); tiếp sau là Truyền miệng tích cực có tác động tích cực đến ý định mua sắm (0,299), xếp thứ tư là Tình yêu thương hiệu có tác động tích cực đến ý định mua sắm (0,285), kế tiếp là Niềm tin thương hiệu có tác động đến tình yêu thương hiệu (0,187), Trải nghiệm thương hiệu có tác động đến tình yêu thương hiệu (0,18), xếp kế cuối là Tính tự thể hiện của thương hiệu có tác động đến tình yêu thương hiệu (0,157). Và tác động kém nhất là Hải lòng thương hiệu có tác động đến tình yêu thương hiệu (0,154).

6.2. Kiến nghị

Tình yêu thương hiệu có tác động mạnh nhất đến gắn kết thương hiệu với hệ số ảnh hưởng là 0,733. Do đó, dù cho có bị một sự tác động nào đó mang tính cạnh tranh từ các đối thủ cùng ngành thì khi khách hàng đã thích một thương hiệu ô tô nào đó nói riêng hay một sản phẩm nói chung thì họ sẽ dễ dàng bỏ ngoài tai các tác động tiêu cực. Bởi vì khi khách hàng đã có tình cảm yêu mến và trở nên cuồng nhiệt với thương hiệu mà họ đã yêu thì họ sẽ đam mê theo đuổi thương hiệu mà họ có tình cảm.

Sự gắn kết giữa tình yêu thương hiệu của khách hàng sẽ tác động đến ý định mua sắm. Tình yêu thương hiệu có tác động tích cực đến ý định mua sắm với hệ số ảnh hưởng là 0,285. Vì thế, các nhà quản trị muốn bán được hàng thì phải chú trọng xây dựng chiến lược marketing tác động vào cảm xúc của khách hàng để làm cho họ có tình cảm với thương hiệu của mình sẽ dễ dàng dẫn đến khách hàng sẽ trở nên yêu thích và họ sẽ có ý định mua.

6.3. Giới hạn nghiên cứu

Phương pháp lấy mẫu của chuyên đề này còn mang tính thuận tiện nên chưa thể hiện được tính đại diện của kết quả nghiên cứu. Các nghiên cứu tiếp theo nên thực hiện phương pháp lấy mẫu theo xác suất để kiểm tra sự chắc chắn của kết quả.

Tài liệu tham khảo:

- Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2007), *Nghiên cứu khoa học marketing*, Nxb Đại học quốc gia Tp Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Đình Thọ (2011), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao động xã hội.
- Aaker, D. A. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press, New York.
- Abhigyan Sarkar (2013), "Brand love in emerging market: a qualitative investigation", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 17, 481-494.
- Abhigyan Sakar & S. Sreejesh (2014), "Examination of roles played by brand love and jealousy in shaping customer engagement", *Journal of Product & Brand Management*, 23 (1), 24-32.
- A. Carroll & C. Ahuvia (2006), "Some antecedents and outcomes of brand love", *Market Lett*, 17, 79-89.
- Albert, N., & Merunka, D. (2013), "The role of brand love in consumer-brand relationships", *Journal of Consumer Marketing*, 30, 258-266.
- Albert, N., Merunka, D. & Valette-Florence, P. (2009), "The Feeling of love toward a brand: Concept and Measurement", *Advances in Consumer Research*, 36, 300-307.
- Albert, N. & Merunka, D. (2013), "The role of brand love in consumer-brand relationships", *Journal of Consumer Marketing*, 30(3), 258-266.
- Ajzen, I., "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (1991) 2, 179-211.
- Bahram Ranjbarian, Ali Kazemi & Farnaz Borandegi (2013), "Analyzing the Antecedents and Consequences of Brand Love with a Case Study on Apple Cell phone Users", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11.
- Batra, R., Ahuvia, A., & Bagozzi, R.P. (2012), "Brand Love", *Journal of Marketing*, 76(2), 1-16.
- Fournier, S. (1998), "Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research", *Journal of Consumer Research*, 24, 343-373.
- Park, C. W., Macinnis, D. J. and Priester, J. R. ,2006 'Beyond Attitudes: Attachment and Consumer Behavior.' *Seoul National Journal*.
- Sternberg, R.J. (1986), "A triangular theory of love", *Psychological Review*, 93/2, 119-135.
- Sarkar, A. & Sreejesh, S. (2014). Examination of the roles played by brand love and jealousy in shaping customer engagement. *Journal of Product & Brand Management*, 23(1), p24-32.

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA QUẢN TRỊ LỢI NHUẬN ĐẾN KHẢ NĂNG THANH TOÁN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN SÀN CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

TS. Trương Thanh Hằng*

Nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của quản trị lợi nhuận đến khả năng thanh toán của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Mẫu nghiên cứu bao gồm 266 doanh nghiệp niêm yết với 3.192 quan sát cho giai đoạn 2010 – 2020. Khả năng thanh toán của doanh nghiệp được đo lường thông qua hệ số thanh toán hiện hành, mức độ quản trị lợi nhuận của các doanh nghiệp niêm yết được đo lường thông qua mô hình của Friedlan (1994). Nghiên cứu còn sử dụng 3 biến kiểm soát gồm mô hình doanh nghiệp, tỷ suất lợi nhuận trên vốn đầu tư và đòn bẩy tài chính để đo lường ảnh hưởng tác động đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Kết quả cho thấy mức độ quản trị lợi nhuận của các doanh nghiệp niêm yết có tác động tích cực đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu là một thực nghiệm quan trọng cung cấp bằng chứng cho các nhà quản lý trong quản trị doanh nghiệp, cổ đông và chủ nợ khi đưa ra các quyết định quản trị, quyết định đầu tư vốn và cho vay trong tương lai.

• Từ khóa: khả năng thanh toán, quản trị lợi nhuận, doanh nghiệp niêm yết, mô hình Friedlan, Việt Nam.

This study examines the influence of earnings management on the solvency of companies listed on the Vietnamese stock market. The research sample includes 266 listed companies with 3,192 observations for the period 2010 - 2020. The solvency of enterprises is measured through the current ratio, and the level of profit management of listed companies is measured through the model of Friedlan (1994). The study also uses 3 control variables including firm size, rate of return on invested capital, and financial leverage to measure the impact on the solvency of the business. The results show that the level of earnings management of listed companies has a positive effect on the solvency of the enterprise. The research results are an important experiment that provides evidence for managers in corporate governance, shareholders, and creditors when making management decisions, capital investment decisions, and future loans.

• Key words: solvency, profit management, listed companies, Friedlan model, Vietnam.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hiện tại, các doanh nghiệp đang đối mặt với rất nhiều thách thức về việc duy trì dòng vốn ổn định, dòng tiền trong kinh doanh, đảm bảo được khả năng sinh lời và khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Các nghiên cứu về phân tích các chỉ số tài chính nói chung và phân tích khả năng thanh toán nói riêng của doanh nghiệp cũng như xem xét việc có hay không sự thao túng của các nhà quản lý doanh nghiệp đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp đã và đang nhận được sự quan tâm của các bên liên quan. Khả năng thanh toán của doanh nghiệp là khả năng đảm bảo trả được các khoản nợ đến hạn bất cứ lúc nào, đây cũng là tiêu chí đánh giá sự ổn định vững vàng về tình hình tài chính của doanh nghiệp. Đối với các nhà đầu tư, khi xem xét để quyết định đầu tư vốn vào một doanh nghiệp nào đó thì khả năng thanh toán của doanh nghiệp là một trong những nội dung quan trọng để đánh giá để xác định xem việc đầu tư vào công ty có phải là một khoản đầu tư tốt hay không để đảm bảo được lợi ích trong tương lai. Tuy nhiên hiện nay, theo quy định của chuẩn mực kế toán và chế độ kế toán Việt Nam, nhà quản lý, điều hành doanh nghiệp có thể

* Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội; email: truongthanhhang@hau.edu.vn

vận dụng linh hoạt nguyên tắc ghi nhận doanh thu, chi phí trên cơ sở dồn tích để có những tác động nhằm thay đổi thông tin trên báo cáo tài chính, hoạt động này còn được gọi là quản trị lợi nhuận. Tại Việt Nam, nổi bật nhất thời gian qua là sự vụ bê bối diễn ra tại công ty cổ phần Tập đoàn FLC, công ty cổ phần Tập đoàn Tân Hoàng Minh mà trọng tâm là đều liên quan đến quản trị lợi nhuận... Trong bối cảnh ngày càng xảy ra nhiều hơn các công ty tại Việt Nam qua hành vi quản trị lợi nhuận để thao túng lợi nhuận, đưa ra thông tin sai lệch về hiệu quả kinh doanh, về khả năng thanh toán, cần thiết phải có những nghiên cứu về ảnh hưởng của quản trị lợi nhuận đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp để có những cảnh báo, khuyến nghị đối với các nhà đầu tư khi ra quyết định đầu tư vốn khi hoạt động và quản lý của thị trường chứng khoán Việt Nam còn nhiều bất cập.

2. Tổng quan nghiên cứu

Khả năng thanh toán là một yếu tố quan trọng luôn được các nhà đầu tư xem xét, đánh giá khi đưa ra quyết định đầu tư. Theo tác giả Liu, J. và Wu, Y. (2016) thì khuyến nghị các nhà quản lý doanh nghiệp cần phải xem xét và phân tích về chỉ số khả năng thanh toán của doanh nghiệp trên quan điểm hướng tới sự phù hợp nhất để đáp ứng nhu cầu của các nhà đầu tư vốn. Tuy nhiên hiện nay, xu hướng các nhà quản lý thực hiện quản trị lợi nhuận đối với doanh nghiệp ngày càng nhiều để đạt được các mục tiêu trong ngắn hạn của doanh nghiệp, điều này cũng ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Theo nghiên cứu của Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999) thì quản trị lợi nhuận sẽ xảy ra khi nhà quản lý doanh nghiệp thực hiện điều chỉnh các giao dịch kinh tế trong kỳ để thay đổi các thông tin trên báo cáo tài chính, đánh lừa các đối tượng sử dụng thông tin về kết quả hoạt động kinh doanh, về khả năng thanh toán các khoản nợ của doanh nghiệp.

Đã có nhiều công trình nghiên cứu về mối quan hệ, mức độ ảnh hưởng giữa quản trị lợi nhuận và các khoản nợ, khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Wang, H. D., & Lin, C. J. (2013) chỉ ra được mối quan hệ giữa quản trị lợi nhuận và khả năng thanh toán của

các doanh nghiệp, nhờ lợi thế tài trợ của thị trường vốn nội bộ từ các chi nhánh kinh doanh nên các doanh nghiệp đã che khuất các vấn đề về khả năng thanh toán, hoạt động quản trị lợi nhuận của các nhà quản lý cũng được giảm thiểu. Nghiên cứu của Lazzem, S., & Jilani, F. (2018) với một mẫu các công ty Pháp được lập chỉ mục trong CAC All-Tradable trong khoảng thời gian từ 2006 đến 2012 đã cho thấy kết quả: Việc tăng mức độ sử dụng vốn vay, giảm khả năng thanh toán của các doanh nghiệp sẽ cung cấp động cơ cho các nhà quản lý thao túng lợi nhuận của doanh nghiệp. Với mẫu nghiên cứu gồm 542 công ty sản xuất niêm yết trên sàn chứng khoán trong giai đoạn 2018-2020, các tác giả Handayani, S., Ambarrini, D. A., & Syafik, M. (2022) đã cho thấy khả năng thanh toán của doanh nghiệp và khả năng sinh lời có tác động tích cực và đáng kể đến quản trị lợi nhuận.

3. Các lý thuyết nền tảng và giả thuyết nghiên cứu

3.1 Các lý thuyết nền tảng

Lý thuyết đánh đổi và trật tự phân hạng được cho là có ý nghĩa quan trọng trong việc giải thích mối quan hệ giữa quyết định cơ cấu vốn của doanh nghiệp và các nhân tố có thể ảnh hưởng. Theo nghiên cứu của Taggart (1977) cho thấy có sự biến động trong giá trị thị trường của nợ được bù đắp bởi sự biến động giá trị thị trường của vốn cổ phần và do đó các công ty có thiên hướng điều chỉnh tỷ lệ nợ/vốn chủ sở hữu theo mục tiêu đã đề ra. Theo lý thuyết đánh đổi thì mỗi công ty khác nhau sẽ có tỷ lệ nợ khác nhau, nếu doanh nghiệp duy trì khả năng thanh toán cao thì đánh đổi lại lợi nhuận đạt được sẽ thấp, do doanh nghiệp phải gánh chịu chi phí hoạt động, chi phí tài chính cao hơn. Ngược lại, khi doanh nghiệp duy trì khả năng thanh toán ngắn hạn thấp thì đánh đổi với rủi ro tài chính cao thì khả năng sinh lời cũng cao.

Lý thuyết đại diện được xây dựng dựa trên mối quan hệ giữa chủ doanh nghiệp và nhà quản lý, điều hành doanh nghiệp theo Jensen, MC., Meckling, W.H., (1976). Chủ sở hữu doanh nghiệp luôn mong muốn vốn đầu tư được sử dụng hiệu quả nhất, còn nhà quản lý để có đạt

được những lợi ích cho cá nhân hoặc là kỳ vọng vào việc chủ sở hữu phải thừa nhận năng lực và kết quả điều hành của mình để có được mức thưởng cao, vì vậy mà các nhà quản lý có thể thực hiện những hành vi thao túng, quản trị lợi nhuận nhằm hướng tới và đạt được mục tiêu của riêng họ.

3.2 Các giả thuyết nghiên cứu

Quản trị lợi nhuận là một quá trình có chủ đích của nhà quản lý, là một tập hợp các quyết định quản lý nhằm tạo lập báo cáo tài chính và mức lợi nhuận mong muốn để đạt được mục tiêu trong ngắn hạn của doanh nghiệp là tối đa hóa giá trị doanh nghiệp. Nghiên cứu của Lazzem, S., & Jilani, F. (2018) đã chỉ ra có mối quan hệ tích cực giữa việc tăng mức độ sử dụng vốn vay, giảm khả năng thanh toán với hoạt động quản trị lợi nhuận của các công ty Pháp. Handayani, S., Ambarrini, D. A., & Syafik, M. (2022) đã tìm thấy mối quan hệ tích cực đáng kể giữa quản trị lợi nhuận và khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Từ đó, giả thuyết (H1) được tác giả đặt ra như sau:

H1: Quản trị lợi nhuận có tác động tích cực đến khả năng thanh toán.

Nghiên cứu còn đặt ra 3 giả thuyết cho các biến kiểm soát của mô hình là quy mô doanh nghiệp, khả năng sinh lời và đòn bẩy tài chính, cụ thể:

Quy mô của doanh nghiệp là một tiêu chí quan trọng mà các nhà đầu tư, chủ nợ quan tâm. Chỉ tiêu quy mô công ty thể hiện vị trí, sức mạnh của doanh nghiệp, mang lại “cảm giác” an toàn cho các nhà đầu tư khi đầu tư vốn. Các nghiên cứu của Isshaq and Bokpin (2009), Gill & Mathur (2011), Trương Thanh Hằng và cộng sự (2020) đã tìm thấy có tác động tích cực của quy mô doanh nghiệp đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Giả thuyết (H2) được tác giả đặt ra như sau:

H2: Quy mô doanh nghiệp có tác động tích cực đến khả năng thanh toán.

Tỷ số lợi nhuận ròng trên tổng tài sản được sử dụng để đo lường khả năng sinh lời tính trên một đồng vốn – tài sản bỏ ra trong kinh doanh

của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Isshaq and Bokpin (2009) chỉ ra rằng, khả năng sinh lời có ảnh hưởng tích cực tới khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Trương Thanh Hằng và cộng sự (2020) cho thấy khả năng sinh lời của các doanh nghiệp niêm yết có tác động tiêu cực đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Giả thuyết (H3) được tác giả đặt ra như sau:

H3: Khả năng sinh lời có tác động tích cực đến khả năng thanh toán.

Đòn bẩy tài chính: Theo lý thuyết đánh đổi và trật tự phân hạng thì mỗi doanh nghiệp sẽ có cấu trúc vốn, tỷ lệ nợ khác nhau. Các doanh nghiệp nên giữ tỷ lệ nợ đúng mức, đảm bảo sự cân bằng giữa chi phí và lợi ích của kế hoạch đòn bẩy và tiến đến đạt được một cấu trúc vốn tối ưu nhằm tối đa hóa giá trị doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp duy trì khả năng thanh toán các khoản nợ cao thì đánh đổi lại lợi nhuận đạt được sẽ thấp, do doanh nghiệp phải gánh chịu chi phí hoạt động cao, và chi phí tài chính cao, mặt khác lại không được sử dụng đòn bẩy tài chính cũng như khoản tiết kiệm chi phí từ lãi vay. Ngược lại, khi doanh nghiệp duy trì khả năng thanh toán ngắn hạn thấp thì đánh đổi với rủi ro tài chính cao thì khả năng sinh lời cũng cao. Vì vậy giả thuyết H4 được tác giả đặt ra

H4: Đòn bẩy tài chính có tác động tiêu cực đến khả năng thanh toán.

4. Dữ liệu thu thập, đo lường các biến và mô hình hồi quy

Mẫu nghiên cứu bao gồm có 266 doanh nghiệp với 3.192 quan sát trong 12 năm từ năm 2009 đến năm 2020. Nguồn dữ liệu là thông tin từ các báo cáo tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên sàn chứng khoán Việt Nam qua trang web: <http://finance.vietstock.vn>.

- Đo lường biến phụ thuộc CR – Hệ số thanh toán hiện thời

Tác giả sử dụng chỉ số khả năng thanh toán ngắn hạn (CR) làm thước đo đánh giá khả năng thanh toán của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong 12 năm (2009 - 2020). Chỉ tiêu khả năng thanh toán

ngắn hạn được tính bằng tỷ lệ giữa tài sản ngắn hạn và nợ ngắn hạn của doanh nghiệp.

- *Đo lường các biến độc lập và biến kiểm soát trong mô hình:*

Bảng 1: Đo lường các biến độc lập và biến kiểm soát

Ký hiệu biến	Tên biến độc lập	Công thức xác định
DA	Lợi nhuận đồn tích điều chỉnh	Biến phụ thuộc DA được xác định theo mô hình Friedlan (1994) $DA_{it} = \frac{TA_{it}}{Sales_{it}} - \frac{TA_{it-1}}{Sales_{it-1}}$ DA_{it} : Phần đồn tích có thể điều chỉnh của công ty i, năm sự kiện t TA = Lợi nhuận sau thuế - Dòng tiền thuần từ hoạt động kinh doanh TA_{it} : Tổng đồn tích của công ty i, năm t TA_{it-1} : Tổng đồn tích của công ty i, năm t-1 Sales_{it} : Doanh thu thuần của công ty i, năm t Sales_{it-1} : Doanh thu thuần của công ty i, năm t
SIZE	Quy mô doanh nghiệp	Logarit cơ số e của Tổng tài sản
ROA	Khả năng sinh lời	Lợi nhuận sau thuế trên Tổng tài sản
FL	Đòn bẩy tài chính	Nợ phải trả trên Tổng tài sản

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của tác giả

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu ảnh hưởng của quản trị lợi nhuận đến khả năng thanh toán của doanh nghiệp, nghiên cứu tiến hành kiểm định giả thuyết từ H1 đến H4 với sự hỗ trợ của phần mềm phân tích dữ liệu Stata 16. Hồi quy tuyến tính đa biến được áp dụng cho mô hình như sau:

$$CR = \beta_0 + \beta_1 DA + \beta_2 SIZE + \beta_3 ROA + \beta_4 FL + e$$

5. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Kết quả kiểm định hệ số tương quan giữa các biến và kết quả kiểm định đa cộng tuyến. Kết quả cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc của mô hình, có đủ điều kiện để tiến hành bước tiếp theo là phân tích hồi quy giữa các biến.

Bảng 2: Kiểm định hệ số tương quan và đa cộng tuyến giữa các biến

	CR	DA	SIZE	ROA	FL	VIF Coefficient
CR	1,000					-
DA	0,3753	1,000				1,21
SIZE	-0,0347	-0,0175	1,000			1,19
ROA	0,1004	0,0209	-0,0235	1,000		1,03
FL	-0,3323	-0,0045	0,1516	-0,3938	1,000	1,00

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của tác giả

Bảng 3 trình bày kết quả hồi quy sử dụng bình phương nhỏ nhất (OLS), mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (REM). Kết quả cho thấy có sự khác biệt giữa ba phương pháp. Để kết luận nên sử dụng kết quả nào, tác giả đã tiến hành các kiểm định sau: (1) Sử dụng kiểm định Hausman để đưa ra quyết định nên lựa chọn mô hình FEM hay REM. Kết quả kiểm định Hausman với giá trị p = 0,000, vì vậy mô hình FEM thích hợp hơn. (2): Sử dụng kiểm tra F_test để chọn kết quả giữa phương pháp FEM hoặc OLS. Kết quả kiểm định F_test với giá trị p = 0,000, do đó mô hình FEM thích hợp hơn.

Bảng 3: Kết quả hồi quy

	Hằng số	DA	SIZE	ROA	FL	R - Squared
OLS	3,388 (0,000)	0,328 (0,000)	0,046 (0,119)	-1,915 (0,006)	-5,015 (0,000)	25,24 %
FEM	17,020 (0,000)	0,332 (0,000)	-0,405 (0,000)	-2,425 (0,003)	-7,070 (0,000)	29,31 %
REM	6,374 (0,000)	0,332 (0,000)	-0,045 (0,254)	-2,124 (0,004)	-5,817 (0,000)	28,26 %

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của tác giả

Tác giả thực hiện kiểm định phương sai sai số thay đổi qua các thực thể trong mô hình FEM với giả thuyết Ho, phương sai của sai số qua các thực thể là không đổi. Kết quả kiểm định cho thấy: chi2 (266) = 2,7e+06 Prob>chi2 = 0.0000. Kết luận: p-value < 0.05, bác bỏ Ho chấp nhận H1: Mô hình có phương sai sai số thay đổi. Tác giả đã tiến hành khắc phục hiện tượng mô hình có phương sai sai số thay đổi. Kết quả hồi quy sau khi khắc phục hiện tượng phương sai sai số thay đổi của mô hình FEM được trình bày qua bảng 5 như sau:

Bảng 5: Kết quả hồi quy mô hình FEM sau khi khắc phục phương sai sai số thay đổi

	Hằng số	DA	SIZE	ROA	FL	R - Squared
FEM	17,020 (0,121)	0,332 (0,000)	-0,405 (0,289)	-2,425 (0,118)	-7,070 (0,000)	29,31 %

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của tác giả

Theo kết quả của mô hình, các giả thuyết H_1 , H_4 được chấp nhận. Từ kết quả phân tích cho thấy hành vi quản trị lợi nhuận của các doanh nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp và tích cực đến khả năng thanh toán, ngoài ra biến kiểm soát đòn bẩy tài chính có ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng thanh toán của các doanh nghiệp niêm yết. Sự tác động của hai biến này giải thích được 29,31% sự biến thiên khả năng thanh toán của các doanh nghiệp niêm yết. Phương trình hồi quy được viết lại như sau: $CR = 0,332 * DA - 7,07 * FL + e$

6. Kết luận và khuyến nghị

Các kết quả thu được từ mô hình phù hợp với các lý thuyết kinh tế nền tảng đã đặt ra. Từ kết quả đạt được, tác giả đề xuất một số khuyến nghị như sau:

Đối với doanh nghiệp niêm yết

Doanh nghiệp nên duy trì tỷ lệ khả năng thanh toán hiện hành là phù hợp nhất, để vừa đảm bảo rằng tình trạng tài chính tốt, vừa được đánh giá là có hiệu quả sử dụng vốn cao. Các nhà quản lý doanh nghiệp cần nhìn nhận, việc thực hiện quản trị lợi nhuận chỉ có tác dụng trong ngắn hạn. Sự thao túng lợi nhuận sẽ gây thiệt hại lớn đối với doanh nghiệp hơn những lợi ích doanh nghiệp có thể thu được thông qua điều chỉnh lợi nhuận nếu nhà đầu tư phát hiện ra. Xây dựng, phát triển ngày càng lớn mạnh hơn một cách chính đáng nên là mục tiêu mà các doanh nghiệp nên hướng tới, các nhà quản lý không nên bất chấp các rủi ro, các cảnh báo đã được các nhà nghiên cứu, phân tích đưa ra để thực hiện các hành vi sai trái như hành vi quản trị lợi nhuận vì hậu quả có thể xảy ra cho doanh nghiệp sẽ trái ngược với mong đợi của doanh nghiệp.

Đối với các bên có liên quan như nhà đầu tư, chủ nợ tín dụng, cho vay:

Các nhà đầu tư, các chủ nợ tín dụng trước khi đưa ra quyết định đầu tư vốn hay cho vay

nên có thái độ thận trọng về lợi nhuận công bố của doanh nghiệp thông qua xem xét tỷ trọng các khoản nợ, xem xét khả năng thanh toán của doanh nghiệp, đặc biệt thận trọng hơn các doanh nghiệp có cơ cấu nợ đa dạng, khả năng thanh toán có trị số thấp. Với các doanh nghiệp sử dụng đòn bẩy tài chính cao thì mức độ thực hiện quản trị lợi nhuận cũng thường gia tăng để khóa lấp những hạn chế, yếu kém trong khả năng thanh toán, nâng cao và cải thiện khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

- Gill, A & Mathur, N. (2011), "Factors that influence Corporate Liquidity Holdings in Canada", *Journal of Applied Finance & Banking*, vol.1, no.2, 2011, 133-153
- Handayani, S., Ambarrini, D. A., & Syafik, M. (2022). *Analysis of the effect of profitability, solvency, corporate Social Responsibility on earnings management in manufacturing companies*. *Jurnal Scientia*, 11(01), 347-351. <http://seaninstitute.org/infor/index.php/pendidikan/article/view/526>
- Hang, T.T, Soa, N.T (2020) *Factors Affecting the Instantaneous Payment Capability: The Case of Vietnamese Firms*, *International conference on finance, accounting and auditing*, rd3, ICFAA 2020, National Economics University publishing house
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). *A review of the earnings management literature and its implications for standard setting*. *Accounting horizons*, 13(4), 365-383. <https://doi.org/10.2308/acch.1999.13.4.365>
- Issahq, Z. & Bokpin, G. A. (2009), "Corporate liquidity management of listed firms in Ghana", *Asia Pacific Journal of Business Administration*, Vol. 1 Issue: 2, pp.189-198.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure*. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Lazzem, S., & Jilani, F. (2018). *The impact of leverage on accrual-based earnings management: The case of listed French firms*. *Research in International Business and Finance*, 44, 350-358. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.103>
- Liu, J., & Wu, Y. (2016, November). *How to Assess the Sustainable Growth of Non-listed SMEs: Based on Factor Analysis Model*. In *First International Conference Economic and Business Management 2016* (pp. 155-160). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/feb-16.2016.24>
- Taggart, R. A. (1977). *A model of corporate financing decisions*. *The Journal of Finance*, 32(5), 1467-1484.
- Wang, H. D., & Lin, C. J. (2013). *Debt financing and earnings management: An internal capital market perspective*. *Journal of Business Finance & Accounting*, 40(7-8), 842-868. <https://doi.org/10.1111/jbfa.12030>

NÂNG CAO HIỆU QUẢ SỬ DỤNG VỐN LƯU ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VẬT LIỆU XÂY DỰNG HẬU COVID-19

TS. Trần Thanh Thu* - TS. Phạm Minh Đức* - Đặng Trường Thịnh** - Bùi Minh Trang***

Bài báo nghiên cứu hiệu quả sử dụng vốn lưu động của các doanh nghiệp vật liệu xây dựng trong thời kỳ hậu dịch Covid-19. Bài viết đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động thông qua phân tích tình hình sử dụng vốn lưu động của mẫu 28 doanh nghiệp niêm yết ngành VLXD năm 2021 và 2022. Từ đó, đề xuất một số kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động cho các doanh nghiệp VLXD. Sau đại dịch Covid-19, các doanh nghiệp VLXD cho thấy hiệu quả sử dụng vốn lưu động sụt giảm rõ rệt; tuy nhiên, mức giảm thay đổi theo đặc điểm kinh doanh, vòng đời sản phẩm và quy mô doanh nghiệp. Quản trị vốn lưu động hiệu quả là đòi hỏi cấp thiết cho sự phục hồi và ổn định tài chính của các doanh nghiệp vật liệu xây dựng sau đại dịch Covid-19. Các doanh nghiệp này nên sắp xếp lại và nâng cao hiệu quả của các bộ phận quan trọng như khoản phải thu, hàng tồn kho, cũng như mở rộng quy mô thị trường. Chính sách quản trị vốn lưu động phù hợp cùng với sự hỗ trợ của Chính phủ có thể nâng cao hiệu quả tài chính, giảm thiểu rủi ro dòng tiền, mất khả năng thanh toán và gián đoạn.

• Từ khóa: vốn lưu động, hiệu quả sử dụng, vật liệu xây dựng, Covid-19, phục hồi.

This paper examines the working capital efficiency of construction material enterprises during post Covid-19 pandemic. The paper assesses the efficiency of working capital use through an analysis of using working capital in the sample of 28 listed companies in the construction material industry in 2021 and 2022. It proposes some recommendations to enhance working capital efficiency for construction material enterprises. After the Covid-19 pandemic, construction material enterprises show a significant decline in working capital using efficiency; however, the decrease varies with business characteristics, product life cycle, and firm size. Effective working capital management is essential for the post-pandemic recovery and financial stability of construction material companies. These companies should rearrange and improve the efficiency of critical components like receivables and inventory and expand the market scale. Appropriate working capital policies and government support can enhance financial performance, mitigate cash flow risks, insolvency, and disruptions.

• Key words: working capital, efficiency of use, construction material, covid-19 pandemic, recovery.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Giới thiệu vấn đề nghiên cứu

Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động là một trong những nội dung then chốt của quản trị tài chính ngắn hạn. Nếu tài sản cố định được xem như hệ thống xương cốt bắt chặt của một doanh nghiệp thì vốn lưu động chính là lượng máu lưu thông trong cơ thể doanh nghiệp. Một cơ thể doanh nghiệp khoẻ mạnh đòi hỏi sự gắn kết hoà hợp giữa các bộ phận vốn cũng như quá trình luân chuyển, lưu thông liên tục của vốn lưu động. Thiếu hoặc thừa vốn lưu động đều gây ra những tác động tiêu cực nhất định đến hoạt động của doanh nghiệp trong ngắn hạn, dần dần làm tổn hại hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp trong dài hạn. Hiệu quả sử dụng vốn lưu động thấp còn dẫn đến chất lượng dòng tiền không cao, doanh nghiệp dễ đối mặt với nguy cơ mất khả năng thanh toán, thanh toán, nguy cơ phá sản. Do vậy, quản trị vốn lưu động hiệu quả là mục tiêu trọng tâm trong công tác quản trị tài chính của bất kỳ doanh nghiệp nào.

* Học viện Tài chính

** Công ty Cổ phần Giáo dục bình đẳng ACD

*** Tổng cục Hải quan

Ngày 19/5/2023, chính phủ Việt Nam xem xét công bố hết dịch Covid-19; tuy nhiên, những tác động nghiêm trọng của Covid-19 đến nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng chưa thực sự kết thúc. Số liệu của Tổng cục Thống kê chỉ ra trong năm 2022, cả nước có 143.200 doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường; trong đó có 73.800 doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn (tăng 34,3% so với năm 2021), 50.800 doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể (tăng 5,5%), 18.600 doanh nghiệp hoàn tất thủ tục giải thể (tăng 11.2%). Những con số này cho thấy doanh nghiệp tiếp tục phải đối mặt với những khó khăn trong hoạt động sản xuất kinh doanh hậu Covid-19. Theo kết quả điều tra của VCCI (2020), đại dịch Covid-19 có tác động nghiêm trọng đến (i) tiếp cận khách hàng (50% số DN); (ii) dòng tiền (46% số DN); (iii) lực lượng lao động (38% số doanh nghiệp); (iv) chuỗi cung ứng (33% số DN). Báo cáo của WB (2020) cũng cho thấy thiếu hụt dòng tiền là thách thức lớn nhất đối với doanh nghiệp ở các quy mô, ngành nghề khác nhau. Điều này một lần nữa khẳng định tầm quan trọng của quản trị vốn lưu động trong bối cảnh rủi ro. Thiếu hụt dòng tiền liên tục là nguyên nhân dẫn đến mất khả năng thanh toán, buộc doanh nghiệp phải tạm ngừng hoạt động, mở thủ tục phá sản. Do vậy, tăng cường quản trị VLĐ, đảm bảo sự lành mạnh và sức khỏe dòng tiền là đòi hỏi cấp thiết với mọi doanh nghiệp trong tiến trình phục hồi sau đại dịch, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp sản xuất các yếu tố trung gian đầu vào như ngành vật liệu xây dựng. Trong bối cảnh nền kinh tế suy thoái, ngành bất động sản đóng băng, ngành xây dựng chưa thực sự khởi sắc, hoạt động của các doanh nghiệp VLXD tiếp tục vấp phải những thách thức do sự phụ thuộc chặt chẽ vào ngành xây dựng, bất động sản. Chính vì vậy, trong nghiên cứu này, nhóm tác giả tập trung làm rõ thực trạng hiệu quả sử dụng VLĐ của các doanh nghiệp VLXD nhằm đề xuất những giải pháp phù hợp, tháo gỡ nút thắt cho các doanh nghiệp VLXD trong phục hồi sau đại dịch Covid-19.

2. Quy mô và kết cấu vốn lưu động của các Doanh nghiệp VLXD giai đoạn 2021-2022

Để làm rõ thực trạng hiệu quả sử dụng VLĐ của các doanh nghiệp VLXD sau đại dịch

Covid-19, nhóm tác giả lựa chọn mẫu nghiên cứu gồm 28 doanh nghiệp ngành VLXD niêm yết trên sàn HNX và HOSE trong hai năm 2021 và 2022. Các doanh nghiệp này được chia thành 3 phân ngành gồm (i) phân ngành thép (9 doanh nghiệp); (ii) phân ngành xi măng (10 doanh nghiệp); (iii) phân ngành gạch xây dựng (9 doanh nghiệp).

Bảng 1. Biến động tài sản và vốn lưu động ròng của các doanh nghiệp VLXD (đồng)

	Vốn kinh doanh		Biến động	
	31/12/2021	31/12/2022	Số tiền	Tỷ trọng
Thép	27,139,312,298,648	24,558,578,145,455	(2,580,734,153,193)	-9.51%
Xi măng	1,946,410,903,942	2,076,333,582,968	129,922,679,025	6.67%
Gạch	1,503,987,905,234	1,626,757,883,327	122,769,978,092	8.16%
Vốn lưu động ròng				
Thép	15,657,772,292,393	12,444,074,373,511	(3,213,697,918,882)	-20.52%
Xi măng	434,864,030,106	617,963,916,890	183,099,886,783	42.11%
Gạch	1,066,555,030,405	1,127,635,075,951	61,080,045,547	5.73%

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Trong giai đoạn 2021-2022, quy mô VLĐ ròng của các doanh nghiệp VLXD niêm yết có sự biến động không đều giữa các phân ngành. Doanh nghiệp thép có VLĐ ròng giảm mạnh, lên đến gần 21%. Tính đến cuối năm 2022, VLĐ ròng của các DN thép ở mức 12,444 tỷ, giảm hơn 3,000 tỷ so với cuối năm 2021. Trái lại, các DN xi măng có quy mô VLĐ ròng tăng mạnh, lên đến 42.11%. Các DN gạch cũng có sự gia tăng về quy mô VLĐ ròng, song chỉ ở mức 5.73%. Như vậy, phân ngành thép có quy mô vốn lưu động ròng vượt trội hai phân ngành còn lại, song cũng là phân ngành duy nhất có sự giảm mạnh quy mô VLĐ ròng. Sự sụt giảm này là do tất cả các bộ phận thuộc VLĐ ròng đều giảm mạnh vào năm 2022. Cụ thể, quy mô vốn bằng tiền giảm 58.02%, nợ phải thu giảm 9.29%, hàng tồn kho giảm 24.02%. Các DN xi măng gia tăng mạnh về dự trữ vốn bằng tiền (42.34%), nợ phải thu (15.52%), và hàng tồn kho (51.81%). Các DN gạch cũng cho thấy sự tăng mạnh của hàng tồn kho, từ mức 427 tỷ cuối 2021 lên mức 539 tỷ cuối 2022, tỷ lệ tăng 26.3%.

Mức độ đầu tư VLĐ của các DN cũng cho thấy sự khác biệt rõ rệt giữa các phân ngành. Tỷ trọng VLĐ ròng trong tổng vốn kinh doanh của các DN thép năm 2021, 2022 lần lượt là 57.69% và 50.67%. Các doanh nghiệp gạch cũng có mức

độ đầu tư vào VLD rất cao, lần lượt là 70.92% và 69.32%. Trái lại, các doanh nghiệp xi măng chỉ có tỷ trọng VLD chỉ chiếm dưới 30% tổng vốn kinh doanh do mức độ đầu tư vào TSCĐ của các DN này rất lớn. Mức độ đầu tư VLD của các DN gạch có sự phân hoá lớn. Những doanh nghiệp lớn như Vicostone, Taicera, gạch men Thanh Thanh, có tỷ trọng VLD ròng rất cao so với những DN còn lại, dẫn đến con số trung bình ngành bị đẩy lên đến mức gần 70%.

Bảng 2. Kết cấu VLD ròng của các doanh nghiệp VLXD giai đoạn 2021-2022

Phân ngành	Thép		Xi măng		Gạch	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
% VLD ròng trong VKD	57.69%	50.67%	22.34%	29.76%	70.92%	69.32%
% vốn bằng tiền	17.23%	9.11%	18.56%	18.59%	14.29%	14.37%
% nợ phải thu ngắn hạn	12.98%	14.82%	33.75%	27.44%	40.52%	34.58%
% hàng tồn kho	51.34%	49.08%	43.75%	46.74%	40.04%	47.83%

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Phần lớn VLD ròng của các doanh nghiệp VLXD đang nằm ở khâu dự trữ và khâu thanh toán. Tỷ trọng HTK trong VLD ròng ở mức trên 40% cả hai năm 2021 và 2022. Doanh nghiệp thép có đến 51.34% VLD ròng là HTK. Tuy nhiên, tỷ trọng này đã giảm nhẹ vào cuối năm 2022. Doanh nghiệp xi măng và DN gạch tăng HTK về quy mô cũng như tỷ trọng. Điều này làm giảm bớt tỷ trọng của nợ phải thu trong VLD ròng của các DN gạch và xi măng. Hai phân ngành này cũng duy trì được tỷ trọng vốn bằng tiền ổn định trong năm 2021 và 2022. Dự trữ vốn bằng tiền của các DN xi măng ổn định ở mức 18.6%, các DN gạch ở mức 14.3%. Trái lại, dự trữ vốn bằng tiền của các DN thép giảm rất mạnh về quy mô và tỷ trọng. Cuối năm 2021, tỷ trọng vốn bằng tiền của các DN thép ở mức 17.23% đã giảm xuống còn 9.11%. Lý do chính của sự khác biệt này nằm ở chu kỳ kinh doanh của từng phân ngành. Các DN thép đang ở giai đoạn phát triển theo chiều sâu nên đã có sự dịch chuyển vốn đầu tư sang bộ phận tài sản cố định nhằm thay đổi công nghệ sản xuất, nâng cao năng lực kinh doanh cốt lõi, từng bước củng cố những hoạt động kinh doanh vệ tinh. Ngoài ra, chi phí đầu vào tăng cao trong bối cảnh nhu cầu thép tăng trưởng chậm, giá thép thế giới thấp cũng là lý do dẫn đến thiếu hụt dòng tiền của các DN thép năm 2022.

3. Thực trạng hiệu quả sử dụng VLD của các doanh nghiệp VLXD giai đoạn 2021-2022

Hiệu quả sử dụng VLD của các doanh nghiệp VLXD giai đoạn 2021-2022 được thể hiện chi tiết tại Bảng số liệu số 3. DN thép, DN gạch duy trì vốn lưu động thuần (NWC) dương; trái lại, VLD thuần của các DN xi măng âm trong năm 2021 và 2022. Như vậy, DN xi măng đang sử dụng toàn bộ nợ vay ngắn hạn để tài trợ cho nhu cầu đầu tư VLD ròng. Các DN thép và xi măng tiếp tục duy trì mô hình tài trợ VLD thận trọng, với một bộ phận VLD thường xuyên được đảm bảo bằng nguồn vốn dài hạn. Mô hình này đặc biệt phù hợp với các DN thép khi hệ số nợ của các DN này vẫn ở mức thấp và hoạt động kinh doanh đang phải đối mặt với nhiều rủi ro.

Bảng 3. Hiệu quả sử dụng VLD của các DNVLXD giai đoạn 2021-2022 (Tỷ đồng)

Phân ngành	Thép		Xi măng		Gạch	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
NWC (tỷ đồng)	3,247.807	2,521.081	(392.299)	(338.738)	798.446	574.820
Vòng quay VLD	2.381	3.490	3.796	3.017	2.77	2.325
Kỳ luân chuyển VLD	198.335	157.935	144.455	157.041	182.42	201.215
Vòng quay NPT	11.689	14.515	28.335	19.141	15.93	17.360
Kỳ thu tiền bình quân	38.570	38.140	60.589	72.594	62.80	65.958
Vòng quay HTK	4.213	7.238	21.298	10.760	6.39	3.557
Kỳ luân chuyển HTK	135.107	101.862	71.407	69.344	105.42	126.567
Hệ số KNTTNNH	1.332	1.416	1.890	1.710	1.57	1.589
KNTT nhanh	0.541	0.584	1.249	1.151	0.82	0.714
KNTT tức thời	0.068	0.085	0.222	0.200	0.19	0.228
KNTT bằng tiền	-6.241	3.685	-1.395	48.877	43.24	12.104
Hệ số tạo tiền	-0.001	0.043	0.059	0.041	0.05	0.021
TSLN góp VLD	23.416%	13.154%	43.786%	34.765%	30.777%	35.290%
TSLN sau thuế VLD	12.807%	-7.871%	10.034%	6.975%	0.485%	-2.718%

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Nhìn chung, hiệu quả sử dụng VLD của các doanh nghiệp VLXD giảm trong giai đoạn 2021-2022. Vòng quay VLD của các DN xi măng giảm từ 3.8 vòng (2021) xuống mức 3.02 vòng (2022). Con số này của các DN gạch lần lượt là 2.77 vòng và 2.35 vòng. Tuy nhiên, các doanh nghiệp thép tăng được tốc độ luân chuyển VLD. Lý do là một số DN thép tầm quy mô lớn và trung bình đã đẩy mạnh được vòng quay VLD, dẫn đến toàn ngành có sự cải thiện về chỉ tiêu này.

Bảng 4. Vòng quay vốn lưu động của các DN thép giai đoạn 2021-2022 (Vòng)

Tên công ty	Mã CK	2021	2022	Thay đổi
CTCP Đại Thiên Lộc	DTL	1.163	0.908	-0.255
CTCP Tập đoàn Hoà Phát	HPG	1.590	1.756	0.167
CTCP Tập đoàn Hoa Sen	HSG	2.612	5.054	2.443
CTCP SX và KD Kim Khí	KKC	1.327	3.621	2.294
CTCP Thép Nam Kim	NKG	2.306	2.215	-0.091
CTCP Thép Pomina	POM	1.590	3.307	1.717
CTCP Thép Tiến Lên	TLH	1.277	1.461	0.184
CTCP Thép Vicasa	VCA	5.067	7.433	2.365
CTCP Ống thép Việt Đức	VGS	4.497	5.659	1.162

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Mặc dù có sự cải thiện nhẹ về tốc độ luân chuyển VLD của các DN thép song chất lượng của chỉ tiêu này chưa thực sự tốt do nhiều DN sụt giảm doanh thu thuần BH&CCDV. Cụ thể, doanh thu thuần của HPG năm 2022 giảm 8,271 tỷ đồng; NKG giảm 5,102 tỷ đồng; VGS giảm 1,799 tỷ đồng. Một số doanh nghiệp có quy mô nhỏ hoặc thực hiện khâu thương mại của chuỗi giá trị cũng sụt giảm đáng kể về doanh thu. Điều này cho thấy các DN vật liệu xây dựng nói chung, DN thép nói riêng tiếp tục phải đối mặt với nhu cầu tiêu thụ giảm và cạnh tranh về giá gay gắt.

Về hiệu quả sử dụng từng bộ phận vốn thuộc VLD ròng, DN thép cải thiện được tốc độ luân chuyển nợ phải thu và HTK. Trái lại, tốc độ luân chuyển hai bộ phận vốn này của các DN gạch, xi măng đều giảm sút mạnh. Cụ thể, vòng quay NPT của DN xi măng giảm từ 28.35 vòng xuống còn 19.41 vòng; vòng quay HTK giảm từ 21.3 vòng xuống còn 10.76 vòng. Một điều đáng chú ý là, trong khi hầu hết các DN thép giảm sút về doanh thu, các DN gạch và xi măng hoạt động tương đối ổn định năm 2022 ngoại trừ một số DN như Xi măng Bim Sơn sụt giảm nhẹ về doanh thu (2.58%); Vicostone giảm 19.94%; Viglacera Hạ Long 1 giảm 6.17%. Như vậy sự sụt giảm mạnh tốc độ luân chuyển nợ phải thu ngắn hạn và HTK của các DN gạch và xi măng là do doanh thu thuần tăng chậm và vốn lưu động ứ đọng ở khâu thanh toán và dự trữ quá lớn. Tuy nhiên, các doanh nghiệp VLXD vẫn duy trì được khả năng thanh toán nợ ngắn hạn lớn hơn 1. Một số doanh nghiệp có hệ số này cao đột biến như CTCP xi măng Đà Nẵng (6.251 năm 2021); CTCP xi măng

Thái Bình (3.72). Chênh lệch giữa KNTT nợ ngắn hạn và KNTT nhanh khá lớn cho thấy VLD ròng của DN đang nằm phần lớn ở giá trị HTK. Khoảng cách này ở các DN thép là lớn nhất, hoàn toàn nhất quán với kết cấu VLD ròng đã được làm rõ tại mục 3.

Chất lượng của dòng tiền được thể hiện ở chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán lãi vay từ dòng tiền và hệ số tạo tiền. Năm 2022, chất lượng dòng tiền từ hoạt động kinh doanh (CFO) giảm sút khi số lượng doanh nghiệp có CFO < 0 tăng lên. Cuối năm 2021, 5 doanh nghiệp thép là KKC, NKG, POM, TLH, và VCA có CFO < 0. Sang đến năm 2022, chỉ còn 3 doanh nghiệp là DTL, NKG và TLH có CFO < 0; trong đó DTL và NKG ghi nhận kết quả kinh doanh thua lỗ năm 2022. Đối với phân ngành xi măng, CTCP Xi măng Đà Nẵng (DXV) và CTCP thạch cao xi măng (TXM) có CFO < 0 liên tục trong hai năm. Các DN khác đều duy trì được CFO > 0 song sụt giảm mạnh về quy mô. Doanh nghiệp gạch ghi nhận số lượng DN có CFO < 0 cao nhất vào năm 2022 (4 trong tổng số 9 DN). Lý do dẫn đến CFO của các DN này âm là do khoản HTK và NPT tăng, đi kèm với dòng tiền trả lãi vay của năm 2022.

Khả năng sinh lời của VLD ròng của các doanh nghiệp VLXD giảm mạnh vào năm 2022. Tỷ suất lợi nhuận gộp trên VLD ròng của các DN thép và xi măng giảm mạnh. Các DN gạch có sự cải thiện nhẹ ở chỉ tiêu này. Tuy nhiên, lợi nhuận sau thuế trên VLD ròng của DN ở tất cả các phân ngành đều giảm rất mạnh, đặc biệt là DN thép. Điều này là do lợi nhuận sau thuế của các DN thép sụt giảm, nhiều DN thua lỗ. Các DN xi măng duy trì hoạt động tương đối ổn định khi không có DN nào thua lỗ năm 2022.

Bảng 5: Doanh nghiệp VLXD thua lỗ năm 2022 (Đồng)

Tên công ty	Mã CK	Lợi nhuận sau thuế
CTCP Đại Thiên Lộc	DTL	(208,779,870,423)
CTCP SX và KD Kim Khí	KKC	(32,301,033,873)
CTCP Thép Nam Kim	NKG	(124,684,837,727)
CTCP Thép Pomina	POM	(1,079,868,045,668)
CTCP Thép Vicasa	VCA	(5,899,703,821)
CTCP Viglacera Hạ Long 1	HLV	(11,433,520,939)

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

4. Đánh giá thực trạng và hàm ý chính sách nâng cao hiệu quả sử dụng VLĐ của các doanh nghiệp VLXD hậu Covid-19

Qua phân tích, đánh giá hiệu quả sử dụng VLĐ của 28 doanh nghiệp VLXD niêm yết giai đoạn 2021-2022 có thể rút ra một số điểm hạn chế chủ yếu như sau:

Thứ nhất, quy mô và kết cấu VLĐ ròng của các doanh nghiệp VLXD có sự biến động mạnh vào năm 2022, song sự biến động này phụ thuộc rất lớn vào đặc điểm sản xuất kinh doanh và chu kỳ sống của từng phân ngành kinh doanh. DN thép có quy mô VLĐ ròng giảm mạnh do tất cả các bộ phận VLĐ đều giảm. DN gạch và DN xi măng tăng về quy mô VLĐ ròng; đồng thời, có sự dịch chuyển nhẹ về kết cấu giữa nợ phải thu ngắn hạn và HTK. Các DN VLXD chủ yếu phân bổ VLĐ ròng vào nợ phải thu khách hàng và HTK. Hàng tồn kho là bộ phận VLĐ chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng VLĐ ròng của các DN thép. Vốn bằng tiền của các DN thép sụt giảm mạnh vào cuối năm 2022 do sự dịch chuyển dòng tiền sang đầu tư phát triển.

Thứ hai, các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng VLĐ của các DN VLXD giảm đáng kể trong năm 2022. Các DN xi măng ở giai đoạn bão hoà duy trì được doanh thu ổn định và kết quả kinh doanh có lãi năm 2022. Các DN thép cho thấy rủi ro kinh doanh khá lớn khi doanh thu thuần sụt giảm ở hầu hết các DN, lợi nhuận sau thuế và dòng tiền hoạt động kinh doanh âm. DN gạch mặc dù còn dư địa tăng trưởng song đang vấp phải sự cạnh tranh gay gắt từ các DN nước ngoài và sự thay đổi nhu cầu liên tục của người tiêu dùng, chưa thực sự mở rộng được phạm vi hoạt động và kết quả kinh doanh.

Thứ ba, sự phục hồi hoạt động kinh doanh hậu Covid-19 là không đồng đều giữa doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp nhỏ. Hầu hết các DN nhỏ đều cho thấy sự giảm sút về kết quả kinh doanh và hiệu quả sử dụng VLĐ, đặc biệt là ở phân ngành thép và gạch. Điều này một lần nữa khẳng định tính dễ bị tổn thương của nhóm DN nhỏ và vừa khi đối mặt với rủi ro và bất ổn kinh tế.

Thứ tư, chất lượng dòng tiền còn thấp, khả năng đảm bảo thanh toán lãi vay từ dòng tiền thuần hoạt động kinh doanh rất thấp, hệ số tạo

tiền còn cho thấy cách biệt lớn giữa doanh thu thuần và dòng tiền thuần. Kết quả này cho thấy VLĐ ứ đọng ở khâu dự trữ và thanh toán đã gây áp lực rất lớn lên dòng tiền hoạt động kinh doanh của các DN VLXD. Mặt khác, doanh nghiệp buộc phải tìm nguồn cân đối thiếu hụt vốn thông qua vay nợ và các khoản phải trả. Rủi ro tài chính tăng cao do áp lực thanh toán nợ gốc và tiền lãi ngày càng lớn.

Thứ năm, khả năng sinh lời của VLĐ ròng sụt giảm mạnh do kết quả kinh doanh thua lỗ. Tốc độ luân chuyển nợ phải thu và HTK chậm đẩy chi phí kết chuyển vào giá vốn hàng bán lớn, làm giảm biên lợi nhuận gộp từ HĐKD.

Căn cứ vào những đánh giá trên, nhóm tác giả cho rằng cải thiện hiệu quả sử dụng VLĐ cho các DN VLXD đòi hỏi sự kết hợp của nhiều chức năng trong doanh nghiệp, thông qua vai trò chủ đạo của chức năng tài chính. Song song, chính phủ cần quyết liệt triển khai những chính sách vĩ mô phá băng thị trường bất động sản và phục hồi ngành xây dựng. Sau đây là một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng VLĐ của các doanh nghiệp VLXD hậu Covid-19:

Đối với các doanh nghiệp VLXD: DN cần rà soát các khoản mục chi phí, đặc biệt là chi phí sản xuất chung và công tác phân bổ chi phí nhằm cắt giảm những khoản chi phí không thực sự gia tăng giá trị sản phẩm. DN nên chủ động lập kế hoạch tiêu thụ, kế hoạch sản xuất, kế hoạch ngân sách và cân đối dòng tiền trong ngắn hạn; xây dựng phương án đảm bảo nhu cầu VLĐ phù hợp với mức nợ vay và hiệu quả hoạt động trên thị trường chứng khoán của doanh nghiệp. Đặc biệt chú trọng đến công tác mở rộng thị trường hoạt động và quản trị HTK. Trong bối cảnh nền kinh tế suy thoái hậu Covid-19, các doanh nghiệp đối tác cũng đang ở trong tình trạng khó khăn, việc đẩy mạnh thu hồi công nợ chỉ nên thực hiện ở một mức độ nhất định. Thay vào đó, các DN nên có chính sách tín dụng thương mại phù hợp để tạo động cơ thúc đẩy các khách hàng thanh toán tiền sớm. Đối với quản trị HTK, doanh nghiệp thép cần thực hiện trích lập dự phòng giảm giá HTK, theo dõi biến động giá thép để gia tăng lợi nhuận từ đầu tư HTK. Đối với các DN gạch và xi măng, tiếp tục duy trì mức độ hoạt động của năm

2022; đồng thời, tận dụng cơ hội từ thúc đẩy đầu tư công và các dự án xây dựng hạ tầng đã và đang được triển khai.

Đối với chính phủ: Chính phủ cần có những giải pháp tháo gỡ tạm thời nhằm thúc đẩy cầu về vật liệu xây dựng trong ngắn hạn cũng như những giải pháp dài hạn về ưu đãi tín dụng nhằm tái định hình lại chuỗi giá trị các phân ngành của ngành VLXD. Đối với nhóm giải pháp tạm thời, cần đặt trọng tâm vào đầu tư công và thúc đẩy xuất khẩu vật liệu xây dựng. Dự kiến sẽ có khoảng 793 ngàn tỷ đồng dành cho giải ngân đầu tư công năm 2023, tăng 34% so với kế hoạch đầu tư công năm 2022. Một số dự án hạ tầng giao thông trọng điểm như cao tốc Bắc Nam, sân bay Long Thành, nhà ga T3 sân bay Tân Sơn Nhất, cao tốc Khánh Hoà - Buôn Ma Thuột đã và đang chuẩn bị được triển khai sẽ tháo gỡ nút thắt rất lớn về cầu và giá vật liệu xây dựng.

Về hoạt động xuất khẩu, xuất khẩu thép và xi măng hiện đang gặp rất nhiều khó khăn do sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc (chiếm 54% kim ngạch xuất khẩu xi măng), Mỹ và châu Âu. Tuy nhiên nhu cầu xây dựng ở các thị trường này đang sụt giảm dẫn đến xuất khẩu xi măng, thép, tôn mạ của Việt Nam giảm mạnh năm 2022. Với kỳ vọng thị trường xuất khẩu phục hồi cuối năm 2023, đầu năm 2024, Chính phủ cần có những ưu đãi nhất định cho các DN xuất khẩu VLXD như hỗ trợ chi phí thông quan, trợ giá cước vận chuyển, nguyên liệu.

Trong dài hạn, Quyết định 1266/QĐ-TTg phê duyệt chiến lược phát triển vật liệu xây dựng Việt Nam thời kỳ 2021-2030, định hướng đến năm 2050, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2021. Quyết định này nêu bật quan điểm “*phát triển ngành vật liệu xây dựng hiệu quả, bền vững, đáp ứng cơ bản nhu cầu trong nước, từng bước tăng cường xuất khẩu, góp phần thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế xã hội*”, đặc biệt chú trọng đến việc “*sử dụng hiệu quả tài nguyên, triệt để tiết kiệm năng lượng, nguyên liệu, nhiên liệu*”; “*phân bổ mạng lưới cơ sở sản xuất vật liệu xây dựng trên toàn quốc phù hợp với điều kiện về tự nhiên, xã hội của từng vùng miền*”. Ngành vật liệu xây dựng là ngành sản xuất then chốt, đóng vai trò quan trọng trong ngành xây dựng

cũng như phát triển hạ tầng cho toàn bộ nền kinh tế. Đặc biệt trong bối cảnh đầu tư công giai đoạn 2021-2025 tăng mạnh, với gần 2,9 triệu tỷ đồng, nhu cầu về vật liệu xây dựng để triển khai các dự án đầu tư công là rất lớn. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp ngành VLXD phải có những chiến lược và chính sách phù hợp, hiệu quả nhằm đảm bảo hoạt động liên tục bền vững cho toàn ngành. Muốn vậy, chính phủ cần xây dựng cơ chế hỗ trợ về tiếp cận vốn đầu tư dài hạn, ưu đãi thuế đối với những doanh nghiệp VLXD thực hiện đầu tư chiều sâu, thay đổi công nghệ theo hướng bền vững, thân thiện với môi trường.

5. Kết luận

Đại dịch Covid-19 tuy đã được khống chế trên phạm vi toàn cầu song hậu quả nghiêm trọng nó gây ra cho các nền kinh tế vẫn chưa thực sự chấm dứt. Trong giai đoạn 2020-2021, rất nhiều doanh nghiệp phải tạm ngừng hoạt động, mở thủ tục phá sản do quy mô doanh thu sụt giảm và thiếu hụt dòng tiền ngắn hạn trầm trọng. Do vậy, tăng cường quản trị VLĐ, đảm bảo sự lành mạnh và sức khoẻ dòng tiền là đòi hỏi cấp thiết với mọi doanh nghiệp trong tiến trình phục hồi sau đại dịch, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp sản xuất các yếu tố trung gian đầu vào như ngành vật liệu xây dựng. Trong bài viết này, thông qua nghiên cứu mẫu gồm 28 doanh nghiệp VLXD niêm yết năm 2021 và 2022, nhóm tác giả đã làm rõ thực trạng VLĐ và hiệu quả sử dụng VLĐ của các DN VLXD hậu Covid-19. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý chính sách với các DN cũng như Chính phủ nhằm thúc đẩy tiến trình phục hồi của các DN VLXD sau đại dịch Covid-19.

Tài liệu tham khảo:

VCCI và Ngân hàng thế giới (2021). Tác động của dịch bệnh Covid-19 đối với doanh nghiệp Việt Nam: Một số phát hiện chính từ điều tra doanh nghiệp 2020.

World Bank Group (2020). *Impacts of Covid-19 on Firms in Vietnam - Results from the 1st Round of Covid-19 Business Pulse Survey*.

Tổng cục Thống kê (2021). *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2020*.

Tổng cục Thống kê (2022). *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2021*.

CHUYỂN ĐỔI SỐ ĐỂ BÁN HÀNG VÀ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG HỆ THỐNG NGÂN HÀNG BÁN LẺ VIỆT NAM

Ths. Trần Hoàng Trung*

Trong những năm gần đây, ngành ngân hàng Việt Nam đang trải qua một xu hướng chuyển đổi số mạnh mẽ, đó là việc sử dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả hoạt động và cải thiện trải nghiệm khách hàng. Đặc biệt là trong lĩnh vực ngân hàng bán lẻ. Chuyển đổi số đã giúp các ngân hàng thương mại tạo ra được trải nghiệm mới, tiện ích mới cho khách hàng; khiến cho khách hàng ngày càng cảm thấy tiện lợi khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng. Trong phạm vi bài viết, tác giả đưa ra 4 ứng dụng công nghệ đang được sử dụng phổ biến để phát triển chuyển đổi số tại các ngân hàng bán lẻ ở Việt Nam.

• Từ khóa: công nghệ sinh trắc học, mobile banking, chatbot.

In recent years, the Vietnamese banking industry is experiencing a strong digital transformation trend, which is the use of technology to improve operational efficiency and improve customer experience. Especially in the retail banking sector. Digital transformation has helped commercial banks create new experiences and new conveniences for customers; making customers feel more and more convenient when using the bank's products and services. Within the scope of the article, the author presents 4 technology applications that are being commonly used to develop digital transformation at retail banks in Vietnam.

• Key words: biometric technology, mobile banking, chatbot.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

Bối cảnh dịch bệnh đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số trong ngành ngân hàng

Đại dịch Covid 19 đã tác động mạnh, nhanh chóng lên quá trình chuyển đổi số ngành ngân hàng. Khi dịch bệnh lên đến đỉnh điểm, việc thực hiện giãn cách xã hội nghiêm ngặt đã tạo ra nhu cầu giao tiếp, liên lạc, bán hàng giữa ngân hàng với khách hàng thông qua các kênh số, như trình bày giải pháp tài chính với khách hàng qua

các nền tảng Zoom, Webex, Google Meet,... Các giao dịch chuyển tiền, gửi tiết kiệm, đóng thuế, thanh toán hóa đơn được sử dụng tối đa qua nền tảng app trên điện thoại “mobile banking”. Khách hàng ngày nay (đặc biệt là khách hàng Gen Z) ngày càng trở nên quen thuộc với việc sử dụng các sản phẩm, dịch vụ trực tuyến. Chúng ta có thể nhìn thấy hiệu quả rất cao từ việc cung cấp dịch vụ tài chính trên nền tảng số qua một số ví dụ:

Ngân hàng tư nhân Webank, được thành lập năm 2014 bởi Tencent, dù không có một chi nhánh vật lý nào và chỉ tuyển dụng 2.000 nhân viên, hiện đang phục vụ 200 triệu khách hàng cá nhân và 1.2 triệu khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vào ngày 4/1/2015, thủ tướng Trung Quốc (tại thời điểm đó) Lý Khắc Cường đã ấn nút “Enter” tại trụ sở Webank để phê duyệt khoản vay đầu tiên của công ty, khoản vay có giá trị giải ngân 35.000 nhân dân tệ, tương đương 5.600 đô la, cho một lái xe tải tên là Xu Jun. Webank không dựa vào tài sản bảo đảm là bất động sản, mà phê duyệt khoản vay thông qua công nghệ “nhận diện khuôn mặt” và lịch sử đánh giá tín dụng dựa trên dữ liệu lớn “Big data”. Thêm một ví dụ nữa là Ngân hàng Brazil Nubank. Nubank cung cấp thẻ tín dụng và khoản vay cá nhân cho 50 triệu khách hàng. Hầu hết các khách hàng này không thể vay vốn tại các ngân hàng truyền thống, vì thiếu lịch sử tín dụng. Nhưng Nubank sử dụng dữ liệu về hành vi khách hàng và thuật toán do họ tự phát triển để đánh giá khách hàng.

* Trường đào tạo và PTNNL VietinBank; email: Trungtranhoang09@gmail.com

Chuyển đổi số là công việc bắt buộc của ngành ngân hàng trong thời đại công nghệ số phát triển như vũ bão hiện nay. Nhu cầu khách hàng thay đổi, cùng với áp lực phải cắt giảm chi phí và tăng cường cải thiện hiệu quả khiến cho ngành ngân hàng không còn sự lựa chọn nào khác là phải chuyển đổi số. Chuyển đổi số đã thay đổi cơ bản cách các ngân hàng vận hành và phục vụ khách hàng của mình. Mô hình ngân hàng truyền thống đã là câu chuyện của quá khứ, khi để vận hành tiêu tốn nhiều thời gian và đòi hỏi phải sử dụng lượng nhân lực lớn. Khách hàng thay đổi thói quen chi tiêu sang mua sắm trên các sàn thương mại điện tử và các ứng dụng điện thoại. Những thay đổi này đòi hỏi một chiến lược chuyển đổi số toàn diện, bao hàm mọi khía cạnh của tổ chức, từ quản lý tương tác giữa khách hàng và ngân hàng cho đến các hoạt động vận hành của mình. Những hành động này góp phần tạo ra hiệu quả trong hoạt động, như gia tăng được doanh thu và cắt giảm chi phí cho ngân hàng.

Chuyển đổi số để thay đổi trải nghiệm khách hàng với các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng bán lẻ

a) Cung cấp sản phẩm dịch vụ và tương tác với khách hàng qua kênh mobile banking

Theo số liệu thống kê về lĩnh vực viễn thông của Bộ thông tin truyền thông, số thuê bao điện thoại di động smartphone 93,5 triệu - số liệu tính đến tháng 3/2022 (chiếm 73,5% số thuê bao di động). Với sự phát triển mạnh như vũ bão của smartphone tại Việt Nam, người dân đang dần thay đổi thói quen mua sắm hàng hóa/ sử dụng các dịch vụ ngân hàng qua các app thanh toán của ngân hàng. Điện thoại thông minh trở thành trung tâm của quá trình chuyển đổi số ngân hàng khi nó thay thế các chi nhánh ngân hàng như một kênh bán hàng trọng tâm. Mỗi ngân hàng đều phát triển app điện thoại của riêng mình để đẩy nhanh quá trình thay đổi trải nghiệm khách hàng qua kênh mobile banking.

Với sự giúp sức của công nghệ thì việc mở tài khoản online không cần đến ngân hàng hiện tại đã trở thành hiện thực. Khách hàng chỉ cần

tải ứng dụng mobile của ngân hàng trên kho ứng dụng Apple store/ hoặc Google Play. Sau đó đăng nhập vào hệ thống và điền thông tin theo hướng dẫn cụ thể, bao gồm họ tên, số điện thoại, ngày tháng năm sinh, số chứng minh nhân dân/ căn cước công dân... Sau khi ngân hàng xác thực các thông tin mà người dùng cung cấp qua công nghệ định danh khách hàng điện tử (eKYC) là đúng thì người dùng sẽ được cấp tài khoản và sử dụng được tức thì. Thông thường cùng với đăng ký tài khoản online, người dùng cũng sẽ được ngân hàng cung cấp luôn cho thẻ ghi nợ tương ứng với tài khoản của mình. Hiện nay, rất nhiều ngân hàng đang cho phép khách hàng mở tài khoản online ngay trên điện thoại của mình như Vietcombank, BIDV, Sacombank, VPbank, MSB, Techcombank, MB Bank. Đặc biệt các ngân hàng cũng tri ân khách hàng đăng ký mở tài khoản online qua các hình thức như nhận tiền vào tài khoản, tặng tiền khi giới thiệu người khác sử dụng app điện thoại của ngân hàng được chuyển thẳng vào tài khoản người giới thiệu, chọn tài khoản số đẹp,...

Khi đã mở tài khoản online xong thì khách hàng có thể thực hiện gần như tất cả các dịch vụ tài chính như sản phẩm tiết kiệm, sản phẩm vay thấu chi, trả nợ vay, chuyển tiền, thanh toán hóa đơn tiền điện - tiền nước, mua bảo hiểm, mua vé xem phim,...) mà không cần phải mất công đến chi nhánh ngân hàng gần nhất. Đặc biệt, một số ngân hàng tích cực tích hợp các tính năng và kết nối với các nhà cung cấp dịch vụ nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng chỉ trên một ứng dụng duy nhất. Ứng dụng ngân hàng số ngày càng trở nên thông minh hơn, đa dạng hơn khi ngân hàng liên tục cập nhật các phiên bản mới theo nhu cầu của khách hàng, theo tần suất cập nhật hàng tháng. Khi thực hiện các giao dịch qua nền tảng công nghệ mobile banking đã giúp cho khách hàng tiết kiệm thời gian đi lại để thực hiện giao dịch, tiết kiệm chi phí, giao dịch an toàn hơn với nhiều hình thức bảo mật và xác thực trước khi thực hiện. Dưới đây là danh sách top 10 App ngân hàng được yêu thích nhất do công ty cổ phần tập đoàn UB (UB group) - thành viên hiệp hội ngân hàng Việt Nam tổ chức.

STT	Tên ngân hàng	Tên app ngân hàng
1	HDBank	HDBank mobile banking
2	Vietcombank	VCB Digibank
3	Techcombank	F@st Mobile Techcombank
4	ACB	ACB One
5	BIDV	BIDV Smart Banking
6	MB	MB Bank online
7	VietinBank	VietinBank Ipay
8	VPBank	VPBank Neo
9	TPBank	TPBank Mobile
10	Sacombank	Sacombank mBanking

Một số ngân hàng nước ngoài như Citibank Việt Nam đã gia tăng năng lực số của mình từ khá sớm. Kể từ năm 2016, Citibank Việt Nam đã áp dụng chiến lược “mobile first”, nhằm đặt tất cả tính năng, sản phẩm ngân hàng vào bàn tay của khách hàng. Chính sách này nhanh chóng giúp Citibank Việt Nam đạt được những thành tựu to lớn trong việc nâng cao trải nghiệm dịch vụ tài chính và sự thỏa mãn của khách hàng. Tương tác với khách hàng qua nền tảng app điện thoại được phát triển cho cả khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp. Đối với các khách hàng doanh nghiệp ở Việt Nam, họ thường chọn giao dịch qua nền tảng website thay vì qua điện thoại, vì lý do họ thường nghĩ rằng các giao dịch thực hiện qua điện thoại không thực sự đủ an toàn. Tuy nhiên, Citibank Việt Nam đã làm việc với các khách hàng doanh nghiệp từ 2018 đến 2019 để chuyển họ từ giao dịch qua nền tảng CitiDirect BE sang giao dịch qua kênh app điện thoại hoặc máy tính bảng. Citibank đã ra mắt tính năng nhận diện sinh trắc học (qua dấu vân tay, và nhận dạng khuôn mặt tùy từng loại điện thoại) để đăng nhập vào app CitiDirect BE.

b) Sử dụng công nghệ chatbot để tương tác với khách hàng

Chatbot đơn giản là một robot tự động chat (nói chuyện, tương tác) với khách hàng. Chatbot có khả năng tự phân tích từ ngữ của người đang nói hoặc gõ rồi dựa theo bối cảnh để có thể đưa ra phản hồi chính xác nhất. Nếu tình huống đó chưa xảy ra (không có trong dữ liệu), Chatbot

sẽ thông báo hoặc gợi ý cho khách hàng đặt câu hỏi; đồng thời báo cho người quản trị để bổ sung/ hoặc “bắt chước” để áp dụng cho các cuộc trò chuyện thường xuyên (lặp đi lặp lại nhiều lần) về sau.

Ứng dụng Chatbot đang trở thành một công cụ quan trọng trong ngành ngân hàng Việt Nam, giúp cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa quy trình giao dịch. Với sự phát triển của công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) và học sâu (deep learning), Chatbot có thể cung cấp các dịch vụ tài chính tự động một cách chính xác và nhanh chóng. Một số ứng dụng Chatbot phổ biến trong ngành ngân hàng Việt Nam bao gồm:

1. Hỗ trợ khách hàng: chatbot có thể giúp khách hàng tìm kiếm thông tin về sản phẩm và dịch vụ, giải đáp các câu hỏi thường gặp, cung cấp thông tin về lãi suất, chính sách vay, tỷ giá, biểu phí, quy trình, địa điểm cây ATM, các chương trình khuyến mãi... Khách hàng có thể trò chuyện với Chatbot bất cứ lúc nào để được hỗ trợ 24/7. Khách hàng có thể đặt câu hỏi hoặc lựa chọn menu dựa trên gợi ý có sẵn. Một sản phẩm điển hình ứng dụng Chatbot trong chăm sóc/ hỗ trợ khách hàng là ACB A Bot, được dựa trên sản phẩm VinBase Chatbot (thuộc hệ sinh thái VinBase) của VinBigdata. Trợ lý ảo này có thể đưa ra câu trả lời chính xác cho các câu hỏi và yêu cầu từ khách hàng, sở hữu trên 1.000 kịch bản chăm sóc khách hàng khác nhau với thời gian phản hồi gần như tức thì (dưới 0.5 giây).

2. Giao dịch tài chính trực tuyến: chatbot có thể thực hiện các giao dịch tài chính như thanh toán hóa đơn, mua bán hoặc tìm kiếm địa điểm... Khách hàng có thể thực hiện các giao dịch này chỉ bằng cách trò chuyện với Chatbot, không cần phải đến ngân hàng.

3. Quản lý tài khoản: Chatbot có thể cung cấp thông tin về số dư tài khoản, lịch sử giao dịch và các thông tin khác liên quan đến tài khoản của khách hàng. Chatbot cũng có thể giúp khách hàng thay đổi thông tin cá nhân hoặc khóa tài khoản nếu cần thiết.

Tất cả các ứng dụng chat bot trên đều giúp giảm thời gian chờ đợi và tối ưu hóa quy trình giao dịch của khách hàng, cũng như giúp ngân hàng tiết kiệm chi phí về nhân lực. Chatbot cũng

giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng và tạo ra sự tiện lợi cho họ khi sử dụng các dịch vụ tài chính của ngân hàng.

c) Sử dụng Big data để hiểu sâu và cung cấp sản phẩm dịch vụ vượt trội tới khách hàng

Big data là một công nghệ quan trọng trong ngành ngân hàng, giúp các tổ chức tài chính có thể xử lý và phân tích lượng dữ liệu lịch sử lớn trong quá khứ về khách hàng để đưa ra quyết định kinh doanh thông minh hơn, phục vụ khách hàng tốt hơn. Bằng cách phân tích dữ liệu lớn về hành vi và thông tin khách hàng, ngân hàng có thể hiểu rõ hơn về nhu cầu tài chính của khách hàng và cung cấp cho họ các dịch vụ phù hợp hơn. Dưới đây là một số cách mà các ngân hàng đang sử dụng big data để hiểu sâu khách hàng:

1. Phân tích hành vi khách hàng: bằng cách thu thập dữ liệu từ các kênh khác nhau như hệ thống giao dịch ngân hàng, trang web, ứng dụng di động và mạng xã hội, ngân hàng có thể phân tích hành vi khách hàng và hiểu rõ hơn về các yêu cầu và thói quen tài chính của họ.

2. Tạo hồ sơ khách hàng chi tiết: ngân hàng có thể sử dụng big data để tạo hồ sơ chi tiết về khách hàng, bao gồm lịch sử tín dụng, thu nhập, địa chỉ và sở thích tài chính. Điều này giúp ngân hàng hiểu rõ hơn về khách hàng và đưa ra các giải pháp tài chính phù hợp với nhu cầu của họ.

3. Bán chéo thêm các dịch vụ khác: Big data cung cấp cho ngân hàng các thông tin về khách hàng để giới thiệu thêm các dịch vụ khác. Ví dụ, đối với các khách hàng lớn tuổi, thường có số dư tiền mặt lớn nhàn rỗi trong tài khoản và ít chi tiêu thì ngân hàng có thể giới thiệu các khoản gửi tiết kiệm có lãi suất hấp dẫn. Bên cạnh đó, ngân hàng cũng có thể đề xuất các khoản vay ngắn hạn, vay thấu chi, thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, VietQR đối với các khách hàng có thói quen chi tiêu và thanh toán trực tuyến. Khi phân tích chính xác hồ sơ thông tin cá nhân của khách hàng, ngân hàng có thể bán thêm các dịch vụ khác với các ưu đãi hấp dẫn, tập trung chính xác vào nhu cầu của khách hàng.

4. Đẩy nhanh quá trình phê duyệt sản phẩm tín dụng: bằng cách phân tích dữ liệu khách

hàng, ngân hàng có thể rút giảm thời gian phê duyệt các sản phẩm tín dụng ngắn hơn rất nhiều so với phương pháp truyền thống. Một ví dụ điển hình là VIB đã áp dụng thành công AI và Big Data, cùng các công nghệ mới hiện đại như e-KYC (định danh điện tử), e-Signature (chữ ký điện tử) trong quy trình phê duyệt và phát hành thẻ tín dụng. Đạt kỷ lục mới trên thị trường về thời gian xử lý và phê duyệt cho tới khi dùng thẻ trên phiên bản thẻ điện tử: chỉ 15-30 phút, bằng 1/500 thời gian trung bình trên thị trường.

Như vậy, sử dụng Big data là một công cụ hữu ích để giúp ngân hàng hiểu sâu hơn về khách hàng của mình và cung cấp các dịch vụ tài chính phù hợp với nhu cầu của họ.

d) Sử dụng công nghệ sinh trắc học vào hoạt động ngân hàng

Công nghệ sinh trắc học là một phương pháp xác thực danh tính dựa trên các đặc điểm sinh học của con người, bao gồm vân tay, khuôn mặt, mống mắt, giọng nói và hình dáng cơ thể. Trong lĩnh vực ngân hàng, công nghệ này được áp dụng để tăng cường bảo mật, cải thiện trải nghiệm khách hàng và giảm thiểu gian lận. Rất nhiều ngân hàng tại Việt Nam đang mạnh dạn ứng dụng công nghệ sinh trắc học để mang lại các trải nghiệm mới về dịch vụ của mình. Dưới đây là một số ứng dụng của công nghệ sinh trắc học trong ngành ngân hàng ở Việt Nam:

1. Xác thực khách hàng: ngân hàng có thể sử dụng công nghệ sinh trắc học để xác minh danh tính khách hàng một cách chính xác và an toàn hơn bằng cách sử dụng các dữ liệu sinh trắc học, chẳng hạn như vân tay hoặc khuôn mặt. Trong năm 2021, ngân hàng VietinBank đã triển khai gói tài khoản không phí. Với gói tài khoản này, khách hàng không cần đến quầy giao dịch, mà chỉ cần một chiếc smartphone, khuôn mặt và thông tin cá nhân, khách hàng đã có thể sở hữu tài khoản “0 phí” nhờ vào giải pháp định danh điện tử eKYC có trên ứng dụng VietinBank Ipay Mobile. Khách hàng có thể mở tài khoản thanh toán tại VietinBank nhanh chóng trực tuyến nhờ công nghệ tiên tiến như xác thực sinh trắc học (Biometrics Authentication). Giờ đây, khách hàng có thể dễ dàng mở tài khoản tại VietinBank chỉ với vài thao tác trên ứng dụng VietinBank

Ipay Mobile. Ngân hàng TPBank đã triển khai thành công ngân hàng tự động Livebank từ năm 2017. Thay vì phải mang theo giấy tờ cá nhân, thẻ ngân hàng hay nhớ mật khẩu, khách hàng chỉ cần chọn dịch vụ muốn sử dụng, chờ khoảng 3 giây để hệ thống quét khuôn mặt, vân tay là có thể thực hiện giao dịch.

2. Thanh toán bằng di động: công nghệ sinh trắc học có thể được sử dụng để xác minh danh tính của người dùng trên các ứng dụng thanh toán di động và cho phép thanh toán nhanh chóng và dễ dàng hơn. Hầu hết các app ngân hàng điện tử - mobile banking đều ứng dụng công nghệ sinh trắc học để xác thực danh tính các giao dịch thanh toán, chuyển tiền trên mobile banking.

3. Tăng cường trải nghiệm khách hàng: các ngân hàng trong nhóm Big 4 cũng nhanh chóng áp dụng công nghệ sinh trắc học để tăng cường trải nghiệm khách hàng khi được đáp ứng nhu cầu nhanh chóng. Từ tháng 05/2020, VietinBank đã xây dựng và triển khai hệ thống “*Smart Digital Branch (SDB) - Chi nhánh số hoá thông minh*” tại Chi nhánh 6 - Thành phố Hồ Chí Minh và tiến đến triển khai toàn hệ thống nhằm mang đến cơ hội trải nghiệm dịch vụ ngân hàng hiện đại cho khách hàng. Hệ thống “*Smart Digital Branch (SDB) - Chi nhánh số hoá thông minh*” ứng dụng công nghệ sinh trắc học giúp: (i) nhận diện khách hàng thông qua hình ảnh khuôn mặt tại Kios giao dịch; (ii) cho phép khách hàng tự thực hiện giao dịch tại Kios thông qua xác thực vân tay; (iii) phân luồng và cấp số thứ tự cho khách hàng chờ vào giao dịch tại quầy; (iv) cho phép khách hàng điền trước thông tin giao dịch (eForm) tại Kios để tự động cập nhật thông tin vào chứng từ giao dịch khi vào quầy; (v) xác thực vân tay khi giao dịch tại quầy. Tại ngân hàng Agribank, đối với một người dân chưa có tài khoản, chỉ cần mang theo Chứng minh nhân dân/Căn cước công dân, thực hiện các thao tác đơn giản là có thể nhanh chóng mở tài khoản tại ki-ốt Ngân hàng số của Agribank. Khi đã có tài khoản tại Agribank, với việc thực hiện sinh trắc học vân tay, khuôn mặt, khách hàng có thể thực hiện các giao dịch tài chính (rút tiền, gửi tiền...) mà không cần dùng đến thẻ hay giấy tờ tùy thân, cũng không cần tới quầy giao dịch viên.

Kết luận

Những ứng dụng của chuyển đổi số đang hiện hữu ngày càng rõ nét trong hoạt động bán hàng và chăm sóc khách hàng tại hệ thống ngân hàng Việt Nam. Sự phát triển của công nghệ đã tác động tích cực đến ngành ngân hàng, giúp tối ưu hóa quy trình và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Trước đây, khách hàng thường phải đến các chi nhánh hoặc điểm giao dịch của ngân hàng để thực hiện các giao dịch. Tuy nhiên, với việc triển khai các dịch vụ ngân hàng trực tuyến, khách hàng đã có thể thực hiện các giao dịch tài chính một cách tiện lợi và nhanh chóng ngay trên thiết bị di động của mình. Hơn nữa, các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI) và khai thác dữ liệu (Big Data) cũng được sử dụng để phân tích dữ liệu khách hàng và đưa ra các giải pháp tối ưu cho các dịch vụ của ngân hàng. Nhờ đó, ngân hàng có thể cung cấp cho khách hàng các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với nhu cầu của họ, đồng thời cải thiện chất lượng dịch vụ và tăng cường sự hài lòng của khách hàng.

Ngoài ra, hệ thống chăm sóc khách hàng của ngân hàng cũng được nâng cao nhờ việc sử dụng các công nghệ mới. Khách hàng có thể liên lạc với nhân viên hỗ trợ qua kênh trực tuyến tự động như Chatbot. Các câu hỏi và yêu cầu của khách hàng được phân tích bằng trí tuệ nhân tạo (AI) để đưa ra các câu trả lời và giải pháp tối ưu nhất. Có thể thấy, sự phát triển của công nghệ cũng mở ra nhiều cơ hội và thách thức cho ngành ngân hàng, từ đó thúc đẩy sự phát triển của ngành này trong tương lai.

Tài liệu tham khảo:

Lê Nguyễn Quỳnh Hương, Nguyễn Hữu Bình (2022), Chatbot trong lĩnh vực ngân hàng - Thực trạng và xu hướng ứng dụng tại Việt Nam.

Zhuming Chen, Yushan Li, Yawen Wu, Junjun Luo (2017), The transition from traditional banking to mobile internet finance: an organizational innovation perspective - a comparative study of Citibank and ICBC.

Xiangxiang Zhou, Lifeng Tu (2020), Study on digital transformation mode of Commercial banks.

Lan Anh (2021), Công nghệ sinh trắc học nâng tầm trải nghiệm cho khách hàng.

Lihua Zuo, Jack Strauss, Lijuan Zuo (2021), The Digitalization Transformation of Commercial Banks and Its Impact on Sustainable Efficiency Improvements through Investment in Science and Technology.

Diệu Thủy (2021), Điện thoại smartphone đã “phủ sóng” hơn 73% người dùng viễn thông di động.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG NGUỒN NHÂN LỰC NGHỀ PHÂN TÍCH TÀI CHÍNH TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Đặng Thị Thu Hà* - Nguyễn Minh Anh**

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) là sự kết hợp của nhiều công nghệ và làm mờ ranh giới giữa vật lý, kỹ thuật số và sinh học. Nó phát triển theo hàm số mũ, đẩy mạnh sự số hóa, tự động hóa và thông minh hóa. CMCN 4.0 có tác động sâu sắc đến kinh tế và thị trường tài chính. Trong lĩnh vực phân tích tài chính, ứng dụng của CMCN 4.0 bao gồm học máy để tìm hiểu xu hướng dữ liệu, phân tích dự đoán để dự báo tương lai và trực quan hóa dữ liệu để làm dữ liệu dễ hiểu hơn. Cùng với quá trình công nghiệp hoá – hiện đại hoá và hội nhập kinh tế toàn cầu mạnh mẽ, nhu cầu về một đội ngũ lao động có trình độ chuyên sâu về phân tích tài chính để có thể hành nghề độc lập và chuyên nghiệp, có bản lĩnh, đạo đức nghề nghiệp, có trình độ chuyên môn giỏi,... theo các tiêu chuẩn nghề nghiệp quốc tế đang ngày một tăng cao. Người phân tích tài chính cần linh hoạt, đa nhiệm và sẵn sàng thích nghi với sự phát triển công nghệ.

• Từ khóa: cách mạng công nghiệp 4.0, phân tích tài chính, cơ hội, thách thức.

The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) is the combination of various technologies that blur the boundaries between physical, digital, and biological realms. It progresses exponentially, promoting digitization, automation, and intelligence. Industry 4.0 deeply impacts the economy and financial markets. In the field of financial analysis, the applications of Industry 4.0 include machine learning for understanding data trends, predictive analysis for future forecasting, and data visualization for enhanced data comprehension. Alongside strong industrialization, modernization, and global economic integration, there is a growing demand for a highly skilled workforce in financial analysis to work independently and professionally, with competence, professional ethics, and excellent expertise according to international professional standards. Financial analysts must be flexible, multitask, and ready to adapt to technological advancements.

• Key words: industrial revolution 4.0, financial analysis, opportunities, challenges.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Giới thiệu

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) bắt đầu từ những năm 2000 với đặc trưng là sự kết hợp các công nghệ của nhiều lĩnh vực, làm mờ ranh giới giữa vật lý, kỹ thuật số và sinh học. So với các cuộc cách mạng trước đây, CMCN 4.0 phát triển theo hàm số mũ chứ không phải là tốc độ tuyến tính. Những đột phá công nghệ diễn ra với tốc độ rất nhanh và tương tác thúc đẩy nhau tạo ra một thế giới được số hóa, tự động hóa và ngày càng thông minh hơn, phá vỡ tiêu chuẩn đã có tại hầu hết các ngành công nghiệp ở mọi quốc gia. Chiều rộng và chiều sâu của những thay đổi này báo trước sự chuyển đổi của toàn bộ hệ thống sản xuất, quản lý và quản trị. Nếu như trong các cuộc cách mạng công nghiệp trước đây, sức máy, dầu mỏ và điện năng là nguyên liệu cho động lực phát triển kinh tế thì ở thời đại 4.0, dữ liệu được cho là sẽ trở thành nguồn nhiên liệu mới. Trong thời đại 4.0, công nghệ IoT và Blockchain đóng vai trò như các giàn khoan dữ liệu, đổ vào bể chứa của Big Data, và được tinh chế bởi AI trên nền tảng điện toán đám mây thành các thông tin hữu ích trước khi chuyển đến cho các ứng dụng tự động hóa. CMCN 4.0 đã và đang có nhiều tác động sâu sắc đến nền kinh tế nói chung và thị trường tài chính nói riêng.

* Trường Đại học Hoa Lư

** Trường ĐH Tài chính - Ngân hàng Hà Nội

Trong bối cảnh đó, chuyển đổi số trong mọi mặt đời sống, kinh tế, xã hội đang trở thành đặc trưng và là xu thế tất yếu trên thế giới, được nhiều quốc gia nghiên cứu, ứng dụng và phát triển. Đặc biệt, dưới tác động của đại dịch COVID-19, chuyển đổi số đã không còn là lựa chọn mà trở thành yêu cầu bắt buộc đối với mỗi quốc gia và doanh nghiệp. Đại hội XIII của Đảng đề cao ý chí, khát vọng phát triển đất nước, đề đến năm 2025 đưa nước ta trở thành nước có công nghiệp theo hướng hiện đại, vượt mức thu nhập trung bình thấp; đến năm 2030, nước ta trở thành nước có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao và đến năm 2045, nước ta trở thành nước phát triển, có thu nhập cao, trong đó, chủ trương đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển kinh tế số là một trong những biểu hiện cụ thể thể hiện ý chí, khát vọng phát triển đất nước. Với vai trò mạch máu của nền kinh tế, lĩnh vực tài chính sẽ là một trong những yếu tố then chốt cho chuyển đổi số trong bối cảnh cách mạng 4.0, trong đó phân tích tài chính với những thay đổi thiết yếu sẽ đóng vai trò quan trọng, quyết định đến sự thành công của quá trình.

2. Những ứng dụng của CMCN 4.0 trong lĩnh vực phân tích tài chính

Thứ nhất, học máy (machine learning) trong phân tích tài chính.

Học máy là một lĩnh vực của trí tuệ nhân tạo gắn liền với việc nghiên cứu và xây dựng các kỹ thuật cho phép các hệ thống “học” tự động từ dữ liệu và trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp cho các vấn đề cụ thể. Học máy và phân tích thống kê đều được ứng dụng trong phân tích dữ liệu, tuy nhiên học máy tập trung vào việc tìm ra được sự kết hợp tối ưu nhất của các thuật toán trong quá trình xử lý thông tin nhằm đưa ra dự đoán chính xác nhất.

Trong thực tế, ứng dụng học máy trong phân tích tài chính là việc sử dụng các mô hình phân tích để thực hiện phân tích dữ liệu nhằm xác định chính xác xu hướng của các dữ liệu trong quá khứ, kết hợp với dữ liệu hiện tại là cơ sở để đưa ra dự đoán, dự báo trong tương lai. Phân tích dựa theo thuật toán cho phép công tác phân tích tài chính trở nên nhanh chóng, kịp thời, giảm thiểu rủi ro sai sót cũng như thành kiến của con người trong quá trình phân tích, là cơ sở để các nhà quản trị doanh nghiệp đưa ra các quyết định phù hợp với mục tiêu của họ.

Một ví dụ cụ thể, trong ngành năng lượng dầu khí, các tập đoàn lớn như BP, Royal Dutch Shell, ExxonMobil hay Total, đã áp dụng các mô hình học máy vào công tác dự báo và đánh giá thị trường dầu thế giới để từ đó có những điều chỉnh kịp thời trong chính sách kinh doanh và chính sách tài chính sao cho phù hợp với những biến động từ môi trường, kinh tế, chính trị. Các doanh nghiệp này đã sử dụng mô hình phi tuyến tính được tạo bởi thuật toán học máy có giám sát (Support vector machine - SVM) để xác định mối quan hệ giữa giá dầu với các nhân tố có liên quan như chỉ số chứng khoán, tỷ giá, giá dầu quá khứ, hợp đồng tương lai,... Tương tự như vậy, các mô hình học máy và ngôn ngữ lập trình tự nhiên như phần mềm AWS Textract cũng được áp dụng để thu thập các dữ liệu đầu vào từ các tài liệu, bản vẽ, thông số, sơ đồ kỹ thuật, biểu dữ liệu, thông cáo báo chí,... để khai thác thông tin nhằm xác định nhu cầu tiêu thụ từng loại dầu trên thị trường, năng suất hoạt động của các nhà máy. Trên cơ sở đó, cho phép các nhà phân tích tài chính có thể phân tích đánh giá doanh thu và sự biến động doanh thu dầu giữa kỳ này với kỳ trước, giữa thực tế với kế hoạch, xác định được chính xác các nhân tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đó đến doanh thu dầu. Trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp khắc phục và gia tăng doanh thu sao cho phù hợp với điều kiện thực tế. Về khía cạnh quản trị chi phí, các mô hình tự động được xây dựng dựa trên dữ liệu kỹ thuật như giải địa chất, địa chấn, quản lý hồ chứa, công suất sản xuất,... để tối ưu hóa công suất của các hồ chứa xác định thời gian và các yêu cầu bảo trì hồ chứa. Dựa vào đó, các nhà phân tích tài chính có thể nhanh chóng xác định được chi phí và kế hoạch phân bổ dòng tiền hợp lý để đảm bảo sử dụng chi phí tiết kiệm, hiệu quả.

Thứ hai, phân tích dự đoán trong phân tích tài chính.

Một trong những chức năng cơ bản của phân tích tài chính đó là chức năng dự đoán. Dự báo giúp cho các nhà quản lý thấy được tình hình tài chính trong tương lai, từ đó đưa ra giải pháp hay quyết định điều chỉnh sao cho phù hợp với tình hình thực tế. Để giúp cho công tác dự báo đáng tin cậy và có độ chính xác cao, có rất nhiều phương pháp dự báo tài chính đã được áp dụng như: phương pháp sử dụng mô hình kinh tế lượng, phương pháp phân tích độ nhạy, phương pháp toán xác suất,... Và gần

đây với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học tính toán và khoa học dữ liệu, phương pháp phân tích dự đoán đã được ra đời và ngày càng được ứng dụng rộng rãi trong công tác dự báo tài chính.

Phân tích dự đoán là việc sử dụng dữ liệu để dự đoán xu hướng và sự kiện trong tương lai. Dựa trên dữ liệu hiện tại và lịch sử để đưa ra dự báo về các kịch bản có thể xảy ra trong tương lai, là cơ sở giúp người sử dụng thông tin ra quyết định phù hợp với mục tiêu quan tâm. Các dự đoán có thể là chiến lược trong thời gian dài hạn hoặc cũng có thể là dự đoán cho tương lai gần như dự đoán công suất hoạt động của bộ phận máy móc trong tuần làm việc hoặc xa hơn như dự đoán dòng tiền của công ty trong năm tài chính tiếp theo. Phân tích dự đoán có thể được thực hiện một cách thủ công hoặc sử dụng các thuật toán học máy. Một trong những công cụ phổ biến được sử dụng trong phân tích dự đoán là phân tích hồi quy. Công cụ này cho phép nhà phân tích xác định mối quan hệ giữa các biến và mối quan hệ này được viết dưới dạng một phương trình toán học giúp dự báo các kết quả khác nhau khi thay đổi các biến số đầu vào.

Sử dụng phương pháp phân tích dự đoán giúp các nhà phân tích có thể thấy trước được các kịch bản có thể diễn ra trong tương lai, trên cơ sở đó đưa ra các quyết định một cách hiệu quả và phù hợp nhằm giảm thiểu rủi ro, cải thiện kết quả và hiệu quả kinh doanh. Bên cạnh đó, phân tích dự báo giúp các nhà phân tích tài chính xử lý và cung cấp dữ liệu hiệu quả, tiết kiệm thời gian hơn và tính kịp thời cũng cao hơn.

Một trong những ứng dụng phổ biến của phương pháp phân tích dự đoán trong công tác phân tích tài chính doanh nghiệp đó là sử dụng phương pháp dự đoán trong dự báo dòng tiền. Phân tích dự đoán trong dự báo dòng tiền sử dụng các công cụ như mô hình hồi quy không tham số (additive regression), mô hình tự hồi quy (autoregressive model) như là ARIMA, hoặc mạng lưới thần kinh (neural networks) để thiết lập các mô hình dự báo chi tiết cho các chỉ tiêu như số dư tiền cuối kỳ, dòng tiền thuần trong kỳ, tổng dòng tiền chi ra trong kỳ, dòng tiền thuần từ hoạt động kinh doanh. Hay một ứng dụng phổ biến khác có thể kể đến như tự động tính toán điểm tín dụng để chỉ ra khả năng thanh toán phí bảo hiểm của khách hàng tại các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ. Phân tích dự đoán cho phép các nhà phân tích có thể dự báo

tương đối chính xác số dư tài khoản phải thu tại một thời điểm nhất định và ước tính kỳ thu tiền cho từng đối tượng khách hàng cụ thể, từ đó phân loại khách hàng theo các nhóm dựa trên khả năng tín dụng và có các chính sách thu phí bảo hiểm cũng như chính sách tái tục bảo hiểm phù hợp với từng đối tượng.

Thứ ba, trực quan hóa dữ liệu trong phân tích tài chính.

Sự bùng nổ mạnh mẽ của khoa học công nghệ và khoa học dữ liệu trong một thập kỷ gần đây đã khẳng định sự cần thiết của dữ liệu trong tất cả các lĩnh vực. Tuy nhiên, để dữ liệu thực sự phát huy được hết sức mạnh của nó thì một trong những bước vô cùng quan trọng trong công tác phân tích đó là trực quan hóa dữ liệu. Trực quan hóa dữ liệu là việc áp dụng các phương pháp để làm dữ liệu trở nên gần gũi hơn, dễ hiểu và dễ tiếp cận hơn đối với những người sử dụng thông tin. Mục tiêu của trực quan hóa dữ liệu là giúp người dùng tiếp nhận được những ý nghĩa sâu sắc hơn, trên cơ sở đó có thể có nhận thức đúng đắn và đưa ra quyết định và hành động một cách phù hợp.

Trong phân tích tài chính, trực quan hóa dữ liệu giúp các nhà phân tích trình bày dữ liệu một cách ngắn gọn, linh hoạt thay đổi, đồng thời cho phép các chủ thể quản lý khám phá dữ liệu nhanh hơn và hiệu quả hơn trong kho dữ liệu lớn, mà không cần phải có kỹ năng cao về sử dụng các công cụ xử lý dữ liệu.

Thay cho các trang tính excel phổ biến, hàng loạt các phần mềm mới liên tục được cho ra đời và phát triển để giúp người sử dụng làm việc với khối lượng dữ liệu lớn và ngày càng tăng. Các công cụ này cho phép các nhà phân tích tài chính có thể cập nhật dữ liệu tự động và tạo nên các biểu mẫu báo cáo Dashboard theo yêu cầu của các chủ thể quản lý. Do đó các chủ thể quản lý có thể theo dõi kết quả kinh doanh cập nhật theo từng ngày một cách đa chiều theo từng chi nhánh, khu vực hoặc theo từng loại hình kinh doanh, loại hình sản phẩm. Đồng thời với những đồ thị, biểu đồ trực quan, các nhà quản lý có thể tập trung vào các chỉ tiêu chính, quan trọng từ đó có thể dễ dàng đưa ra các nhận định về xu hướng, và biến động bất thường trong từng lĩnh vực hoạt động, từng bộ phận của đơn vị so với quá khứ, kế hoạch và tình hình chung của thị trường.

3. Yêu cầu với người phân tích tài chính trong bối cảnh CMCN 4.0

Một là, linh hoạt trong công việc và đòi hỏi tính đa nhiệm.

AI và tự động hóa hiện đã có khả năng thực hiện một số nhiệm vụ truyền thống, lặp đi lặp lại của người phân tích tài chính như nhập liệu, làm biểu đồ, quản lý dữ liệu,... Điều này không có nghĩa là người phân tích tài chính sẽ bị mất công việc của mình vào tay máy móc bởi công nghệ nếu muốn hoạt động được vẫn là do con người. Trong bối cảnh này, người phân tích tài chính buộc phải làm quen và thích ứng với hệ thống công nghệ tiên tiến và vận dụng nó một cách hiệu quả vào công việc.

Ngược lại, người phân tích tài chính sẽ có nhiều thời gian dành cho những công việc quan trọng và cũng “khó nhằn” hơn như lập kế hoạch, phân tích và quản lý rủi ro thay vì lãng phí thời gian vào các công việc lặp đi lặp lại.

Hai là, rèn luyện những kỹ năng mới.

Trong khi công nghệ đã làm giảm yêu cầu đối với một số kỹ năng như ghi dữ liệu tài chính chính xác hay xử lý giao dịch thì đòi hỏi về những kỹ năng liên quan đến phân tích, dự báo và hoạch định chiến lược tài chính lại đang lớn dần theo thời gian. Người phân tích tài chính cũng cần phải am hiểu và thành thạo công nghệ, ít nhất là những phần mềm, công cụ được sử dụng trong lĩnh vực của mình nếu như không muốn bị bỏ lại phía sau.

Bên cạnh đó, người phân tích tài chính cũng ngày càng tham gia mạnh mẽ hơn vào quá trình hoạch định chiến lược phát triển cho doanh nghiệp. Nếu như trước đây, người phân tích tài chính chỉ cần đưa ra kết luận bằng những con số cụ thể thì nay, người phân tích tài chính sẽ phải dựa trên những con số đó để lập kế hoạch, định hướng chiến lược cho công ty.

Ba là, bảo đảm an ninh mạng.

Thông tin mà người phân tích tài chính nắm giữ là một trong những mục tiêu hàng đầu của tin tặc. Với sự gia tăng nhanh chóng của các cuộc tấn công an ninh mạng, người phân tích tài chính buộc phải đưa ra những biện pháp kịp thời để bảo vệ dữ liệu cho đơn vị mình. Bản thân người phân tích tài chính cũng phải là người trung thực, tôn trọng quy tắc làm việc, tuân thủ quy trình và tiêu chuẩn

đạo đức nghề nghiệp và luôn bảo mật thông tin tài chính của đơn vị.

Bốn là, phát triển kỹ năng mềm.

Không chỉ kỹ năng chuyên môn mà người phân tích tài chính cũng cần phải phát triển thêm rất nhiều kỹ năng mềm khác, đáp ứng được yêu cầu của thời đại công nghệ thông tin. Khi mà vai trò thay đổi, phương pháp làm việc thay đổi thì việc rèn luyện kỹ năng mềm mới cũng là điều tất yếu. Người phân tích tài chính cần có:

- Khả năng tư duy logic và giải quyết vấn đề.
- Kỹ năng lập kế hoạch và hoạch định chiến lược mục tiêu.
- Khả năng áp dụng công nghệ vào thực tế công việc.
- Kỹ năng giao tiếp và truyền tải thông tin.

Người phân tích tài chính buộc phải hiểu rõ những thách thức trong thời đại công nghệ mà mình sẽ phải đối mặt để có những chiến lược phát triển bản thân cho phù hợp. Người phân tích tài chính phải thường xuyên trau dồi kiến thức và kỹ năng thiết yếu để bản thân ngày một hoàn thiện hơn.

Phân tích tài chính đã và đang đóng vai trò vô cùng quan trọng không thể thiếu trong quá trình chuyển đổi mạnh mẽ của các đơn vị. Ứng dụng thành tựu của CMCN 4.0 trong phân tích tài chính đã mở ra cơ hội cho các đơn vị có được những nhận định đúng đắn và sâu sắc hơn về tình hình tài chính thực tế, là cơ sở để dự báo các kịch bản có thể xảy ra trong tương lai và tạo ra giá trị tăng thêm cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh cho các đơn vị. Do đó, việc quan tâm tới chất lượng nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu, ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường.

Tài liệu tham khảo:

Minh Tuan Le, Thanh Tung Nguyen, Vuong M. Nguyen, *Financial analysis in the fourth industrial revolution: Machine learning techniques for predicting financial distress*.

Thomas J. Osburg, Raimund Kovacevic, Michael Rabl, *Financial analysis in the fourth industrial revolution: A systematic review of the literature*

Thomas Volkert, Florian Krenn, *Industry 4.0 in Finance: Opportunities, Challenges and Outlook*

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC: KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÊN THẾ GIỚI VÀ MỘT SỐ GỢI Ý CHO CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC VIỆT NAM

TS. Phùng Mạnh Hùng*

Thuật ngữ trách nhiệm xã hội (CSR) xuất hiện chính thức lần đầu tiên năm 1953 trong cuốn sách *Trách nhiệm xã hội của các nhà doanh nghiệp* (Social Responsibilities of the Businessmen) nhằm mục đích tuyên truyền và kêu gọi người quản lý tài sản không làm tổn hại đến các quyền và lợi ích của người khác, kêu gọi dùng từ thiện nhằm bồi hoàn những thiệt hại do các doanh nghiệp làm tổn hại cho xã hội. Sau đó thuật ngữ này xuất hiện trong các nghiên cứu của Milton Friedman (1970); Carroll (1999); Lantos (2001), Garriga & Melé (2004), Fuller & Tian (2006), Kotler and Lee (2008)... và phổ biến cho đến ngày nay. Trước đây, mối quan tâm đến trách nhiệm xã hội chủ yếu tập trung vào doanh nghiệp và thuật ngữ “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp” (CSR) quen thuộc với nhiều người hơn là “trách nhiệm xã hội”. Ngày nay, cùng với sự phát triển của giáo dục và hệ thống các cơ sở giáo dục trong đó có các trường đại học, người ta đã quan tâm đến “trách nhiệm xã hội của trường đại học” nhiều hơn. Đối với nhiều các quốc gia, các trường đại học đóng vai trò then chốt trong sự phát triển của xã hội, nhờ chức năng thiết yếu là kết nối sinh viên, giáo viên, chuyên gia nghiên cứu và doanh nghiệp với nhau. Coi các trường đại học là các Tổ chức doanh nghiệp, tầm quan trọng của Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) cũng được chuyển thành Trách nhiệm xã hội của trường đại học (USR). Bài viết này tập trung kinh nghiệm thực hiện trách nhiệm xã hội của một số trường đại học trên thế giới và rút ra một số hàm ý cho các trường đại học Việt Nam.

• Từ khóa: trách nhiệm xã hội, trường đại học, Việt Nam.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

The term corporate social responsibility (CSR) first appeared in 1953 in the book named *Social Responsibilities of the Businessmen* by author Howard Rothmann Bowen. The book was aimed to remind the asset managers not to harm the benefits of other people, it also called the companies to used charity money to compensate for the losses that companies make for the society. After that, the term appeared in the research work of Milton Friedman (1970); Carroll (1999); Lantos (2001); Garriga & Melé (2004), Fuller & Tian (2006), Kotler and Lee (2008) and has become popular until now. In the past, the corporate responsibility mainly stays with the companies themselves and the term corporate social responsibility (CSR) becomes more popular than social responsibility. Nowadays, together with the development of education and the system of education institutions including many universities, people now care more about the social responsibilities of universities. In many countries, universities play vital roles in the development of the society because it has the essential role of connecting students, lecturers, researchers and companies altogether. When people consider universities as corporate institutions, the importance of corporate social responsibility (CSR) changes into university social responsibilities (USR). This article mainly focuses on the experiences of fulfilling social responsibilities of some universities around the world and draw out some implications for universities in Vietnam.

• Key words: social responsibility, university, Vietnam.

* Trường Đại học Ngoại thương

Bài báo này là sản phẩm của đề tài “Nghiên cứu đánh giá hoạt động thực hiện trách nhiệm xã hội của các trường ĐH Việt Nam” mã số B2021 - NTH - 02”

1. Giới thiệu

Ngày nay, trách nhiệm xã hội đã vượt xa khái niệm “từ thiện” trước đây, trách nhiệm xã hội là sự đóng góp chiến lược cho sự phát triển bền vững và các giải pháp chủ động giải quyết các vấn đề xã hội. Phát triển bền vững, ở một mức độ nào đó, liên quan trực tiếp đến giáo dục, đặc biệt là giáo dục đại học. Thế giới đang thay đổi nhanh chóng cũng đòi hỏi các trường phải tham gia nhiều hơn vào việc đóng góp cho sự tiến bộ của xã hội thông qua việc lồng ghép trách nhiệm xã hội vào quản lý, giảng dạy, nghiên cứu, dịch vụ và hoạt động công của trường.

Nhà quản trị trường Đại học nên tập trung triển khai thực hiện các khía cạnh của trách nhiệm xã hội để nâng cao hình ảnh và uy tín của trường đại học, qua đó nâng cao nhận thức của giảng viên về trường đại học và cuối cùng gia tăng sự gắn bó của họ với tổ chức (Khaskheli et. al., 2020). Một trường đại học hoạt động hiệu quả và tạo ra giá trị lâu dài cho xã hội khi trường đại học đó tổ chức các hoạt động của mình theo hướng gia tăng các hoạt động trách nhiệm xã hội và huy động được sự tham gia của tất cả giảng viên của trường.

2. Trách nhiệm xã hội của trường đại học là gì?

Hiện nay, trách nhiệm xã hội của trường đại học (University social responsibilities - USR) vẫn là một khái niệm còn nhiều tranh luận, và chưa có một khái niệm đồng nhất.

Khái niệm USR Theo Vallaey (2011), USR là “chính sách về đạo đức trong các hoạt động của trường đại học (sinh viên, giảng viên, nhân viên hành chính), thông qua quản lý có trách nhiệm đối với giáo dục, nghiên cứu và môi trường, có sự tham gia của xã hội để thúc đẩy phát triển con người bền vững”.

Trách nhiệm xã hội của trường đại học là cam kết thiết lập và duy trì cách tiếp cận đạo đức trong việc cam kết với xã hội cung cấp sản phẩm, dịch vụ hữu ích cho cộng đồng, đồng thời khuyến khích cam kết về môi trường và phát triển bền vững, là sự ứng xử của nhà trường đối với các chủ thể có lợi ích liên quan trong quá trình hoạt động của mình: từ đội ngũ cán bộ, giảng viên, công nhân viên, sinh viên, phụ huynh, các doanh

nh nghiệp, đến trách nhiệm chung với lợi ích cộng đồng, xã hội và cả những hoạt động nhân đạo, từ thiện đóng góp cho sự phát triển chung địa phương, của đất nước (Luu Thế Vinh, 2022).

Trách nhiệm xã hội của trường đại học là trách nhiệm báo cáo hay giải thích kết quả hoạt động một cách ngay thẳng và trung thực cho các bên liên quan trong việc cung cấp dịch vụ giáo dục đại học và sử dụng nguồn lực (Phan Huy Hùng, 2010).

3. Kinh nghiệm về hoạt động trách nhiệm xã hội của một số trường đại học trên thế giới

3.1. Đại học Tokyo (The University of Tokyo)

Được thành lập từ năm 1877 tại Tokyo, Nhật Bản, Trường Đại học Tokyo là trường đại học quốc gia đầu tiên và là một trong những ngôi trường nổi tiếng nhất Nhật Bản hiện nay. Trường Đại học Tokyo nhằm mục đích nuôi dưỡng các nhà lãnh đạo toàn cầu có ý thức trách nhiệm cao với cộng đồng và tinh thần tiên phong, sở hữu cả chuyên môn sâu và kiến thức rộng. Trường Đại học Tokyo đặt mục tiêu mở rộng ranh giới tri thức nhân loại trong quan hệ đối tác với xã hội (Đại học Tokyo, 2022).

Quan điểm và nội dung USR của Trường Đại học Tokyo

Điều lệ Trường Đại học Tokyo (The University of Tokyo Charter) được thông qua vào tháng 3/2003 đã đánh dấu một bước ngoặt lịch sử đối với giáo dục đại học Nhật Bản. Điều lệ làm rõ các nguyên tắc và mục tiêu mà Đại học Tokyo hướng tới nhằm đáp ứng sự thay đổi lớn vai trò của Nhà trường trong xã hội - đơn vị tự chủ. Theo các nguyên tắc của Điều lệ, các hiệu trưởng kế tiếp của trường đã đưa ra các tuyên bố sứ mệnh trong Kế hoạch hành động (tháng 7/2005), Kịch bản hành động (tháng 4/2010), Trường Đại học Tokyo: Tầm nhìn 2020 (tháng 10/2015) và gần nhất là Đại học Tokyo Compass - bộ nguyên tắc, mục tiêu và hành động cụ thể (tháng 9/2021). Tất cả các tuyên bố sứ mệnh này đều thể hiện trách nhiệm xã hội của trường đại học quốc gia hàng đầu Nhật Bản - Đại học Tokyo.

Đại học Tokyo Compass tập trung vào chủ đề “Hòa vào đại dương đa dạng: Kiến tạo tương lai thông qua đối thoại” (Into a Sea of Diversity:

Creating the Future through Dialogue), được kỳ vọng sẽ định hướng cho Đại học Tokyo trong những thập kỷ tới. Bằng cách xem xét nhiều chiều từ ba khía cạnh “kiến thức” (knowledge), “con người” (people) và “địa điểm” (place) và bằng cách tạo ra một vòng tròn đạo đức khép kín giữa ba khía cạnh này, Đại học Tokyo đang làm việc, với tư cách là một trường đại học phục vụ toàn cầu, để nuôi dưỡng các cá nhân và tài năng, từ đó khám phá giải pháp cho các vấn đề toàn cầu mà nhân loại phải đối mặt.

Về khía cạnh kiến thức

Để thực hiện quyền tự do học thuật trên con đường thấu hiểu thế giới, Đại học Tokyo sẽ tạo ra một khối kiến thức học thuật đa dạng để có thể khai thác khi cần xác định những thách thức mà xã hội phải đối mặt và đề xuất giải pháp cho chúng. Đại học Tokyo ưu tiên thúc đẩy, cả về chiều rộng và chiều sâu, của nghiên cứu cơ bản cần thiết cho đổi mới công nghệ và sẽ đóng vai trò quan trọng như một trung tâm kết nối và cho phép các bên tiếp cận mọi loại kiến thức.

Về khía cạnh con người

Sứ mệnh của trường là cung cấp cho thế giới những cá nhân tài năng và toàn diện, những người có kỹ năng đối thoại, kiến thức chuyên ngành xuất sắc để hỗ trợ mọi vị trí trong xã hội. Đồng thời, Đại học Tokyo tập trung vào việc cung cấp một nền tảng giáo dục cho phép sinh viên, với tư cách là những nhà lãnh đạo của thế hệ tiếp theo. Bên cạnh đó, Đại học Tokyo sẽ tận dụng tối đa sức mạnh của chuyển đổi kỹ thuật số và không gian mạng để đi đầu trong giáo dục, thúc đẩy đối thoại vượt ra ngoài giới hạn thông thường. Trường sẽ thúc đẩy một nền giáo dục hòa nhập cho bất kỳ nhóm tuổi, thuộc tính hoặc nền tảng nào, phù hợp với tầm quan trọng ngày càng tăng của việc hòa nhập trong thời đại mới.

Về khía cạnh địa điểm

Đại học Tokyo xác định vai trò của trường đại học như một nơi hòa nhập, nơi thực hành phát huy tính cá nhân và sự sáng tạo của từng ngành học. Cùng với sinh viên đến từ mọi tầng lớp xã hội, Đại học Tokyo khuyến khích các giải pháp để có thể tận dụng tối đa không gian của trường. Đại học Tokyo sẽ mở rộng mạng lưới của mình,

truyền bá sức hấp dẫn của trường ra thế giới như một trường đại học mà bất kỳ ai cũng muốn một lần đặt chân đến. Đại học Tokyo cũng nỗ lực toàn diện để phát triển các hệ thống nghiên cứu, giáo dục và việc làm hấp dẫn...

Các hoạt động USR cụ thể và kết quả của Đại học Tokyo

Những thách thức các vấn đề phức tạp mang tính toàn cầu đang nổi lên, chẳng hạn như sự gia tăng của biến đổi khí hậu và tài nguyên, gia tăng bất bình đẳng và sự xuất hiện của các mặt trái của quá trình đổi mới kỹ thuật số. Đại học Tokyo cũng xác định, trường đại học không chỉ là nghiên cứu các lĩnh vực học thuật riêng lẻ mà còn hợp tác trong việc tạo ra “kiến thức” đáp ứng nhu cầu của thời đại. Nhằm hiện thực hoá quan điểm USR của mình, trong nhiều năm qua, Đại học Tokyo đã không ngừng nỗ lực triển khai các hoạt động thiết thực nhằm hướng đến một xã hội bền vững trong tương lai. Cụ thể:

Tháng 7 năm 2017, dưới sự lãnh đạo trực tiếp của hiệu trưởng nhà trường, Đại học Tokyo đã thành lập Đại học Tokyo FSI (Future Society Initiative), mục đích là thúc đẩy sự hợp tác hiệu quả và đóng góp cho tương lai của nhân loại và hành tinh, dựa trên sứ mệnh của Trường là phục vụ công chúng toàn cầu như được nêu trong Điều lệ của Đại học Tokyo.

Tháng 4 năm 2019, Viện Sáng kiến Tương lai (IFI) Đại học Tokyo được thành lập, đây là một trong những đơn vị cốt lõi hỗ trợ Sáng kiến Xã hội Tương lai (FSI) của nhà trường, nhằm mục đích thúc đẩy trường đạt được các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs). Bên cạnh phát hành các ấn phẩm, sách báo và nghiên cứu liên quan đến phát triển bền vững, từ năm 2015, IFI (và tiền thân của mình) đã tổ chức nhiều chương trình đào tạo hàng năm để thúc đẩy mục tiêu phát triển nguồn nhân lực. Tính đến hết năm 2022, IFI đã đưa ra được 15 khuyến nghị chính sách cho phát triển bền vững toàn cầu.

Ngoài ra, từ năm 2019 đến hết năm 2022, IFI đã tổ chức được tổng cộng 117 sự kiện (online và offline) với các chủ đề liên quan đến phát triển bền vững, trong đó 2019 - 2021, mỗi năm trường tổ chức trung bình 27 sự kiện, riêng năm 2022, trường đã tổ chức được 36 sự kiện. Đây là một

dấu hiệu đáng mừng, thể hiện nỗ lực của toàn trường trong việc thực hiện các Mục tiêu phát triển bền vững và trách nhiệm của nhà trường đối với xã hội.

3.2. Trường Đại học Manchester, Vương quốc Anh (University of Manchester)

Được thành lập từ năm 2004 trên cơ sở sáp nhập hai trường đại học đã tồn tại song song trước đó là Học viện Khoa học và Công nghệ Manchester (UMIST), và Đại học Victoria Manchester, Trường **Đại học Manchester** là trường đại học nghiên cứu tổng hợp công lập lớn nhất ở thành phố Manchester, Vương quốc Anh.

Với mục tiêu nâng cao giáo dục, tri thức và trí tuệ vì lợi ích của xã hội, Trường Đại học Manchester kỳ vọng sẽ được công nhận trên toàn cầu vì sự xuất sắc của chính con người, nghiên cứu, học tập và đổi mới của Nhà trường cũng như vì những lợi ích mà Nhà trường mang lại cho xã hội và môi trường.

Quan điểm và nội dungUSR của Trường Đại học Manchester

Trường Đại học Manchester là trường đại học duy nhất của Vương quốc Anh lấy trách nhiệm xã hội làm mục tiêu cốt lõi. Theo Bảng xếp hạng Times Higher Education University Impact năm 2021, Trường Đại học Manchester là đại học dẫn đầu thế giới về chất lượng và quy mô của các hoạt động trách nhiệm xã hội thông qua việc thực hiện các Mục tiêu phát triển bền vững của Liên hợp quốc (United Nations Sustainable Development Goals - SDGs). Nhà trường triển khai, giám sát và đo lường các hoạt động trách nhiệm xã hội của mình thông qua Kế hoạch Trách nhiệm Xã hội Trường đại học Manchester tương ứng Chiến lược phát triển của trường giai đoạn đó.

Kế hoạch Trách nhiệm Xã hội Trường Đại học Manchester giai đoạn 2021 - 2025 được xây dựng dựa trên di sản phong phú của chính Nhà trường về tác động đối với xã hội, nền kinh tế và môi trường - ở địa phương, quốc gia và quốc tế. Kế hoạch phản ánh sự liên kết ngày càng tăng giữa trách nhiệm xã hội và hoạt động gắn kết cộng dân của Nhà trường. Năm ưu tiên trong kế hoạch trách nhiệm xã hội của Nhà trường gồm: Hòa

nhập, Sức khỏe, Môi trường, Gắn kết văn hóa, Cộng đồng thịnh vượng.

Hòa nhập

Trường Đại học Manchester sẽ lắng nghe, tương tác, thu hút và truyền cảm hứng cho mọi người trong khuôn viên trường, trong cộng đồng và trên toàn thế giới để thúc đẩy hòa nhập xã hội thông qua nghiên cứu, giảng dạy - học tập, sự tham gia của công chúng và các hoạt động trong khuôn viên trường nhằm giải quyết: (1) *Bất bình đẳng toàn cầu*; (2) *Chương trình tiếp cận giáo dục*; (3) *Chương trình giá trị xã hội*; (4) *Bình đẳng, đa dạng và hòa nhập trong khuôn viên trường* và (5) *Sự tham gia của công chúng và công dân*

Sức khỏe

Trường Đại học Manchester cam kết sẽ lắng nghe, tương tác và thu hút sự tham gia của mọi người trong trường, trong cộng đồng và trên toàn thế giới để hỗ trợ những tiến bộ về sức khỏe, các vấn đề phúc lợi xã hội thông qua các hoạt động của Nhà trường. Các khía cạnh mà Trường Đại học Manchester đã cải thiện: (1) *Những thách thức về sức khỏe toàn cầu*; (2) *Những thách thức về sức khỏe cộng đồng* và (3) *Sự tham gia và gắn kết của bệnh nhân và cộng đồng*.

Môi trường

Thông qua các hành động vì môi trường của mình, trường sẽ lắng nghe, tương tác, thu hút và truyền cảm hứng cho mọi người hiểu và giải quyết tính cấp bách của các vấn đề khí hậu và thiên nhiên cũng như bảo vệ môi trường thông qua các sáng kiến chính sau đây: (1) *Zero Carbon*; (2) *Phát triển bền vững*; (3) *Nhựa* và các vật liệu dùng một lần; (4) *Các giải pháp dựa vào thiên nhiên để ứng phó với biến đổi khí hậu*

Cộng đồng thịnh vượng

(1) *Nghiên cứu, khám phá và đổi mới*: Tăng cường đổi mới trong các lĩnh vực kinh tế then chốt của nền kinh tế quốc gia và khu vực.

(2) *Sự tham gia của doanh nghiệp, cộng đồng*: Hợp tác làm việc và chia sẻ kiến thức cũng như chuyên môn của mình tại địa phương và quốc gia để thúc đẩy sự thịnh vượng.

(3) *Kỹ năng*: Phát triển các chuyên gia tương lai từ mọi nền tảng hỗ trợ của Manchester và nền kinh tế quốc gia.

(4) *Hoạt động trụ cột*: Sử dụng vai trò trụ cột của mình để thúc đẩy tăng trưởng toàn diện và thịnh vượng khu vực.

Gắn kết văn hóa

Lĩnh vực văn hóa và sáng tạo là động lực chính cho sự phát triển xã hội của khu vực và quốc gia, lĩnh vực này cũng là một trong những ngành phát triển nhanh nhất ở Vương quốc Anh và là một phần quan trọng của nền kinh tế Manchester, nơi diễn ra các hoạt động trao đổi kinh tế và văn hóa năng động và đổi mới và sáng tạo.

4. Một số gợi ý cho các trường đại học Việt Nam

Một là, thay đổi nhận thức về USR của ban lãnh đạo, các khoa chuyên môn và sinh viên để có tầm nhìn, động lực, định hướng và cam kết thực hiện USR. USR giờ đây không chỉ còn là một “tuyên bố giấy”, nó cần được xuyên suốt trong chiến lược, mục tiêu, thậm chí là kế hoạch hành động của các trường Đại học tại Việt Nam. Trường Đại học Việt Nam nên có các chương trình đối thoại thường xuyên với nhân viên của họ về các đề xuất và dự án triển khai các hoạt động trách nhiệm của nhà trường, qua đó thúc đẩy giảng viên tham gia và thực hành các hoạt động có trách nhiệm với xã hội.

Hai là, cần nhận thức Trách nhiệm xã hội một cách toàn diện, bao gồm cả trách nhiệm góp phần phát triển kinh tế - xã hội ở quốc gia hay địa phương, và phổ biến những giá trị về quyền công dân và về xây dựng đất nước. Nhất là, trách nhiệm góp phần định hình xã hội công bằng, dân chủ và văn minh. Trách nhiệm xã hội nên hướng đến kết quả đạt được chứ không nên theo cách thức hoạt động của Trường Đại học. Bảo đảm Trách nhiệm xã hội là yêu cầu khách quan, phải nhằm thoả mãn đồng thời và cạnh tranh nhiều bên có liên quan, cần được xem là cách thức cải thiện hiệu quả của trường đại học.

Ba là, để triển khai USR, trước hết cần tham khảo và xác định rõ mô hình USR phù hợp với chiến lược, nhu cầu và điều kiện thực tế của trường đại học. Sau khi xác định mô hình, cần

làm rõ quan điểm cũng như nội dung USR mà trường đại học mong muốn triển khai.

Bốn là, đối với một số trường lớn, quy mô và nguồn lực cho phép, có thể cân nhắc thành lập một đơn vị chuyên biệt chịu trách nhiệm chính về hoạt động USR. Đồng thời, phát triển một hệ thống sinh thái xoay quanh trục chính là trách nhiệm xã hội của trường đại học, từ cơ sở vật chất, đến liên minh doanh nghiệp, lôi kéo sinh viên, cán bộ giảng viên hay thậm chí cộng đồng cựu sinh viên và các tổ chức chính quyền địa phương tham gia vào hệ sinh thái này.

Năm là, các trường nên chủ động tìm hiểu điều kiện để tham gia vào các tổ chức, cộng đồng trách nhiệm xã hội của trường đại học trong khu vực và thế giới, đây cũng là cơ hội để các trường Đại học Việt Nam vươn ra môi trường khu vực, quốc tế.

Sáu là, đối với Cơ quan quản lý Nhà nước thực hiện chính sách trách nhiệm xã hội bình đẳng giữa các loại hình trường, kể cả các trường đại học nước ngoài tại Việt Nam. Tiếp tục khuyến khích các trường có chính sách đảm bảo và khuyến khích sự tham gia của các thành phần ưu tú bên ngoài khu vực công vào các hoạt động hỗ trợ và giám sát đảm bảo trách nhiệm xã hội.

Tài liệu tham khảo:

- Ahmad, R., Ahmad, S., Islam, T., & Kaleem, A. (2020). The nexus of corporate social responsibility (CSR), affective commitment and organisational citizenship behaviour in academia. *Employee Relations: The International Journal*, 42(1), 232-247.
- Davies, G., Mete, M. & Whelan, S. (2018). When employer brand image aids employee satisfaction and engagement. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 5(3), 1-42.
- Khaskheli, A., Jiang, Y., Raza, S. A., Qureshi, M. A., Khan, K. A., & Salam, J. (2020). Do CSR activities increase organizational citizenship behavior among employees? Mediating role of affective commitment and job satisfaction. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2941-2955.
- Kim, B.-J., Chang, Y. K., & Kim, T.-H. (2018). How does corporate social responsibility promote innovation? The sequential mediating mechanism of employees meaningfulness of work and intrinsic motivation. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*, January 3 - 6 (pp. 104-113). Hilton Waikoloa Village, Hawaii.
- Nguyễn Đình Cung và Lưu Minh Đức (2009). *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - CSR: một số vấn đề lý luận và yêu cầu đổi mới quản lý nhà nước đối với CSR ở Việt Nam*

KINH NGHIỆM BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Ths. Đỗ Thị Nga*

Cùng với sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử (TMDT), tình trạng xâm phạm quyền lợi của người tiêu dùng trong lĩnh vực này diễn ra ngày càng phổ biến, làm giảm niềm tin của người tiêu dùng và cản trở sự phát triển của TMDT. Bài viết này trình bày kinh nghiệm bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực TMDT của Trung Quốc và Hàn Quốc, từ đó, rút ra một số bài học tham khảo cho Việt Nam.

• Từ khóa: bảo vệ người tiêu dùng, kinh nghiệm, thương mại điện tử.

Along with the rapid development of e-commerce, the infringement of consumers' rights in this field is becoming more and more common, reducing consumer confidence and hindering the development of consumers. development of e-commerce. This article presents the experience of consumer protection in the field of e-commerce of China and Korea, from which, draws some reference lessons for Vietnam.

• Key words: consumer protection, experience, e-commerce.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Kinh nghiệm bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực thương mại điện tử của một số quốc gia trên thế giới

1.1. Kinh nghiệm của Hàn Quốc

Có thể nói rằng, Hàn Quốc là một trong những quốc gia từ rất sớm đã tập trung xây dựng và hoàn thiện các đạo luật về TMDT, đặc biệt, ngoài đạo luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung năm 1987, Hàn Quốc đã ban hành Các quy định bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMDT nói riêng vào năm 2002.

Nhiệm vụ triển khai hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được giao cho Ủy ban Thương mại lành mạnh (KFTC) lên kế hoạch, phối hợp với các Bộ, ngành ở Trung ương và địa phương để triển khai. Tại Hàn Quốc cơ quan bảo vệ quyền lợi người

tiêu dùng cũng giao một số nhiệm vụ như tư vấn hướng dẫn, tuyên truyền và giải quyết khiếu nại cho Hội Bảo vệ người tiêu dùng. Để thực hiện những nhiệm vụ trên, cơ quan bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc hỗ trợ kinh phí cho các hội để triển khai.

Hệ thống chính sách về bảo vệ người tiêu dùng tại Hàn Quốc được xây dựng bao gồm 5 mục tiêu chính: hỗ trợ và khắc phục thiệt hại của người tiêu dùng, thúc đẩy thương mại công bằng, an toàn người tiêu dùng, cung cấp thông tin tiêu dùng và đào tạo người tiêu dùng. Trong đó, Ủy ban Thương mại lành mạnh là cơ quan đầu mối phối hợp với 16 cơ quan khác của Chính phủ có nhiệm vụ thực thi pháp luật và chính sách bảo vệ người tiêu dùng. Bên cạnh đó, Cơ quan Người tiêu dùng Hàn Quốc (KCA) được thành lập vào năm 1987 với nhiệm vụ tiến hành điều tra theo yêu cầu của chính quyền Trung ương và địa phương nhằm thúc đẩy bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Hàn Quốc đưa vào sử dụng Tổng đài tư vấn thống nhất và duy nhất từ năm 2010 tới nay. KFTC là cơ quan chủ quản của tổng đài; ngoài ra KCA, các tổ chức người tiêu dùng (10 tổ chức và 200 chi hội) và 16 chính quyền địa phương (Trung tâm quản lý tiêu dùng của 16 tỉnh/thành phố) cùng tham gia vào hệ thống tư vấn tổng hợp này. Ngân sách chi cho các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng tại các địa phương Hàn Quốc khoảng 270 triệu Won (1 Won ~ 20 VND) vào năm 2014. Ngoài ra các địa phương sẽ chủ động bố trí nguồn ngân sách phù hợp cho các hoạt động bảo vệ người tiêu dùng tại địa phương.

Về công tác tư vấn và giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng tại địa phương, chính quyền địa phương phụ trách tư vấn các nội dung thông thường.

* Học viện Chính trị khu vực I

Nội dung tư vấn bao gồm giải thích pháp luật và các tiêu chuẩn giải quyết tranh chấp cho người tiêu dùng và hướng dẫn cách thương lượng với nhà cung cấp. Khi tư vấn không giải quyết được thì KCA sẽ vào cuộc để đưa ra phương án thương lượng. Số lượng cuộc gọi tư vấn và khiếu nại được ghi nhận qua tổng đài 1372 trung bình khoảng 800.000 cuộc/năm. Trong đó các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng tiếp nhận và xử lý khoảng 69,9%, KCA là 24,5% và ở các địa phương là 5,7%.

Đạo luật Bảo vệ người tiêu dùng trong Thương mại Điện tử (The Act on the Consumer Protection in Electronic Commerce - ACP) được Chính phủ Hàn Quốc ban hành năm 2002. Đạo luật buộc các doanh nghiệp tham gia vào TMĐT để chỉ ra thông tin về doanh nghiệp. Hàn Quốc đã đưa ra một số biện pháp giúp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Thứ nhất là các doanh nghiệp phải công bố đầy đủ các thông tin về sản phẩm và dịch vụ mà họ cung cấp. Theo đó, để giúp người tiêu dùng thực hiện các lựa chọn có thông tin, đạo luật bắt buộc người bán hàng trực tuyến cung cấp thông tin về hàng hoá và dịch vụ một cách hợp lý. Bên cạnh đó, để các doanh nghiệp tuân thủ luật pháp, điều quan trọng là đưa ra các ví dụ cụ thể về loại thông tin về hàng hoá và dịch vụ cần được cung cấp. Năm 2012, “Thông báo mẫu Cung cấp Thông tin sản phẩm” đã được chính phủ Hàn Quốc công bố, bao gồm: Loại hàng hoá, chất liệu, màu sắc, kích cỡ, Sản xuất/Nhập khẩu, Xuất xứ, chính sách bảo hành, đề phòng, Người có trách nhiệm về dịch vụ hậu mãi và số điện thoại.

Thứ hai, các cơ chế thanh toán phải sẵn sàng khi người tiêu dùng tiến hành mua hàng trực tuyến.

Thứ ba là phải đưa các cảnh báo đối với người tiêu dùng.

Thứ tư là phải đưa ra các đánh giá về người bán hàng trực tuyến, website TMĐT dựa trên quan điểm của người tiêu dùng. Ví dụ như Trung tâm Thương mại Điện tử Seoul đã tiến hành đánh giá trên 100 nhà bán lẻ trực tuyến hàng năm.

Thứ năm là tìm kiếm các giải pháp để đưa thông tin đến người tiêu dùng một cách tốt hơn. Người tiêu dùng ít khi truy cập vào website của các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng hay là tìm hiểu các chính sách của Chính phủ về vấn đề này, đặc biệt là những người trẻ tuổi. Vì vậy, khi cung cấp thông tin, chính phủ và các tổ chức nên thử các cách tiếp cận khác nhau để thu hút sự chú ý của người tiêu dùng.

Thứ sáu, Chính phủ khuyến khích các doanh nghiệp hình thành một bộ phận tự điều tiết vì trên

thực tế, các cơ quan có thẩm quyền không thể điều chỉnh hay kiểm soát được mọi hành vi không công bằng của cá nhân, doanh nghiệp bán hàng trực tuyến.

Thứ bảy là hợp tác với các nhóm vận động người tiêu dùng. Các nhóm vận động chính sách người tiêu dùng có thể tìm ra các vấn đề và đưa ra các gợi ý từ quan điểm của người tiêu dùng.

Ủy ban Hòa giải Tranh chấp Người tiêu dùng (CDCC), được thành lập trong Ban bảo vệ người tiêu dùng Hàn Quốc dưới sự thẩm quyền của Đạo luật Bảo vệ Người tiêu dùng. Ủy ban được trao quyền chủ yếu để hòa giải các tranh chấp liên quan đến người tiêu dùng, xử lý các giao dịch như chuyển tiền điện, tín dụng thanh toán bằng thẻ và giao dịch qua mạng.

1.2. Kinh nghiệm của Trung Quốc

Luật TMĐT Trung Quốc thúc đẩy bảo vệ người tiêu dùng và cạnh tranh bằng cách yêu cầu các nhà khai thác TMĐT phải khai thông tin sản phẩm/dịch vụ chính xác. Các nền tảng TMĐT cũng sẽ phải thiết lập hệ thống để đăng bình luận của người tiêu dùng cũng như đưa ra các biện pháp bảo đảm thông tin chính xác khác. Ví dụ, cấm quảng cáo gây hiểu lầm, đánh giá giả mạo hay các nỗ lực khác thao túng thị trường. Luật TMĐT còn tăng cường chế độ bảo vệ quyền riêng tư bằng cách đặt ra các hạn chế đối với việc lạm dụng hồ sơ người tiêu dùng, chẳng hạn như buộc họ “từ chối” một số dịch vụ cụ thể.

Trung Quốc cũng phát triển các phương thức thanh toán sáng tạo để giải quyết một số thách thức về bảo vệ người tiêu dùng. Một phương thức ngày càng phổ biến là phương thức thanh toán của bên thứ ba, theo đó người tiêu dùng gửi số tiền đến hạn cho bên thứ ba, người này sẽ giữ số tiền đó cho đến khi người tiêu dùng nhận được hàng mà không có khiếu nại, lúc đó khoản thanh toán sẽ được chuyển cho thương nhân. Hệ thống ký quỹ này cũng cung cấp dàn xếp trực tuyến công bằng, dễ tiếp cận, nhanh chóng và chi phí thấp.

Chính phủ yêu cầu các doanh nghiệp TMĐT tuân thủ các quy định về bảo mật thông tin, các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật bảo hộ. Điều quan trọng là phải xây dựng một hệ thống TMĐT quản lý bảo mật giao dịch để làm rõ trách nhiệm và nghĩa vụ của từng đối tác trong một giao dịch TMĐT. Để giảm thiểu rủi ro, chính phủ đã thúc đẩy công nhận chéo về chứng thư số và ứng dụng chứng thư số trong chứng thực điện tử cho các cơ quan chức năng. Cơ chế quản lý hợp đồng điện tử được chuẩn hóa cũng

được được xây dựng để cải thiện bảo mật dữ liệu. Một cơ quan quản lý giám sát có thể bao gồm các cơ quan chính phủ cũng như các khu vực khác nhau và một cơ quan giám sát rủi ro có thể tiến hành kiểm tra trực tuyến tại chỗ.

Bên cạnh đó, các cơ quan chính phủ Trung Quốc và các doanh nghiệp nền tảng mua sắm trực tuyến tăng cường giáo dục đạo đức và nâng cao trình độ của giám sát thị trường TMĐT, tăng cường giám sát hệ thống thông tin quản lý trên nền tảng TMĐT, hiện đại hóa công nghệ giám sát. Đây là việc làm cần thiết để thường xuyên giám sát hành vi của các doanh nghiệp trực tuyến nhằm phát hiện các vi phạm TMĐT, thực hiện sửa đổi đặc biệt các giao dịch Internet bất hợp pháp theo quy định của pháp luật, xây dựng việc thiết lập các cơ chế quản trị lâu dài và loại bỏ việc bán hàng lậu trên Internet. Tại các kênh bảo vệ quyền của người tiêu dùng rõ ràng, xử lý kịp thời các khiếu nại của người tiêu dùng và điều tra hành vi chống lại các quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng, xây dựng và cải thiện tính toàn vẹn của sự phát triển môi trường TMĐT. Luật TMĐT quy định tất cả các nhà điều hành nền tảng TMĐT phải chịu trách nhiệm liên đới với người bán về việc bán hàng giả, hàng nhái trên trang web của họ. Các nền tảng bán hàng sẽ phải chịu trách nhiệm pháp lý nếu biết người bán trên trang web đã vi phạm quyền sở hữu trí tuệ nhưng không thực hiện bất kỳ hành động nào, chẳng hạn như xóa, chặn liên kết hoặc dừng giao dịch. Cục Quản lý nhà nước về quy chế thị trường (SAMR) của Trung Quốc quy định hình phạt dành cho những người bị phát hiện vi phạm nghiêm trọng luật thương mại điện tử của nước này, bao gồm khả năng thu hồi giấy phép kinh doanh trực tuyến.

Có thể nói, người tiêu dùng được bảo vệ rất kỹ khi mà các thương nhân trên mạng phải cung cấp thêm nhiều thông tin minh bạch trong khi bị giám sát nhiều hơn để tránh các hành vi gian lận. Bằng cách hạn chế bán hàng giả trên mạng sẽ khiến người tiêu dùng có niềm tin vào hệ thống. Các nhà sản xuất và thiết kế sản phẩm hợp pháp cũng sẽ được khuyến khích tham gia môi trường kinh doanh trực tuyến ở Trung Quốc bởi ở đây họ sẽ được bảo vệ chống lại việc làm giả thiết kế lẫn hành vi đánh cắp tài sản trí tuệ của mình.

2. Bài học rút ra cho Việt Nam

Qua nghiên cứu cách thức bảo vệ người tiêu dùng trong thương mại điện tử của hai quốc gia trên,

có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm tham khảo cho Việt Nam như sau:

Trước hết, muốn công tác bảo vệ người tiêu dùng được triển khai tốt thì các cơ quan chức năng có thẩm quyền nên sớm đưa ra một văn bản quy phạm pháp luật cụ thể quy định riêng biệt về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch TMĐT. Bên cạnh đó, cần có một cơ quan làm đầu mối để lên kế hoạch, theo dõi, phối hợp với các cơ quan có liên quan, cần có sự vào cuộc của nhiều Bộ ngành, có liên quan.

Việc tăng cường liên hệ với người tiêu dùng có thể thực hiện thông qua việc lập ra các đường dây nóng, hòm thư góp ý dành cho người tiêu dùng, đảm bảo ý kiến của người tiêu dùng được cập nhật một cách nhanh chóng, hiệu quả, tránh trường hợp các kênh liên hệ với người tiêu dùng chỉ mang tính chất hình thức. Mặt khác, vận hành các công cụ, cơ chế để hỗ trợ người tiêu dùng, nâng cao hiệu quả hoạt động của tổng đài tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng, tập huấn nâng cao năng lực của cán bộ tại các sở công thương, các hội bảo vệ người tiêu dùng.

Ngoài ra, các cơ quan, tổ chức này có thể tổ chức các cuộc điều tra xin ý kiến của người tiêu dùng về các loại hàng hoá, dịch vụ nhất định. Thông qua đó, các cơ quan tổ chức có được sự gợi ý về các hình thức và trường hợp vi phạm quyền lợi người tiêu dùng để tổ chức hoạt động thanh kiểm tra có trọng tâm và hiệu quả.

Cần tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, xử phạt các vi phạm về TMĐT, đồng thời công khai các trang TMĐT vi phạm để cảnh báo người tiêu dùng. Xử lý nghiêm và có tính răn đe đối với những website TMĐT bán hàng hoặc sàn TMĐT không cung cấp hoặc cung cấp không đúng, không đầy đủ thông tin về doanh nghiệp cũng như thông tin về sản phẩm và chất lượng sản phẩm.

Tài liệu tham khảo:

- Asean-Korean Workshop (2016), *Enhancing consumer protection in Ecommerce*, Da Nang.
- Korea Government (2016), *The Act on the Consumer Protection in Electronic Commerce*, Korea.
- Trappey, C.V. and Trappey, A.J.C. (2001), *Electronic commerce in Greater China*, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 101 No. 5, pp. 201-210.
- Xi Weiqun (2017), *Study on the taxation problems and strategies of digital commodities in e-commerce*, *China Finance and Economic Review*, De Gruyter, vol. 6(4), pages 99-112, December.
- Y Yu (2016), *Escrow in e-commerce*, presented at the seventh meeting of the UNCTAD Research Partnership Platform, Geneva, 19 October; available at <http://unctad.org/en/Pages/MeetingDetails.aspx?meetingid=1157>.
- Yue Hongfei (2017), *National report on e-commerce development in China*, *Inclusive and Sustainable Industrial Development Working Paper Series* 2017.

KẾ TOÁN QUẢN TRỊ MÔI TRƯỜNG TRÊN THẾ GIỚI - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP CHO VIỆT NAM

TS. Ngô Văn Hậu* - Ths. Lê Đình Đại**

Trong những năm gần đây, môi trường và các vấn đề môi trường đã trở thành chủ đề có tính thời sự ở hầu hết các quốc gia trên thế giới. Các doanh nghiệp không ngừng nâng cao nhận thức về phát triển bền vững và giảm tác động xấu từ các hoạt động sản xuất kinh doanh tới môi trường. Tại Việt Nam, việc nghiên cứu, triển khai áp dụng kế toán quản trị môi trường còn khá mới mẻ. Hầu hết các doanh nghiệp chưa quan tâm nhiều đến kế toán quản trị môi trường, chưa cung cấp thông tin kế toán quản trị môi trường. Bài viết sẽ đưa ra một số kinh nghiệm áp dụng kế toán quản trị môi trường ở các nước phát triển như Mỹ, Nhật, Đức. Từ đó chỉ ra thực trạng và giải pháp áp dụng kế toán quản trị môi trường ở Việt Nam hiện nay.

• Từ khóa: kế toán quản trị môi trường.

Recently, environmental issues have been raising many concerns around the world. Enterprises are constantly raising awareness about sustainable development and reducing negative impacts from their operation activities on the environment. In Vietnam, researching and applying environmental management accounting is relatively new. The majority of enterprises neither perform environmental management accounting practices nor disclose environmental management accounting information. This paper will present experiences in applying environmental management accounting practices in developed countries such as the US, Japan and Germany. Then, current situation of environmental management accounting practices is discussed and suggestions to enhance these practices in Vietnam are proposed.

• Key words: *environmental management accounting.*

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

chỉ tập trung trọng tâm vào các vấn đề phân tích chi phí chu kỳ sống, kế toán giá thành sản phẩm, phân tích chi phí - lợi ích và xây dựng chiến lược để phục vụ hoạt động quản lý và trình bày các thông tin liên quan đến môi trường.”

Theo Cơ quan Phát triển bền vững của Liên hợp quốc UNDSO: “EMA là một quy trình nhận diện, thu thập, phân tích và sử dụng hai loại thông tin phục vụ cho việc ra quyết định quản trị nội bộ trong doanh nghiệp: một là, thông tin về mặt vật chất liên quan tình hình sử dụng, luân chuyển năng lượng, nước và nguyên liệu bao gồm cả chất thải; hai là, thông tin về mặt giá trị liên quan đến chi phí môi trường và các khoản thu nhập từ môi trường”.

Theo Hiệp hội kế toán viên quản trị của Mỹ: “EMA là quy trình nhận diện, đo lường, phân bổ chi phí môi trường và sự hòa hợp chi phí môi trường vào các quyết định kinh doanh của doanh nghiệp để các thông tin liên quan đến môi trường cung cấp phù hợp cho tất cả các bên có liên quan với doanh nghiệp”.

Từ những định nghĩa trên, có thể nhận thấy EMA là một bộ phận của hệ thống kế toán doanh nghiệp và là công cụ quản lý không thể thiếu trong doanh nghiệp giúp các nhà quản trị kiểm soát chi phí, lựa chọn phương án kinh doanh tối ưu và đầu tư hiệu quả đáp ứng được cả tiêu chuẩn kinh tế và môi trường.

1. Khái niệm về kế toán quản trị môi trường (EMA)

Theo Liên đoàn Kế toán Quốc tế IFAC: “EMA là hệ thống quản lý thành quả kinh tế liên quan môi trường và quản lý trách nhiệm về môi trường thông qua việc phát triển và ứng dụng hệ thống kế toán môi trường phù hợp. Mặc dù một vài quan điểm xem hoạt động quản lý này bao gồm cả việc kiểm toán các vấn đề liên quan đến môi trường, nhưng EMA

* Học viện Tài chính; email: ngohau1982@gmail.com

** Học viện Cảnh sát nhân dân

2. Kế toán quản trị môi trường ở một số quốc gia trên thế giới

2.1. Kế toán quản trị môi trường trong các doanh nghiệp tại Mỹ

Mỹ là quốc gia có bề dày phát triển kế toán quản trị cả về lý luận và thực tiễn. Kế toán quản trị môi trường đã được xuất hiện tại Mỹ từ những năm 1970 nhưng tới đầu những năm 1990 các vấn đề lý luận và thực hành kế toán quản trị môi trường mới được nghiên cứu một cách có hệ thống.

Tại các doanh nghiệp Mỹ, kế toán quản trị môi trường chủ yếu tập trung vào các vấn đề quản trị chi phí môi trường phục vụ cho quá trình ra quyết định của nhà quản trị như quyết định giá, lợi nhuận, lựa chọn dự án đầu tư và cung cấp thông tin để lập các báo cáo môi trường đáp ứng yêu cầu của Ủy ban chứng khoán Mỹ. Chi phí môi trường được nhận diện tại các công ty tùy thuộc vào mức độ và phạm vi sử dụng của thông tin. Chi phí môi trường được phân loại và xác định theo thang đo 5 mức do EPA hướng dẫn là: Chi phí truyền thống, chi phí ẩn, chi phí tiềm tàng, chi phí quan hệ hình ảnh, riêng chi phí xã hội không được xác định trong chi phí nội bộ doanh nghiệp. Năm 1996 đã có 64% các công ty tại Mỹ ghi nhận chi phí môi trường. Tuy nhiên, sự ghi nhận chủ yếu tập trung vào chi phí môi trường hiển nhiên như năng lượng, xử lý chất thải, ít chú ý đến các chi phí phạt và bảo hiểm. Chi phí môi trường được ghi nhận trong các tài khoản chi phí chung sau đó phân bổ cho các đối tượng chịu chi phí dựa trên số giờ lao động và số lượng sản phẩm.

2.2. Kế toán quản trị môi trường trong các doanh nghiệp tại Đức

Đức là nước điển hình về cách thức tiếp cận kế toán quản trị môi trường dưới dạng một quốc gia duy nhất trong khu vực châu Âu. Giống như các nước có nền công nghiệp phát triển, chính phủ Đức sớm nhận ra các vấn đề môi trường mà họ phải đối mặt từ đó nhanh chóng ban hành các đạo luật buộc các doanh nghiệp phải quan tâm đến môi trường trong các hoạt động của mình như luật tái chế và rác thải, luật về các khoản nợ môi trường và luật các khoản nợ sản phẩm... Việc sử dụng hiệu quả vật liệu, năng lượng là ưu tiên số 1 trong kiểm soát chi phí tại các doanh nghiệp Đức do quốc gia này không có thuộc địa để cung cấp nguyên vật liệu giá rẻ như Anh, Mỹ. Quản trị chi phí theo dòng vật liệu được chính phủ khuyến khích và các doanh nghiệp Đức ưa dùng. Vì thế, kế toán chi phí theo dòng vật liệu có cơ hội để phát triển tại các doanh nghiệp Đức.

Năm 1980, cơ quan thống kê liên bang Đức đã bắt đầu nghiên cứu về phí tổn môi trường và dòng năng lượng. Năm 1996, Bộ môi trường Đức xuất bản tài liệu hướng dẫn về hạch toán chi phí môi trường cho mục tiêu quản trị trong doanh nghiệp “Environmental Cost Accounting Handbook”. Trong tài liệu này, mô hình kế toán chi phí theo dòng vật liệu đã được đề cập và sau này có nhiều ảnh hưởng đến thực hành kế toán quản trị chi phí môi trường trong các doanh nghiệp tại nhiều quốc gia trên thế giới trong đó đặc biệt là các doanh nghiệp Nhật Bản.

Tại các doanh nghiệp Đức, kế toán quản trị chi phí môi trường được coi là một công cụ trong hệ thống quản trị môi trường vì thế quá trình áp dụng kế toán quản trị chi phí môi trường được thực hiện tích hợp cùng với hệ thống quản trị nguồn lực (ERP), hệ thống quản trị thông tin (IMIS) ... Do vậy, bên cạnh hệ thống kế toán, hệ thống quản trị hoạt động cũng cung cấp các thông tin hữu ích về chi phí môi trường đặc biệt đối với các doanh nghiệp áp dụng mô hình kế toán chi phí theo dòng vật liệu. Tại các doanh nghiệp Đức, đều có ngân sách phân bổ cho môi trường, các chi phí liên quan đến môi trường như năng lượng, xử lý rác thải (mặc dù không phải luôn luôn được nhận diện liên quan đến môi trường) đều được ghi nhận và theo dõi rõ ràng, tuy nhiên họ lại chú ý ít hơn tới các khoản chi phí phạt hay bảo hiểm môi trường.

Mô hình kế toán quản trị chi phí môi trường được áp dụng phổ biến tại các doanh nghiệp của Đức là mô hình kế toán theo dòng vật liệu (MFCA). Chi phí trong doanh nghiệp được phân tích theo dòng vật liệu bao gồm chi phí vật liệu, chi phí hệ thống, chi phí cung cấp và thải bỏ. Văn mang đặc điểm của hệ thống kế toán quản trị chi phí truyền thống của Đức là hệ thống chi phí tiêu chuẩn linh hoạt với đặc trưng là phân chia doanh nghiệp thành nhiều trung tâm chi phí, việc phân tích đầu vào/đầu ra theo dòng vật liệu tại các công ty Đức có thể chia nhỏ ở mức quá trình và sản phẩm. Tùy thuộc vào đặc điểm hoạt động sản xuất và yêu cầu quản lý tại các doanh nghiệp để lựa chọn trung tâm chi phí phù hợp trong phân tích chi phí theo dòng vật liệu.

2.3. Kế toán quản trị môi trường trong các doanh nghiệp tại Nhật Bản

Nhật Bản là quốc gia có chương trình hạch toán môi trường phát triển nhất trong các quốc gia ở châu Á. Năm 1997 Bộ Môi trường Nhật Bản đã tiến hành những dự án nghiên cứu đầu tiên về kế toán môi trường. Năm 1998, Viện kế toán công chứng của

Nhật đã công bố Báo cáo sử dụng thông tin chi phí môi trường để quản trị các vấn đề môi trường. Bộ môi trường Nhật Bản (MOE) và Bộ công thương (METI) đóng vai trò quan trọng trong quá trình hướng dẫn và thúc đẩy triển khai ứng dụng kế toán môi trường tại các doanh nghiệp Nhật Bản. Nghiên cứu về quá trình thực hiện kế toán môi trường nói chung và kế toán quản trị chi phí môi trường nói riêng tại các doanh nghiệp Nhật Bản, Kokubu (2002) chỉ ra rằng các doanh nghiệp Nhật Bản chủ yếu thực hiện kế toán môi trường theo hướng dẫn của MOE.

Chi phí môi trường được các doanh nghiệp nhận diện là tổng chi phí cho đầu tư cho môi trường (thiết bị, nghiên cứu, phát triển) và phí tổn môi trường trong thời gian nhất định. Chi phí môi trường được phân loại theo hoạt động bao gồm: Chi phí môi trường ở bộ phận kinh doanh, chi phí môi trường đầu nguồn và cuối nguồn, chi phí hoạt động quản trị môi trường, chi phí nghiên cứu và phát triển, chi phí xã hội, chi phí bồi thường thiệt hại môi trường. Để phục vụ cho mục tiêu quản lý và kiểm soát chi phí trong nội bộ doanh nghiệp, các doanh nghiệp Nhật Bản còn nhận diện chi phí môi trường còn bao gồm cả chi phí vật liệu của chất thải và chi phí chế biến chất thải và thực hiện phân loại chi phí theo dòng vật liệu. Theo đó, chi phí môi trường gồm chi phí bảo vệ môi trường, chi phí chi phí vật liệu của chất thải và chi phí chế biến chất thải. Tuy nhiên, các chi phí này chỉ được sử dụng trong các báo cáo quản trị nội bộ doanh nghiệp.

Kế toán quản trị môi trường trong các doanh nghiệp Nhật Bản được sử dụng với mục đích quản lý chi phí, kiểm soát dự toán chứ không phải cho quyết định kinh doanh. Mô hình kế toán chi phí theo dòng vật liệu được áp dụng cho mục tiêu này và vận dụng thành công để kiểm soát, tiết kiệm chi phí sản xuất thông qua kiểm soát và giảm chi phí chất thải của sản phẩm, tìm ra vật liệu cũng như cải tiến qui trình sản xuất phát sinh với chi phí thấp nhất.

3. Thực trạng và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

3.1. Thực trạng

Hiện nay, tại Việt Nam, vấn đề về ô nhiễm môi trường đặc biệt được quan tâm. Chúng ta có thể dễ dàng thấy được các hình ảnh về ô nhiễm môi trường hiện nay. Mặc dù các ban ngành, đoàn thể ra sức kêu gọi bảo vệ môi trường, bảo vệ nguồn nước,... nhưng chưa đủ để cải thiện tình trạng ô nhiễm ngày càng trở nên trầm trọng hơn. Tình trạng quy hoạch các khu đô thị chưa gắn liền với vấn đề xử lý chất thải,

nước thải... Theo ước tính, trong tổng số 183 khu công nghiệp trong cả nước thì có trên 60% khu công nghiệp chưa có hệ thống xử lý nước thải tập trung. Tại các đô thị, chỉ có khoảng 60% - 70% chất thải rắn được thu gom, cơ sở hạ tầng thoát nước và xử lý nước thải, chất thải nên chưa thể đáp ứng được các yêu cầu về bảo vệ môi trường. Hầu hết lượng nước thải bị nhiễm dầu mỡ, hóa chất tẩy rửa, hóa phẩm nhuộm,... chưa được xử lý đều đổ thẳng ra các sông, hồ tự nhiên.

Có rất nhiều nguyên nhân gây ra tình trạng ô nhiễm môi trường hiện nay như ý thức của người dân, các doanh nghiệp thiếu trách nhiệm, quan liêu, thiếu chặt chẽ. Do đặt nặng mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận nên không ít doanh nghiệp đã vi phạm quy trình khai thác, gây ô nhiễm môi trường. Theo thống kê của Bộ Tư Pháp, hiện nay có khoảng 300 văn bản pháp luật về bảo vệ môi trường để điều chỉnh hành vi của các cá nhân, tổ chức, các hoạt động kinh tế, các quy trình kỹ thuật, quy trình sử dụng nguyên liệu trong sản xuất,... Tuy nhiên, hệ thống các văn bản này vẫn còn chưa hoàn thiện, thiếu đồng bộ, thiếu chi tiết, làm hạn chế hiệu quả điều chỉnh hành vi của các cá nhân, tổ chức, các hoạt động kinh tế... trong việc bảo vệ môi trường. Quyền hạn pháp lý của các tổ chức bảo vệ môi trường, nhất là của lực lượng Cảnh sát môi trường chưa thực sự đủ mạnh, nên đã hạn chế hiệu quả hoạt động nắm tình hình, phát hiện, ngăn chặn các hành vi vi phạm về bảo vệ môi trường. Các cơ sở pháp lý, chế tài xử phạt đối với các loại hành vi gây ô nhiễm môi trường về các loại tội phạm còn hạn chế chưa đủ mạnh. Hầu hết các doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay đều không ứng dụng EMA, thậm chí khái niệm EMA vẫn còn khá xa lạ với phần lớn các doanh nghiệp. Mặc dù trên thực tế hiện có rất nhiều doanh nghiệp, tổ chức đang hướng tới một quy trình sản xuất hoặc cung ứng dịch vụ theo tiêu chuẩn "xanh, sạch", thân thiện với môi trường và phù hợp với chiến lược phát triển bền vững. Tuy nhiên, số lượng các doanh nghiệp thực sự minh bạch thông tin trong báo cáo tài chính lại không nhiều, mà trong đó thông tin liên quan đến môi trường thì lại càng ít và thường không được đánh giá cao. Hơn nữa, chỉ tập trung chủ yếu vào các tập đoàn lớn hoặc các công ty liên doanh với nước ngoài, các công ty của nước ngoài có chi nhánh ở Việt Nam,... mà theo quy định của các quốc gia này phải tổ chức kế toán môi trường, phải báo cáo những thông tin về môi trường. Ngày 24/8/2016, Bộ trưởng Bộ Tài nguyên và Môi trường đã ký ban hành Thông tư số 19/2016/TT-BTNMT về báo cáo công tác bảo vệ môi trường

và Bộ Tài chính cũng ban hành Thông tư 212/2015/TT-BTC hướng dẫn chính sách thuế thu nhập doanh nghiệp đối với hoạt động bảo vệ môi trường. Những quy định pháp luật này cho thấy Chính phủ đang nỗ lực để khích lệ doanh nghiệp quan tâm hơn đến vấn đề bảo vệ môi trường nói chung và kế toán quản trị môi trường nói riêng. Tuy nhiên, chế độ hiện hành chưa có các văn bản hướng dẫn cụ thể. Các doanh nghiệp thường không tổ chức theo dõi riêng nội dung chi phí môi trường. Doanh nghiệp cho rằng không nhất thiết phải tách chi phí môi trường riêng khỏi chi phí sản xuất kinh doanh vì những chi phí đó là để phục vụ cho chính hoạt động sản xuất và quản lý của doanh nghiệp. Vì vậy, các chi phí môi trường có thực tế phát sinh thường được phân loại vào một trong các khoản mục chi phí nêu trên như chi phí sản xuất chung, chi phí quản lý doanh nghiệp (theo cách phân loại chi phí theo khoản mục tính giá thành), là chi phí khấu hao tài sản cố định, chi phí dịch vụ mua ngoài hoặc chi phí khác bằng tiền (theo cách phân loại chi phí theo yếu tố).

3.2. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Nghiên cứu việc áp dụng kế toán quản trị môi trường trong các doanh nghiệp tại các quốc gia trên thế giới và thực trạng ở Việt Nam hiện nay cho thấy nếu các doanh nghiệp áp dụng phù hợp sẽ đảm bảo cho các doanh nghiệp vừa gia tăng lợi nhuận, vừa giảm các tác động xấu đến môi trường tự nhiên và là cơ sở cho sự phát triển bền vững. Một số bài học kinh nghiệm được rút ra cho các doanh nghiệp Việt Nam là:

(1) Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong quá trình thực hiện kế toán quản trị môi trường tại các doanh nghiệp. Nhà nước thông qua cơ chế can thiệp bắt buộc bằng hệ thống pháp luật về môi trường chặt chẽ và những hướng dẫn tự nguyện dựa trên cơ sở ban hành các tài liệu hướng dẫn về kỹ thuật và thủ tục thực hành kế toán quản trị môi trường sẽ tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp tổ chức thực hiện.

(2) Việc thực hiện kế toán quản trị môi trường trong doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào mức độ nhận thức của nhà quản trị doanh nghiệp về lợi ích của chúng đối với doanh nghiệp. Sự cam kết của nhà quản trị cấp cao trong doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng quyết định đến quá trình áp dụng kế toán quản trị môi trường trong doanh nghiệp. Không có sự quan tâm và ủng hộ của nhà quản trị nội bộ thì việc tiến hành kế toán quản trị chi phí môi trường sẽ phải đương đầu với những thách thức, khó khăn lớn và khó có thể thực hiện. Bên cạnh đó, doanh nghiệp

cần nâng cao sự hiểu biết của các doanh nghiệp Việt Nam về kế toán quản trị môi trường. Quan tâm đào tạo những nhân viên vận hành EMA nhằm cung cấp cho họ những kiến thức cần thiết về kế toán quản trị, quản trị học, phân tích hệ thống, môi trường,... thông qua các cuộc hội thảo chuyên đề cũng như các chương trình huấn luyện nhân viên trước khi triển khai vận dụng EMA.

(3) Kế toán quản trị môi trường trong doanh nghiệp được thực hiện ở nhiều cấp độ khác nhau: dự án, sản phẩm, doanh nghiệp, chuỗi cung ứng. Tùy thuộc vào mức độ quan tâm của doanh nghiệp để áp dụng cho phù hợp. Ở giai đoạn đầu nên áp dụng ở mức độ cơ bản và thử nghiệm tại một dây chuyền hoặc một bộ phận trước khi tiến hành đại trà toàn doanh nghiệp.

(4) Kế toán quản trị môi trường có thể áp dụng cho các doanh nghiệp có qui mô và ngành nghề khác nhau. Tuy nhiên, nó thường được áp dụng tại các doanh nghiệp hoạt động sản xuất công nghiệp có qui mô lớn, nguồn tài chính dồi dào cũng như qui chế hoạt động nghiêm ngặt.

Tóm lại

Hiện nay, bảo vệ môi trường đang được coi là một trong những vấn đề cấp thiết của toàn nhân loại. Dưới sự ảnh hưởng của nóng lên toàn cầu và biến đổi khí hậu, thực trạng môi trường ở các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam, đang có chiều hướng đi xuống, biểu hiện ở những hiện tượng môi trường cực đoan như nắng nóng kéo dài, mưa lũ lớn và liên tục, động đất... Nguyên nhân chính là do ô nhiễm môi trường đặc biệt ô nhiễm từ các doanh nghiệp sản xuất. Chính vì vậy, việc áp dụng kế toán quản trị môi trường tại Việt Nam là cần thiết.

Tài liệu tham khảo:

Tapan K. Sarker and Roger L. Burritt, (2010) "An Empirical Examination of the Role of Environmental Accounting Information in Environmental Investment Decision-Making"

UNSD (2001), "Environmental Management Accounting, Procedure and Principle", New York and Geneva: UN Publications

UNIDO (2004), *Introducing environmental management accounting at enterprise level: Methodology and case studies from central and eastern Europe*.

Wachira (2014), *Factor influencing the adoption of environmental management accounting (EMA) practices among manufacturer firms in Nairobi, Kenya, thesis of master in school of management and commerce Strathmore university Nairobi, Kenya*

Nguyễn Thị Nga (2017), *Kế toán quản trị chi phí môi trường trong các DN sản xuất thép tại Việt Nam, Luận án Tiến sĩ*

TS. Nguyễn Bích Ngọc (2019) *Kế toán quản trị môi trường: Thực tiễn thế giới và Việt Nam*

XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG AI CẬP

Ths. Trịnh Thị Lan Anh*

Với quy mô dân số hơn 91 triệu dân cùng vị trí địa lý quan trọng ở khu vực Châu Phi và Trung Đông, Ai Cập thực sự là thị trường lớn và đầy tiềm năng cho các nhà xuất khẩu Việt Nam. Ai Cập là một trong những nước Ả-rập đầu tiên có quan hệ với Việt Nam. Việt Nam và Ai Cập đã ký nhiều thỏa thuận hợp tác trên các lĩnh vực kinh tế, thương mại, đầu tư, văn hóa, du lịch... Ai Cập là đối tác thương mại lớn thứ năm của Việt Nam tại châu Phi. Mặc dù vậy, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này còn chưa đạt như kỳ vọng, thậm chí còn sụt giảm trong năm 2022. Điều này đòi hỏi Chính phủ Việt Nam cần có các biện pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Ai Cập trong thời gian tới.

• Từ khóa: xuất khẩu, Ai Cập, Việt Nam.

Egypt has a population of more than 91 million people and an important geographical position in Africa and the Middle East, Egypt is really a large and potential market for Vietnamese exporters. Egypt is one of the first Arab countries to have relations with Vietnam. Vietnam and Egypt have signed many cooperation agreements in the fields of economy, trade, investment, culture, tourism... Egypt is Vietnam's fifth largest trading partner in Africa. However, the export turnover of Vietnam to this market has not reached the expected level and has decreased in 2022. So the Vietnamese Government needs take the necessary measures to increase export turnover in the future.

• Key words: exporting, Africa, Việt Nam.

Ngày nhận bài: 31/5/2023

Ngày gửi phản biện: 02/6/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/6/2023

Ngày chấp nhận đăng: 09/6/2023

1. Giới thiệu về Ai Cập

Ai Cập là một quốc gia nằm ở phía Đông Bắc của châu Phi. Đây cũng là quốc gia duy nhất có lãnh thổ trải dài cả 3 châu lục: Âu - Á - Phi, giáp với Địa trung hải, Israel, Jordan, Sudan và Libya.

Ai Cập sở hữu vị trí địa chính trị vô cùng quan trọng tại khu vực Trung Đông và trên thế

giới, vì sở hữu một cầu nối lục địa (eo đất Suez) giữa châu Phi và châu Á, và một cầu nối đường thủy (kênh đào Suez) giữa biển Địa Trung Hải và Ấn Độ Dương thông qua biển Đỏ. Đây được coi là nguồn tài nguyên vô cùng quý giá của Ai Cập. Kênh đào Suez là huyết mạch sống còn của tuyến lưu thông hàng hóa từ Đông sang Tây đặc biệt là vai trò quan trọng trong việc vận chuyển dầu mỏ từ Trung Đông đến các nền kinh tế phát triển. Hơn thế nữa Kênh đào Suez còn có vai trò chiến lược về mặt an ninh trong khu vực Trung Đông. Ngoài kênh đào Suez tài nguyên đáng kể nhất của Ai Cập là dầu mỏ và khí đốt.

Ai Cập là nước đông dân thứ hai ở châu Phi, với khoảng 86 triệu người. Hầu hết dân số tập trung dọc theo hai bờ sông Nile (nhất là tại Alexandria và Cairo) và tại châu thổ, vùng gần Kênh đào Suez. Gần 90% dân số theo Đạo Hồi và đa số còn lại theo Thiên chúa giáo (nhiều nhất là giáo phái Coptic Chính thống). Ngoài việc phân chia theo tôn giáo, người Ai Cập có thể được xếp loại theo nhân khẩu thành những người sống ở vùng thành thị và nông dân (fellahin) hay các chủ trại ở các làng nông nghiệp.

Ai Cập là một thị trường được các công ty quốc gia xem là trọng điểm trong khu vực Trung Đông và Bắc Phi. Kinh tế Ai Cập phụ thuộc chủ

* Viện Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông; email: lananhlananh@gmail.com

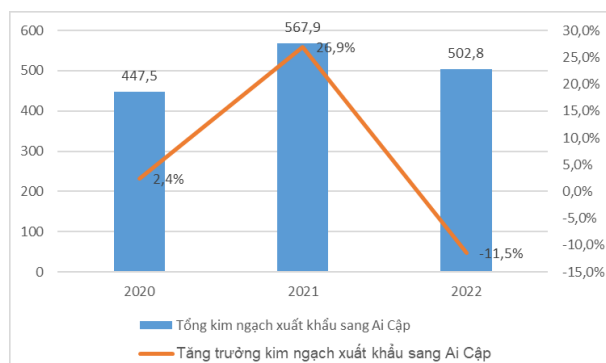
yếu vào nông nghiệp, môi giới trung gian, xuất khẩu dầu mỏ và du lịch; cũng có hơn 5 triệu người Ai Cập đang làm việc ở nước ngoài, đa số tại Ả Rập Xê út, vùng Vịnh như UAE, và Châu Âu. Công nghiệp khai khoáng của Ai Cập rất phát triển. Ngoài ra, ngành dệt may của Ai Cập cũng khá phát triển, là lĩnh vực công nghiệp sử dụng nhiều nhân công nhất. Ai Cập cũng phát triển các ngành cơ khí, luyện thép, xi măng, hóa chất, dược phẩm, lắp ráp xe hơi...

Theo đánh giá Dân số Thế giới, Ai Cập có quy mô dân số 105 triệu người. Trong khi đó, báo cáo cho biết kinh tế quốc gia Bắc Phi này đã tăng trưởng tới 9,8% trong quý I tài khóa 2021 - 2022 (bắt đầu từ tháng 7/2021). Nền kinh tế Ai Cập đang tăng trưởng ổn định, nhưng do dân số tăng đột biến, nên tác động tích cực từ sự tăng trưởng cũng giảm đi. Tuy nhiên, nền kinh tế Ai Cập đã chịu áp lực nặng nề trong năm 2022 vừa qua, với việc đồng bảng Ai Cập sụt giảm, ngoại tệ cạn kiệt và lạm phát tăng vọt.

Ai Cập là quốc gia đầu tiên ở châu Phi-Trung Đông thiết lập quan hệ ngoại giao với Việt Nam vào năm 1963. Quan hệ Việt Nam - Ai Cập ngày càng được củng cố và phát triển lên tầm cao mới, với các chuyến thăm cấp cao của lãnh đạo hai nước.

2. Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Ai Cập thời gian qua

Hình 1 : Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Ấn Độ (Triệu USD)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Ai Cập có nền ngoại thương lớn nhất khu

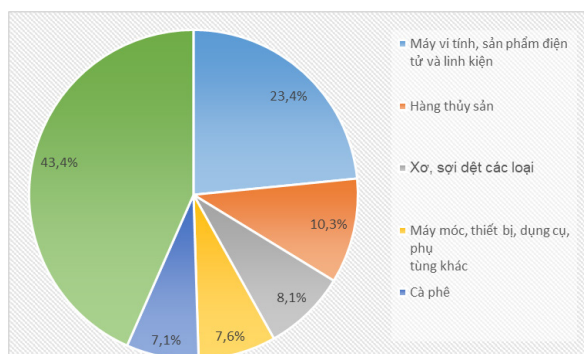
vực Bắc Phi. Ngoại thương Ai Cập phát triển mạnh trong thập kỷ 90, nhưng nhập khẩu tăng nhanh hơn xuất khẩu làm cho tình trạng thâm hụt thương mại ngày càng trầm trọng.

Ai Cập là một trong những đối tác thương mại quan trọng và là thị trường tiềm năng của Việt Nam tại Bắc Phi. Ai Cập là cửa ngõ để Việt Nam tiếp cận thị trường châu Phi và Trung Đông, trong khi Việt Nam là cửa ngõ để các doanh nghiệp Ai Cập mở rộng hoạt động kinh doanh, đầu tư vào thị trường ASEAN. Do đó, quan hệ thương mại hai chiều giữa hai nước ngày càng được mở rộng.

Tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam với Ai Cập năm 2020 đạt 447,5 triệu USD, giảm 2,4% so với năm 2019. Các nhóm hàng xuất khẩu chính bao gồm: máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 102,6 triệu USD, giảm 4,3%); kim loại thường khác và sản phẩm (đạt 56,9 triệu USD, giảm 5,4%); xơ, sợi dệt (đạt 51,2 triệu USD, giảm 1,4%); máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (đạt 36,5 triệu USD, tăng 21,7%);... Trong năm này, điểm nhấn chính sách của Ai Cập là Nghị định số 59/2020 ngày 20/9/2020 của Bộ Tài chính Ai Cập về việc sửa đổi biểu thuế quan đối với một số mặt hàng hóa nhằm thúc đẩy công nghiệp trong nước và khuyến khích đầu tư. Mức thuế suất giảm trên 50% đối với linh kiện đầu vào các ngành sản xuất đồ nội thất, hóa dầu, thiết bị gia dụng và phương tiện giao thông công cộng. Điều kiện để được giảm thuế là tỷ lệ nội địa hóa ít nhất từ 10% thay vì 30% như trước và tỷ lệ nội địa hóa càng cao, mức thuế giảm càng lớn. Phí nhập khẩu được tính bằng 2% và 3% trị giá thông quan tương ứng với hàng hóa có thuế suất từ 5-30% và trên 30%. Nhờ vậy, các doanh nghiệp Việt Nam đã đẩy mạnh cung cấp linh kiện, sản phẩm đầu vào cho các ngành công nghiệp sản xuất của Ai Cập. Quyết định số 6/2020 của Cơ quan An toàn Thực phẩm Quốc gia Ai Cập (NFSA) ban hành quy tắc Quản lý Giấy phép nhập khẩu thực phẩm có hiệu lực từ ngày 12/8/2020. Quyết định này quy định việc cấp giấy phép nhập khẩu thực phẩm của NFSA

cho các nhà nhập khẩu thực phẩm Ai Cập đủ tiêu chuẩn để được hưởng quy trình thông quan thuận lợi, giảm thời gian tạm giữ hải quan và giảm tần suất lấy mẫu cho các lô hàng nhập khẩu. Tuy nhiên, nhóm hàng thực phẩm xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này còn rất nhỏ. Quyết định số 114/2020 ngày 30/8/2020 Hải quan Ai Cập: quy định giảm thời gian đối với hàng hóa tồn đọng tại các cảng, cầu cảng (bao gồm cả cảng hàng không) và tại các cơ quan hải quan từ 04 tháng xuống còn 01 tháng. Quy định này trong thực tế đã ảnh hưởng trực tiếp đến một số doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hạt tiêu đen sang Ai Cập chủ yếu tại cảng Damietta.

Hình 2 : Cơ cấu kim ngạch xuất khẩu theo mặt hàng của Việt Nam sang Ấn Độ năm 2022



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

Trong năm 2021, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Ai Cập đạt 567,9 triệu USD, tăng 26,9% so với năm 2020. Đây là mức tăng trưởng khả quan trong bối cảnh dịch bệnh Covid19 diễn biến phức tạp. Các nhóm hàng xuất khẩu chính bao gồm: Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (đạt 166,8 triệu USD, tăng 62,5%); Xơ, sợi dệt các loại (đạt 50,9 triệu USD, giảm 0,5%); Hàng thủy sản (đạt 46,6 triệu USD, tăng 30,1%); Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (đạt 36,7 triệu USD, tăng 0,4%); Hạt điều (đạt 31,1 triệu USD, tăng 39,3%); Cà phê (đạt 26,4 triệu USD, tăng 49,8%); Kim loại thường khác và sản phẩm (đạt 24,7 triệu USD, giảm 56,5% do Ai Cập tăng thuế nhập khẩu

nhôm thỏi vào đầu năm 2021, tuy nhiên đã dỡ bỏ vào cuối năm); Hạt tiêu (đạt 22,9 triệu USD, tăng 22,8%); Phương tiện vận tải và phụ tùng (đạt 21,7 triệu USD, tăng 21,1%); Điện thoại các loại và linh kiện (đạt 20,3 triệu USD, tăng 4,4%); Hàng rau quả (đạt 17,6 triệu USD, tăng 144,7%); Hàng dệt, may (đạt 10 triệu USD, tăng 45,2%). Nghị định số 322/2021 ngày 15 tháng 7 năm 2021 của Bộ Thương mại và Công nghiệp kéo dài tiếp 6 tháng hiệu lực của Nghị định số 653/2020 đến ngày 31 tháng 12 năm 2021, theo đó quy định hạn sử dụng cá đông lạnh nhập khẩu tăng từ 6 tháng lên 9 tháng đã tạo thêm các lợi thế cho doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, Quyết định số 01 năm 2021 của Cơ quan An toàn Thực phẩm Quốc gia (NFSA) ban hành quy định kỹ thuật các chỉ tiêu vi sinh trong thực phẩm có hiệu lực từ ngày 01 tháng 4 năm 2021 đã đặt ra yêu cầu nghiêm ngặt hơn với hàng thực phẩm xuất khẩu của Việt Nam.

Năm 2022, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam đến Ai Cập đạt 502,8 triệu USD, giảm 11,5% so với năm 2021. Xuất khẩu của Việt Nam đến Ai Cập chiếm 0,1% tổng xuất khẩu của Việt Nam. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện vẫn là nhóm hàng xuất khẩu chủ lực với kim ngạch đạt 117,8 triệu USD, tuy nhiên giảm 29,4% so với năm trước. Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu Xơ, sợi dệt các loại và Hàng rau quả, Hạt tiêu đều giảm so với năm trước. Chính vì vậy, dù kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng thủy sản; Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác; Điện thoại các loại và linh kiện;... đều tăng nhưng tổng kim ngạch xuất khẩu vẫn giảm. Trong năm 2022, Ngân hàng Trung ương Ai Cập ban hành quy định mới về thanh toán bằng tín dụng thư (L/C) đối với hàng hóa nhập khẩu. Theo đó, các công ty nhập khẩu Ai Cập phải sử dụng L/C trong thanh toán tại các ngân hàng (ngoại trừ giao dịch giữa các chi nhánh của công ty nước ngoài, một số mặt hàng hoặc giá trị hợp đồng dưới 5.000 USD). Quy định này khiến cho một số công ty xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Ai Cập gặp phải tình trạng đối tác nhập khẩu chậm thanh toán do phải chờ

đội khả năng đáp ứng ngoại tệ của ngân hàng. Ngày 11 tháng 5 năm 2022, Ngân hàng Trung ương Ai Cập tiếp tục đưa ra hướng dẫn mới không bắt buộc thanh toán bằng L/C đối với nguyên vật liệu phục vụ sản xuất, nguyên liệu thô nhập khẩu vào Ai Cập nhằm giải quyết vấn đề thiếu hụt nguyên liệu đầu vào sản xuất. Ngày 29 tháng 12 năm 2022, Ngân hàng Trung ương Ai Cập thông báo bãi bỏ toàn bộ các quy định bắt buộc thanh toán bằng L/C đối với hàng hóa nhập khẩu vào Ai Cập ban hành ngày 13 tháng 02 năm 2022 cùng các quy định liên quan và chấp nhận lại phương thức thanh toán nhờ thu chứng từ như trước đây. Điều này đã giúp hoạt động xuất khẩu của các công ty Việt Nam vào thị trường này thuận lợi hơn. Tuy nhiên, tình hình hạn chế nhập khẩu từ các nước. Đặc biệt trong quý III/2022, nước này tiếp tục siết chặt quản lý ngoại hối và hạn chế nhập khẩu các mặt hàng được cho là không thiết yếu.

3. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Ai Cập

Ai Cập là thị trường dễ thâm nhập đồng thời có phương thức thanh toán lành mạnh do hệ thống ngân hàng vận tải kho bãi, cảng vận hành rất tốt. Thị trường Ai Cập về cơ bản không đòi hỏi cao về chất lượng hàng hóa chỉ cần giá cả và mẫu mã phù hợp, là thị trường lớn đối với các ngành hàng của Việt Nam như nông sản, thủy hải sản, hàng điện tử, may mặc,... Ngoài ra, Ai Cập có vị trí địa chính trị- kinh tế rất quan trọng ở khu vực Trung Đông và cả Châu Phi. Do đó, thời gian tới, Việt Nam sẽ chú trọng và cũng có nhiều cơ hội thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này.

Trong thời gian tới, Đại sứ quán Việt Nam tại Ai Cập cần tăng cường phối hợp hiệu quả với Liên đoàn Các phòng Thương mại Ai Cập và các bộ, ngành liên quan của nước bạn nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động kết nối và chia sẻ thông tin giữa các doanh nghiệp hai nước. Đại sứ quán cần sẵn sàng hỗ trợ và tháo gỡ các vướng mắc nhằm giúp doanh nghiệp hai nước có thể tiếp cận thị trường của nhau.

Hai nước cần tăng cường tổ chức các cuộc hội thảo để các doanh nghiệp Việt Nam và Ai Cập tìm hiểu và trao đổi thông tin về ngành hàng và thị trường của nhau, chia sẻ trực tiếp về nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa.

Bộ Công thương cần tăng cường tổ chức cho các doanh nghiệp Việt Nam có cuộc làm việc với Liên đoàn Các phòng Thương mại Ai Cập để tìm hiểu về cơ chế, chính sách liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa cũng như chia sẻ thông tin về nhu cầu của thị trường hai nước. Xây dựng cơ chế trao đổi, cung cấp thông tin (về nhu cầu thị trường, quy định quản lý xuất nhập khẩu, quy định về kiểm nghiệm, kiểm dịch, quản lý chất lượng hàng hóa)

Chính phủ Việt Nam cần kiến nghị với chính phủ Ai Cập để có những chính sách hỗ trợ tốt hơn cho doanh nghiệp Việt Nam và tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xúc tiến thương mại trực tiếp giữa doanh nghiệp hai nước. Phối hợp triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại & đầu tư trực tuyến nhằm hỗ trợ kết nối các doanh nghiệp, nhà đầu tư hai nước. Đề nghị phía Ai Cập tăng cường tổ chức chương trình đào tạo kỹ thuật trong lĩnh vực Halal về xây dựng năng lực cho các cán bộ Việt Nam làm việc trong lĩnh vực Chứng nhận Halal.

Văn hóa truyền thống ảnh hưởng lớn đến các giá trị kinh doanh của người Ai Cập. Danh dự rất được xem trọng. Hồi giáo, gia đình và thuyết định mệnh tác động mạnh đến văn hóa của Ai Cập. Các khái niệm quan trọng khác bao gồm lòng trung thành, giáo dục, sự khiêm tốn và tự hào. Do đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần tìm hiểu kỹ lưỡng văn hóa kinh doanh khi xuất khẩu hàng hóa vào thị trường này.

Tài liệu tham khảo:

- IPCC (2020), *Thị trường Ai Cập tháng 8 năm 2020*.
 Tổng cục Hải quan (2020), *Báo cáo tình hình xuất nhập khẩu của Việt Nam năm 2020*.
 Tổng cục Hải quan (2021), *Báo cáo tình hình xuất nhập khẩu của Việt Nam năm 2021*.
 Tổng cục Hải quan (2022), *Báo cáo tình hình xuất nhập khẩu của Việt Nam năm 2022*.
 VICC (2020), *Hồ sơ thị trường Ai Cập*.