Tạp chí Nghiên cứu TÀI CHÍNH KẾ TOÁN

TỔNG BIÊN TẬP
PGS.TS. NGUYỄN TRỌNG CƠ

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
PGS.TS. TRƯƠNG THỊ THỦY

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 TIỀN
GS.TS. CHÚC ANH TÚ
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 BÁ 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 NGUYÊN
PGS.TS. NGÔ THANH HOÀNG
TS. NGUYỄN VĂN BÌNH
TS. LÊ THỊ THÙY VÂN
TS. NGUYỄN THỊ LAN
TS. LƯU HỮU ĐỨC
TS. LƯƠNG THỊ ÁNH HOA

TRỊ SỰ
PGS.TS. NGÔ THANH HOÀNG

THƯ KÝ TÒA SOẠN
Ths. NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN
ĐT: 0904755576

HỖ TRỢ TRỰC TUYẾN
Ths. NGÔ VÚT BỐNG
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: tapchinctckt@hvtc.edu.vn
Website: https://tapchitckt.hvtc.edu.vn/
https://tapchitckt.hvtc.edu.vn/?language=en-US

KINH TẾ, TÀI CHÍNH VĨ MÔ

5 Phát triển kế toán, kiểm toán Việt Nam trong kỷ nguyên công nghệ số

GS.TS. Ngô Thế Chi - TS. Ngô Thị Minh

12 Quá trình thực hiện cơ chế tự chủ tài chính tại các đơn vị sự nghiệp công lập cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh - Thực trạng và giải pháp

PGS.TS. Ngô Thanh Hoàng
TS. Đỗ Thị Thu Trang

15 Phát triển hoạt động của các quỹ đầu tư ở Việt Nam

TS. Nguyễn Hữu Tân
TS. Nguyễn Thu Thương

NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI

19 Ảnh hưởng của động cơ tiêu khiển đến quyết định mua hàng ngẫu hứng qua mạng truyền thông xã hội Facebook

Ths. Nguyễn Minh Hiếu - Ths. Nguyễn Trọng Hiếu
Ths. Trịnh Thị Ngọc Thúy

24 Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm, giám sát của hội đồng quản trị, tác động đến tăng trưởng bền vững của các doanh nghiệp niêm yết Việt Nam

TS. Trịnh Hiệp Thiện
Trần Thị Quỳnh Anh

31 Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ vay vốn không có tài sản bảo đảm tại Agribank chi nhánh thành phố Trà Vinh

PGS.TS. Nguyễn Hồng Hà
Trầm Phước Lộc

36 Các yếu tố ảnh hưởng tỷ suất sinh lời trên tài sản của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam

TS. Phùng Việt Hà - TS. Đặng Thị Lan Phương
TS. Vũ Ngọc Diệp - Ths. Vũ Quỳnh Anh

42 Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến vận dụng kế toán trách nhiệm tại các doanh nghiệp sản xuất

Ths. Lê Thị Lan

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

47 Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ ở Bảo hiểm PJICO Bắc Giang

PGS.TS. Ngô Thị Thu Hồng - TS. Phan Thị Thu Hiền - Ths. Thân Văn Thành

54 Chuyển đổi số trong kế toán ở các doanh nghiệp - Cơ hội, thách thức và giải pháp

TS. Lê Thị Yến Oanh - Trần Ngô Trung Nghĩa
Lê Doãn Nam Anh - Lê Hữu Bình

58 Chuyển đổi từ mô hình kinh doanh truyền thống sang mô hình doanh nghiệp số - Xu hướng tất yếu trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0

Ths. Nguyễn Thị Thanh Huyền - Trần Lê Mạnh Hùng

63 Ứng dụng công nghệ số trong hoạt động thanh toán quốc tế tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

Tô Lê Hoàng

67 Vai trò tác động của kinh nghiệm công nghệ thông tin đến chuyển đổi số doanh nghiệp nhỏ và vừa đồng bằng sông Cửu Long

Ths. Lương Nguyễn Duy Thông
PGS.TS. Diệp Thanh Tùng

73 Thu nhập của nông dân trong phát triển nông nghiệp sinh thái trên địa bàn các huyện ngoại thành, thành phố Hà Nội

Ths. Lâm Thị Phượng

78 Đầu tư phát triển năng lượng tái tạo ở Việt Nam

Ths. Nguyễn Đức Dương

83 Ảnh hưởng của thực hành kế toán quản trị chiến lược đến sự hài lòng của nhân viên trong doanh nghiệp

Ths. Phạm Huy Hùng

KINH TẾ, TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

88 Lạm phát thế giới và hàm ý chính sách cho Việt Nam

Ths. Nguyễn Trần Minh Trí
Trần Lê Mạnh Cường - Nguyễn Trọng Cường

94 Bancassurance - Lợi ích và thách thức đối với ngân hàng và công ty bảo hiểm

Ths. Phạm Thị Ngọc Lan

In tại Nhà xuất bản Thống kê - Giấy phép số: 144/GP-BTTTT ngày 28/3/2016
In xong và nộp lưu chiểu tháng 7 năm 2023.

Journal of
FINANCE &
ACCOUNTING
RESEARCH

EDITOR IN CHIEF
ASSOCIATE PROFESSOR NGUYEN TRONG CO

ASSCOCIATE 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: tapchinctckt@hvtc.edu.vn
Website: https://tapchitckt.hvtc.edu.vn/
https://tapchitckt.hvtc.edu.vn/?language=en-US

MACROECONOMICS AND FINANCE

5 Developing Vietnamese accounting and auditing in the digital era

Prof.PhD. Ngo The Chi - PhD. Ngo Thi Minh

12 The process of implementing the financial autonomy mechanism at provincial public non-business units in Bac Ninh province - Current situation and solutions

Assoc.Prof.PhD. Ngo Thanh Hoang
PhD. Do Thi Thu Trang

15 Development of investment funds in Vietnam

PhD. Nguyen Huu Tan
PhD. Nguyen Thu Thuong

STUDY EXCHANGE

19 The influence of motivation on impulsive buying decisions through the social media platform Facebook

MSc. Nguyen Minh Hieu
MSc. Nguyen Trong Hieu
MSc. Trinh Thi Ngoc Thuy

24 Impacts of product markets competition, board monitoring on sustainable growth of Vietnamese listed companies

PhD. Trinh Hiep Thien
Tran Thi Quynh Anh

31 The evaluation of customer satisfaction for unsecured loan services at Agribank Tra Vinh city branch

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Hong Ha
Tram Phuoc Loc

36 Factors influencing the profitability of assets in commercial banks in Vietnam

PhD. Phung Viet Ha - PhD. Dang Thi Lan Phuong
PhD. Vu Ngoc Diep - MSc. Vu Quynh Anh

42 Research model on the impact of factors on the implementation of responsibility accounting in manufacturing enterprises

MSc. Le Thi Lan

CORPORANCE FINANCE

47 Research on factors influencing the decision to purchase non-life insurance products at PJICO Insurance in Bac Giang

Assoc.Prof.PhD. Ngo Thi Thu Hong
PhD. Phan Thi Thu Hien - MSc. Than Van Thanh

54 Digital transformation in accounting in enterprises - Opportunities, challenges and solutions

PhD. Le Thi Yen Oanh - Tran Ngo Trung Nghia
Le Doan Nam Anh - Le Huu Binh

58 Transforming from traditional business model to digital business model - An inevitable trend in the era of industrial revolution 4.0

MSc. Nguyen Thi Thanh Huyen
Tran Le Manh Hung

63 Applying digital technology in international payment activities at Vietnamese commercial banks

To Le Hoang

67 The role and impact of information technology experience on digital transformation of small and medium enterprises in the Mekong Delta

MSc. Luong Nguyen Duy Thong
Assoc.Prof.PhD. Diep Thanh Tung

73 Income of farmers in ecological agricultural development in the suburban districts of Hanoi

PhD. Lam Thi Phuong

78 Investing in renewable energy development in Vietnam

MSc. Nguyen Duc Duong

83 The impact of strategic management accounting practices on employee satisfaction in enterprises

MSc. Pham Huy Hung

INTERNATIONAL ECONOMICS AND FINANCE

88 Global inflation and implications for Vietnam's policy

MSc. Nguyen Tran Minh Tri Tran Le Manh Cuong - Nguyen Trong Cuong

94 Bancassurance - Benefits and challenges for banks and insurance companies

MSc. Pham Thi Ngoc Lan

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

PHÁT TRIỂN KẾ TOÁN, KIỂM TOÁN VIỆT NAM TRONG KỶ NGUYÊN CÔNG NGHỆ SỐ

GS.TS. Ngô Thế Chi* - TS. Ngô Thị Minh**

Trong quá trình đổi mới đất nước, kế toán, kiểm toán Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc, góp phần to lớn vào công cuộc đổi mới đất nước. Trong bối cảnh mới - bối cảnh công nghệ số, kết nối toàn cầu mang lại nhiều cơ hội phát triển nhưng cũng không ít khó khăn, thách thức cho tất cả các lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực kế toán, kiểm toán. Bài viết này phân tích khái quát thực trạng phát triển kế toán Việt Nam trong những năm qua; những cơ hội và thách thức của lĩnh vực kế toán, kiểm toán trong bối cảnh công nghệ số. Qua đó, đề xuất một số khuyến nghị đối với Nhà nước, đối với các cơ sở đào tạo, đối với doanh nghiệp và đối với các tổ chức kinh tế - xã hội.

• Từ khóa: *phát triển kế toán, kiểm toán; cách mạng công nghiệp 4.0; công nghệ số.*

In the process of national renewal, Vietnamese accountants and auditors have made remarkable progress, making great contributions to the national renewal process. In the new context - the context of digital technology, global connectivity, brings many development opportunities but also many difficulties and challenges for all fields, including accounting and auditing. This article provides an overview of the current situation of Vietnam's accounting development in recent years; opportunities and challenges of accounting and auditing in the context of digital technology. Thereby, some recommendations are proposed for the State, for training institutions, for enterprises and for socio-economic organizations.

• Key words: *accounting development, audit; industrial revolution 4.0; digital technology.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Khái quát thực trạng kế toán, kiểm toán Việt Nam từ sau Cách mạng tháng Tám

Cách mạng tháng 8 thành công, nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa được thành lập, Chính phủ Việt Nam đã rất quan tâm đến việc xây dựng khung pháp lý về kế toán, đảm bảo cho kế toán của các doanh nghiệp quốc phòng hoạt động trong những năm đầu thành lập Nước. Song, kế toán trong giai đoạn này vẫn chịu ảnh hưởng sâu sắc của phương thức và tư duy kế toán Pháp. Còn kiểm toán ở giai đoạn này vẫn là những vấn đề chưa được đề cập đến.

Hòa bình lập lại, cùng với việc tiếp quản các cơ sở kinh tế do Pháp để lại, các xí nghiệp và tổ chức kinh tế của nhà nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa lần lượt ra đời, dần dần hình thành hệ thống kinh tế quốc doanh và ngày càng giữ vị trí quan trọng trong nền kinh tế. Năm 1957, "chế độ kế toán xí nghiệp công nghiệp" và "chế độ kế toán kiến thiết cơ bản" được ban hành. Tiếp đó, Bộ Tài chính ban hành chế độ kế toán vật liệu của xí nghiệp và công trường. Năm 1961, ban hành Nghị định 175/CP ngày 28/10/1961, "Điều lệ Tổ chức kế toán nhà nước". Đây là văn bản pháp lý cao nhất về kế toán lúc bấy giờ, làm nền tảng cho việc xây dựng hệ thống tổ chức bộ máy và chế độ kế toán từ Trung ương đến cơ sở và tiếp sau đó, Bộ Tài chính liên tục ban hành 5 chế độ kế toán nhằm đáp ứng yêu cầu cơ bản của các doanh nghiệp trong công tác kế toán. Từ năm 1975, sau khi thống nhất đất nước, kế toán được thống nhất trong cả nước. Hệ thống kế toán trong giai đoạn này chỉ chủ yếu được bổ sung, sửa đổi hệ thống tài khoản kế toán cho phù hợp.

Từ 1981-1990, là giai đoạn đầu đổi mới kế toán Việt Nam để phù hợp với hoạt động của nền kinh tế theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Chế độ kế toán Lao động tiền lương được ban hành theo Quyết định số 217/TC/CĐKT ngày 18/5/1982; chế độ kiểm tra kế toán ban hành theo Quyết định số 33/TC/CĐKT ngày 14/1/1984…;

** Học viện Tài chính*
*** Trường ĐH Công nghệ Đông Á*

Trong những năm cuối của thập kỷ 90, Nhà nước đã ban hành những quy định cơ bản về kế toán của thời kỳ đổi mới như Pháp lệnh Kế toán Thống kê (Lệnh số 06 LCP/HĐNN ngày 20/5/1988); Nghị định số 25HĐBT ngày 18/3/1989 về Điều lệ Tổ chức kế toán Nhà nước; Quyết định số 224 QĐ/CĐKT ngày 18/4/1990 về Chế độ báo cáo kế toán định kỳ áp dụng cho các xí nghiệp công nghiệp quốc doanh; Quyết định số 257 QĐ/CĐKT ngày 01/6/1990 về chế độ kế toán Hành chính sự nghiệp; Quyết định số 598 QĐ/CĐKT ngày 08/12/1990 về chế độ kế toán sản xuất kinh doanh ngoài quốc doanh…

Từ 1991-2004, giai đoạn Việt Nam bắt đầu hội nhập quốc tế, mở cửa nền kinh tế và tiếp tục đổi mới kế toán Việt Nam theo cơ chế thị trường - hội nhập và hình thành hệ thống kiểm toán. Từ năm 1991, nhằm thích ứng với yêu cầu chuyển đổi theo cơ chế thị trường và hội nhập quốc tế, hoạt động kiểm toán độc lập đã được hình thành và phát triển nhanh chóng. Năm 1995, kế toán Việt Nam được cải cách theo sự hỗ trợ đắc lực của dự án của Liên minh châu Âu, Erotapviet, trên cơ sở thí điểm ở 642 doanh nghiệp và chính thức ban hành Quyết định số 1141 TC/QĐ/CĐKT ngày 01/11/1995 áp dụng từ ngày 01/1/1996. Cũng trong giai đoạn này, Quy chế kiểm toán nội bộ đã được ban hành và áp dụng theo quyết định số 932 TC/CĐKT ngày 28/10/1997. Kể từ ngày 27/9/1999 đến 29/12/2005, Bộ Tài chính đã ban hành 7 đợt chuẩn mực kiểm toán Việt Nam với 38 Chuẩn mực, góp phần quan trọng tạo ra hành lang pháp lý cho hoạt động kiểm toán Việt Nam phát triển. Đồng thời, Hệ thống Chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS) đã được ban hành…Ngày 17/6/2003, Luật Kế toán Việt Nam số 03/2003/QH11 được Quốc hội khóa XI thông qua, là văn bản pháp lý cao nhất trong thời gian này.

Giai đoạn 2005- đến nay, là giai đoạn Việt Nam ngày càng hội nhập sâu, rộng vào nền kinh tế thế giới và khu vực; các văn bản về kế toán, kiểm toán ban hành trong giai đoạn này nhằm hướng tới hội nhập quốc tế và đón đầu CMCN 4.0. Điển hình là việc ban hành Chế độ kế toán theo Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22/12/2014 thay thế cho Quyết định số 15/2006/QĐ-BTC; Thông tư 133/2016/TT-BTC hướng dẫn chế độ kế toán doanh nghiệp vừa và nhỏ; Thông tư 107/2017/TT-BTC ngày 10/10/2017 hướng dẫn chế độ kế toán hành chính sự nghiệp; Thông tư 132/2018/TT-BTC ngày 28/12/2018 hướng dẫn chế độ kế toán doanh nghiệp siêu nhỏ; Thông tư số 88/2021/TT-BTC ngày 11/10/2021 về chế độ kế toán cho hộ kinh doanh. Thông tư số 41/2022/TT-BTC ngày 05/7/2022 hướng dẫn chế độ kế toán áp dụng cho các hoạt động xã hội từ thiện… cùng hàng loạt các văn bản hướng dẫn về kế toán tài chính, kế toán quản trị và về kiểm toán như: Luật Kiểm toán Độc lập số 67/2011/QH12; Luật Kiểm toán Nhà nước số 81/2015/QH13; Luật số 55/2019/QH 14, sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Kiểm toán Nhà nước năm 2015; Luật kế toán số 88/2015/QH13 ban hành vào ngày 20/11/2015; Luật Kế toán số 14/VBHN-VPQH ngày 04/7/2019, quy định phạm vi điều chỉnh, bao gồm về nội dung công tác kế toán, tổ chức bộ máy kế toán, người làm kế toán, hoạt động kinh doanh dịch vụ kế toán, quản lý nhà nước về kế toán và tổ chức nghề nghiệp về kế toán. Luật kế toán điều chỉnh mọi hoạt động về kế toán, không phân biệt các thành phần kinh tế, góp phần tạo ra môi trường bình đẳng trong hoạt động kinh doanh, thúc đẩy các hoạt động kinh tế của các doanh nghiệp thuộc mọi lĩnh vực hoạt động của nền kinh tế quốc dân. Hàng loạt các văn bản hướng dẫn về kế toán, kiểm toán mới được ban hành nhằm phù hợp với bối cảnh phát triển mới - bối cảnh hội nhập quốc tế và CMCN 4.0 như Thông tư số 40/2020/TT-BTC hướng dẫn chế độ báo cáo trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán độc lập tại Nghị định số 174/2016/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Kế toán và Nghị định số 17/2012/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Kiểm toán độc lập; Nghị định số 119/2018/NĐ-CP quy định về hóa đơn điện tử khi bán hàng hóa và cung cấp dịch vụ; Nghị định số 05/2019/NĐ-CP về kiểm toán nội bộ… Quyết định số 04/2023/QĐ-KTNN ngày 28/4/2023 về bãi bỏ Quyết định số 02/2018/QĐ-KTNN ngày 26/11/2018 của Tổng Kiểm toán Nhà nước ban hàng quy trình kiểm toán Báo cáo quyết toán ngân sách Nhà nước. Quyết định số 05/2023/QĐ-KTNN ngày 28/4/2023 về bãi bỏ Quyết định số 01/2019/QĐ-KTNN ngày 29/1/2019 của Tổng Kiểm toán Nhà nước ban hành hướng dẫn phương pháp tiếp cận kiểm toán dựa trên đánh giá rủi ro và xác định trọng yếu trong kiểm toán Báo cáo tài chính doanh nghiệp. Quyết định số 06/2023/QĐ-KTNN ngày 28/4/2023 về bãi bỏ Quyết định số 02/2019/QĐ-KTNN ngày 22/8/2019 của Tổng Kiểm toán Nhà nước ban hành hướng dẫn phương pháp tiếp cận kiểm toán dựa trên đánh giá rủi ro và xác định trọng yếu trong kiểm toán báo cáo tài chính ngân hàng…

Trong quá trình phát triển của kế toán, kiểm toán, nhiều công cụ được kế toán, kiểm toán sử dụng nhằm nâng cao năng suất lao động; phù hợp với

nhu cầu phát triển công nghệ thông tin. Từ những năm 70 của thế kỷ XX, máy tính ASCOTA được các doanh nghiệp áp dụng trong kế toán nhằm giảm bớt lao động cho đội ngũ kế toán; dần dần sự phát triển mạnh của công nghệ thông tin, máy tính là công cụ được sử dụng rộng rãi với các hệ thống phần mềm kế toán, kiểm toán cùng với công nghệ đám mây, tạo điều kiện thuận lợi cho xử lý dữ liệu kế toán kiểm toán. Luật Công nghệ thông tin được Quốc hội 11 ban hành ngày 29/6/2006, trong đó, tại Điều 5 của Luật này đã quy định: Ưu tiên ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước; tạo điều kiện để tổ chức, cá nhân hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, đối ngoại, quốc phòng, an ninh; thúc đẩy công nghiệp công nghệ thông tin phát triển thành ngành kinh tế trọng điểm, đáp ứng nhu cầu nội địa và xuất khẩu; khuyến khích đầu tư cho lĩnh vực công nghệ thông tin; ưu tiên một khoản ngân sách Nhà nước để ứng dụng công nghệ thông tin trong một số lĩnh vực thiết yếu, tạo lập nền công nghiệp thông tin và phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin… Luật đã tạo điều kiện quan trọng cho các lĩnh vực phát triển theo xu thế mới, trong đó có lĩnh vực kế toán, kiểm toán.

Cùng với quá trình hội nhập quốc tế, hội nhập trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán ngày càng sâu, Bộ Tài chính đã rất chú ý đến việc ban hành và hướng dẫn các chuẩn mực kế toán Việt Nam, đảm bảo cho các chuẩn mực này ngày càng tiếp cận với các chuẩn mực kế toán quốc tế, chuẩn mực Báo cáo Tài chính quốc tế (IFRS). Ngày 16/3/2020, Bộ trưởng Bộ Tài chính đã ban hành Quyết định số 345/QĐ-BTC phê duyệt đề án áp dụng chuẩn mực Báo cáo tài chính tại Việt Nam, đã xác định mục tiêu cụ thể gồm: (i) xây dựng phương án, lộ trình áp dụng chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế tại Việt Nam cho các nhóm đối tượng cụ thể được xác dịnh có nhu cầu và đủ điều kiện thực hiện; (ii) Ban hành mới và tổ chức thực hiện hệ thống chuẩn mực báo cáo tài chính Việt Nam (VFRS) theo nguyên tắc tiếp thu tối đa thông lệ quốc tế, phù hợp với đặc thù của nền kinh tế Việt Nam và nhu cầu của doanh nghiệp, đảm bảo tính khả thi trong quá trình thực hiện.

2. Kết quả đạt được và **hạn chế trong phát triển kế toán, kiểm toán Việt Nam**

2.1. Kết quả đạt được

Một là, sau quá trình đổi mới và cải cách hệ thống kế toán, kiểm toán Việt Nam, đặc biệt là từ khi thực hiện "Chiến lược phát triển kế toán, kiểm toán đến năm 2020 và tầm nhìn 2030" được ban hành kèm theo quyết định số 480/QĐ-TTg ngày 18/3/2013 của Thủ tướng Chính phủ, lĩnh vực kế toán, kiểm toán đã có bước phát triển vượt bậc, góp phần nâng cao hiệu quả, tính minh bạch của nền kinh tế, bước đầu có sự hội nhập với kế toán quốc tế và khu vực. Theo đó, nhiều văn bản pháp lý về kế toán, kiểm toán đã được ban hành mới và bổ sung sửa đổi phù hợp với thông lệ quốc tế, tạo cơ sở pháp lý cho lĩnh vực kế toán, kiểm toán phát triển cả chiều rộng lẫn chiều sâu. Đặc biệt, được áp dụng rộng rãi trong các loại hình doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau với quy mô khác nhau, từ quy mô lớn đến quy mô siêu nhỏ.

Hai là, vai trò và chức năng quản lý Nhà nước đối với lĩnh vực kế toán, kiểm toán của Việt Nam ngày càng được nâng cao. Bộ máy cơ quan quản lý Nhà nước về kế toán, kiểm toán được củng cố, tạo nền tảng quan trọng để thực hiện chức năng quản lý, giám sát hoạt động kế toán, kiểm toán trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực của nền kinh tế - xã hội, trong đó có lĩnh vực kế toán, kiểm toán.

Thứ ba, đội ngũ cán bộ, chuyên viên làm công tác quản lý Nhà nước về kế toán, kiểm toán trong các Bộ, ngành và địa phương về cơ bản có trình độ chuyên môn cao, được đào tạo cơ bản về chuyên môn và công nghệ thông tin; có phẩm chất, đạo đức nghề nghiệp tốt, kỹ năng làm việc chuyên nghiệp; "việc kiểm tra, giám sát, tuân thủ pháp luật về kế toán được thực hiện với các giải pháp phù hợp, hiệu quả, công khai, minh bạch".

Thứ tư, kể từ khi hình thành và phát triển qua nhiều giai đoạn khác nhau, hệ thống kế toán, kiểm toán Việt Nam đều đã phát huy tác dụng, thực sự là công cụ quản lý kinh tế tài chính có hiệu lực; phù hợp với trình độ phát triển của nền kinh tế và cơ chế quản lý của Nhà nước trong từng thời kỳ; dần dần tiếp cận ngày càng gần với các thông lệ, chuẩn mực quốc tế về kế toán, kiểm toán; đáp ứng yêu cầu thông tin cho công tác điều hành, quản lý các nguồn lực tài chính quốc gia cũng như các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế - xã hội.

Thứ năm, thị trường dịch vụ kế toán, kiểm toán đã được hình thành và từng bước phát triển cả về số lượng, quy mô và chất lượng, tạo điều kiện cho việc nâng cao tính minh bạch, tính công khai của các hoạt động kinh tế, tài chính của tất cả các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế thuộc mọi thành phần kinh tế. Tính đến ngày 10/9/2021, thị trường dịch vụ kế toán

có 155 doanh nghiệp được cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh dịch vụ kế toán (tăng 20% so với thời điểm 31/8/2020) và 400 cá nhân được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hành nghề dịch vụ kế toán (tăng 12,4% so với thời điểm ngày 31/8/2020). Đối với thị trường dịch vụ kiểm toán, tính đến ngày 30/6/2021, có 208 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ kiểm toán (tăng 7,2% so với thời điểm 31/8/2020) và 2.311 kiểm toán viên hành nghề (tăng 2,7% so với thời điểm ngày 31/8/2020). Số lượng khách hàng là 61.079, tăng 8,4% so với thời điểm 31/8/2020.

Thứ sáu, việc mở rộng quan hệ với các tổ chức kế toán, kiểm toán quốc tế trong những năm gần đây đã tạo điều kiện thuận lợi cho kế toán, kiểm toán Việt Nam ngày càng hội nhập sâu với kế toán, kiểm toán quốc tế, với khu vực và đã khẳng định được vị thế của kế toán, kiểm toán toán Việt Nam trên trường quốc tế…

2.2. Hạn chế

Một là, khung khổ pháp lý về kế toán, kiểm toán, đặc biệt là trong lĩnh vực kế toán Công còn nhiều bất cập, chậm được hoàn thiện; chưa có những quy định mang tính chuẩn mực và chưa thực sự phù hợp với thông lệ quốc tế về kế toán trong bối cảnh mới;

Hai là, công tác quản lý Nhà nước về kế toán, kiểm toán còn gặp nhiều khó khăn, thách thức trước sự phát triển mạnh mẽ của nhiều mô hình sản xuất, kinh doanh mới và đặc biệt là sự tiến bộ khoa học - công nghệ của cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Ba là, trình độ chuyên môn của đội ngũ kế toán trong các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế - xã hội còn nhiều hạn chế về chuyên môn cũng như về công nghệ thông tin, nhất là trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa (một mô hình doanh nghiệp chiếm đến 95% tổng số doanh nghiệp của cả nước). Đặc biệt, đội ngũ nhân viên kế toán, kiểm toán còn rất hạn chế về kỹ năng mềm như làm việc theo nhóm, trình độ ngoại ngữ, khả năng tư duy, sáng tạo, tuân thủ công nghệ, tuân thủ kỷ luật…

Bốn là, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin của các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế - xã hội, nhất là có doanh nghiệp nhỏ và vừa còn nghèo nàn, lạc hậu bởi nguồn vốn đầu tư cho việc này rất hạn chế. Công tác kế toán, kiểm toán vẫn dựa trên hồ sơ giấy là cơ bản, trong khi đó công nghệ số lại chuyển toàn bộ dữ liệu thành thông tin điện tử.

Năm là, hệ thống trường đào tạo nguồn nhân lực kế toán, kiểm toán nhiều về số lượng nhưng chất lượng không đảm bảo, gây ra tình trạng vừa thừa, vừa thiếu; nhiều trường đại học không chuyên nhưng vẫn mở ngành kế toán, kiểm toán một cách tràn lan; nội dung, chương trình đào tạo về kế toán, kiểm toán trong các trường đại học khối kinh tế còn nhiều bất cập; chưa có sự phối hợp chặt chẽ với các đơn vị thực tế, các chuyên gia trong các doanh nghiệp, viện nghiên cứu trong xây dựng chương trình; các chương trình đào tạo vẫn mang nặng tính lý thuyết, hạn chế tính thực tiễn…

3. Cơ hội và thách thức trong phát triển kế toán, kiểm toán Việt Nam

Cơ hội

Một là, kỷ nguyên công nghệ số kết nối toàn cầu, mang lại cơ hội phát triển cho tất cả các lĩnh vực, các ngành nghề, trong đó có lĩnh vực kế toán, kiểm toán. Đây là lĩnh vực có tác động nhiều nhất, bởi khi ứng dụng công nghệ số, công tác kế toán, kiểm toán không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý. Khi đó, nếu có đầy đủ điều kiện cần thiết thì công việc kế toán, kiểm toán có thể được thực hiện ở bất kỳ một địa điểm nào trên phạm vi toàn cầu. Công nghệ số thay thế những công việc của kế toán, kiểm toán theo phương pháp thủ công bằng những phương pháp hiện đại như: thu thập, xử lý và cung cấp thông tin cho quản trị doanh nghiệp với dữ liệu lớn, nhanh chóng và chính xác.

Hai là, công nghệ số giúp cho các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế- xã hội và cá nhân hoạt động trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán nhận thức sâu sắc về sự cần thiết và tầm quan trọng của việc áp dụng kỹ thuật công nghệ hiện đại trong công tác kế toán, kiểm toán. Đồng thời, giúp cho các nhân viên kế toán, kiểm toán tiếp cận được những phần mềm tiện ích với chi phí hợp lý; giúp cho các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế sử dụng hiệu quả nguồn lực, tiết kiệm thời gian, nhân lực và chi phí. Mặt khác, đòi hỏi đội ngũ người làm kế toán, kiểm toán phải không ngừng học hỏi, nghiên cứu để nâng cao trình độ chuyên môn, công nghệ, ứng dụng vào thực tiễn, thích nghi với điều kiện của công nghệ mới nhằm nâng cao năng suất lao động kế toán, kiểm toán và chất lượng thu nhận, xử lý và cung cấp thông tin phục vụ công tác quản trị doanh nghiệp.

Ba là, công nghệ số phát triển với các ứng dụng vạn vật kết nối, lưu trữ một khối lượng dữ liệu cực kỳ lớn và xử lý các thông tin cực kỳ nhanh, mở ra cơ hội cho lĩnh vực kế toán, kiểm toán tiếp cận sử dụng những phần mềm kế toán, kiểm toán hiện đại với những lợi thế lớn và chi phí phù hợp. Từ đó, nâng cao năng suất lao động kế toán, kiểm toán; sử dụng hiệu quả nguồn lực, tiết kiệm thời gian và nhân lực

kế toán, kiểm toán, nâng cao chất lượng dịch vụ kế toán, kiểm toán…

Bốn là, công nghệ số với việc sử dụng công nghệ hiện đại và thông minh sẽ làm tăng hiệu quả của công tác kế toán, kiểm toán lên nhiều lần so với cách làm truyền thống. Với hệ thống phần mềm kế toán, kiểm toán hiện đại, thông minh tạo điều kiện cho sử dụng nhiều hơn các phương tiện tính toán, thu nhận, xử lý thông tin, truyền thông xã hội; cải thiện cách thức làm việc và xu hướng sử dụng dịch vụ thuê ngoài, nâng cao năng suất lao động kế toán, kiểm toán… Công nghệ số giúp cho việc thực hiện công tác kế toán, kiểm toán một cách dễ dàng, hiệu quả từ việc thu thập thông tin, xử lý thông tin, phân tích và cung cấp thông tin đến việc bảo quản lưu trữ tài liệu, thông tin kế toán, kiểm toán và tổ chức bộ máy kế toán, kiểm toán gọn nhẹ, tiết kiệm chi phí. Với công nghệ đám mây, giúp cho việc lưu trữ dữ liệu với khối lượng lớn, không bị hạn chế, đảm bảo an toàn.

Năm là, công nghệ số tạo xu hướng toàn cầu hóa, khuyến khích sự di chuyển tự do của dòng tiền trên thị trường tài chính, tăng sự liên kết quốc tế trong việc sử dụng các dịch vụ thuê kế toán, kiểm toán; chuyển giao kỹ năng nghề nghiệp cũng như nâng cao khả năng cạnh tranh về nguồn nhân lực kế toán, kiểm toán; tạo sự thay đổi về nhân lực trong ngành kế toán, kiểm toán; thu hút được nhân lực có trình độ chuyên môn cao và trình độ công nghệ thông tin hiện đại. Mặt khác, việc công bố thông tin trong xu hướng toàn cầu hóa sẽ có nhiều quy định mới phù hợp với bối cảnh công nghệ số, tạo điều kiện cho sự đổi mới tư duy của những người làm kế toán, kiểm toán trong các doanh nghiệp, kiểm toán độc lập và các tổ chức kinh tế về quy trình kế toán, kiểm toán đòi hỏi người làm kế toán, kiểm toán phải có trình độ chuyên môn cao và trình độ công nghệ hiện đại để đáp ứng điều này.

Năm là, công nghệ số, tạo điều kiện cho việc mở rộng quan hệ quốc tế nói chung và trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán nói riêng. Người làm kế toán, kiểm toán có thể thực hiện các công việc chuyên môn ở bất kỳ đâu trên phạm vi toàn cầu; có thể thu thập thông tin và làm việc ngay cả khi không có văn phòng làm việc nếu như có đường truyền và máy tính.

Thách thức

Một là, chuẩn mực Kế toán Việt Nam (VAS) và chuẩn mực Kiểm toán Việt Nam (VSA) vẫn còn những khác biệt khá lớn với chuẩn mực Kế toán quốc tế (IAS) cũng như chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế (IFRS). Sự khác biệt này thể hiện ở cách lập của một số khoản mục trên Báo cáo tài chính. Cụ thể là một số chỉ tiêu phản ánh Tài sản và Nợ phải trả trong khi lập theo IFRS được đánh giá theo giá trị hợp lý thì theo VAS lập theo giá gốc. Điều đó, làm cho giá trị Tài sản và Nợ phải trả của doanh nghiệp phản ánh không đúng với thực tế của thị trường. Vì vậy, ảnh hưởng không ít đến quá trình hội nhập của kế toán, kiểm toán của Việt Nam.

Hai là, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin của các doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều hạn chế, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Điều này có nhiều nguyên nhân, trong đó có nguyên nhân về khả năng tài chính của các doanh nghiệp Việt Nam còn hạn hẹp và trình độ khoa học - công nghệ của các nhân viên kế toán, kiểm toán trong doanh nghiệp còn nhiều hạn chế, chưa được đào tạo một cách bài bản về công nghệ hiện đại.

Ba là, công tác kế toán, kiểm toán nội bộ trong các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay phần lớn là thực hiện các khâu công việc theo phương pháp thủ công, nặng về hồ sơ giấy tờ, trong khi đó, công nghệ số thực hiện toàn bộ công việc thu thập và xử lý dữ liệu thông qua phần mềm kế toán hiện đại, xử lý một khối lượng thông tin khổng lồ với thời gian rất ngắn và ở những địa điểm khác nhau trên toàn cầu. Do đó, nếu trình độ công nghệ thông tin của nhân viên kế toán hạn chế sẽ rất khó khăn và thậm trí không thể thực hiện được.

Bốn là, trình độ chuyên môn và chất lượng của đội ngũ cán bộ quản lý và những người làm kế toán, kiểm toán tuy đã được nâng lên khá nhiều nhưng trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư với công nghệ số vẫn còn nhiều bất cập, chưa đồng đều; cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và mức độ ứng dụng công nghệ thông tin trong kế toán, kiểm toán của các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế- xã hội còn nhiều hạn chế. Điều đó, ảnh hưởng rất lớn đến công tác quản lý, kiểm tra giám sát cũng như thực hiện công việc kế toán.

Năm là, thị trường dịch vụ kế toán kiểm toán tuy có những bước phát triển nhưng nhìn chung, quy mô còn chưa tương xứng với tiềm năng và tốc độ phát triển kinh tế - xã hội; chưa có nhiều doanh nghiệp có chất lượng dịch vụ cao; tình trạng cạnh tranh không lành mạnh vẫn thường xảy ra giữa các doanh nghiệp, làm cho thị trường dịch vụ kế toán kiểm toán còn nhiều bất cập.

Giải pháp phát triển kế toán, kiểm toán trong bối cảnh công nghệ số

Để phát triển kế toán, kiểm toán Việt Nam trong bối cảnh công nghệ số đạt được hiệu quả cao, một số giải pháp cụ thể được đề xuất dưới đây:

Một là, Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện, đồng bộ hệ thống pháp luật kế toán, kiểm toán; Bộ Tài chính tập trung chỉ đạo triển khai Đề án áp dụng chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế theo lộ trình đã được phê duyệt, hoàn thiện hệ thống chuẩn mực kế toán Việt Nam và chuẩn mực kiểm toán Việt Nam phù hợp với chuẩn mực và thông lệ quốc tế.

Hai là, tăng cường, đổi mới và nâng cao hiệu quả các hoạt động giám sát, kiểm tra việc tuân thủ pháp luật về kế toán, kiểm toán của các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế - xã hội để kịp thời phát hiện và xử lý những vi phạm pháp luật kế toán, kiểm toán.

Ba là, đầu tư thỏa đáng cho việc phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin một cách đồng bộ và kịp thời, đáp ứng xu thế phát triển công nghệ trong kỷ nguyên công nghệ số. Đặc biệt là chú trong xây dựng hệ thống an ninh mạng, bảo vệ sự an toàn thông tin, dữ liệu tài chính, kế toán.

Bốn là, rà soát lại để xây dựng các chính sách ưu đãi, hỗ trợ các trường đại học, viện nghiên cứu, các doanh nghiệp trong việc đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực kế toán, kiểm toán chất lượng cao. Trong đó, đặc biệt về đào tạo nhân lực kế toán, kiểm toán vừa có trình độ chuyên môn cao, vừa có trình độ công nghệ thông tin cao để thực hiện những yêu cầu đòi hỏi của công nghệ số.

Năm là, phát triển, đa dạng hóa và lành mạnh, bền vững các loại hình dịch vụ kế toán, kiểm toán; nâng cao chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp Dịch vụ kế toán kiểm toán; đổi mới quy trình kiểm tra, sát hạch đối với đội ngũ kiểm toán viên, kế toán viên hành nghề nhằm đảm bảo có được đội ngũ nhân viên dịch vụ có chất lượng cao, có khả năng đáp ứng yêu cầu của công tác kế toán, kiểm toán trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0

Sáu là, có chính sách hợp lý trong việc đẩy mạnh hợp tác quốc tế, tăng cường phát triển thị trường dịch vụ kế toán, kiểm toán và phát triển đa dạng hóa các hoạt động dịch vụ kế toán, kiểm toán phù hợp với các nước trong khu vực và quốc tế trong giai đoạn hiện nay.

Bảy là, các cơ sở đào tạo về kinh tế, kế toán, kiểm toán và công nghệ thông tin những năm qua đã có những đổi mới tích cực trong đào tạo nguồn nhân lực kế toán, kiểm toán chất lượng cao. Tuy nhiên, thực tế nhiều sinh viên sau tốt nghiệp chưa đáp ứng được yêu cầu của các nhà tuyển dụng. Vì vậy, thời gian tới cần tiếp tục có sự đổi mới nội dung, chương trình và phương pháp đào tạo trên cơ sở có sự phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp, các cơ quan kiểm toán Nhà nước và kiểm toán độc lập, các cơ sở đào tạo có uy tín ở trong và ngoài nước nhằm tăng cường kiến thức thực hành và kiến thức về tin học, công nghệ cũng như ứng dụng công nghệ vào thực tiễn; tạo điều kiện cho sinh viên nhanh chóng tiếp cận với quy trình kế toán trong bối cảnh ứng dụng công nghệ hiện đại của công nghệ số đem lại.

Đầu tư trang bị phòng thực hành kế toán, kiểm toán với các trang thiết bị hiện đại phù hợp với bối cảnh chuyển đổi số để nâng cao kiến thực thực hành cho sinh viên;

Tám là, các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế - xã hội cần nhận thức sâu sắc, đổi mới tư duy trước yêu cầu hội nhập khu vực và quốc tế trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán và công nghệ số; tuân thủ các nguyên tắc, các quy định mà Nhà nước đã ban hành trong lĩnh vực tài chính, kế toán và kiểm toán; phối hợp chặt chẽ với các trường đại học/học viện, hội nghề nghiệp trong việc bồi dưỡng đội ngũ kế toán, kiểm toán nhằm nâng cao chất lượng của đội ngũ kế toán, kiểm toán cả về chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp và trình độ công nghệ thông tin; huy động nguồn tài chính cho việc đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và nguồn nhân lực kế toán, kiểm toán chất lượng cao, đáp ứng được yêu cầu mới trong bối cảnh công nghệ số.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Tài chính (2008), Hệ thống chuẩn mực kế toán Việt Nam, NXB Tài chính

Bộ Tài chính (2020), Đề án công bố hệ thống chuẩn mực kế toán Công của Việt Nam

Bộ Tài chính, Công thông tin điện tử - Tin tức Tài chính ngày 03/11/2021.

Chính phủ (2016), Nghị định số 174/2016/NĐ-CP ngày 30/12/2016, quy định một số điều của Luật kế toán

Nguyễn Phan Hoàng Chánh và Lê Đức Thắng (2019),"Phát triển ngành kế toán, kiểm toán Việt Nam thời kỳ cách mạng công nghệ 4.0", Tạp chí Tài chính kỳ 2 tháng 8/2019.

GS.TS Ngô Thế Chi, PGS.TS Phạm Văn Đăng và công sự (2012)," Kế toán Việt Nam - quá trình hình thành và phát triển", Nhà xuất bản Tài chính

TS. Nguyễn Minh Hòa (2020),"Phát triển lĩnh vực kế toán Việt Nam trong giai đoạn mới", Tạp chí Tài chính.

Quốc Hội (2015), Luật kế toán số 88/2015/QH 13.

Quốc hội (2019), Luật số 55/2019/QH14, sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Kiểm toán Nhà nước năm 2015.

Quốc hội (2019), Luật Kế toán số 14/VBHN-VPQH ngày 04/7/2019.

QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN CƠ CHẾ TỰ CHỦ TÀI CHÍNH TẠI CÁC ĐƠN VỊ SỰ NGHIỆP CÔNG LẬP CẤP TỈNH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH BẮC NINH - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

PGS.TS. Ngô Thanh Hoàng* - TS. Đỗ Thị Thu Trang**

Bắc Ninh là một trong những địa phương đã và đang thực hiện đẩy nhanh quá trình thực hiện cơ chế tự chủ tại các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh. Trong giai đoạn từ 2015 - 2021, quá trình thực hiện cơ chế tự chủ, đặc biệt là cơ chế tự chủ tài chính tại các đơn vị đã đạt được nhiều kết quả song cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn, hạn chế. Trong bài viết này, nhóm tác giả đã phân tích và đánh giá quá trình triển khai thực hiện cơ chế tự chủ tài chính trong các đơn vị sự nghiệp công lập cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy quá trình này.

• Từ khóa: *cơ chế, tự chủ tài chính, Bắc Ninh.*

Bac Ninh is one of the provinces that has been speeding up the process of implementing the autonomy mechanism in public non-business units. In the period from 2015 to 2021, the process of implementing the autonomy mechanism, especially the financial autonomy mechanism at the units, has achieved many results. However, it also faces many difficulties and limitations. In this article, the authors have analyzed and evaluated the process of implementing the financial autonomy mechanism in provincial public non-business units in Bac Ninh province, thereby proposing some solutions to promote this process.

• Key words: *mechanism, financial autonomy, Bac Ninh.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

Khái quát chung về hệ thống đơn vị sự nghiệp công lập cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh

Bắc Ninh là tỉnh có diện tích nhỏ nhất cả nước, với vị trí nằm trong Vùng thủ đô Hà Nội, vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, thuộc vùng Đồng bằng sông Hồng. Đến nay, Bắc Ninh là đơn vị hành chính Việt Nam đông thứ 22 về số dân số, với 2 thành phố, 2 thị xã và 4 huyện tổng cộng 1.488.250 người, xếp thứ tám về Tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP), xếp thứ ba về GRDP bình quân đầu người. GRDP đạt 248.376 tỉ Đồng (tương ứng hơn 10,8 tỉ USD), GRDP bình quân đầu người đạt 7.250 USD (tương ứng với 167 triệu đồng), tốc độ tăng trưởng GRDP 2022 đạt 7,39%. Sau hơn 25 năm tái lập tỉnh, Bắc Ninh phát triển từ một tỉnh nông nghiệp thuần túy, cơ sở hạ tầng khó khăn, đã cơ bản trở thành tỉnh công nghiệp theo hướng hiện đại, với nhiều chỉ tiêu kinh tế-xã hội đứng trong nhóm các tỉnh, thành phố dẫn đầu cả nước; trong đó, 10/15 chỉ tiêu quốc gia đánh giá xếp hạng tốp 10 và 5/15 chỉ tiêu đứng thứ nhất (gồm giá trị sản xuất công nghiệp; tỷ lệ phòng học kiên cố hóa; tỷ lệ trường đạt chuẩn quốc gia; tỷ lệ trạm y tế kiên cố hóa; diện tích nhà ở bình quân đầu người). Quy mô kinh tế của Bắc Ninh đứng thứ 8 toàn quốc; tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 1997-2021 đạt 13,9%/năm.

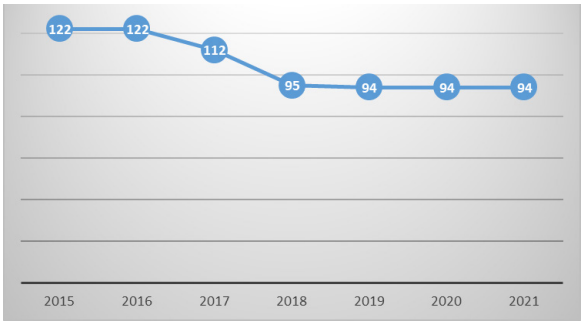
Thực hiện Nghị quyết số 19-NQ/TW ngày 25/10/2017 Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương Đảng (khóa XII) về tiếp tục đổi mới hệ thống tổ chức và quản lý, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các đơn vị sự nghiệp công lập (Nghị quyết số 19-NQ/TW), Nghị quyết số 08/NQ-CP ngày 24/01/2018 của Chính phủ về chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 19-NQ/TW (Nghị quyết số 08/NQ-CP) và Chương trình hành động số 48-CTr/TU ngày 26/01/2018 của Tỉnh ủy Bắc Ninh về thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa

** Học viện Tài chính*
*** Sở Tài chính Bắc Ninh*

XII về tiếp tục đổi mới hệ thống tổ chức và quản lý, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các đơn vị sự nghiệp công lập, năm 2018, Ủy ban nhân dân tỉnh Bắc Ninh ban hành Kế hoạch số 79/KH-UBND ngày 22 tháng 3 năm 2018, trong đó quy định cụ thể về rà soát, sắp xếp, tổ chức lại đơn vị sự nghiệp công lập của từng ngành, lĩnh vực trên cơ sở quy định của pháp luật về tiêu chí phân loại, điều kiện thành lập, sáp nhập, hợp nhất, giải thể.

Kết quả từ việc thực hiện quá trình rà soát, sắp xếp, tổ chức lại các đơn vị sự nghiệp công lập trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh, trong giai đoạn 2015 đến nay có sự biến động tương đối lớn về số lượng các đơn vị, theo hướng tinh giản, sắp xếp, tổ chức lại các đơn vị SNCL. Bởi vậy, tính đến nay, số lượng đơn vị SNCL cấp tỉnh giảm từ 122 xuống còn 94 đơn vị. Cụ thể:

Biểu đồ 1: Biến động số lượng đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh giai đoạn 2015 - 2021



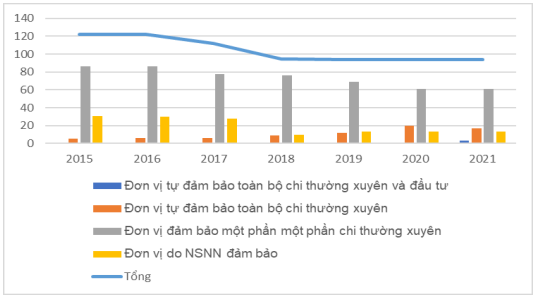
Nguồn: Báo cáo tự chủ giai đoạn 2015 - 2021 của UBND tỉnh Bắc Ninh

Theo đó, sự biến động lớn nhất là hai lĩnh vực y tế và giáo dục, với số lượng đơn vị sự nghiệp giáo dục giảm từ 33 đơn vị giai đoạn năm 2015 xuống còn 27 đơn vị năm 2021; lĩnh vực y tế giảm từ 40 đơn vị xuống còn 18 đơn vị năm 2021. Tính đến nay, thống kê số lượng các đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh ở các lĩnh vực bao gồm 18 đơn vị sự nghiệp y tế, 27 đơn vị sự nghiệp giáo dục công lập, 31 đơn vị sự nghiệp kinh tế và 18 đơn vị sự nghiệp khác ở các lĩnh vực còn lại.

Thực trạng thực hiện cơ chế tự chủ tài chính trong các đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh

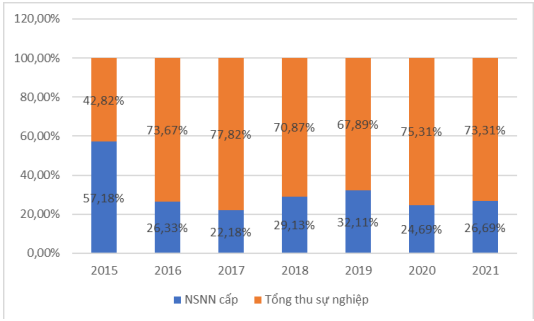
Trong giai đoạn 2015 - 2021, các đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh có sự thay đổi đáng kể trong việc gia tăng cả về số lượng loại hình đơn vị tự chủ và mức độ tự chủ tài chính của các đơn vị. Điều này được thể hiện qua các biểu đồ dưới đây:

Biểu đồ 2: Biến động loại hình đơn vị tự chủ các đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh giai đoạn 2015 - 2021



Nguồn: Báo cáo tự chủ giai đoạn 2015 - 2021 của UBND tỉnh Bắc Ninh

Biểu đồ 3: Biến động tỷ trọng các nguồn lực tài chính tại các đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh giai đoạn 2015-2021



Nguồn: Báo cáo tự chủ giai đoạn 2015 - 2021 của UBND tỉnh Bắc Ninh

Có thể thấy, trong giai đoạn từ 2015 - 2021, cùng với sự biến động về số lượng các đơn vị là kết quả của quá trình sắp xếp, tổ chức lại mạng lưới các đơn vị SNCL trên địa bàn, tỉnh Bắc Ninh đã đạt được những kết quả khả quan trong quá trình nâng cao mức độ tự chủ tài chính tại các đơn vị SNCL, cụ thể:

- Từ chỉ có 5 đơn vị tự đảm bảo toàn bộ chi thường xuyên năm 2015, nâng lên 17 đơn vị và thêm 03 đơn vị tự đảm bảo toàn bộ chi thường xuyên và chi đầu tư.

- Từ có 31 đơn vị do NSNN đảm bảo toàn bộ, nay giảm xuống còn 13 đơn vị.

Cùng với kết quả này, xét riêng về mức độ tự chủ tài chính của các đơn vị sự nghiệp tự đảm bảo một phần kinh phí hoạt động, cũng đều có sự gia tăng tương đối trong xu hướng biến động mức độ tự chủ, mà đặc trưng đó là tỷ trọng nguồn thu sự nghiệp chiếm tỷ trọng trên dưới 70% so với tổng nguồn lực tài chính phục vụ nhu cầu hoạt động của các đơn vị. Có thể nói đây cũng là một trong những kết quả nổi bật trong quá trình thực hiện cơ chế tự chủ của tỉnh.

Những kết quả đạt được

Thứ nhất, Bắc Ninh là một trong những địa phương triển khai thực hiện cơ chế tự chủ nói chung,

tự chủ tài chính nói riêng tại các đơn vị SNCL từ sớm. Hệ thống các văn bản ban hành ở địa phương nhằm triển khai thực hiện cơ chế tự chủ từ Trung ương được ban hành tương đối đầy đủ, đúng quy trình, tạo điều kiện thuận lợi cho các đơn vị triển khai.

Thứ hai, UBND tỉnh, Sở Tài chính và các Sở, ngành quản lý các lĩnh vực sự nghiệp công trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh có sự phối hợp chủ động, kịp thời để tháo gỡ những vướng mắc, khó khăn trong quá trình triển khai cơ chế tự chủ. Đặc biệt liên quan tới việc phân loại loại hình đơn vị tự chủ, hay việc thực hiện các hoạt động xã hội hoá, sử dụng tài sản công vào mục đích cho thuê, liên doanh, liên kết tại địa phương.

Thứ ba, nhờ các đề án tái cơ cấu mạng lưới đơn vị sự nghiệp công, đề án nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong các đơn vị SNCL, đề án nâng cao, cải thiện cơ sở vật chất tại các đơn vị SNCL của tỉnh uỷ… đã tạo điều kiện nền tảng cho các đơn vị SNCL phát huy năng lực tự chủ của đơn vị mình.

Thứ tư, quá trình thực hiện cơ chế tự chủ tài chính tại các đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Số lượng đơn vị SNCL nhóm 1 và nhóm 2 tăng đáng kể qua các năm. Theo đó, nguồn thu từ cung ứng dịch vụ sự nghiệp công của các đơn vị có sự gia tăng cả về số tuyệt đối lẫn tỷ trọng trong cơ cấu tổng nguồn tài chính tại các đơn vị. Cơ cấu chi phí tại các đơn vị sự nghiệp được cân đối tương đối phù hợp với nguồn lực. Các đơn vị đều chủ động xây dựng quy chế chi tiêu nội bộ, thực hiện tốt tiết kiệm chi, số chi thu nhập tăng thêm và trích lập quỹ phát triển hoạt động sự nghiệp đều có sự gia tăng qua các năm. Bởi vậy, từ khi thực hiện cơ chế tự chủ, thu nhập và đời sống của cán bộ, viên chức làm việc tại các đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh có sự cải thiện đáng kể, đơn vị cũng có nguồn tài chính từ quỹ PT HĐSN để cải thiện cơ sở vật chất của đơn vị mình. Đặc biệt, giai đoạn 2019 - 2021, mặc dù trong bối cảnh đại dịch Covid 19 tác động nặng nề, song sự hỗ trợ kịp thời của Tỉnh cùng sự chủ động của các đơn vị SNCL, quá trình thực hiện cơ chế tự chủ tại các đơn vị SNCL đã vững vàng vượt qua giai đoạn khó khăn.

Những khó khăn, hạn chế còn tồn tại

Thứ nhất, mặc dù tại các địa phương khác, danh mục dịch vụ sự nghiệp công được ban hành ở hầu hết các lĩnh vực ngay từ những năm 2016, 2017 sau khi Nghị định 16/2015/NĐ-CP được ban hành và tới nay đã được hoàn thiện, bổ sung hoặc xây dựng mới theo quy định hiện hành, tuy nhiên tại Bắc Ninh, mới chỉ có một số lĩnh vực thuộc sự nghiệp kinh tế được ban hành và ban hành tại thời điểm trước năm 2021. Những lĩnh vực sự nghiệp như y tế, giáo dục chưa có danh mục dịch vụ sự nghiệp công sử dụng NSNN tại địa phương mà hiện tại vẫn tuân thủ theo danh mục từ Trung ương theo Quyết định của Thủ tướng chính phủ.

Thứ hai, vì chưa có đủ các danh mục dịch vụ sự nghiệp công, nên quá trình xây dựng và ban hành định mức kinh tế kỹ thuật từng dịch vụ, làm căn cứ để Tỉnh thực hiện giao nhiệm vụ, đặt hàng, đấu thầu dịch vụ công hiện vẫn chưa được triển khai thực hiện.

Thứ ba, mặc dù việc phân loại loại hình cơ chế tự chủ đã được thực hiện tương đối theo quy trình, song đâu đó vẫn còn có những đơn vị được giao loại hình đơn vị tự chủ chưa phù hợp với năng lực hiện có tại đơn vị, dẫn đến khó khăn khi thực hiện loại hình đơn vị tự chủ mới ở mức cao hơn. Bên cạnh đó, tỉnh cũng chưa xây dựng được khung đánh giá chất lượng, hiệu quả hoạt động tại các đơn vị SNCL và chưa có cơ chế giám sát quá trình hoạt động nói chung, quá trình thực hiện cơ chế tự chủ tại các đơn vị nhằm đảm bảo việc thực hiện nhiệm vụ chính trị của các đơn vị SNCL trong việc thực hiện các chính sách an sinh xã hội của địa phương.

Thứ tư, mặc dù tỉnh Bắc Ninh đã rất chủ động, đi trước đón đầu trong việc tạo điệu kiện cho các đơn vị thực hiện các đề án xã hội hoá, đề án cung cấp dịch vụ theo yêu cầu, đề án sử dụng tài sản công vào cho thuê, liên doanh, liên kết …song độ trễ về mặt thời gian trong quy trình thẩm định, phê duyệt; sự thiếu đồng bộ trong các văn bản pháp lý từ Trung ương đến địa phương cùng bối cảnh đại dịch Covid 19 đã khiến cho các hoạt động này chưa phát huy được hiệu quả như đề án ban đầu.

Thứ năm, về phía các đơn vị SNCL, cách thức quản lý, quản trị tài chính, chi phí tại một số các đơn vị SNCL vẫn theo lối truyền thống, hiện không còn phù hợp với sự phát triển mạnh mẽ của cơ chế tự chủ tài chính. Điều này ảnh hưởng không nhỏ tới quá trình thực hiện cơ chế tự chủ, đặc biệt đối với bài toán cân đối và an toàn tài chính của đơn vị.

Giải pháp thúc đẩy cơ chế tự chủ tài chính trong các đơn vị sự nghiệp công lập cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh

Mục tiêu tổng quát trong kế hoạch phát triển kinh tế, chính trị, xã hội tỉnh Bắc Ninh hướng tới xây dựng tỉnh Bắc Ninh giữ vững vị thế là một trong những cực phát triển của vùng Đồng bằng sông Hồng, một trong những nền kinh tế đứng đầu cả nước, sớm trở thành thành phố trực thuộc Trung ương và là hình mẫu về thành phố thông minh, đổi mới sáng tạo, sinh

thái, giữ gìn và phát huy các bản sắc văn hóa và có chất lượng cuộc sống cao. Một trong những giải pháp để đạt được mục tiêu này là xây dựng và hoàn thiện mạng lưới các đơn vị SNCL trên địa bàn tỉnh và nâng cao chất lượng, hiệu quả cung ứng dịch vụ sự nghiệp công và thúc đẩy tự chủ tài chính tại các đơn vị, đổi mới đầu tư NSNN là chìa khoá để đạt được điều đó. Bởi vậy, qua phân tích và đánh giá thực trạng thực hiện tự chủ tài chính tại các đơn vị SNCL cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh thời gian qua, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị giải pháp sau:

***Thứ nhất*,** tỉnh cần sớm hoàn thiện và ban hành danh mục dịch vụ sự nghiệp công, tách danh mục sử dụng NSNN dựa trên các quy định pháp lý mới được ban hành như trên trên cơ sở chi tiết các hình thức đầu tư từ NSNN.

***Thứ hai*,** UBND tỉnh và các Sở, ban ngành có liên quan cần đẩy nhanh việc xây dựng và hoàn thiện định mức kinh tế kỹ thuật đối với từng loại hình dịch vụ sự nghiệp công làm cơ sở ban hành giá dịch vụ sự nghiệp công sử dụng ngân sách nhà nước đảm bảo lộ trình tính giá. Nghiên cứu xây dựng, hoàn thiện và ban hành bộ tài liệu hướng dẫn xây dựng ĐMKTKT chung cho toàn tỉnh, trong đó bao gồm các nội dung trên và các mẫu hướng dẫn cụ thể, làm căn cứ, cơ sở để các cơ quan chủ trì xây dựng thực hiện. Đồng thời, tổ chức các khoá đào tạo, bồi dưỡng nhằm nâng cao năng lực đấu thầu của các đơn vị SNCL của tỉnh, từng bước sớm thực hiện phương thức đầu tư từ NSNN theo hình thức đấu thầu, đặt hàng. Bên cạnh đó, tỉnh cần bố trí một phần kinh phí hỗ trợ các đơn vị thuê chuyên gia tư vấn nhằm hướng dẫn cụ thể hoá các đơn vị ở từng lĩnh vực sự nghiệp để việc xây dựng và hoàn thiện bộ ĐMKT được đẩy nhanh theo đúng lộ trình, đáp ứng yêu cầu đổi mới đầu tư NSNN theo hướng tăng cường đặt hàng, đấu thầu dịch vụ sự nghiệp công.

***Thứ ba*,** thực hiện phân loại mức độ tự chủ và trao quyền tự chủ tài chính phù hợp với khả năng và năng lực thích ứng của các đơn vị SNCL, gắn với quy hoạch mạng lưới đơn vị sự nghiệp thì mới có thể tạo ra sự phù hợp, giúp đơn vị có khả năng thích ứng với loại hình tự chủ mới. Theo đó, Sở Tài chính và các Sở chủ quản cần hướng dẫn các đơn vị cụ thể về cách thức xác định, đồng thời hướng dẫn và yêu cầu các đơn vị thực hiện hạch toán chi tiết doanh thu - chi phí từng hoạt động tại các đơn vị. Bên cạnh đó, trước khi nâng mức độ tự chủ của các đơn vị SNCL, tỉnh cần có kế hoạch đầu tư, trang bị cơ sở vật chất, kỹ thuật hạ tầng trong trung hạn để tạo nền tảng tiền đề cho các đơn vị tự chủ.

***Thứ tư*,** tỉnh cần tăng cường thực hiện phân cấp thẩm quyền tới cấp thành phố, huyện thị, các Sở ngành và đơn vị SNCL đối với việc phê duyệt các đề án liên doanh, liên kết hay đề án xã hội hoá; quy định về thẩm quyền tuyển dụng lao động đáp ứng nhu cầu chuyên môn cao tại các đơn vị. Đồng thời, tăng cường phân cấp thẩm quyền phê duyệt Đề án vị trí việc làm cho các cơ quan cấp dưới.

***Thứ năm*,** cần nâng cao năng lực quản lý của người đứng đầu đơn vị sự nghiệp công lập thông qua việc thí điểm thi tuyển chức danh thủ trưởng đơn vị SNCL và thực hiện đánh giá, xếp hạng hàng năm vị trí này. Đồng thời, có cơ chế hỗ trợ từ nguồn NSNN nhằm hoàn thiện và phát triển cơ sở vật chất, hạ tầng và trang thiết bị chuyên môn tại các đơn vị SNCL, tạo tiền đề để các đơn vị nâng cao mức độ và khả năng tự chủ. Bên cạnh đó, các đơn vị SNCL trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh cần nâng cao chất lượng công tác quản trị tài chính, đặc biệt là quản trị doanh thu, chi phí tại các đơn vị SNCL, xây dựng hệ thống chỉ tiêu phân tích rủi ro tài chính để đảm bảo khi chuyển sang loại hình đơn vị tự chủ ở mức cao hơn, đơn vị sẽ tránh được những "rủi ro" từ quá trình này.

Kết luận

Với đặc thù phát triển kinh tế - chính trị và xã hội của Bắc Ninh, cùng thực trạng quá trình triển khai, thực hiện cơ chế tự chủ tài chính tại các đơn vị sự nghiệp công lập cấp tỉnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh, có thể thấy trong giai đoạn từ 2015 - 2021, tỉnh Bắc Ninh đã gặt hái được nhiều kết quả cũng như phải đối mặt với không ít thách thức trong quá trình thực hiện cơ chế tự chủ tài chính tại các đơn vị SNCL. Qua nhận định, đánh giá những khó khăn, hạn chế và những nguyên nhân khách quan và chủ quan, nhóm tác giả đã đề xuất các giải pháp phù hợp với địa phương để nhằm nâng cao và thúc đẩy thực hiện quá trình thực hiện cơ chế tự chủ tài chính tại các đơn vị.

Tài liệu tham khảo:

Báo cáo Kết quả thực hiện cơ chế tự chủ của đơn vị sự nghiệp công lập thuộc tỉnh Bắc Ninh các năm trong giai đoạn 2015 - 2021.

Quyết toán ngân sách nhà nước tỉnh Ninh Bình các năm 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020.

Cục Thống kê tỉnh Bắc Ninh, Niên giám Thống kê tỉnh Bắc Ninh giai đoạn 2015 - 2021.

Chương trình hành động số 48-CTr/TU ngày 26/01/2018 của Tỉnh ủy Bắc Ninh về thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII về tiếp tục đổi mới hệ thống tổ chức và quản lý, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các đơn vị sự nghiệp công lập.

Kế hoạch số 79/KH-UBND ngày 22 tháng 3 năm 2018 về triển khai thực hiện Nghị quyết số 19-NQ/TW hội nghị lần thứ 6 ban chấp hành Trung ương Đảng khoá XII, Nghị quyết số 08/NQ-CP của Chính phủ và Chương trình hành động của tỉnh uỷ thực hiện Nghị quyết số 19-NQ/TW về tiếp tục đổi mới hệ thống tổ chức và quản lý, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các đơn vị sự nghiệp công lập.

Quyết định 16/2019/QĐ-UBND quy định về tài sản khác có giá trị lớn sử dụng vào mục đích kinh doanh, cho thuê tại đơn vị sự nghiệp công lập do tỉnh Bắc Ninh ban hành.

Một số văn bản có liên quan khác tại tỉnh Bắc Ninh ...

PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC QUỸ ĐẦU TƯ Ở VIỆT NAM

TS. Nguyễn Hữu Tân* - TS. Nguyễn Thu Thương*

Trong hơn 20 năm qua, sự phát triển của thị trường chứng khoán ở Việt Nam đã tạo cơ sở và nền tảng cho sự hình thành và phát triển các quỹ đầu tư chứng khoán. Tuy nhiên, các quỹ đầu tư tại Việt Nam chỉ bắt đầu xuất hiện trong khoảng hơn 10 năm trở lại đây. Hiện tại, có khoảng 87 quỹ đầu tư chứng khoán trong nước đang hoạt động trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Tuy nhiên, quy mô và tính đa dạng của các sản phẩm quỹ vẫn còn hạn chế so với tiềm năng của thị trường. Đồng thời, các quỹ đầu tư chứng khoán vẫn chưa thực sự phát huy vai trò quan trọng trong việc thu hút vốn đầu tư, hướng dẫn các nhà đầu tư cá nhân và góp phần vào sự ổn định của thị trường chứng khoán. Bài viết này thu thập và phân tích dữ liệu về tình hình hoạt động của các quỹ đầu tư tại Việt Nam, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm phát triển các quỹ đầu tư chứng khoán của Việt Nam trong tương lai.

• Từ khóa: *quỹ đầu tư, thị trường chứng khoán, thực trạng hoạt động, giải pháp.*

Over the past 20 years, the development of the stock market in Vietnam has provided a foundation for the formation and growth of securities investment funds. However, investment funds in Vietnam have only emerged in the last decade or so. Currently, there are approximately 87 domestic securities investment funds operating in the Vietnamese stock market. However, the scale and diversity of fund products are still limited compared to the market potential. Moreover, these securities investment funds have yet to fully play a significant role in attracting investment capital, guiding individual investors, and contributing to the stability of the stock market. This article aims to collect and analyze data on the current state of operations of investment funds in Vietnam and propose solutions to develop Vietnam's securities investment funds in the future.

• Key words: *investment funds, stock market, operational status, solutions.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Đặt vấn đề

Về bản chất, quỹ đầu tư chứng khoán là một quỹ tiền tệ do tổ chức và cá nhân góp lại để được quản lý nhằm tăng cường tính chuyên nghiệp trong hoạt động đầu tư chứng khoán. Nhờ những tác động tích cực của quỹ đối với thị trường chứng khoán và nền kinh tế, quỹ đầu tư chứng khoán đã thu hút sự quan tâm không chỉ từ các nhà đầu tư mà còn từ các cơ quan quản lý. Trên thực tế, quỹ đầu tư chứng khoán đã được sử dụng như một công cụ để cải thiện chất lượng và mở rộng quy mô cung và cầu chứng khoán. Với vai trò của mình, quỹ đầu tư chứng khoán có khả năng huy động vốn từ các nhà đầu tư nhỏ lẻ và cung cấp vốn cho các doanh nghiệp thông qua việc đầu tư vào cổ phiếu và trái phiếu của các công ty. Đồng thời, với tư cách là cổ đông, quỹ luôn theo dõi và giám sát hoạt động của các công ty này, tạo áp lực để các công ty nâng cao chất lượng quản trị và điều hành, góp phần tạo ra hàng hóa chất lượng trên thị trường chứng khoán. Trong quá trình hoạt động, quỹ đầu tư chứng khoán phát hành chứng chỉ quỹ/cổ phiếu để huy động vốn và tăng cung hàng hóa trên thị trường chứng khoán, đồng thời tạo ra nhu cầu và thúc đẩy hoạt động giao dịch chứng khoán, góp phần ổn định thị trường và nâng cao chất lượng hoạt động đầu tư cá nhân. Vì vậy, quỹ đầu tư chứng khoán là một tổ chức đầu tư không thể thiếu trên thị trường chứng khoán của mỗi quốc gia.

** Học viện Tài chính*

Tuy nhiên, ở Việt Nam, quy mô và đa dạng sản phẩm quỹ vẫn còn hạn chế so với tiềm năng của thị trường. Đồng thời, các quỹ đầu tư chứng khoán vẫn chưa thực sự phát huy vai trò quan trọng trong việc thu hút vốn đầu tư, hướng dẫn các nhà đầu tư cá nhân và góp phần vào sự ổn định của thị trường chứng khoán. Việc phát triển quy mô và đa dạng hóa sản phẩm quỹ là một thách thức đối với thị trường chứng khoán Việt Nam. Hiện nay, mặc dù đã có sự tăng trưởng về số lượng và quy mô quỹ đầu tư chứng khoán, nhưng vẫn chưa đáp ứng được toàn diện tiềm năng và nhu cầu của thị trường.

2. Thực trạng hoạt động của các quỹ đầu tư ở Việt Nam

2.1. Kết quả đạt được

Thứ nhất, số lượng quỹ và quy mô giao dịch của các quỹ đầu tư chứng khoán đã có nhiều thay đổi so với giai đoạn đầu khi TTCK mới đi vào hoạt động.

Theo số liệu từ Ủy ban Chứng khoán Nhà nước (UBCKNN), cho đến tháng 11/2022, đã có 23 quỹ đầu tư mới được UBCKNN cấp phép thành lập (với tổng số vốn điều lệ huy động gần 1.800 tỷ đồng) và 4 quỹ đầu tư được cấp phép chào bán công chúng. Tổng số quỹ đầu tư được cấp phép và hoạt động trên thị trường Việt Nam đã lên đến 87 quỹ, bao gồm 48 quỹ mở, 11 quỹ ETF, 1 quỹ bất động sản, 2 quỹ đóng và 25 quỹ thành viên. Tính đến tháng 10/2022, tổng giá trị tài sản ròng của các quỹ đầu tư chứng khoán đã đạt hơn 73,4 nghìn tỷ đồng.

Đến cuối năm 2022, có tổng cộng 44 công ty quản lý quỹ đang hoạt động, với tổng giá trị tài sản quản lý ước tính vào tháng 11/2022 là khoảng 546 nghìn tỷ đồng, giảm 9% so với cuối năm 2021. Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh của các công ty quản lý quỹ vẫn được duy trì bình thường và có lãi. Nhiều công ty đã thành công trong việc huy động vốn và thành lập các quỹ đầu tư chứng khoán mới, góp phần vào sự ổn định và phát triển bền vững của thị trường chứng khoán với vai trò dẫn dắt của các nhà đầu tư tổ chức.

Thứ hai, khung pháp lý cho hoạt động của quỹ đầu tư ngày càng được hoàn thiện.

Trong giai đoạn từ 2011 đến 2022, khung pháp lý cho hoạt động của các công ty quản lý quỹ và quỹ đầu tư đã được tiếp tục bổ sung với các mô hình quỹ mới như quỹ mở, quỹ ETF (quỹ đầu tư thụ động mô phỏng theo chỉ số) và quỹ bất động sản, đánh dấu sự phát triển mạnh mẽ của ngành quản lý quỹ tại Việt Nam. Đặc biệt, sự xuất hiện của các quỹ mở và quỹ ETF có thể coi là một bước ngoặt quan trọng trong sự phát triển của quản lý quỹ đầu tư chứng khoán.

Thực tế trên toàn cầu và quá trình phát triển tại Việt Nam đã chứng minh rằng quỹ mở chiếm phần lớn trong số lượng các quỹ đầu tư trên thị trường. Quỹ mở cũng là sản phẩm cơ bản để thiết kế các mô hình quỹ liên kết giữa thị trường chứng khoán và các thị trường khác như thị trường bảo hiểm và thị trường trái phiếu chính phủ. Ngoài ra, trong thời gian từ 2011 đến 2022, hoạt động kinh doanh của các công ty quản lý quỹ đã phát triển về cả chiều rộng và chiều sâu.

Thứ ba, hoạt động của quỹ đầu tư được mở rộng.

Công tác quản lý danh mục đầu tư cho khách hàng ủy thác cũng nhận được sự chú trọng, đặc biệt là trong việc quản lý tài sản của khách hàng DN bảo hiểm. Khách hàng DN bảo hiểm luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng tài sản quản lý tại các công ty quản lý quỹ, đặc biệt là các công ty bảo hiểm có uy tín trên toàn cầu như Prudential, Manulife, Dai-ichi Life, Chubb Life. Thực tế trong thời gian gần đây, ngành quản lý quỹ đầu tư chứng khoán tại Việt Nam đã phát triển nhanh chóng và đạt được nhiều thành tựu quan trọng, góp phần vào sự phát triển bền vững của thị trường chứng khoán Việt Nam.

2.2. Hạn chế

Thứ nhất, số lượng và loại hình hoạt động của các quỹ đầu tư vẫn còn hạn chế.

Số lượng và đa dạng của các quỹ đầu tư chứng khoán hiện chưa đáp ứng đủ với quy mô và xu hướng phát triển của thị trường chứng khoán. Đặc biệt, sự thiếu hụt các quỹ mở và các loại hình quỹ đầu tư chuyên nghiệp như quỹ bất động sản và quỹ chỉ số là đáng chú ý. Các loại hình này được coi là những sản phẩm quan trọng và được ưa chuộng, có nhiều lợi thế trong các quốc gia với ngành quỹ phát triển.

Thứ hai, khả năng thu hút các nhà đầu tư của các quỹ đại chúng thấp.

Giá giao dịch của chứng chỉ quỹ đại chúng thường thấp hơn so với giá trị tài sản ròng của quỹ. Đồng thời, tính thanh khoản của chứng chỉ quỹ luôn thấp hơn so với các cổ phiếu niêm yết. Tình trạng này đã có một tác động đáng kể đến tâm lý của các nhà đầu tư đối với các quỹ, cũng như ảnh hưởng đến khả năng huy động vốn để thành lập các quỹ mới cho các công ty quản lý quỹ.

Thứ ba, năng lực hoạt động của các công ty quản lý quỹ còn hạn chế.

Điều này không chỉ là một hạn chế mà còn là nguyên nhân trực tiếp ảnh hưởng đến sự phát triển của các quỹ đầu tư chứng khoán. Theo đánh giá về hoạt động của các công ty quản lý quỹ, năng lực hoạt động của các công ty quản lý quỹ tại Việt Nam được đánh giá là không đồng đều và vẫn tồn tại một số hạn chế đáng kể trong hầu hết các công ty quản lý quỹ. Trong quá trình hoạt động, phần lớn các công ty quản lý quỹ vẫn gặp khó khăn trong việc thực hiện quy trình quản trị rủi ro, công tác nghiên cứu và dự báo thị trường, cũng như việc tương tác giữa các bộ phận. Hơn nữa, khả năng huy động và tạo lập quỹ của các công ty quản lý quỹ vẫn chưa cao.

3. Những vấn đề đặt ra trong việc phát triển quỹ đầu tư ở Việt Nam

Từ những vấn đề ở trên, tác giả đề xuất một số gợi ý nhằm phát triển các quỹ đầu tư ở Việt Nam trong thời gian tới như sau:

Thứ nhất, về mô hình tổ chức hoạt động

Một đặc điểm về hình thái ban đầu của quỹ đầu tư chứng khoán mà tất cả các TTCK trong tiến trình phát triển của ngành quỹ đều có nét chung đó là, các quỹ đóng được hình thành và phát triển trước các quỹ mở. Điều này có thể lý giải do cơ cấu vốn của quỹ đóng ổn định, giúp cho các công ty quản lý quỹ chủ động trong thực hiện các dự án đầu tư mang tính dài hạn trong giai đoạn đầu khi kinh nghiệm đầu tư của các công ty quản lý quỹ còn hạn chế.

Quỹ đầu tư ở Việt Nam cần có các đặc điểm sau:

- Quỹ mở: Đây là quỹ đại chúng và không phải là một pháp nhân. Quỹ chỉ đầu tư vào các tài sản có tính thanh khoản cao và có thể có hoặc không có thời hạn hoạt động cụ thể.

- Công ty quản lý quỹ: Việc thành lập và vận hành hoạt động của quỹ mở do công ty quản lý quỹ thực hiện. Công ty này có trách nhiệm quản lý và định hình chiến lược đầu tư của quỹ.

- Ngân hàng giám sát: Ngoài việc bảo quản và giám sát các giao dịch và tài sản của quỹ, ngân hàng giám sát còn có nhiệm vụ giám sát hoạt động đầu tư của công ty quản lý quỹ, đảm bảo tuân thủ các mục tiêu và chính sách đầu tư đã được đề ra. Ngân hàng giám sát cũng phối hợp với công ty quản lý quỹ theo dõi việc chuyển nhượng chứng chỉ quỹ giữa các nhà đầu tư, mua lại chứng chỉ quỹ và phát hành thêm chứng chỉ quỹ theo yêu cầu của nhà đầu tư, tuân thủ các quy định trong điều lệ tổ chức và hoạt động của quỹ.

- Tỷ lệ tiền mặt: Trong quá trình hoạt động, quỹ mở phải duy trì một tỷ lệ tối thiểu tiền mặt trên tổng tài sản, tùy theo quy định của điều lệ quỹ, nhưng không được thấp hơn một tỷ lệ nhất định. Điều này nhằm bảo đảm khả năng mua lại chứng chỉ quỹ khi nhà đầu tư yêu cầu.

Những đặc điểm này định hướng và bảo vệ quyền lợi của nhà đầu tư trong quỹ đầu tư chứng khoán tại Việt Nam và đảm bảo hoạt động của quỹ diễn ra một cách an toàn và minh bạch.

Thứ hai, về khuôn khổ pháp lý

Do quỹ đầu tư chứng khoán là một loại hình tổ chức hoạt động phức tạp, nên các quy định pháp luật liên quan trong lĩnh vực này cần tập trung vào việc bảo vệ quyền lợi của các nhà đầu tư trong quỹ và giải quyết các xung đột lợi ích giữa nhà đầu tư và công ty quản lý quỹ. Pháp luật phải đề ra các quy định cụ thể nhằm ngăn chặn những người không có trách nhiệm và không đủ tiêu chuẩn theo yêu cầu pháp luật được tham gia quản lý quỹ đầu tư chứng khoán. Đồng thời, pháp luật cần phân rõ chức năng của việc thực hiện đầu tư và chức năng giám sát hoặc quản lý hoạt động đầu tư, để tránh tình trạng lợi ích của công ty quản lý quỹ được đặt lên hàng đầu.

Để phát triển các loại hình quỹ đầu tư chứng khoán, đặc biệt là tạo điều kiện cho quỹ mở và công ty quản lý quỹ có hiệu quả hoạt động ở Việt Nam, Chính phủ cần thiết phải tạo lập môi trường hoạt động và các cơ chế chính sách như sau:

- Xây dựng hệ thống pháp luật liên quan đến sự ra đời và hoạt động của các sản phẩm quỹ, đảm bảo tính minh bạch, rõ ràng và đáng tin cậy trong quy trình quản lý và hoạt động của quỹ đầu tư chứng khoán.

- Đề xuất chính sách phát triển thị trường bất động sản và thị trường chứng khoán phái sinh, cũng như các định chế tài chính trung gian, nhằm khuyến khích đa dạng hóa các loại hình quỹ đầu tư chứng khoán.

- Duy trì các chính sách khuyến khích sự phát triển của thị trường chứng khoán, tăng cường quy mô và tính thanh khoản, cũng như thu hút sự tham gia đông đảo của các tổ chức đầu tư và công chúng đầu tư thông qua các chính sách ưu đãi về thuế thu nhập.

- Thiết lập các chính sách hiệu quả nhằm quản lý dòng vốn đầu tư gián tiếp. Điều này có thể bao gồm việc đặt ra các quy định và hạn chế về vốn nước ngoài tham gia vào quỹ đầu tư chứng khoán, đồng thời xác định các quyền và trách nhiệm của các tổ chức đầu tư nước ngoài. Bằng cách điều tiết dòng vốn đầu tư gián tiếp một cách cẩn thận và có hiệu quả, Chính phủ có thể ổn định thị trường, giảm thiểu rủi ro và tạo điều kiện thuận lợi cho các quỹ đầu tư chứng khoán phát triển.

- Tăng cường hợp tác và cung cấp hỗ trợ từ các cơ quan quản lý và giám sát như Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước và các cơ quan liên quan khác. Điều này giúp đảm bảo sự tuân thủ các quy định và quy tắc của thị trường, nâng cao chất lượng quản lý và giám sát hoạt động của các công ty quản lý quỹ.

- Tăng cường giáo dục và tăng cường khả năng nhận thức về quỹ đầu tư chứng khoán cho các nhà đầu tư. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc tổ chức các chương trình đào tạo, hội thảo và cung cấp thông tin cần thiết về quỹ đầu tư chứng khoán. Đồng thời, cần đảm bảo rằng các nhà đầu tư được tiếp cận thông tin chính xác và đầy đủ về các quỹ đầu tư chứng khoán để đưa ra quyết định đầu tư thông thái.

- Đẩy mạnh công tác nghiên cứu và phát triển công nghệ trong lĩnh vực quản lý quỹ đầu tư chứng khoán. Áp dụng công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và blockchain có thể cải thiện quy trình quản lý và gia tăng hiệu quả của các quỹ đầu tư chứng khoán.

Thứ ba, phát triển các công ty quản lý quỹ và ngân hàng giám sát

Các công ty quản lý quỹ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự hình thành và phát triển của các quỹ đầu tư chứng khoán, do có mối quan hệ đặc biệt với các quỹ này. Vì vậy, để phát triển các quỹ đầu tư chứng khoán, không thể không tăng cường phát triển các công ty quản lý quỹ. Ở Việt Nam, hệ thống Ngân hàng thương mại (NHTM) hiện đang chiếm vị trí lớn nhất trên thị trường tài chính, với hệ thống kênh phân phối rộng khắp đã được thiết lập từ lâu và tiếp tục mở rộng. Do đó, việc hợp tác với hệ thống ngân hàng để tận dụng lợi thế của hệ thống kênh phân phối rộng lớn hiện có sẽ mang lại nhiều lợi ích cho các quỹ đầu tư chứng khoán tại Việt Nam.

4. Kết luận

Trong thời gian gần đây, hoạt động của các quỹ đầu tư đã cho thấy khả năng thích ứng mạnh mẽ. Mặc dù mang lại nhiều lợi ích cho nhà đầu tư, chứng chỉ quỹ vẫn chưa quen thuộc với các nhà đầu tư tại Việt Nam do đây là một kênh đầu tư mới. Trong tương lai, Chính phủ và các nhà hoạch định chính sách cần thực hiện điều tiết phù hợp để khai thác tiềm năng phát triển của các quỹ đầu tư nói chung và chứng chỉ quỹ nói riêng, từ đó làm giàu và tăng tính hiệu quả của thị trường.

Để thúc đẩy sự phát triển của công ty quản lý quỹ và quỹ đầu tư chứng khoán tại Việt Nam, cần thực hiện các mục tiêu và giải pháp hiệu quả như sau: tăng cường hiệu suất hoạt động của các công ty quản lý quỹ, đảm bảo năng lực tài chính và an toàn, áp dụng quản trị công ty và quản lý rủi ro hiệu quả, cũng như tuân thủ các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp cao nhất theo quy định quốc tế.

Tài liệu tham khảo:

Lê Thị Tuyết Hoa (2016), Giáo trình Thị trường tài chính và các định chế tài chính, NXB Kinh tế TP.Hồ Chí Minh, trang 493-497;

OECD (2023), Mutual Fund, truy cập tại <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=1712>, truy cập ngày 16/01/2023;

SEC (2023), Mutual Funds, truy cập tại <https://www.investor.gov/introduction-investing/investing-basics/investment-products/mutual-funds-and-exchange-traded-1>, truy cập ngày 16/01/2023.

Prepared by Cadogan Financial for IFC: "Review of Asset Management in Thailand for the SEC/IFC", Final report.

ẢNH HƯỞNG CỦA ĐỘNG CƠ TIÊU KHIỂN ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG NGẪU HỨNG QUA MẠNG TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI FACEBOOK

Ths. Nguyễn Minh Hiếu* - Ths. Nguyễn Trọng Hiếu* - Ths. Trịnh Thị Ngọc Thúy*

Nghiên cứu này nhằm khám phá vai trò của động cơ tiêu khiển đối với quyết định mua hàng ngẫu hứng qua mạng truyền thông xã hội facebook tại thị trường Việt Nam. Các yếu tố của động cơ tiêu khiển bao gồm (1) sự thư giãn trong mua sắm, (2) sự thích thú trong mua sắm, (3) thực hiện vai trò mua sắm, và (4) tìm kiếm thông tin, xu hướng mới trong mua sắm là những nhân tố tiền đề có tác động đến quyết định mua hàng ngẫu hứng qua mạng xã hội facebook của khách hàng. Nghiên cứu thu thập dữ liệu của 426 khách hàng đã từng mua hàng ngẫu hứng trên mạng xã hội facebook thông qua điều tra trực tuyến. Kết quả xử lý dữ liệu cho thấy sự thích thú và sự thư giãn trong mua sắm là hai nhân tố có mức tác động quan trọng đến quyết định mua hàng ngẫu hứng qua mạng xã hội facebook.

• Từ khóa: *động cơ tiêu khiển, quyết định mua hàng ngẫu hứng, mạng xã hội facebook.*

This study explores the role of hedonic motivations which influenced on consumer's impulsive buying decision on facebook social media. The antecedents comprise four factor named gratification shopping, adventure shopping, role-play shopping and information shopping that influence on consumer's impulsive buying decision on facebook social media. A sample of 426 consumers who had bought somethings on facebook social media via Google doc. Form. The findings show that adventure shopping and gratification shopping are the most important factors that affecting on consumer's impulsive buying decision on facebook social media.

• Key words: *hedonic motivations, impulsive buying decision, facebook social media.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Giới thiệu

Mua sắm trực tuyến đang là xu hướng của con người hiện đại, trong đó nhiều người đã tiếp cận thông tin và thực hiện mua sắm qua các nền tảng truyền thông xã hội. Số lượng người dùng mạng xã hội Facebook không ngừng tăng lên qua các năm và thời gian truy cập của người dùng ngày càng nhiều càng cho thấy đây là hình thức tiếp cận và kết nối khách hàng mục tiêu tiềm năng và hiệu quả. Vì vậy, sử dụng mạng truyền thông xã hội Facebook để thông tin, truyền thông điệp về sản phẩm, hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp là một trong những ưu tiên hàng đầu của các nhà quản trị trong thời đại mới. Tuy nhiên, hầu hết các nhà quản trị chủ yếu tập trung vào việc thông tin về sản phẩm, giới thiệu tính năng, chất lượng, chương trình khuyến mãi, giảm giá của sản phẩm, dịch vụ mà ít khi chú trọng đến sự thỏa mãn niềm vui, sự phấn khởi cũng có thể tạo nên hành vi mua sắm đặc biệt là việc mua hàng ngẫu hứng của khách hàng. Hơn nữa, việc mua hàng ngẫu hứng cũng thường xảy ra trong nhiều trường hợp khác nhau như (1) vô tình bắt gặp được sản phẩm, dịch vụ ưng ý, đáp ứng nhu cầu, (2) khi buồn, chán hoặc chỉ đơn giản là mua sắm như một phần quà tặng thưởng bản thân, gia đình và bạn bè, (3) săn, tìm sản phẩm qua mạng xã hội như một cách giảm căng thẳng, áp lực, (4) tìm kiếm thông tin, xu hướng mới,... Dù trong tình huống nào thì mua hàng ngẫu hứng cũng góp phần làm gia tăng doanh thu, lợi nhuận

** Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Thành phố Hồ Chí Minh*

cho doanh nghiệp. Do đó việc tìm hiểu về sự tác động của động cơ tiêu khiển đối với hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng qua mạng xã hội Facebook cần thiết và quan trọng. Kết quả nghiên cứu vai trò ảnh hưởng của động cơ tiêu khiển đến hành vi mua hàng ngẫu hứng qua mạng xã hội Facebook không chỉ có đóng góp có ý nghĩa về mặt học thuật mà còn là cơ sở giúp cho nhà quản trị định hướng chiến lược và có cách thức thu hút khách hàng, thúc đẩy khách hàng ra quyết định mua hàng góp phần tạo doanh thu ổn định và phát triển doanh nghiệp lâu dài.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

Động cơ mua sắm là động lực thúc đẩy khách hàng thực hiện hành vi mua sắm (Jin & Kim, 2003). Động cơ mua sắm có thể được chia thành động cơ cá nhân và động cơ xã hội (Tauber, 1972). Theo đó, động cơ cá nhân bao gồm các yếu tố: (1) thực hiện chức năng mua sắm (role playing), (2) vận động thể chất trong quá trình mua sắm (physical activities), (3) tự thỏa mãn (self-gratification), (4) tìm kiếm thông tin, xu hướng mới (learning new trends), (5) kích thích cảm xúc (sensory stimulation) và (6) tìm kiếm sự tiêu khiển (diversion). Động cơ xã hội đề cập đến các khía cạnh (1) trải nghiệm giao tiếp (social experiences), (2) giao tiếp với người khác (communication), (3) chia sẻ nhóm cùng sở thích (peer group attraction), (4) thể hiện quyền lực và địa vị (status and authority), và (5) niềm vui khi trả giá (pleasure of bargaining). Như vậy, có nhiều động lực để thúc đẩy hành vi mua sắm của khách hàng; hay nói cách khác khách hàng thực hiện hành vi mua sắm không chỉ thực hiện vai trò mua sắm mà còn thỏa mãn về mặt cảm xúc, tình cảm của mình. Theo Babin và cộng sự (1994) và Westbrook và Balck (1985) động cơ mua sắm cũng có thể được chia thành động cơ chức năng và động cơ tiêu khiển. Các nghiên cứu trước cho thấy động cơ chức năng liên quan đến chủ nghĩa thực dụng vì bản chất hoạt động mua sắm đề cập đến nhiệm vụ chức năng, mục tiêu và hiệu quả (Hirschman và Holbrook, 1982; Batra và Ahtola, 1991; Engel và cộng sự, 1993; Babin và cộng sự, 1994). Trong khi đó, Hirschman và Holbrook (1982) Hirschman và Holbrook (1982) cho rằng Hirschman và Holbrook (1982) cho rằng động cơ tiêu khiển đề cập đến những tìm kiếm liên quan đến sự hạnh phúc, niềm vui, thích thú trong quá trình mua sắm. Khi sự thịnh vượng của xã hội ngày càng tăng và cạnh tranh ngày càng gay gắt đặc biệt trong bối cảnh hiện nay cho thấy động cơ mua sắm mang tính tiêu khiển thiên về giá trị cảm xúc ngày càng được các bên liên quan quan tâm và nghiên cứu (Arnolds & Reynolds, 2006; Ibrahim & Ng, 2002) vì nó đóng vai trò quan trọng trong thu hút và duy trì khách hàng (Nguyễn & Nguyễn, 2007) . Tùy theo hoàn cảnh nghiên cứu mà thành phần của động cơ tiêu khiển cũng khác nhau. Phần lớn các nghiên cứu cho rằng động cơ tiêu khiển bao gồm sáu thành phần (1) tìm kiếm niềm vui (advanture seeking), (2) tìm kiếm sự thư giãn trong mua sắm (gratification seeking), (3) Tìm kiếm ý tưởng (Idea shopping), (4) thực hiện vai trò mua sắm (Role-play shopping), (5) giao tiếp xã hội trong mua sắm (Social shopping), (6) tìm kiếm giá trị trong mua sắm (Value shopping) (Xuhui Wang et al., 2021; Horváth & Adıgüzel, 2018; Trang et al., 2007). Tuy nhiên trong nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua trực tuyến năm 2007, To và cộng sự đề cập giá trị tiêu khiển bao gồm năm thành phần là sự thích thú trong mua sắm, giao tiếp xã hội, tìm kiếm ý tưởng mới, tìm giá trị trong mua sắm và quyền lực và vị trí. Trong giai đoạn thực hiện nghiên cứu khám phá của nghiên cứu này bằng hình thức phỏng vấn sâu chuyên gia và các khách hàng đã từng có hành vi mua sắm ngẫu hứng qua facebook cho thấy có 04 nhân tố được sự thống nhất cao là thành phần chính của động cơ tiêu khiển bao gồm (1) tìm kiếm sự thư giãn trong mua sắm, (2) sự thích thú trong mua sắm, (3) thực hiện vai trò mua sắm, và (4) tìm kiếm thông tin, xu hướng mới trong mua sắm.

Tìm kiếm sự thư giãn trong mua sắm đề cập đến hoạt động mua sắm như là hình thức để người thực hiện hành vi mua sắm giải trí giảm căng thẳng, mệt mỏi, buồn chán trong cuộc sống. Hay nói cách khác khách hàng xem việc thực hiện hành vi mua sắm là cách thức giải trí, thư giãn, tìm niềm vui và cân bằng cuộc sống (Arnold & Reynold, 2003; Tauber, 1972).

Sự thích thú trong mua sắm mô tả cảm giác phiêu lưu hấp dẫn khác công việc thường ngày trong sự mạo hiểm, thử thách trong không gian

mua sắm đầy cám dỗ của âm thanh, mùi vị và những trải nghiệm thể chất, giao tiếp xã hội (Arnold & Reynold, 2003). Các nghiên cứu trước cũng chỉ ra rằng khi quá trình mua sắm mang lại cảm giác thú vị, phấn khởi thì họ sẽ lưu giữ những khoảnh khắc, trải nghiệm trong tâm trí lâu dài hơn (East & ctg, 2000).

Thực hiện vai trò mua sắm thể hiện khách hàng xem thực hiện hành vi mua sắm là trách nhiệm của họ trong việc thỏa mãn nhu cầu cá nhân hay mua sắm hàng hóa cho người khác nhằm cân bằng các mối quan hệ xã hội (Babin và cộng sự, 1994; Westbrook & Black, 1985). Khi thực hiện hành vi mua sắm, người mua hàng thể hiện vai trò, trách nhiệm của mình với bản thân và các mối quan hệ và khi thực hiện tốt trách nhiệm này họ càng có xu hướng gắn bó với việc thực hiện hành vi mua sắm nhằm khẳng định bản thân có ý nghĩa và giá trị hơn.

Tìm kiếm thông tin, xu hướng mới trong mua sắm đề cập đến việc khách hàng cần có thêm thông tin hay cập nhật các sản phẩm mới, xu hướng mới trên thị trường (Arnold & Reynolds, 2003; Tauber, 1972). Bắt kịp xu hướng cũng như có những thông tin về sản phẩm mới không chỉ giúp khách hàng thông thái có thông tin để đưa ra lựa chọn, quyết định mua hàng mà còn giúp khách hàng tự tin thể hiện phong cách mua sắm của mình.

To và cộng sự (2007) đã chứng minh giá trị tiêu khiển có tác động đến hành vi mua hàng, trong khi nghiên cứu của Xuhui Wang và cộng sự (2021) và Horváth và Adıgüzel (2018) cho thấy động cơ tiêu khiển có ảnh hưởng đến quyết định mua hàng ngẫu hứng của khách hàng trên không gian mạng internet. Vì vậy, trong nghiên cứu này đề xuất giả thuyết là động cơ tiêu khiển có tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của người dùng mạng xã hội facebook tại thị trường Việt Nam. Cụ thể là:

H1: Sự thư giãn trong mua sắm có tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng qua mạng xã hội facebook.

H2: Sự thích thú trong mua sắm có tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng qua mạng xã hội facebook.

H3: Thực hiện vai trò chức năng trong mua sắm có tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng qua mạng xã hội facebook.

H4: Tìm kiếm thông tin, ý tưởng trong mua sắm có tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng qua mạng xã hội facebook.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp. Trước tiên, nghiên cứu phám phá được thực hiện thông qua phỏng vấn sâu chuyên gia và khách hàng đã từng mua hàng hóa trên mạng xã hội Facebook để xác định các yếu tố thành phần của động cơ tiêu khiển. Tiếp theo, phương pháp phỏng vấn sâu chuyên gia và đối tượng khách hàng đã từng mua hàng hóa qua mạng xã hội Facebook tiếp tục được thực hiện để điều chỉnh, bổ sung thang đo cho phù hợp với điều kiện nghiên cứu. Sau khi tổng hợp các ý kiến chuyên gia và khách hàng đã thực hiện trong phỏng vấn sâu trước đó, bảng câu hỏi khảo sát được hoàn thiện và gởi đi theo hình thức Google doc form. Dữ liệu điều tra thu thập được làm sạch, mã hóa và tiến hành quá trình phân tích Cronbach alpha, nhân tố khám phá, và hồi quy để đánh giá giá trị thang đo cũng như kiểm tra giả thuyết nghiên cứu.

Thang đo cho các khái niệm của động cơ tiêu khiển và hành vi mua hàng ngẫu hứng được kế thừa theo thang đo của Xuhui Wang et al. (2021) và Arnold & Reynolds (2003).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Kết quả thống kê dữ liệu nghiên cứu cho thấy giới tính nữ chiếm tỷ trọng 63,38%, nam chiếm 36,61%. Nhóm tuổi từ 23-45 tuổi chiếm phần lớn trong mẫu nghiên cứu với số lượng 286 người chiếm tỷ lệ 67,13% kế đến là độ tuổi từ 46 - 60 tuổi chiếm 23%. Trình độ trung cấp, cao đẳng và đại học chiếm phần lớn trong mẫu nghiên cứu với số lượng người tham gia là 281 người chiếm 65,96%. Thu nhập chủ yếu từ 10 - 20 triệu chiếm tỷ trọng cao nhất 46,71%, kế đến là mức thu nhập từ 20 - 40 triệu. Số liệu nghiên cứu cho thấy đối tượng mua sắm chủ yếu trên mạng xã hội Facebook là nữ giới trong độ tuổi từ 23 đến 45 có trình độ học vấn khá cao và thu nhập trong khoảng 10 - 40 triệu (xem bảng1).

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Đặc điểm		Tần suất	Tỷ lệ %
Giới tính	Nam	156	36,61
	Nữ	270	63,38
Độ tuổi	Dưới 22 tuổi	35	8,21
	23 - 45 tuổi	286	67,13
	46 - 60 tuổi	98	23,00
	Trên 60 tuổi	7	1,64
Học vấn	≤ Phổ thông trung học	84	19,71
	≤ Đại học	281	65,96
	Sau đại học	61	14,32
Thu nhập	≤ 10 triệu	45	10,56
	> 10 triệu - 20 triệu	242	56,80
	> 20 triệu - 40 triệu	92	21,59
	Trên 40 triệu	47	11,03

Nguồn: kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.2. Kiểm định giá trị thang đo

Các thang đo cho các khái niệm nghiên cứu được đánh giá hệ số tin cậy Cronbach alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA). Kết quả xử lý số liệu khảo sát cho thấy hệ số tin cậy của các khái niệm đều lớn hơn 0.6 với hệ số tương quan biến - tổng lớn hơn 0.3. Các chỉ số KMO > 0.5, giá trị sig đạt 0.000 và giá trị tải nhân tố lớn hơn 0.5, hệ số eigenvalue lớn hơn 1 cùng với mức khác biệt hệ số tải nhân tố giữa các biến quan sát trong cùng khái niệm lớn hơn 0.3 trong phân tích EFA. Điều này cho thấy các thang đo đạt giá trị tin cậy, giá trị phân biệt đáp ứng tiêu chuẩn cho phân tích hồi quy tiếp theo (xem bảng 2).

Bảng 2. Kết quả đánh giá thang đo

Thang đo và biến quan sát	Trung bình	Hệ số tải
Sự thích thú trong mua sắm: *Cronbach alpha= 0,785*		
Tôi *thấy mua sắm qua mạng xã hội Facebook thật thú vị*	4,051	0,818
Đối với tôi mua sắm qua Facebook là một sự khám phá	4,166	0,746
Mua sắm qua Facebook cho tôi cảm giác ở một thế giới rất riêng	4,130	0,701
Sự thư giãn trong mua sắm: *Cronbach alpha= 0,693*		
Khi tâm trạng không tốt, tôi lướt Facebook và mua sắm trên Facebook	4,731	0,825
Đối với tôi, mua sắm qua Facebook là một hình thức giảm căng thẳng	4,155	0,801
Mua sắm hàng hóa qua Facebook là món quà đặc biệt tôi muốn tặng thưởng bản thân	4,258	0,771
Thực hiện vai trò chức năng trong mua sắm: *Cronbach alpha= 0,702*		
Tôi thường lướt xem các sản phẩm được giới thiệu trên Facebook để tìm sản phẩm yêu thích	4,493	0,769
Tôi thích mua sản phẩm trên Facebook để làm quà cho bạn bè và người thân	4,186	0,694
Tôi thấy hài lòng khi mua sắm hàng hóa qua mạng xã hội Facebook	4,265	0,731
Tìm kiếm thông tin, xu hướng mới: *Cronbach alpha= 0,828*		
Tôi mua sắm qua Facebook để bắt kịp xu hướng	4,793	0,792
Tôi mua sắm qua Facebook để cập nhật thông tin	4,741	0,784
Tôi mua sắm qua Facebook để xem những sản phẩm mới sẵn có	4,803	0,843
Hành vi mua hàng ngẫu hứng*: Cronbach alpha= 0,719*		
Phần lớn cuộc sống của tôi xoay quanh việc mua đồ	4,193	0,751
Tôi mua những thứ tôi không cần	4,521	0,786
Tôi mua những thứ tôi không định mua	4,205	0,810

Nguồn: kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.3. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Phân tích dữ liệu cho kết quả thống kê giá trị sig = < 0.05 cho thấy các giả thuyết có ý nghĩa với độ tin cậy 95%. Các giá trị R^2 hiệu chỉnh đạt 0,601, VIF đều nhỏ hơn 2, Durbin-Watson = 2,014, giá trị F = 69,541 tại mức giá trị sig. = 0,000 khẳng định không có trường hợp đa cộng tuyến xuất hiện, mô hình phù hợp và có khả năng giải thích 60,1% dữ liệu thị trường.

Bảng 3: Kết quả xử lý mô hình hồi quy

Biến độc lập	Hệ số hồi quy	Hệ số tiêu chuẩn (Beta)	Mức ý nghĩa	Thống kê đa cộng tuyến	
				Độ chấp nhận	VIF
Hằng số	1,767				
TT	0,184	0,418	0,002	0,721	1,315
TG	0,163	0,379	0,000	0,683	1,076
XH	0,181	0,291	0,000	0,705	1,002
VT	0,175	0,253	0,031	0,594	1,904
R^2 Hiệu chỉnh: 0,601					
Thống kê F (ANOVA): 69, 541					
Mức ý nghĩa (Sig. của ANOVA): 0,000					
Durbin-Watson: 2,014					

Dựa trên kết quả phân tích mô hình hồi quy bội, phương trình hồi quy được viết như sau:

MHNH = 1,767 + 0,418 *TT + 0,379*TG + 0,291*XH + 0,253*VT

Căn cứ theo kết quả phân tích dữ liệu cho thấy vai trò của các nhân tố trong mô hình nghiên cứu. Mức độ tác động của hệ số tiêu chuẩn phản ánh tầm quan trọng của các biến tiền đề sự thích thú

trong mua sắm, sự thư giãn/giải trí trong mua sắm, thực hiện vai trò chức năng trong mua sắm, tìm kiếm thông tin, xu hướng mới.Theo đó, thứ tự quan trọng được sắp xếp theo thứ tự quan trọng nhất đến ít quan trọng hơn là (1) sự thích thú trong mua sắm, (2) sự thư giản, giải trí trong mua sắm, (3) tìm thông tin, xu hướng mới trong mua sắm, và (4) thực hiện vai trò chức năng trong mua sắm.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Mua hàng ngẫu hứng là hành vi thường thấy khi khách hàng bắt gặp một trong những yếu tố tình cờ nhưng thu hút họ chú ý, tham gia và ra quyết định mua. Mặc dù là hành vi mua hàng ngẫu hứng nhưng nếu nó được thực hiện bởi số lượng lớn khách hàng hoặc tần suất lặp lại hành vi mua hàng ngẫu hứng thường xuyên cũng có những đóng góp giá trị vào thị trường bán lẻ nói chung và doanh thu, sự phát triển của doanh nghiệp nói riêng. Với số lượng người dùng mạng xã hội Facebook ngày càng tăng thì thị trường mua sắm qua mạng xã hội Facebook là một thị trường tiềm năng. Do đó, việc thực hiện và triển khai các chương trình, hoạt động marketing qua mạng xã hội Facebook định hướng vào động cơ tiêu khiển của khách hàng nhằm thu hút khách hàng và tác động lên hành vi mua sắm của họ là cần thiết. Kết quả nghiên cứu cho thấy động cơ tiêu khiển có tác động quan trọng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của khách hàng qua mạng xã hội Facebook. Dựa trên kết quả nghiên cứu một số đề xuất hàm ý quản trị được đề cập nhằm giúp nhà quản trị có thể khai thác tốt động cơ tiêu khiển trong việc thúc đẩy hành vi mua hàng qua mạng xã hội Facebook để tăng cường tăng doanh thu, lợi nhuận cho doanh nghiệp. Các đề xuất cụ thể như sau:

- Đối với động cơ thích thú trong mua sắm: sự thích thú có thể được tạo ra qua hoạt động truyền thông qua mạng xã hội Facebook như nội dung truyền thông tích cực, cách thức truyền thông hay thông điệp hấp dẫn, sản phẩm hiển thị ấn tượng thậm chí quy trình, cách thức mua hàng độc đáo, mới, đơn giản và dễ sử dụng.

- Đối với yếu tố thư giãn trong mua sắm nhà quản trị cần quan tâm đến sự thư giãn như tạo không gian thoải mái, mát mẻ, thân thiện và sự vui vẻ. Theo đó, các hoạt động hoạt náo và các chương trình khuyến mãi, trò chơi nhỏ cũng có thể tạo sự kết nối vui tươi với khách hàng.

- Đối với yếu tố tìm kiếm thông tin, xu hướng mới: nhà quản trị cần giới thiệu thông tin về sản phẩm, dịch vụ liên quan đặc biệt điểm nhấn là các sản phẩm, hàng hóa mới hoặc cách thức mới trong quy trình, thủ tục mua sắm hiện đại tích hợp công nghệ.

- Đối với yếu tố thực hiện vai trò chức năng trong mua sắm: nhà quản trị nên chú ý đến các sản phẩm làm quà biếu tặng, hoặc quy trình mua hàng đơn giản, dễ sử dụng, phương thức thanh toán linh hoạt, an toàn và tiện lợi cho khách hàng.

Như vậy, nhà quản trị nên có sự quan tâm nhất định đến việc thỏa mãn nhu cầu tiêu khiển, giải trí trong mua sắm vì nó không chỉ giúp thu hút khách hàng, giúp khách hàng ra quyết định mua hàng mà còn là yếu tố tạo lợi thế cạnh tranh, duy trì mối quan hệ với khách hàng trong dài hạn.

Tài liệu tham khảo:

Arnold, M.J. and Reynolds, K.E. (2003). Hedonic shopping motivations. Journal of Retailing, 79, pp. 77-95.

Babin, B.J., Darden, W.R. and Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian value. Journal of Consumer Research, 20, pp. 644-656.

East Robert, Hammond Kathy, Harris Patricia, Lomax Wendy (2000). First Store Loyalty and Retention. Journal of Marketing Management, 16, pp. 307-325.

Hirschman E.C., Holbrook M.B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging, Concepts, Methods and Propositions. Journal of Marketing, 46, pp. 92-101.

Horváth, C., & Adıgüzel, F. (2018). Shopping enjoyment to the extreme: Hedonic shopping motivations and compulsive buying in developed and emerging markets. Journal of Business Research, 86, 300-310.

Ibrahim, M.F. and Ng, C.W. (2002). Determinants of entertaining shopping experiences and their link to consumer behavior: case studies of shopping centers in Singapore. Journal of Leisure Property, 2 (4), pp. 338- 358.

Jin, B. and Kim, J.O. (2003). A typology of Korean discount shoppers: shopping motives, store attributes, and outcomes. International Journal of Service Industry Management, 14 (4), pp. 396-419.

Liu xiao (2004), Empirical studies of consumer online shopping behavior,gNational university of Singapore.

Tauber, E.M. (1972). Why do people shop?. Journal of Marketing, 36, pp. 46-59.

To, P. L., Liao, C., & Lin, T. H. (2007). Shopping motivations on Internet: A study based on utilitarian and hedonic value. Technovation, 27(12), 774-787.

Trang, T., Nguyen, T. D., & Nigel, J. B. (2007). Hedonic shopping motivations, supermarket attributes, and shopper loyalty in transitional markets-evidence from Vietnam. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 1-27.

Westbrook, R.A. and Black, W.C. (1985). A motivation-based shopper typology. Journal of Retailing, 61, pp. 78-103.

CẠNH TRANH THỊ TRƯỜNG DÒNG SẢN PHẨM, GIÁM SÁT CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ, TÁC ĐỘNG ĐẾN TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT VIỆT NAM

TS. Trịnh Hiệp Thiện* - Trần Thị Quỳnh Anh**

Trong thời đại hội nhập, thị trường Việt Nam đang tăng cường mở cửa nhằm thu hút đầu tư từ các doanh nghiệp nước ngoài, đồng thời tạo sức ép về mặt cạnh tranh cho các doanh nghiệp trong nước. Với mong muốn nâng cao chất lượng thị trường, các thể chế, chính sách đầu tư, quản trị công ty được các cơ quan nhà nước không ngừng cải thiện. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp trong nước cũng đang cải thiện quản trị công ty để mang lại hiệu quả cao nhất trong quá trình hoạt động nhằm nâng cao vị thế cạnh tranh. Xuất phát từ bối cảnh kinh tế, nghiên cứu hướng đến kiểm định ảnh hưởng của cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm đến tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp thông qua vai trò trung gian giám sát của hội đồng quản trị và vai trò điều tiết của chiến lược cạnh tranh tại các doanh nghiệp niêm yết ở Việt Nam.

• Từ khóa: *cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm, chiến lược cạnh tranh, tăng trưởng bền vững, giám sát của hội đồng quản trị.*

In the era of integration, the Vietnamese market is increasing the opening to attract investment from foreign businesses, while creating competitive pressure for domestic enterprises. With the desire to improve the market quality, institutions, investment policies and corporate governance are constantly improved by state agencies. In addition, domestic enterprises are also improving corporate governance to bring the highest efficiency in the operation process to enhance competitive position. Stemming from the economic context, the study is aimed at testing the effects of market competition on the sustainable growth of the business through the supervisory role of the board of directors and the moderating role of the business strategy at the Vietnamese listed companies.

• Key words: *product markets competition, business strategy, sustainable growth, board monitoring.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Đặt vấn đề

Đến thời điểm hiện tại, Việt Nam đã và đang tích cực tham gia vào một loạt các hiệp định thương mại tự do, cả đa phương và song phương. Không thể phủ nhận những tích cực mà các nhà đầu tư nước ngoài mang lại cho nền kinh tế Việt Nam. Thế nhưng, với định hướng đẩy mạnh mở cửa kinh tế và tư nhân hóa nhiều lĩnh vực kinh tế tại Việt Nam, áp lực cạnh tranh trong các ngành cũng tăng lên bên cạnh các yếu tố cạnh tranh từ nước ngoài. Không chỉ riêng các nền kinh tế thế giới phải chịu sức ép về cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm mà nền kinh tế Việt Nam cũng đang chịu những "gánh nặng" khi có quá nhiều doanh nghiệp cùng hoạt động trong cùng một nhóm ngành nghề.

Thêm vào đó, các doanh nghiệp trong nước còn có những hạn chế về mặt quản trị. Các doanh nghiệp có quản trị yếu kém sẽ không thể vượt qua những khủng hoảng về mặt kinh tế mà khủng hoảng kinh tế gây ra. Để có thể trụ vững qua các khó khăn thì nhân tố hội đồng quản trị (HĐQT) là chủ chốt cho sự hình thành một bộ máy quản trị hiệu quả và vững mạnh. Theo Phan Bùi Gia Thuỷ và cộng sự (2017) chứng minh rằng vai trò của hội đồng quản trị công ty là toàn quyền quản lý doanh nghiệp, mang trọng trách giám sát, chỉ đạo

** Trường Đại học Kinh tế TP.HCM; email: trinhhiepthien@ueh.edu.vn*
*** Công Ty TNHH Archetype Việt Nam*

Ban giám đốc, các quản lý và đưa ra các quyết định ảnh hưởng đến doanh nghiệp.

Việt Nam được xếp vào nhóm thị trường mới nổi trong thời gian gần đây, kèm theo đó là tốc độ tăng trưởng kinh tế cao trong gần 2 thập kỉ qua, với nhiều hoạt động mở cửa thương mại và thu hút dòng vốn đầu tư từ giai đoạn mở cửa kinh tế sau chiến lược đổi mới từ thập niên 1980 (Miguel và Roland, 2011). Trong quá trình lược khảo nghiên cứu, tác giả nhận thấy các vấn đề này chưa được nghiên cứu tại các nước có thị trường mới nổi như Việt Nam. Vì vậy, tác giả thực hiện nghiên cứu với mục đích xem xét tác động của ba mệnh đề chính đó là cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm, giám sát của HĐQT và tăng trưởng bền vững của các doanh nghiệp niêm yết tại thị trường Việt Nam, từ đó đóng góp các kết quả nghiên cứu khoa học mang tính thực tế và đề xuất một số kiến nghị phục vụ cho việc nâng cao chất lượng doanh nghiệp.

2. Giả thuyết nghiên cứu

Thứ nhất, "Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm" (Product Market Competition) được Giroud và Mueller, 2010; Markarian và Santalo, 2014; Jaroenjitrkam & cộng sự, 2020 khẳng định rằng cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm được tạo ra khi thị trường diễn ra việc mua bán sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, dẫn đến sự cạnh tranh lẫn nhau trong thị trường. Một nhận định khác cho rằng cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm là mức độ tập trung của các doanh nghiệp cùng ngành (Hou và Robinson, 2006).

Thứ hai, "Giám sát của hội đồng quản trị" (Board morinitoring) được khẳng định rằng HĐQT là cơ quan quản lý cấp đầu tiên của các doanh nghiệp, HĐQT có trách nhiệm giám sát các chiến lược, giải quyết tính bền vững của các công ty và lợi ích của các bên liên quan (Karren và Jing, 2018).

Thứ ba, "Tăng trưởng bền vững" (Sustainable growth) là khái niệm hiện đại để xác định mục tiêu và các nhân tố tích cực cho một nền kinh tế nhờ tăng trưởng bền vững. Tăng trưởng không chỉ hiểu đơn thuần là tăng thu nhập bình quân đầu người, mà phải gắn với phát triển bền vững, chú trọng tới cả ba nhân tố: kinh tế, xã hội và môi trường (Harmon & cộng sự, 2009). Cuối cùng, "Chiến lược cạnh tranh" (Business Strategy) được Porter (1996) nhận định rằng chiến cạnh tranh là một hệ thống các định hướng hoạt động của doanh nghiệp trong thị trường, các doanh nghiệp đều có những chiến lược riêng cho mình, dù là các chiến lược được công bố công khai hay các chiến lược được ẩn giấu.

Theo lý thuyết đại diện, cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm là cơ chế tự nhiên, cần thiết nhằm thay đổi công tác giám sát của HĐQT trong doanh nghiệp. Thông qua lập luận dựa trên lý thuyết và các nghiên cứu trước, giả thuyết nghiên cứu đầu tiên được đề xuất như sau:

H1: Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm ảnh hưởng cùng chiều với giám sát của HĐQT.

Khi mức độ cạnh tranh trên thị trường tăng cao, các doanh nghiệp chịu nhiều sức ép từ đối thủ cạnh tranh và cố gắng tối ưu hóa lợi nhuận của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Schmidt (1997) đưa ra kết quả trái chiều rằng cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm cao thúc đẩy nhà quản lý tìm mọi cách để cải thiện kết quả hoạt động nhưng điều đó làm chi phí tăng cao gây ra giảm lợi nhuận của công ty. Theo Muhmad và cộng sự (2021), cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó doanh nghiệp mất đi tính ổn định trong hoạt động khi khủng hoảng thị trường diễn ra. Từ lập luận trên, tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H2: Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm ảnh hưởng cùng ngược chiều với tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp.

Để doanh nghiệp có thể đạt được tăng trưởng bền vững, HĐQT thông qua việc điều hành, giám sát và tham mưu là vô cùng quan trọng, đó là đích đến cho sự phát triển bền vững trong tương lai mà tất cả các doanh nghiệp hướng tới. Nghiên cứu của Arora và Bodhanwala (2018) khẳng định rằng vai trò và tầm ảnh hưởng của HĐQT thông qua giám sát và điều tiết những xung đột giữa chủ sở hữu và nhà quản lý giúp đẩy mạnh hiệu quả công tác quản trị doanh nghiệp, giảm thiểu sự lơ là của cấp quản lý và góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Từ lập luận trên, tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H3: Giám sát của HĐQT ảnh hưởng cùng chiều với tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp.

Dựa vào các nghiên cứu được liệt kê ở giả thuyết H1 và H3, tác giả đưa ra lập luận về vai trò trung gian của nhân tố giám sát của HĐQT trong

mối quan hệ giữa cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp là khả thi. Giả thuyết H1 đã dẫn chứng các nghiên cứu nhận định rằng cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm có tác động cùng chiều với giám sát của HĐQT và giả thuyết H3 cũng đã dẫn chứng về mối quan hệ cùng chiều giữa giám sát của HĐQT và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp. Trước tình hình đó, HĐQT cần phải thiết lập các chính sách để tránh khỏi các rủi ro. Từ lập luận trên, tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H4: Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm ảnh hưởng cùng chiều với tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp thông qua vai trò trung gian giám sát của HĐQT.

Có thể hiểu rằng khi mức độ cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm ngày càng cao gây ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Lúc này chiến lược cạnh tranh như một công cụ đóng vai trò điều tiết mức độ cạnh tranh của doanh nghiệp so với các doanh nghiệp cùng ngành. Lựa chọn các chiến lược cạnh tranh độc đáo và khó có thể bắt chước sẽ giúp các doanh nghiệp có nhiều lợi thế cạnh tranh từ đó tạo nên tăng trưởng bền vững và lâu dài. Từ lập luận trên, tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H5: Chiến lược cạnh tranh điều tiết thị trường có ảnh hưởng cùng chiều với cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Dữ liệu

Đối tượng nghiên cứu là các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam, cỡ mẫu nghiên cứu là 510 mẫu tương ứng với 102 doanh nghiệp niên yết tại Việt Nam, phạm vi không gian từ năm 2017 đến 2021. Mẫu nghiên cứu được phân chia thành 10 nhóm ngành: Hàng tiêu dùng thiết yếu, hàng tiêu dùng, năng lượng, y tế, công nghiệp, nguyên vật liệu, bất động sản, dịch vụ, công nghệ thông tin, dịch vụ viễn thông.

3.2. Đo lường các biến nghiên cứu

Khái niệm	Thang đo	Nguồn
Giám sát của HĐQT (BM)	- Tính độc lập của HĐQT *(Tỷ lệ thành viên độc lập >=50% nhận giá trị 1 và ngược lại nhận giá trị 0.)* - Tính độc lập của ban kiểm soát *(Số lượng thành viên >3 nhận giá trị 1 và ngược lại nhận giá trị 0.)*	Monika-Singla và Shveta-Singh (2019)
Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm (COMP)	Herfindahl - Hirchman Index $HHI = \sum_{i=1}^{N} \left(S_{ij}^{2}\right)$ Trong đó S_{ij} là thị phần của doanh nghiệp trong lĩnh vực j. *(Thị phần = Doanh thu doanh nghiệp / Tổng doanh thu các doanh nghiệp cùng ngành)*	Giroud và Mueller (2010), Monika Singla và Shveta Singh (2019)
Chiến lược cạnh tranh (BS)	- Chiến lược dẫn đầu về chi phí: (AUE) = *Tổng doanh thu/Tổng tài sản* - Chiến lược về khác biệt hóa sản phẩm: (PPC) = *(Tổng chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp) / Tổng doanh thu*	Singh và Agarwal (2002), Adaileh và cộng sự (2020)
Tăng trưởng bền vững (SG)	ROE x (1 - tỷ lệ trả cổ tức)	Kijewska (2016)
Quy mô doanh nghiệp (SIZE)	Log (tổng tài sản)	Malik (2011), Buallay và cộng sự (2017)
Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu (SGR)	$\frac{Doanh\ thu_{(t)} - Doanh\ thu_{(t-1)}}{Doanh\ thu_{(t-1)}}$ x 100	Tambunan (2008)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Về phương pháp nghiên cứu, nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phương pháp Delphi khảo sát ý kiến chuyên gia. Đối với nghiên cứu định lượng, mô hình SEM được sử dụng để xử lý đồng thời các mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp (Van der Voet và cộng sự, 2016). Nghiên cứu của Allison và cộng sự (2017) sử dụng ước lượng hợp lý cực đại (Maximum Likelihood with SEM: ML-SEM) để ước lượng mô hình. Tác giả lựa chọn phương pháp ML-SEM vì phương pháp này sử dụng Maximum Likelihood cho phép ước lượng khi dữ liệu bị thiếu; dữ liệu thu thập được khá lớn thế nên việc áp dụng phương pháp ML-SEM sẽ giải quyết được vấn đề nội sinh trong mô hình nghiên cứu; phương pháp không giới hạn dữ liệu thời gian và số quan sát (Williams và cộng sự, 2018); phương pháp giúp ước lượng cùng lúc nhiều nhân tố, nhiều mối quan hệ trực tiếp, gián tiếp và giúp xem xét sự phù hợp của mô hình qua các chỉ số thống kê (Siddika và Haron, 2019). Tác giả sử dụng phần mềm Stata14 giúp xử lý dữ liệu nhằm đo lường và kiểm định mô hình SEM. Việc kết hợp phương pháp ML-SEM thông qua kỹ thuật Medsem do Mehmetoglu (2018) đề xuất được áp dụng ở nhiều ngành nghề khác nhau (Bernardi và cộng sự, 2021).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Nghiên cứu định tính

Phương pháp Delphi 3 vòng khảo sát cho thấy, các khái niệm và cách đo lường phù hợp với mô

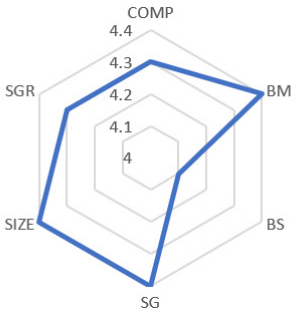
hình nghiên cứu. Các mối quan hệ giữa các biến trong mô hình nghiên cứu cũng nhận được sự đồng tình về sự tồn tại giữa các mối quan hệ và có tính khả thi cao.

• **Vòng 1:** Khái niệm và cách đo lường là một phần quan trọng trong việc định nghĩa và xây dựng cơ sở cho nghiên cứu. Trong vòng 1, tác giả đặt mục tiêu khảo sát là đánh giá việc áp dụng các khái niệm và cách đo lường các biến trong mô hình. Kết quả cuộc khảo sát nhận được sự đồng thuận của 10/10 chuyên gia về sự phù hợp của các khái niệm và cách đo lường các biến trong mô hình. Các khác niệm và thang đo được tác giả kế thừa từ các nghiên cứu trước và tổng hợp nên bảng câu hỏi khảo sát. Kết quả được tác giả tổng hợp ở bảng 1, các khái niệm và cách đo lường có mức độ đồng ý trung bình trên 4.0 và độ lệch chuẩn < 1.0 cho thấy sự phù hợp của các khái niệm và cách đo lường trong luận văn.

Bảng 1: Tổng hợp kết quả khảo sát Delphi - vòng 1

Ký hiệu	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn
COMP	10	4.3	0.4830
BM	10	4.4	0.6992
BS	10	4.1	0.3162
SG	10	4.4	0.6992
SIZE	10	4.4	0.5164
SGR	10	4.3	0.4830

(Chú thích: COMP: Cạnh tranh thị trường đồng sản phẩm; BM: Giám sát của Hội đồng quản trị; BS: Chiến lược cạnh tranh; SG: Tăng trưởng bền vững; SIZE: Quy mô doanh nghiệp; SGR: Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu.)



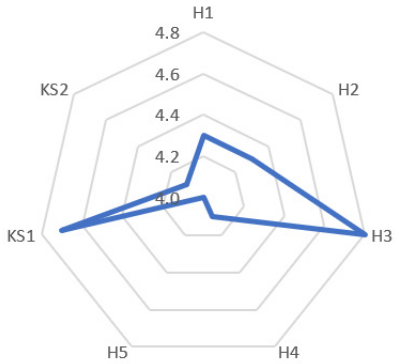
Nguồn: Tác giả

• **Vòng 2**: Trong vòng 2, tác giả kiểm định về mối quan hệ giữa các biến trong mô hình. Câu hỏi khảo sát được gửi đến nhóm chuyên gia 10 người tham gia vòng 1. Sau khi tổng hợp câu trả lời và góp ý của chuyên gia, tác giả nhận thấy 10/10 chuyên gia đồng tình về các mối quan hệ giữa các biến mà tác giả đề xuất. Thông qua kết quả khảo sát và các góp ý từ chuyên gia, tất cả các câu hỏi đều đạt kết quả từ thang điểm 4.0 trở lên và độ lệch chuẩn < 1.0, cho thấy các mối quan hệ mà tác giả đề xuất trong mô hình là hoàn toàn phù hợp với bối cảnh Việt Nam. Ngoài ra, không có góp ý sửa đổi và bổ sung nội dung, thế nên tác giả vẫn giữ nguyên những nội dung vòng này cho cuộc khảo sát tiếp theo. Kết quả được tác giả tổng hợp ở bảng 2.

Bảng 2: Tổng hợp kết quả khảo sát Delphi - vòng 2

Ký hiệu	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn
H1	10	4.3	0.6749
H2	10	4.3	0.4830
H3	10	4.8	0.4216
H4	10	4.1	0.5676
H5	10	4.0	0.6667
KS1	10	4.7	0.4830
KS2	10	4.1	0.7379

(Chú thích: H1: giả thuyết H1; H2: giả thuyết H2; H3: giả thuyết H3; H4: giả thuyết H4; H5: giả thuyết H5; KS1: biến kiểm soát; KS2: biến kiểm soát)



Nguồn: Tác giả

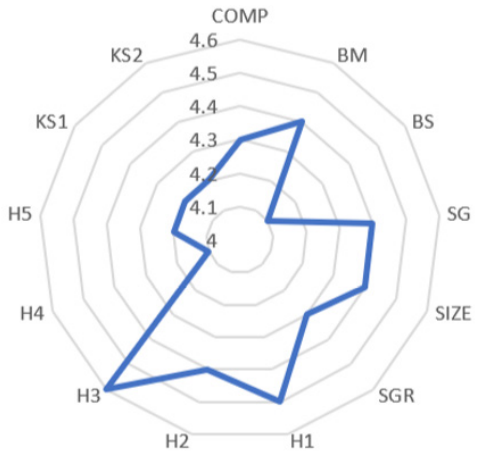
• **Vòng 3:** Trong vòng 3, tác giả một lần nữa gửi bảng câu hỏi với mục đích tham khảo ý kiến chuyên gia về 2 mệnh đề đã được khảo sát ở 2 vòng trước. Mặc dù, mục tiêu thực hiện khảo sát vòng 3 là để tác giả một lần nữa khảo sát ý kiến của các chuyên gia về những sửa đổi dựa trên những nội dung được góp ý để phù hợp và chính xác hơn. Tuy nhiên, trong xuyên suốt 2 vòng đầu các tác giả đều đưa ra ý kiến đồng tình và không có các góp ý về các nội dung mà tác giả đề xuất. Thế nên, tác giả thực hiện thêm cuộc khảo sát này nhằm lấy ý kiến của các chuyên gia về sự phù hợp của các khái niệm và cách đo lường dùng để định nghĩa, đo lường về mối quan hệ của các biến trong mô hình. Bảng câu hỏi cũng được gửi đến nhóm 10 chuyên gia và nhận lại được kết quả

tổng hợp như bảng 3. Từ kết quả tác giả nhận thấy, điểm trung bình của tất cả câu hỏi đều được đồng thuận với điểm trung bình trên 4.0 và độ lệch chuẩn < 1.0. Từ đây, tác giả có thể khẳng định rằng, các khái niệm, cách đo lường mà tác giả sử dụng là phù hợp và các mối quan hệ mà tác giả đề xuất trong nghiên cứu có tồn tại và tính khả thi cao. Dựa vào các kết quả đạt được, tác giả hình thành mô hình nghiên cứu chính thức và giả thuyết nghiên cứu chính thức.

Bảng 3: Tổng hợp kết quả khảo sát Delphi - vòng 3

Ký hiệu	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn
COMP	10	4.3	0.4830
BM	10	4.4	0.6992
BS	10	4.1	0.3162
SG	10	4.4	0.6992
SIZE	10	4.4	0.5164
SGR	10	4.3	0.4830
H1	10	4.5	0.5270
H2	10	4.4	0.5164
H3	10	4.6	0.5164
H4	10	4.1	0.5676
H5	10	4.2	0.6325
KS1	10	4.2	0.6325
KS2	10	4.2	0.6325

(Chú thích: COMP: Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm; BM: Giám sát của Hội đồng quản trị; BS: Chiến lược cạnh tranh; SG: Tỷ lệ tang trưởng bền vững; SIZE: Quy mô doanh nghiệp; SGR: Tỷ lệ tang trưởng doanh thu; H1: giả thuyết H1; H2: giả thuyết H2; H3: giả thuyết H3; H4: giả thuyết H4; H5: giả thuyết H5; KS1: biến kiểm soát; KS2: biến kiểm soát)



Nguồn: Tác giả

4.2. Nghiên cứu định lượng

Để có thể nhận thấy rõ vai trò điều tiết của chiến lược cạnh tranh tác động đến cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp mà cụ thể là chiến lược cạnh tranh dẫn đầu về chi phí (AUE) và chiến lược khác biệt hóa sản phẩm (PPC), vì thế tác giả thực hiện hai mô hình nghiên cứu tách biệt để kiểm định và đánh giá vai trò điều tiết của từng chiến lược cạnh tranh tác động đến cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam, cụ thể:

Bảng 4: Kết quả phân tích mô hình SEM với biến điều tiết Chiến lược dẫn đầu về chi phí (AUE)

Giả thuyết		BM	SG	Kết luận
		β	β	
H_1;H_2	COMP	0.2584***	- 1.6506***	Ủng hộ
H_3	BM		0.5489***	Ủng hộ
H_4	COMP -> BM -> SG		2.4187***	Ủng hộ
H_5	AUE		1.4095**	Ủng hộ
Biến kiểm soát: SIZE			0.0816***	Ủng hộ
Biến kiểm soát: SGR			0.1259**	Ủng hộ
Chỉ số đánh giá sự phù hợp của mô hình			χ^2 (3) (Prob > χ2) = 0.160 RMSEA = 0.056 CFI = 0.995 TLI = 0.985 SRMR= 0.019	

*(Ghi chú: *, **, *** tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, 1%. COMP: Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm; BM: Giám sát của Hội đồng quản trị; AUE: Chiến lược dẫn đầu về chi phí; SG: Tăng trưởng bền vững; SIZE: Quy mô doanh nghiệp; SGR: Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu.)*

Nguồn: Tác giả

Bảng 5: Kết quả phân tích mô hình SEM với biến điều tiết Khác biệt hóa sản phẩm (PPC)

Giả thuyết		BM	SG	Kết luận
		β	β	
H1;H2	COMP	0.2584***	- 1.6506***	Ủng hộ
H3	BM		0.5489***	Ủng hộ
H4	COMP -> BM -> SG		2.4187***	Ủng hộ
H5	PPC		1.4176***	Ủng hộ
Biến kiểm soát: SIZE			0.0816***	Ủng hộ
Biến kiểm soát: SGR			0.1259**	Ủng hộ
Chỉ số đánh giá sự phù hợp của mô hình			χ^2 (3) (Prob > χ2) = 0.105 RMSEA = 0.059 CFI = 0.993 TLI = 0.975 SRMR= 0.022	

*(Ghi chú: *, **, *** tương ứng với mức ý nghĩa 10%, 5%, 1%. COMP: Cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm; BM: Giám sát của Hội đồng quản trị; PPC: Chiến lược về khác biệt hóa sản phẩm; SG: Tăng trưởng bền vững; SIZE: Quy mô doanh nghiệp; SGR: Tỷ lệ tăng trưởng doanh thu.)*

Nguồn: Tác giả

Dựa trên thông tin tổng hợp kết quả từ bảng 5 cho thấy giả thuyết H1 được ủng hộ với lập luận cho rằng cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm ảnh hưởng cùng chiều với giám sát của HĐQT. Kết quả kiểm chứng cho thấy giá trị đường dẫn

β = 0.2584 thể hiện tác động dương của COMP tới BM với mức ý nghĩa 1%, nói cách khác cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm càng cao gây sức ép cho HĐQT cải thiện công tác giám sát, quản lý doanh nghiệp. Tương tự như kết quả nghiên cứu của Husted và Serrano (2002); Giroud và Mueller (2010) cho thấy cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm tăng, tạo áp lực cho nhà quản trị nâng cao chất lượng quản lý, giảm lơ là trong giám sát của HĐQT, từ đó đảm bảo hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Tiếp theo, kết quả của giả thuyết H2 cho thấy tác động ngược chiều của cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm đến tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp thông qua giá trị β = -1.6506 với mức ý nghĩa 1%, có nghĩa là khi cạnh tranh thị trường càng cao, doanh nghiệp phải chịu sức ép, từ đó mất đi sự ổn định và ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp trong tương lai. Kết quả ảnh hưởng ngược chiều của cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm tới tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp có thể coi là điểm mới trong nghiên cứu này khi kiểm chứng ở bối cảnh Việt Nam.

Với giả thuyết H3, lập luận về mối quan hệ giữa giám sát của HĐQT và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp có tác động dương, minh chứng với kết quả mô hình nhận được giá trị đường dẫn đặt β = 0.5489 với mức ý nghĩa 1%. Đồng nghĩa, HĐQT có hoạt động giám sát hiệu quả góp phần tích cực đến tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp. Kết quả tương đồng với nghiên cứu của Arora và Bodhanwala (2018) đã khẳng định rằng vai trò trung gian giám sát của HĐQT thông qua công tác giám sát và điều tiết những xung đột giữa chủ sở hữu và nhà quản lý giúp đẩy mạnh hiệu quả công tác quản trị doanh nghiệp, giảm thiểu sự lơ là của cấp quản lý và góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Tiếp đến, tác giả kiểm tra vai trò trung gian của giám sát của HĐQT được lập luận ở giả thuyết H4 thông qua giả thuyết H1 và H3, cụ thể biến giám sát của HĐQT là nhân tố trung gian trong mối quan hệ giữa cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp. Vì vậy để chứng minh sự tồn tại của giả thuyết này thì phải tồn tại các tác động trực tiếp của cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm tới giám sát của HĐQT và tác động trực tiếp của giám sát của HĐQT tới tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp. Hơn thế nữa, khi đo lường tác động trung gian giám sát của HĐQT đạt được giá trị đường dẫn là 2.4187, mức ý nghĩa 1% cho thấy tác động dương. Vì vậy, tác giả khẳng định giám sát của HĐQT đóng vai trò trung gian cho mối quan hệ này.

Đối với bối cảnh tại Việt Nam, chưa có nghiên cứu về nhận định này, thế nên đây là điểm mới mà đề tài đang thực hiện. Cuối cùng, giả thuyết H5 kết quả phân tích về vai trò điều tiết của BS (chiến lược dẫn đầu về chi phí - AUE) trong mối quan hệ giữa cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp cho thấy giả thuyết H5 tồn tại mối quan hệ dương, minh chứng bằng β = 1.4176 với mức ý nghĩa 1%, có nghĩa là chiến lược dẫn đầu về chi phí có vai trò là công cụ điều tiết khi mức độ cạnh tranh cùng ngành trở nên gay gắt, tạo ra sản phẩm có giá thành thấp hơn các sản phẩm cùng ngành, sản phẩm mang tính cạnh tranh cao, thu hút được khách hàng, từ đó mang lại lợi ích cho doanh nghiệp. Đồng thời, các chỉ số trong mô hình với biến phụ thuộc SG như $\chi2(3)$ (Prob > $\chi2$) = 0.160, RMSEA = 0.056, CFI = 0.995, TLI = 0.985 và SRMR= 0.019 đều đạt ngưỡng cho phép. Ngoài ra, nghiên cứu còn kiểm tra vai trò kiểm soát của biến số quy mô doanh nghiệp và tỷ lệ tăng trưởng doanh thu có ảnh hưởng cùng chiều tới tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp với hệ số đường dẫn lần lượt là β = 0.0816, mức ý nghĩa thống kê 1% và β = 0.1259, mức ý nghĩa thống kê 5%.

Giả thuyết H5 trong mô hình này khi xem xét vai trò điều tiết của chiến lược cạnh tranh khác biệt hóa sản phẩm trong mối quan hệ cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp được ủng hộ với mức ý nghĩa thống kê 1%, có thể hiểu rằng khi mức độ cạnh tranh trên thị trường càng gay gắt đòi hỏi doanh nghiệp cần đổi mới, sáng tạo từ đó tăng trưởng hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Cụ thể hơn, khi cạnh tranh thị trường các dòng sản phẩm cùng ngành trở nên gay gắt thì chiến lược khác biệt hóa sản phẩm là một công cụ tạo nên lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp, cùng với sự mới lạ, độc nhất và khó có thể bắt chước về sản phẩm, cách thức quảng bá giúp doanh nghiệp có vị trí vững mạnh trong ngành, khó có thể bị ảnh hưởng bởi biến động của thị trường.

Đồng thời, các chỉ số trong mô hình với biến phụ thuộc SG như $\chi2(3)$ (Prob > $\chi2$) = 0.105, RMSEA = 0.059, CFI = 0.993, TLI = 0.978 và SRMR= 0.022 đều đạt ngưỡng cho phép.

5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu đóng góp thêm về lý luận và thực tiễn liên quan đến các vấn đề quan trọng trong các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam. Nghiên cứu giúp phát triển và kiểm định các mối quan hệ giữa cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm, giám sát của HĐQT, tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp. Đồng thời xem xét vai trò trung gian giám sát của HĐQT, vai trò điều tiết của chiến lược cạnh tranh trong mối quan hệ cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm và tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp. Vì vậy, tác giả kiến nghị:

• Các doanh nghiệp đang gặp nhiều sức ép cạnh tranh với các đối thủ cần có những cải tiến trong công tác giám sát đặc biệt là công tác giám sát của HĐQT đối với các công việc của các bộ phận liên quan. Từ đó có những đổi mới trong công tác quản lý, phân bổ công việc nhằm đạt được hiệu quả trong công tác quản trị và đưa ra các quyết định đúng đắn cho sự phát triển của doanh nghiệp trong tương lai.

• Trong bối cảnh cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm không ngừng tăng cao, các doanh nghiệp gặp phải rất nhiều khó khăn trong hoạt động kinh doanh khi có quá nhiều sự cạnh tranh. Vì vậy, để có được sự ổn định và bình ổn qua nhiều năm hoạt động, việc lựa chọn và xây dựng chiến lược cạnh tranh cần đảm bảo đúng đắn và phù hợp với doanh nghiệp mới có ý nghĩa quyết định tới kết quả đầu ra. Để có thể lựa chọn chiến lược phù hợp, doanh nghiệp cần nắm rõ tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và tình hình kinh tế - chính trị - xã hội tại Việt Nam để có những nhận định và đưa ra các quyết định lựa chọn những chiến lược mang lại lợi ích tối đa cũng như làm nền tảng cho sự phát triển bền vững trong tương lai.

Trong tương lai, tác giả mong muốn thực hiện các nghiên cứu về vai trò điều tiết của các chiến lược cạnh tranh khác nhau trong môi trường kinh tế Việt Nam nhằm đưa ra cái nhìn tổng quát hơn về chiến lược cạnh tranh tác động mạnh mẽ như thế nào đối với sự bình ổn và phát triển của doanh nghiệp Việt Nam nói riêng và toàn thị trường Việt Nam nói chung. Hơn thế nữa, tác giả mong muốn so sánh vai trò điều tiết của các chiến lược cạnh tranh khác nhau nhằm nhận định các chiến lược cạnh tranh phù hợp với tình hình kinh tế tại Việt Nam ở thời điểm nghiên cứu.

Cuối cùng, tác giả mong muốn tổng quan được cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm của từng ngành tại thị trường Việt Nam. Các nghiên cứu sau có thể đo lường cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm theo cỡ mẫu là các doanh nghiệp trong cùng nhóm ngành, nhằm đo lường mức độ cạnh tranh thị trường dòng sản của từng nhóm ngành, từ đó xác định được mức độ cạnh tranh từng nhóm ngành hoạt động kinh doanh tại thị trường Việt Nam. Hơn thế nữa, các nghiên cứu sau có thể so sánh cạnh tranh thị trường dòng sản phẩm của các nhóm ngành đang hoạt động kinh doanh trên thị trường, nhằm xác định nhóm ngành nào đang chịu sức ép lớn từ cạnh tranh.

Tài liệu tham khảo:

Allison, P. D., Williams, R., & Moral-Benito, E. (2017). Maximum likelihood for cross-lagged panel models with fixed effects. Socius, 3, 2378023117710578.

Ammann, M., Oesch, D., & Schmid, M. M. (2013). Product market competition, corporate governance, and firm value: Evidence from the EU area. European Financial Management, 19(3), 452-469.

Arora, A., & Bodhanwala, S. (2018). Relationship between corporate governance index and firm performance: Indian evidence. Global Business Review, 19(3), 675-689.

Barton, S. L., & Gordon, P. J. (1988). Corporate strategy and capital structure. Strategic management journal, 9(6), 623-632.

Bernardi, L., Mattila, M., Papageorgiou, A., & Rapeli, L. (2021). Down But Not Yet Out: Depression, Political Efficacy, and Voting. Political Psychology.

Buallay, A., Hamdan, A., & Zureigat, Q. (2017). Corporate governance and firm performance: evidence from Saudi Arabia. Australasian Accounting, Business and Finance Journal, 11(1), 78-98.

Giroud, X., & Mueller, H. M. (2010). Does corporate governance matter in competitive industries? Journal of financial economics, 95(3), 312-331.

Husted, B. W., & Serrano, C. (2002). Corporate governance in Mexico. Journal of business ethics, 37(3), 337-348.

Hou, K., & Robinson, D. T. (2006). Industry concentration and average stock returns. The Journal of Finance, 61(4), 1927-1956.

Harmon, J., Fairfield, K. D., & Behson, S. (2009, June). A comparative analysis of organizational sustainability strategy: Antecedents and performance outcomes perceived by US and Non-US based managers. In Proceedings of the International Eastern Academy of Management Conference, Rio de Janeiro, Brazil (pp. 21-25).

Malik, H. (2011). Determinants of insurance companies' profitability: an analysis of insurance sector of Pakistan. Academic research international, 1(3), 315.

Markarian, G., & Santalo, J. (2014). Product market competition, information and earnings management. Journal of Business Finance & Accounting, 41(5-6), 572-599.

Mehmetoglu, M. (2018). Medsem: A Stata package for statistical mediation analysis. International Journal of Computational Economics and Econometrics, 8(1), 63-78.

Schmidt, K. M. (1997). Managerial incentives and product market competition. The Review of economic studies, 64(2), 191-213.

Singla, M., & Singh, S. (2019). Board monitoring, product market competition and firm performance. International Journal of Organizational Analysis.

Singh, P., & Agarwal, N. C. (2002). The effects of firm strategy on the level and structure of executive compensation. Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration, 19(1), 42-56.

Siddika, A., & Haron, R. (2019). Capital regulation and ownership structure on bank risk. Journal of Financial Regulation and Compliance.

Tambunan, A. P. (2008). Menilai Harga Wajar Saham. Elex Media Komputindo.

Van der Voet, J., Kuipers, B. S., & Groeneveld, S. (2016). Implementing change in public organizations: The relationship between leadership and affective.

ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ VAY VỐN KHÔNG CÓ TÀI SẢN BẢO ĐẢM TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH THÀNH PHỐ TRÀ VINH

PGS.TS. Nguyễn Hồng Hà* - Trầm Phước Lộc**

Nghiên cứu sự hài lòng của Khách hàng đối với dịch vụ vay vốn không có tài sản đảm bảo tại Agribank Chi nhánh thành phố Trà Vinh (Agribank Trà Vinh) bằng phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp 400 khách hàng đã và đang vay vốn không có đảm bảo tài sản tại Agribank Trà Vinh. Dựa trên các nghiên cứu lược khảo và mô hình sự hài lòng của Parasuraman 1988, nhóm tác giả ứng dụng mô hình hồi quy đa biến để đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tín dụng không đảm bảo bằng tài sản. Kết quả nghiên cứu đã tìm ra được 6 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng là: Sự tin cậy, Sự đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự đồng cảm, Năng lực phục vụ, Lãi suất cho vay. Từ kết quả nghiên cứu trên, Nhóm nghiên cứu đã đề xuất các hàm ý chính sách nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tín dụng không đảm bảo bằng tài sản tại Agrtibank thành phố Trà Vinh thời gian tới.

• Từ khóa: *sự hài lòng, khách hàng, dịch vụ vay vốn không tài sản bảo đảm, Agribank Trà Vinh.*

The research for customer satisfaction with unsecured loan services at Agribank Tra Vinh City Branch (Agribank Tra Vinh) by collecting primary data of 400 customers who have been and are taking loans that there is no collateral at Agribank Tra Vinh. Based on the preliminary studies and the satisfaction model of Parasuraman 1988, The authors applied a multivariate regression model to measure the factors affecting customer satisfaction for unsecured loan services. The research results have found 6 factors affecting customer satisfaction: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Service capacity, Loan interest rate. From the above research results, the Authors have proposed policy implications to further improve customer satisfaction for unsecured loan services at Agribank Tra Vinh city in the coming time.

• Key words: *satisfaction, customers, unsecured loan service, Agribank Tra Vinh.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Giới thiệu

Tín dụng ngân hàng là mạch máu, là nguồn vốn vô cùng quan trọng đối với sự phát triển của nền kinh tế. Kể cả tổ chức lẫn các cá nhân đều cần nguồn vốn tín dụng, trong đó có tín dụng không cần tài sản bảo đảm (KTSBĐ) với đặc tính giải ngân nhanh, ít các thủ tục phức tạp và không cần thế chấp tài sản. Chính nguồn vốn này giúp hạn chế rất nhiều hoạt động tín dụng đen ngoài xã hội. Đồng thời, cung cấp nguồn vốn đáp ứng nhu cầu chi tiêu, tiêu dùng của người dân, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đó, giúp bổ sung nguồn vốn cho các cá nhân, doanh nghiệp sử dụng vốn ngắn hạn chi trả lương, chi trả nguyên vật liệu, mua sắm trang thiết bị…

Hoạt động tín dụng cũng là nguồn thu nhập chính của các ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ tín dụng KTSBĐ với mức lãi suất thường cao hơn các dịch vụ tín dụng khác. Trong đó, Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Thành phố Trà Vinh (Agribank Chi nhánh TPTV) có mức lợi nhuận đối với tín dụng KTSBĐ trong 3 năm gần nhất từ 2019-2021 lần lượt là 2,18 tỷ đồng, 2,45 tỷ đồng và 2,86 tỷ đồng. Mức lợi nhuận này vẫn còn khá thấp so với các ngân hàng khác đang hoạt động trên địa bàn Trà Vinh. Bên cạnh đó, do dịch vụ tín dụng KTSBĐ

** Trường Kinh tế, Luật; Trường Đại học Trà Vinh; email: hongha@tvu.edu.vn*
*** Ngân hàng Nông nghiệp chi nhánh TP .Trà Vinh; email: loctramphuoc@agribank.com.vn*

chưa đẩy mạnh phát triển nên cũng ảnh hưởng đến việc bán chéo các sản phẩm, dịch vụ khác, tác động không nhỏ đến hiệu quả kinh doanh của Chi nhánh *(Agribank Trà Vinh, 2022)*

Ngoài ra, Agribank Chi nhánh TPTV còn phải đối mặt với những thách thức từ sự cạnh tranh gay gắt của các ngân hàng khác trên địa bàn. Đồng thời, còn có sự tham gia của các Công ty Tài chính đang phát triển nhanh như: Home Credit, FE Credit, HD Saison, Mirae Asset… Trong môi trường cạnh tranh như hiện tại, vấn đề tạo được sự hài lòng cho khách hàng càng trở nên cấp bách, có ý nghĩa quyết định sự tồn tại và phát triển của ngân hàng. Bên cạnh đó, tâm lý của một bộ phận khách hàng cho rằng Agribank còn là ngân hàng thuộc Nhà nước nên việc làm hài lòng khách hàng chưa tốt bằng các NHTM khác *(Ý kiến chuyên gia, 2022).*

Chính vì những lý do trên đã thúc đẩy tác giả tìm hiểu, xác định và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng để đáp ứng được kỳ vọng, nhu cầu của khách hàng, tạo ra sự hài lòng từ đó giữ chân được nhóm khách hàng cũ và thu hút được nhiều khách hàng mới hơn.

2. Lược khảo tài liệu

Aymn Sulieman (2015) đã tiến hành thu thập 375 mẫu dữ liệu thu thập từ khách hàng. Ứng dụng mô hình hồi quy đa biến, kết quả cho thấy, cả 5 nhân tố trên đều có mối quan hệ tích cực với sự hài lòng của khách hàng. Nghiên cứu cũng đưa ra khuyến nghị cải tiến liên tục các dịch vụ cung cấp cho khách hàng, nghiên cứu và dự đoán kỳ vọng của khách hàng để đảm bảo cung cấp dịch vụ tốt hơn.

Abdullah, Manaf, Yusuf, Ahsan & Azam (2014), đã thu thập 325 mẫu khảo sát. Kết quả nghiên cứu cho thấy Sự tin cậy; Đảm bảo; Sự đồng cảm có mối quan hệ tích cực với sự hài lòng của khách hàng. Hai nhân tố còn lại là Hữu hình và Đáp ứng không có ý nghĩa thống kê trong mô hình nghiên cứu của nhóm tác giả. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Jelena Titko, Natalja Lace, Konstantis Kozlovskis (2012).

Augustine Addo & Kofi Kwarteng (2012) đã khảo sát 140 khách hàng và sử dụng phân tích hồi quy đa biến, kết quả nghiên cứu đã xác định cả 5 thuộc tính đều có mối quan hệ với sự hài lòng. Có sự ảnh hưởng cao nhất là nhân tố (1) Khả năng đáp ứng; lần lượt các nhân tố tiếp theo là (2) Đảm bảo; (3) Sự tin cậy; (4) Hữu hình và (5) Sự đồng cảm có ít ảnh hưởng nhất đến sự hài lòng của khách hàng.

Lê Trung Hiếu và Nguyễn Lê Thừa Băng (2021) đã thu thập từ 150 khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ vay tiêu dùng tại Sacombank Trà Vinh. Kết quả cho thấy cả 6 yếu tố đều có ý nghĩa thống kê trong mô hình, trong đó yếu tố (1) Phương tiện hữu hình có sự ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng; tiếp theo là yếu tố (2) Năng lực phục vụ; (3) Sự tin cậy; (4) Sự đồng cảm; (5) Lãi suất; cuối cùng (6) Sự đáp ứng tương tự như Ngô Như Thoại Quyên (2017).

Lê Tấn Phước (2021) đã khảo sát 204 khách hàng và sử dụng phương pháp phân tích hồi quy đa biến, kết quả cho thấy cả 5 nhân tố đều có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Nhân tố có tác động mạnh nhất chính là (1) Độ tiếp cận; tiếp theo (2) Sự cảm thông; (3) Kỹ năng; (4) Độ tin cậy và cuối cùng là (5) Sự cạnh tranh.

Ngô Đức Chiến (2021) đã ứng dụng mô hình SERVQUAL và áp dụng các lý thuyết nền tảng, các kết quả nghiên cứu tiền nhiệm để phân tích và đánh giá tác động của các nhân tố thuộc chất lượng dịch vụ và hình ảnh tổ chức đến Sự hài lòng của khách hàng. Thông qua kết quả khảo sát trực tiếp từ 318 khách hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy: Nhân tố "Hình ảnh tổ chức" tác động mạnh nhất đến Sự hài lòng khách hàng trong lĩnh vực Ngân hàng; kế đến là "Độ tin cậy"; "Sự đảm bảo"; "Sự đồng cảm"; "Khả năng đáp ứng" và "Phương tiện hữu hình".

Trần Thị Thanh Thủy (2020), khảo sát 230 khách hàng, sử dụng dữ liệu thu thập được, tác giả dùng phương pháp phân tích hồi quy đa biến đã chỉ ra rằng (1) Sự cảm thông có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng, kế đến là (2) Độ tin cậy; (3) Hình ảnh; (4) Sự đảm bảo. Nghiên cứu cũng cho thấy hai yếu tố Phương tiện hữu hình và Sự đáp ứng không có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Bà Rịa tương tự như nghiên cứu của Bùi Văn Thụy, Nguyễn Công Tài & Võ Thị Hoài Thương (2019) và Phạm Nguyễn Ngọc Diễm (2018).

Tổng hợp các kết quả trong quá trình lược khảo tài liệu nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan đến đề tài nghiên cứu, tác giả nhận thấy đa phần đều vận dụng mô hình SERVQUAL của Parasuraman (1988) gồm các nhân tố chính: Sự tin cậy, Sự đáp ứng, Sự bảo đảm, Sự đồng cảm và Phương tiện hữu hình để đo lường sự hài lòng của khách hàng.

Bên cạnh đó, một số đề tài cũng đề xuất một số nhân tố khác căn cứ trên tình hình nghiên cứu như: Lãi suất, và thương hiệu ngân hàng… Ngoài ra, phương pháp chủ yếu được sử dụng để xác định mức độ tác động của các nhân tố đến sự hài lòng là phân tích hồi quy đa biến bằng phần mềm SPSS.

3. Phương pháp nghiên cứu:

Qua tham khảo các mô hình lý thuyết và tổng hợp kết quả lược khảo, tác giả quyết định lựa chọn mô hình SERVQUAL của Parasuraman (1988) làm nền tảng cho mô hình nghiên cứu. Đồng thời, kết hợp với việc xem xét các nhân tố đã được chứng minh có tầm ảnh hưởng quan trọng đến sự hài lòng trong các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, tác giả để xuất mô hình nghiên cứu với 8 nhân tố độc lập gồm: "Sự tin cậy"; "Sự đáp ứng"; "Sự đảm bảo"; "Sự đồng cảm"; "Năng lực phục vụ"; "Phương tiện hữu hình"; "Lãi suất" và "Hình ảnh thương hiệu".

$$Y\ (SHL) = \beta_1 STC + \beta_2 SDU + \beta_3 SDB + \beta_4 SDC + \beta_5 NLPV + \beta_6 PTHH + \beta_7 LS + \beta_8 HATH + \varepsilon$$

Trong đó:

Y là sự hài lòng của khách hàng.

Các biến X là các biến độc lập (biến giải thích). Các biến này được định nghĩa và diễn giải chi tiết trong Bảng 1.

Bảng 1: Ý nghĩa của các biến độc lập và kỳ vọng về dấu

STT	Mã biến	Tên biến	Dấu kỳ vọng	Cơ sở chọn biến
1	X1	Sự tin cậy	+	Aymn Sulieman (2015); Abdullah, Manaf, Yusuf, Ahsan & Azam (2014); Augustine Addo & Kofi Kwarteng (2012
2	X2	Sự đáp ứng	+	Lê Trung Hiếu và Nguyễn Lê Thừa Băng (2021); Ngô Đức Chiến (2021); Bùi Văn Thụy, Nguyễn Công Tài & Võ Thị Hoài Thương (2019); Phạm Nguyễn Ngọc Diễm (2018); Aymn Sulieman (2015); Augustine Addo & Kofi Kwarteng (2012)
3	X3	Sự đảm bảo	+	Ngô Đức Chiến (2021); Trần Thị Thanh Thủy (2020); Phạm Nguyễn Ngọc Diễm (2018); Aymn Sulieman (2015); Abdullah, Manaf, Yusuf, Ahsan & Azam (2014); Augustine Addo & Kofi Kwarteng (2012)
4	X4	Sự đồng cảm	+	Bùi Văn Thụy, Nguyễn Công Tài & Võ Thị Hoài Thương (2019); Phạm Nguyễn Ngọc Diễm (2018); Aymn Sulieman (2015); Abdullah, Manaf, Yusuf, Ahsan & Azam (2014); Augustine Addo & Kofi Kwarteng (2012)
5	X5	Năng lực phục vụ	+	Lê Trung Hiếu và Nguyễn Lê Thừa Băng (2021); Bùi Văn Thụy, Nguyễn Công Tài & Võ Thị Hoài Thương (2019); Ngô Như Thoại Quyên (2017)
6	X6	Phương tiện hữu hình	+	Bùi Văn Thụy, Nguyễn Công Tài & Võ Thị Hoài Thương (2019); Phạm Nguyễn Ngọc Diễm (2018); Aymn Sulieman (2015); Augustine Addo & Kofi Kwarteng (2012)
7	X7	Lãi suất	+	Lê Trung Hiếu và Nguyễn Lê Thừa Băng (2021); Bùi Văn Thụy, Nguyễn Công Tài & Võ Thị Hoài Thương (2019); Jelena Titko, Natalja Lace, Konstantis Kozlovskis (2012)
8	X8	Hình ảnh thương hiệu	+	Ngô Đức Chiến (2021); Trần Thị Thanh Thủy (2020); Jelena Titko, Natalja Lace, Konstantis Kozlovskis (2012)
13	Y	Sự hài lòng của khách hàng.	(+)/(-)	Tổng hợp các nghiên cứu lược khảo

Nguồn: tổng hợp từ các nghiên cứu lược khảo, 2023

Nhóm tác giả phỏng vấn 400 mẫu là khách hàng cá nhân đã và đang vay vốn tại Agribank Trà Vinh. Phân tích hồi quy ước lượng hay dự đoán giá trị trung bình của biến phụ thuộc trên cơ sở đã biết của biến độc lập để đánh giá được sự hài lòng của khách hàng tại Agribank Trà Vinh.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Dựa trên kết quả bảng 2 để nhận xét mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đối với sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ vay vốn KTSBĐ tại Agribank Chi nhánh TPTV.

Bảng 2: Kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	T	Mức ý nghĩa	Thống kê sự cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Hệ số Tolerance	Hệ số VIF
(Hằng số)	-0,279	0,196		-1,425	0,155		
Sự tin cậy	0,178	0,027	0,249	6,701	0,000	0,830	1,205
Sự đáp ứng	0,095	0,027	0,133	3,588	0,000	0,828	1,208
Sự đảm bảo	0,221	0,032	0,251	6,892	0,000	0,859	1,164
Sự đồng cảm	0,147	0,029	0,190	5,037	0,000	0,800	1,250
Năng lực phục vụ	0,137	0,029	0,177	4,728	0,000	0,815	1,228
Phương tiện hữu hình	0,046	0,031	0,053	1,500	0,135	0,911	1,098
Lãi suất	0,243	0,035	0,266	6,961	0,000	0,782	1,278
Hình ảnh thương hiệu	0,030	0,026	0,039	1,131	0,259	0,947	1,056

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu từ SPSS, 2022

Với kết quả phân tích được cho thấy nhân tố có sự ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến sự hài lòng của

khách hàng là Lãi suất với hệ số Beta chuẩn hóa là 0,266; Nhân tố có mức độ ảnh hưởng cao thứ hai đến sự hài lòng là Sự đảm bảo với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0,251; Nhân tố có mức độ ảnh hưởng cao thứ ba là Sự tin cậy với giá trị Beta chuẩn hóa là 0,249; Tiếp đến nhân tố có mức độ ảnh hưởng thứ tư là Sự đồng cảm có Beta chuẩn hóa đạt 0,190; Năng lực phục vụ có hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0,177 là nhân tố có mức độ ảnh hưởng thứ năm; Cuối cùng có mức độ ảnh hưởng thấp nhất đến sự hài lòng của khách hàng trong mô hình nghiên cứu là Sự đáp ứng với hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0,133. Bên cạnh đó, kết quả phân tích cũng cho thấy hai nhân tố: Phương tiện hữu hình và Hình ảnh thương hiệu có giá trị sig lớn hơn nhiều với mức ý nghĩa kiểm định là 0,05. Do đó, có thể nói hai nhân tố này không có ý nghĩa trong mô hình nghiên cứu, hay hiểu cách khác là Phương tiện hữu hình và Hình ảnh thương hiệu có ảnh hưởng không đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng với giá trị Beta lần lượt là 0,053 và 0,039.

5. Hàm ý chính sách nâng cao sự hài lòng của khách hàng thời gian tới

5.1. Về lãi suất

Ngoài việc áp dụng chính sách lãi suất và phí cho vay linh hoạt, chi nhánh cần tập trung vào việc nâng cao giá trị tài chính cho khách hàng. Điều này có thể thực hiện bằng cách cung cấp tư vấn toàn diện cho khách hàng. Trước hết, cần cung cấp thông tin chi tiết và hướng dẫn cho khách hàng về các phương án vay vốn, bao gồm điều kiện vay, mức lãi suất, thời hạn và các yêu cầu cần thiết. Việc tư vấn đúng nhu cầu phù hợp với từng khách hàng cũng là một yếu tố quan trọng, nhằm đảm bảo tính khả thi của khoản vay và tránh tình trạng nợ quá tải. Bên cạnh đó, cũng cần tư vấn cụ thể về phương án trả nợ. Điều này bao gồm giải thích về các phương thức trả nợ, như trả theo dư nợ giảm dần hoặc theo lịch trả trước định kỳ, cùng với các lựa chọn về thời gian trả nợ phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng. Bằng cách cung cấp tư vấn đúng mức trả nợ và thời hạn, giúp cho khách hàng xác định kế hoạch tài chính và tối ưu quản lý nợ.

5.2. Sự đảm bảo

Để tăng cường sự đảm bảo mang đến sự hài lòng cho khách hàng đối với dịch vụ vay vốn KTSBĐ tại Agribank Chi nhánh TPTV, chi nhánh cần chú trọng đến công tác đào tạo nhân viên về kỹ năng giao tiếp, kiến thức chuyên môn và quy trình vay vốn. Trước tiên, cần huấn luyện cho nhân viên về cách giao tiếp hiệu quả, bao gồm kỹ năng lắng nghe, diễn đạt ý kiến một cách rõ ràng để truyền đạt thông điệp, tư vấn hiệu quả. Ngoài ra, chi nhánh cần xây dựng một môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện, khuyến khích nhân viên duy trì đạo đức nghề nghiệp và tinh thần trách nhiệm trong việc phục vụ khách hàng.

Bên cạnh huấn luyện những kỹ năng cần thiết, cần đào tạo nhân viên về chuyên môn liên quan đến dịch vụ vay vốn KTSBĐ để họ nắm vững những kiến thức về các sản phẩm dịch vụ, quy trình xét duyệt hồ sơ và các yêu cầu điều kiện khi vay. Điều này giúp cho đội ngũ nhân viên có hiểu biết sâu về chính sách và quy định liên quan đến vay vốn KTSBĐ và có khả năng giải thích chi tiết, đáng tin cậy cho khách hàng. Hơn nữa, nhân viên sẽ hiểu rõ vai trò của từng phòng ban và cá nhân trong quy trình, từ đó tạo điều kiện cho việc phối hợp trơn tru giữa các phòng ban, giúp cho hồ sơ vay vốn của khách hàng được thuận lợi hơn.

5.3. Sự tin cậy

Qua đánh giá của khách hàng, có thể thấy họ cũng chưa thật sự có niềm tin mạnh mẽ về vấn đề bảo mật thông tin khách hàng của Agribank Chi nhánh TPTV. Thứ nhất, ngân hàng cần tăng cường hệ thống bảo mật thông tin bằng cách đầu tư và nâng cấp cả hệ thống phần mềm lẫn phần cứng. Triển khai các biện pháp bảo vệ như mã hóa dữ liệu, tường lửa, cơ chế xác thực mạnh mẽ và giám sát liên tục để ngăn chặn các hành vi xâm nhập hoặc truy cập trái phép vào thông tin khách hàng. Thứ hai, đảm bảo rằng toàn bộ nhân viên được đào tạo về an ninh thông tin và hiểu rõ về các quy trình và biện pháp bảo mật. Điều này giúp nâng cao khả năng phát hiện mối đe dọa và các lỗ hổng bảo mật, đồng thời tăng cường ý thức của nhân viên về việc bảo vệ thông tin khách hàng. Thứ ba, tuân thủ các tiêu chuẩn bảo mật quốc tế như ISO 27001 để đảm bảo rằng hệ thống và quy trình của ngân hàng đáp ứng đầy đủ các yêu cầu bảo mật quan trọng. Việc chứng nhận bởi bên thứ ba đáng tin cậy cũng có thể tăng cường niềm tin của khách hàng. Thứ tư, cung cấp thông tin chi tiết về các biện pháp bảo mật được triển khai để bảo vệ thông tin khách hàng. Đồng thời, thông báo rõ ràng về các rủi ro có thể xảy ra và cung cấp hướng dẫn cho khách hàng về cách thức bảo vệ thông tin cá nhân của mình.

5.4. Sự đồng cảm

Dựa trên thông tin thu thập được, đưa ra các biện pháp cải thiện và đảm bảo rằng đội ngũ nhân

viên có nhận thức đúng đắn để cải thiện chất lượng phục vụ. Một biện pháp tốt hơn là khuyến khích nhân viên xây dựng mối quan hệ chặt chẽ với khách hàng bằng cách lắng nghe và thấu hiểu, nắm bắt được nhu cầu của họ. Điều này giúp xây dựng lòng tin và sự hài lòng từ phía khách hàng. Bên cạnh đó, xác định rõ vai trò và trách nhiệm của từng nhân viên trong việc tư vấn và hỗ trợ khách hàng để đảm bảo rằng mỗi nhân viên hiểu rõ nhiệm vụ của mình và biết cách giải quyết các vấn đề của khách hàng một cách chuyên nghiệp. Một gợi ý khác, Chi nhánh có thể xây dựng một cộng đồng tri thức nội bộ trong tổ chức, nơi nhân viên có thể chia sẻ thông tin và kinh nghiệm liên quan đến khó khăn của khách hàng. Có thể tổ chức các buổi họp, thảo luận hoặc sử dụng các nền tảng trực tuyến để thúc đẩy việc chia sẻ kiến thức và học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau. Việc này giúp đội ngũ nhân viên có cái nhìn tổng quan về các khó khăn phổ biến của khách hàng và tìm kiếm giải pháp tốt hơn. Mặt khác, cung cấp cho khách hàng các kênh giao tiếp mở và tiếp cận dễ dàng để chia sẻ khó khăn và thách thức mà họ đang gặp phải.

5.5. Năng lực phục vụ

Tác giả tin rằng sự thành công và hiệu quả của mỗi cá nhân trong tổ chức đều phụ thuộc vào việc họ cảm thấy được đánh giá cao và nhận được sự ủng hộ trong công việc của mình. Do đó, Chi nhánh cần tạo ra một môi trường làm việc đảm bảo sự thoải mái, tạo động lực cho nhân viên và khuyến khích sự sáng tạo, đồng thời thể hiện được tinh thần đồng đội. Không những vậy, ở đó nhân viên có thể tự do thể hiện ý tưởng và sáng tạo của mình. Chi nhánh cần khuyến khích sự đóng góp ý kiến và ý tưởng mới, đảm bảo rằng mọi ý kiến đều được lắng nghe và xem xét một cách công bằng để thúc đẩy sự sáng tạo và khai thác tối đa tiềm năng của nhân viên. Đồng thời, tôn trọng và tạo điều kiện thuận lợi để tăng cường tinh thần đồng đội, khuyến khích sự hợp tác, trao đổi thông tin và chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức giữa các thành viên trong tổ chức. Bằng cách tạo ra một môi trường không có sự cạnh tranh thiếu lành mạnh để mang đến cảm nhận cho mỗi nhân viên thấy được sự ủng hộ và sự coi trọng vì đóng góp của mình vào sự phát triển chung.

5.6. Sự đáp ứng

Đầu tiên, hồ sơ thủ tục cần được đơn giản hóa và tối ưu hóa để giảm bớt sự rườm rà. Cách hiệu quả để đạt được điều này là tăng cường sử dụng công nghệ thông tin và tự động hóa một số giai đoạn trong quy trình. Một giải pháp khác là xây dựng hệ thống trực tuyến, cho phép khách hàng nộp hồ sơ và theo dõi tiến trình hoàn toàn trực tuyến. Điều này sẽ giảm bớt việc khách hàng phải di chuyển và nộp giấy tờ trực tiếp tại ngân hàng, đồng thời giúp tiết kiệm thời gian và công sức cho cả khách hàng và nhân viên ngân hàng. Thứ hai, nên tạo ra một danh mục rõ ràng và chi tiết về các giấy tờ cần thiết để xem xét đánh giá tín dụng. Khách hàng cần được cung cấp danh sách này từ đầu, điều này giúp họ chuẩn bị đầy đủ và đúng hạn những giấy tờ cần thiết. Đồng thời, chi nhánh cần tạo ra hướng dẫn rõ ràng về cách chuẩn bị và nộp hồ sơ để tránh hiểu lầm và sai sót không cần thiết. Thêm vào đó, cần có một quy trình nộp hồ sơ tín dụng rõ ràng và tiện lợi. Ngân hàng nên cung cấp cho khách hàng nhiều kênh nộp hồ sơ khác nhau, bao gồm cả trực tuyến và trực tiếp, để phù hợp với điều kiện của từng khách hàng.

Tài liệu tham khảo:

Abdullah, Manaf, Yusuf, Ahsan & Azam (2014), "Determinants of Customer Satisfaction on Retail Banks in New Zealand: An Empirical Analysis Using Structural Equation Modeling", Global Economy and Finance Journal, Vol. 7. No. 1, pp. 63-82.

Aymn Sulieman (2013), "Basic dimensions of the (SERVQUAL model) and its impact on the level of customer satisfaction: An empirical study of the Housing Bank in Karak, Jordan", European Scientific Journal, Vol 9 (1), pp. 21-34.

Augustine Addo & Kofi Kwarteng (2012), "Customer Satisfaction of Retail Banking Service: A Study of Selected Private Banks in Ghana", International Journal of Social Science Tomorrow, Vol. 1, No. 6, pp. 1-9.

Agribank Trà Vinh (2022). Báo cáo kết quả kinh doanh chi nhánh giai đoạn 2019-2021; 2-5.

Bùi Văn Thụy, Nguyễn Công Tài và Võ Thị Hoài Thương (2019), "Phát triển sản phẩm cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Sacombank Chi nhánh Đồng Nai trong giai đoạn 2020 – 2025", Tạp chí Khoa học Lạc Hồng, Số 8, tr. 1-7.

Cronin, JJ & Taylor, S.A (1992), "Measuring service quality A reexamination and extension", Jounal of marketing, (56), pp. 55-68.

Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., and Bryant, B. E., (1996), "The American Customer Satisfaction, Index: Nature, Purpose and Findings", Journal of Marketing, Vol. 58, pp. 7-18.

Parasuraman A., Vaarie Zeithaml & Leonard Berry (1988), "SERVQUAL: A Multiple-Item case for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality".

Jelena Titko, Natalja Lace, Konstantis Kozlovskis (2013), "Service quality in banking: Developing and testing measurement instrument with Latvian sample data", Faculty of Engineering Economics and Management, Riga Technical University, LV-1048 Riga, Latvia, pp. 507-515.

Ngô Đức Chiến (2022), "Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ và hình ảnh tổ chức đến sự hài lòng của khách hàng: Nghiên cứu thực nghiệm tại các Ngân hàng Thương mại trên địa bàn Thành phố Đà Nẵng", Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng, Số 239, 04/2022, tr 25-39.

Phạm Nguyễn Ngọc Diễm (2018), Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng tín dụng khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng Hải Chi nhánh Tân Bình, Luận văn Thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngân hàng TPHCM.

Lê Trung Hiếu và Nguyễn Lê Thừa Băng (2021), "Yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ cho vay tại Sacombank Trà Vinh", Tạp chí Tài chính, Số 2, 10/2021.

Đinh Phi Hổ (2014), Phương Pháp Nghiên Cứu Kinh Tế & Viết Luận Văn Thạc Sĩ, NXB Phương Đông.

Ngô Như Thoại Quyên (2017), "Đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tín dụng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam Chi nhánh Long An", Tạp chí Kinh tế Công nghệ, 11/2017, tr. 37-49.

Lê Tấn Phước (2021), "Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ cho vay tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quốc tế Việt Nam - Chi nhánh Bình Dương", Tạp chí Công thương, Số 4, 02/2021.

Trần Thị Thanh Thủy (2020), Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng: Trường hợp dịch vụ tín dụng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam Tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu Chi nhánh Bà Rịa, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỶ SUẤT SINH LỜI TRÊN TÀI SẢN CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TẠI VIỆT NAM

TS. Phùng Việt Hà* - TS. Đặng Thị Lan Phương* - TS. Vũ Ngọc Diệp* - Ths. Vũ Quỳnh Anh*

Bài viết nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lời trên tài sản của các NHTM ở Việt Nam giai đoạn 2014-2020. Để hoàn thành mục tiêu nghiên cứu, nhóm tác giả đã khai thác số liệu của 15 NHTM có số liệu tương đối chính xác, có quy mô từ nhỏ tới lớn và chiếm tỷ trọng tổng sài sản 62,9% trên tổng tài sản của hệ thống NHTM, gần như đại diện cho tổng thể. Tác giả đã sử dụng phương pháp hồi quy theo mô hình tác động cố định và ngẫu nhiên dựa trên dữ liệu bảng cân bằng. Kết quả nghiên cứu cho thấy tỷ suất sinh lời trên tài sản của NHTM có mối tương quan thuận chiều với quy mô tài sản của ngân hàng, quy mô vốn chủ sở hữu, rủi ro thanh khoản, thu nhập lãi và thu nhập phi lãi nhưng tương quan ngược chiều với chi phí quản lý, rủi ro tín dụng và thuế.

• Từ khóa: *ROA, quy mô tài sản, quy mô vốn chủ sở hữu, thu nhập lãi thuần, thu nhập ngoài lãi thuần.*

The article studies the factors affecting the return on assets of commercial banks in Vietnam in the period 2014-2020. To complete the research objective, the authors have exploited the data of 15 commercial banks with relatively accurate data, ranging in size from small to large and accounting for 62.9% of total assets. banking system, almost representing the whole. The author used regression methods according to fixed effects and random effects based on balanced panel data. The research results show that the return on assets of commercial banks is positively correlated with the bank's asset size, equity size, liquidity risk, interest income and non-interest income. but negatively correlated with administrative costs, credit risk and taxes.

• Key words: *ROA, asset size, equity size, net interest income, net non-interest income.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Giới thiệu vấn đề nghiên cứu

Quan sát số liệu khảo sát của 15 NHTM trong giai đoạn 2014-2020 có thể nhận thấy chủ yếu ROA của các NHTM năng trong khoảng từ 0,5% đến 1%, chỉ một số ít NHTM đạt ROA trong khoảng từ 1%-2%, cá biệt có 1 NHTM đạt mức ROA bất thường trên 2,5%. Mặc dù ROA của các NHTM ở mức chấp nhận được, đảm bảo an toàn trong hoạt động, tuy nhiên theo khuyến cáo ROA của các NHTM ở Việt Nam cần tăng lên trong ngưỡng trên 1 đến 2%. Để đạt được mục tiêu trên, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của các NHTM Việt Nam là cần thiết, làm cơ sở cho những khuyến cáo và hàm ý chính sách.

2. Dữ liệu và mô hình nghiên cứu

2.1. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện với bộ dữ liệu thu thập trong giai đoạn 2014-2020 của 15 NHTM Việt Nam: NHTM cổ phần An Bình (ABBank), NHTM cổ phần Á Châu (ACB), NHTM cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam (BID), NHTM cổ phần Công thương Việt Nam (CTG), NHTM cổ phần Xuất nhập khẩu Việt Nam (EIB), NHTM cổ phần phát triển thành phố Hồ Chí Minh (HDBank), NHTM cổ phần Quân Đội (MBB), NHTM cổ phần phát triển Mê Kông (MDB), NHTM cổ phần Phương Đông (OCB), NHTM cổ phần Sài Gòn- Hà Nội (SHB), NTHM cổ phần Sài Gòn Thương Tín (STB), NTHM cổ phần Kỹ thương Việt Nam (Techcombank), NHTM cổ phần Ngoại thương Việt Nam (VCB), NHTM cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank). Đây là 15 ngân hàng có số liệu tương đối chính xác, có quy mô từ nhỏ tới lớn và chiếm tỷ trọng tổng sài

** Trường Đại học Thương Mại*

sản 62,9% trên tổng tài sản của hệ thống NHTM, gần như đại diện cho tổng thể. Cơ sở dữ liệu thu thập từ các báo cáo tài chính năm của các ngân hàng, báo cáo của NHNN trong giai đoạn 2014-2020, Tổng cục thống kê và ngân hàng thế giới để lập thành bảng dữ liệu chi tiết.

2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu khoa học dựa trên mô hình của các tác giả: Halil Emre (2012) về các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời của NHTM tại Thổ Nhĩ Kỳ 2005-2010, Angela Roman (2013) về các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của NHTM tại Romania từ 2003-2011 và Tomola (2013) điều tra về các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của 20 NHTM tại Nigeria từ 2006-2012.Từ những nghiên cứu đó, tác giả ứng dụng mô hình hồi quy tuyến tính đa bội để xác định sự liên hệ và độ nhạy của các yếu tố (biến độc lập) tác động lên khả năng sinh lời của ngân hàng.

$$Y_{it} = \alpha + \sum_{k=1}^{k} \beta_k X_{it} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó: Y_{it} là biến phụ thuộc đại diện cho khả năng sinh lời của ngân hàng thứ i với i = 1,2, 3,…, 25 tại thời điểm t với t=2014,2015,…,2020.

Với X_{it} là biến độc lập đại diện cho các yếu tố tác động đến khả năng sinh lời. α là hằng số hay hệ số tự do cho biết giá trị trung bình của biến Y khi các biến X bằng 0.

β_k là hệ số tương quan hay hệ số hồi quy riêng cho biết ảnh hưởng của từng biến độc lập lên giá trị trung bình của biến phụ thuộc khi các biến còn lại giữ không đổi với k là số biến độc lập trong mô hình. e_{it} là sai số hồi quy.

Bảng 2: Tổng hợp các biến độc lập của mô hình và kỳ vọng

Tên biến	Ký hiệu biến	Cách tính	Kỳ vọng tác động ROA
Quy mô vốn chủ sở hữu của ngân hàng (Capital)	EA	$\frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng tài sản}}$	+
Quy mô ngân hàng (Bank Size)	SIZE	Log (Tổng tài sản)	+
Chi phí hoạt động (OperationExspensive)	OE	$\frac{\text{Chi phí quản lý}}{\text{Tổng tài sản}}$	-
Rủi ro thanh khoản (Liquidity Risk)	LDR	$\frac{\text{Dư nợ}}{\text{Tổng tiền gửi}}$	+
Rủi ro tín dụng (Credit Risk)	CR	$\frac{\text{Dự phòng rủi ro tín dụng}}{\text{Tổng dư nợ}}$	-
Tăng trưởng tiền gửi hàng năm (Yearly growth of deposits)	GFD	$\frac{\text{Tiền gửi năm nay} - \text{Tiền gửi năm trước}}{\text{Tiền gửi năm trước}}$	-
Thu nhập lãi thuần (Net Interest Margin)	NIM	$\frac{\text{Thu nhập lãi} - \text{Chi phí lãi}}{\text{Tài sản có sinh lãi}}$	+
Thu nhập ngoài lãi thuần (Non-Interest Income)	NII	$\frac{\text{Thu nhập ngoài lãi} - \text{Chi phí ngoài lãi}}{\text{Tổng tài sản}}$	+
Dư nợ cho vay/ Tổng tài sản (Total Debt to total assest Ratio)	LA	$\frac{\text{Dư nợ cho vay}}{\text{Tổng tài sản}}$	+
Chi phí lãi (Interets Cost)	IC	$\frac{\text{Chi phí lãi}}{\text{Tổng tiền gửi}}$	-
Thuế (Tax)	TAX	$\frac{\text{Tổng thuế thu nhập ngân hàng}}{\text{Tổng lợi nhuận trước thuế}}$	-
Tăng trưởng GDP (GDP Growth	GDP	$\frac{\text{GDP năm nay} - \text{GDP năm trước}}{\text{GDP năm trước}}$	+
Lạm phát	INF	$\frac{\text{Chỉ số giá năm nay} - \text{Chỉ số giá năm trước}}{\text{Chỉ số giá năm trước}}$	-

Từ mô hình hồi quy đa bội tham khảo ban đầu của các tác giả trên thế giới và thực trạng phân tích sơ bộ các yếu tố đã tổng hợp từ các nghiên cứu trước đây được coi có ảnh hưởng đến khả năng sinh lời của NHTM Việt Nam. Nhóm tác giả đề nghị đưa ra mô hình nghiên cứu như sau:

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 *EA + \beta_2 *SIZE_{it} + \beta_3 *OE_{it} + \beta_4 *LDR_{it} + \beta_5 *CR_{it} + \beta_6 *GFD_{it} + \beta_7 *NIM_{it} + \beta_8 *NII_{it} + \beta_9 LA_{it} + \beta_{10} *IC_{it} + \beta_{11} *TAX_{it} + \beta_{12} GDP + \beta_{13} INF + \varepsilon_{it}$$

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Thống kê mô tả

Bảng 3: Thống kê mô tả các biến số

	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
ROA	105	0.0097789	0.0065117	0.0002411	0.0286223
EA	105	0.0781516	0.0236631	0.0406177	0.1697322
SIZE	105	14.42108	0.3741558	13.59212	15.1809
OE	105	0.0176009	0.0048424	0.0096095	0.0328927
LDR	105	0.8947619	0.157737	0.53	1.37
CR	105	0.0111921	0.0026398	0.0069483	0.020605
GFD	105	0.1481745	0.113404	-0.2531426	0.5761144
NIM	105	0.0345714	0.0148083	0.02	0.09
NII	105	0.0077229	0.0051071	-0.0012265	0.0266231
LA	105	0.7173373	0.0736587	0.5010082	0.8476699

	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
IC	105	0.0472602	0.0101608	0.0277477	0.078775
TAX	105	0.2104692	0.0390163	0.0359478	0.4854458
GDP	105	0.0609857	0.0136138	0.0291	0.0708
INF	105	0.0276	0.0124277	0.0063	0.0474

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu

ROA bình quân của 15 NH là 0.98% biến thiên mạnh từ 0.02% đến 2.86%.Với giá trị trung bình cứ mỗi đồng tài sản bỏ ra thì ngân hàng thu về được 0.0097 đồng lợi nhuận sau thuế. Với độ lệch chuẩn là 0.65% cho thấy mức độ chênh lệch trong việc sử dụng hiệu quả giữa các ngân hàng gần như là tương đồng. Biến CR với giá trị trung bình là 1.11% hàm ý là tổng khoản dự phòng tín dụng trung bình chiếm khoảng 0.0111 tổng dư nợ trung bình của chúng. Biến LDR với mức trung bình là 89.48% thể hiện với ngân hàng cho vay 0.8948 đồng trên mỗi đồng tiền gửi. Từ độ lệch chuẩn 15.77% và khoảng biến thiên 0.53 tới 1.37 cho thấy mức độ biến động và không tương đồng cao giữa các ngân hàng. Biến EA thể hiện giá trị vốn chủ sở hữu trung bình chiếm 7.82% tổng tài sản trung bình của các NH, một tỷ lệ nhỏ so với tổng tài sản. Độ lệch chuẩn là 2.36% khoảng chênh lệch là 4.06% đến 16.97% cho thấy sự không tương đồng về quy mô vốn chủ sở hữu của ngân hàng, bên cạnh đó độ lệch chuẩn 2.36% và khoảng biến thiên từ - 4.06% đến 16.97% cho thấy mức độ không tương xứng giữa các ngân hàng cao. Biến OE có giá trị trung bình là 1.76% thể hiện chi phí quản lý trung bình chiếm 1.76% tổng tài sản trung bình của ngân hàng. Khoảng biến thiên từ 0.96% đến 3.28% cho thấy mức độ quản lý chi phí giữa các ngân hàng không đồng đều. Biến LA thể hiện tỷ lệ dư nợ cho vay trên tổng tài sản của ngân hàng. Dư nợ trung bình chiếm 71.73% tổng tài sản trung bình của NHTM. Khoảng biến thiên rộng cho thấy mức độ không tương xứng giữa các ngân hàng là cao. Mức cao nhất là 84.77% cho thấy tài sản của ngân hàng chủ yếu là từ các khoản cho vay, mức cho vay càng cao có thể mang lại lợi nhuận nhưng cũng không thể nào loại bỏ được rủi ro về nợ xấu trong giai đoạn từ 2014-2020. Biến NII có giá trị trung bình 0,77% cho thấy thu nhập ngoài lãi thuần có một tỷ trọng khá nhỏ so với tổng tài sản của ngân hàng. Ngược lại với thu nhập ngoài lãi thuần thì thu nhập lãi thuần (NIM) có giá trị trung bình là 3,46% thể hiện yếu tố này chiếm mức cao hơn thu nhập ngoài lãi thuần so với tổng tài sản sinh lời. Điều này cho thấy đa phần các khoản thu nhập của ngân hàng là thu từ hoạt động truyền thống hay hoạt động cho vay đem lại phần lớn thu nhập cho ngân hàng. Biến SIZE với giá trị trung bình là 14,42 với khoảng biến thiên 13,59 đến 15,81 cho thấy quy mô tổng tài sản không tương đồng giữa các ngân hàng.

3.2. Phân tích tương quan

Bảng 4: Phân tích tương quan

	ROA	EA	SIZE	OE	LDR	CR	GFD	NIM	NII	LA	FC	TAX	GDP	INF
ROA	1.00													
EA	0.586*	1.00												
SIZE	0.252*	-0.309*	1.00											
OE	-0.466*	0.432*	-0.298*	1.00										
LDR	0.468*	0.071	0.279*	0.244*	1.00									
CR	-0.323*	-0.038	0.255*	0.164	0.0081	1.00								
GFD	0.101	-0.131	0.038	-0.004	0.0752	-0.028	1.00							
NIM	0.703*	0.436*	0.010	0.080	0.0940	0.227*	0.072	1.00						
NII	0.741*	0.105*	0.195*	0.063	0.2427*	0.144	0.023	0.409*	1.00					
LA	0.252*	-0.291*	0.565*	-0.002	0.0630	-0.147	-0.075	-0.182	-0.003	1.00				
IC	0.088	-0.092	-0.085	0.186	0.0526	-0.001	-0.157	0.368*	-0.005	0.086	1.00			
TAX	-0.285*	0.010	-0.026	0.091	0.198*	0.108	-0.056	0.079	0.002	-0.153	-0.018	1.00		
GDP	-0.155	-0.119	-0.131	0.074	-0.086	-0.053	-0.069	-0.059	-0.148	-0.123	0.042	-0.031	1.00	
INF	0.101	-0.122	0.102	0.030	0.170	-0.045	0.226*	0.033	0.118	0.154	0.059	-0.044	0.154	1.00

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu

Căn cứ vào hệ số tương quan Pearson trên bảng ma trận hệ số tương quan cho thấy, ROA có mối quan hệ tương quan cùng chiều có ý nghĩa thống kê với EA, SIZE, LDR, NIM, NII, LA với giá trị lần lượt là 0,586; 0,252; 0,486; 0,703; 0,741 và 0,252. Tuy nhiên ROA lại có mối quan hệ tương quan ngược chiều với OE, CR và TAX với hệ số tương quan lần lượt là 0,466; 0,323 và 0,285.

3.3. Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến

Để đảm bảo tính chính xác của các ước lượng trong mô hình, kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến đã được thực hiện bằng cách sử dụng hệ số phóng đại phương sai VIF.

Bảng 5: Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến

	NIM	OE	LA	LDR	SIZE	EA	NII	IC	CR	GFD	INF	GDP	TAX
VIF	4.73	4.29	2.79	2.67	2.62	2.47	1.92	1.83	1.32	1.29	1.19	1.15	1.14
1/VIF	0.211205	0.233185	0.358632	0.374984	0.381402	0.404875	0.521296	0.546108	0.758176	0.776180	0.839824	0.871981	0.878983

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu

Kết quả tính toán hệ số phóng đại phương sai cho thấy tất cả các biến trong mô hình đều thỏa

mãn với VIF nhỏ hơn 10. Do đó các biến này sẽ được sử dụng để chạy mô hình hồi quy.

4.4. Kết quả hồi quy

Bảng 6: Kết quả hồi quy

VARIABLES	Pool OLS	FEM	REM	HC
EA	0.0521***	0.0921***	0.0725***	0.0921***
	(0.0183)	(0.0180)	(0.0180)	(0.00390)
SIZE	0.00152	0.00744***	0.00254*	0.00744**
	(0.00119)	(0.00278)	(0.00147)	(0.00343)
OE	-0.230*	-0.411**	-0.214*	-0.411***
	(0.118)	(0.161)	(0.129)	(0.0596)
LDR	0.00526*	0.00410	0.00548*	0.00410**
	(0.00286)	(0.00384)	(0.00321)	(0.00166)
CR	-0.371***	-0.349***	-0.386***	-0.349***
	(0.120)	(0.119)	(0.116)	(0.0637)
GFD	0.00178	-0.000100	0.000869	-0.000100
	(0.00276)	(0.00233)	(0.00249)	(0.00123)
NIM	0.239***	0.152***	0.203***	0.152***
	(0.0405)	(0.0439)	(0.0421)	(0.0238)
NII	0.578***	0.478***	0.564***	0.478***
	(0.0748)	(0.0808)	(0.0755)	(0.0211)
LA	0.00509	0.00885	0.00120	0.00885***
	(0.00626)	(0.00779)	(0.00673)	(0.00281)
IC	-0.0449	0.0394	0.00148	0.0394
	(0.0367)	(0.0492)	(0.0402)	(0.0408)
TAX	-0.0156**	-0.0104*	-0.0129*	-0.0104***
	(0.00754)	(0.00601)	(0.00669)	(0.00147)
GDP	-0.00706	0.0231	-0.00154	0.0231
	(0.0217)	(0.0189)	(0.0191)	(0.0142)
INF	0.0127	-0.000434	0.0111	-0.000434
	(0.0242)	(0.0194)	(0.0212)	(0.00982)
Constant	-0.0166	-0.114***	-0.0376*	-0.114**
	(0.0166)	(0.0389)	(0.0204)	(0.0468)
Observations	105	105	105	105
R-squared	0.837	0.839	0.808	0.839
Number of name		15	15	
Number of groups				15
Prob>F/Prob>Wald Chi 2	0.000	0.000	0.000	0.000
Hausman Prob>chi2		0.000		
Modified Wald test Prob>chi2		0.000		
Wooldridge test Prob > F		0.000		

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu

Kết quả ước lượng mô hình theo phương pháp tác động ngẫu nhiên cho giá trị Wald - chi bình phương có p-value nhỏ hơn 0.05 cho thấy mô hình tác động ngẫu nhiên là phù hợp hơn ước lượng Pool OLS. Kiểm định Hausman được tiến hành để lựa chọn giữa mô hình tác động cố định và mô hình tác động ngẫu nhiên. Kết quả kiểm định cho thấy giá trị p bằng 0.000 (nhỏ hơn 0.05), như vậy, giả thuyết Ho bị bác bỏ, mô hình tác động cố định là phù hợp hơn mô hình tác động ngẫu nhiên. Để kiểm tra hiện tượng phương sai sai số thay đổi, kiểm định Wald đã được sử dụng, kết quả thống kê Chi bình phương có p-value là 0.000 (nhỏ hơn 0.05) như vậy phương trình tồn tại hiện tượng phương sai sai số thay đổi. Để kiểm tra hiện tượng tự tương quan trong mô hình, kiểm định Wooldridge đã được sử dụng, kết quả thống kê với p-value là 0,000 (nhỏ hơn 0.05) do đó phương trình tồn tại hiện tượng tự tương quan. Hai hiện tượng này tồn tại thì ước lượng OLS vẫn là ước lượng ko bị thiên lệch và nhất quán, tuy nhiên nó không phải là ước lượng tốt nhất (hiệu quả nhất) nữa. Khi đó, các kiểm định hệ số hồi quy và kiểm định F của mô hình trở nên không đáng tin cậy. Do đó ước lượng sai số chuẩn của Driscoll-Kraay được sử dụng để hiệu chỉnh mô hình.

Kết quả mô hình hiệu chỉnh như sau:

Biến EA có ảnh hưởng thuận chiều có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2014-2020. Điều này cho thấy quy mô vốn chủ sở hữu của ngân hàng càng cao thì khả năng sinh lời của ngân hàng càng lớn. Điều này phù hợp với thực tế hoạt động của các ngân hàng vì vốn chủ sở hữu có chức năng điều chỉnh quy mô hoạt động của ngân hàng. Khi vốn chủ sở hữu tăng ngân hàng có cơ sở để tăng quy mô vốn huy động, tăng quy mô dư nợ, tăng cường các hoạt động đầu tư để gia tăng thu nhập. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Athanasoglou (2008), Samy Ben Naceur (2003), Alper và Anbar (2011), Paolo Saona (2011)

Biến SIZE có ảnh hưởng thuận chiều có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2014-2020. Điều này cho thấy khi tổng tài sản của ngân hàng tăng lên (dư nợ tín dụng chiếm tỷ trọng chủ yếu trong tổng tài

sản, đây lại là khoản mục tài sản sinh lời chính của NHTM) thì ROA của ngân hàng cũng có xu hướng gia tăng. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Alper và Anbar (2011).

Biến OE cũng có ảnh hưởng ngược chiều có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM Việt Nam giai đoạn2014-2020. Điều này cho thấy khi các khoản chi phí hoạt động của ngân hàng gia tăng thì khả năng sinh lợi của NHTM giảm. Kết quả này phù hợp với thực tế vì lợi nhuận và chi phí là hai đại lượng biến thiên ngược chiều nhau. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Athanasoglou (2008) và Andreas Dietrich (2011)

Biến CR có ảnh hưởng ngược chiều có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2014-2020. Rõ ràng khi rủi ro tín dụng gia tăng, dự phòng rủi ro tín dụng của các NHTM cũng tăng lên. Chi phí dự phòng rủi ro tín dụng tăng làm giảm lợi nhuận kéo theo ROA giảm. Kết quả chạy mô hình phù hợp với thực tế hoạt động của các NHTM. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Halil (2012), Suflan (2009).

Biến NIM có ảnh hưởng thuận chiều có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2014-2020. Khi thu nhập lãi thuần của các NHTM tăng lên thì tổng thu nhập của NHTM cũng sẽ tăng lên (ở Việt Nam, thu nhập lãi thuần là nguồn thu chủ yếu của các NHTM). Thu nhập tăng với giả định chi phí hoạt động không thay đổi hoặc tốc độ tăng của thu nhập lớn hơn tốc độ tăng của chi phí và tỷ lệ thuế nhu nhập doanh nghiệp không thay đổi sẽ làm ROA tăng lên. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Andreas Dietrich (2011).

Biến NII có ảnh hưởng thuận chiều có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2014-2020. Rõ ràng khi các khoản thu nhập ngoài lãi (nguồn thu nhập đến từ phí của các dịch vụ phi tín dụng) tăng lên thì ROA của ngân hàng cũng sẽ tăng. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Angela Roman (2013) và Alper & Anbar (2011).

Biến LA có ảnh hưởng thuận chiều, có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2014-2020. Quy mô dư nợ cho vay tăng và ngân hàng quản lý tốt chất lượng của các khoản nợ là điều kiện để tăng thu nhập từ lãi và tăng ROA. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Angela Romam (2013), Alper & Anbar (2011)

Biến LDR có ảnh hưởng thuận chiều, có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM giai đoạn 2014-2020. Điều này cho thấy tương quan tỷ lệ thuận giữa rủi ro thanh khoản là tỷ lệ sinh lời dự tính. Một NHTM sử dụng quá nhiều nguồn vốn huy động để cho vay sẽ làm giảm quy mô của ngân quỹ giảm. Dư nợ tăng là một trong những điều kiện để ngân hàng gia tăng thu nhập từ lãi nhưng ngân quỹ giảm làm ngân hàng đối mặt với rủi ro thanh khoản cao hơn. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu củaKosmidou (2008), Brouke (1989).

Biến TAX có ảnh hưởng ngược chiều có ý nghĩa thống kê với ROA của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2014-2020. Điều này cho thấy khi phần thuế thu nhập phải nộp tăng lên với giả định thu nhập trước thuế không thay đổi hoặc tốc độ tăng thuế thu nhập doanh nghiệp lớn hơn tốc độ tăng trưởng của thu nhập trước thuế thì ROA của NHTM sẽ giảm. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Toloma Marshal Obamuyi (2013).

4. Một số khuyến nghị nhằm nâng cao khả năng sinh lời của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Từ kết quả chạy hồi quy cho thấy, khả năng sinh lời có mối tương quan thuận chiều với quy mô tài sản của ngân hàng, quy mô vốn chủ sở hữu, rủi ro thanh khoản, thu nhập lãi và thu nhập phi lãi. Trong khi đó, khả năng sinh lời của ngân hàng có mối tương quan ngược chiều với chi phí quản lý, rủi ro tín dụng và thuế. Kết quả trên là cơ sở để đề xuất một số khuyến nghị sau:

4.1. Khuyến nghị đối với ngân hàng thương mại

Thứ nhất là các NHTM tiếp tục tăng vốn tự có.

Tăng quy mô vốn tự có là điều kiện để các NHTM tăng quy mô dư nợ tín dụng, tăng quy mô các tài sản có sinh lời từ đó gia tăng thu nhập từ lãi. Đây cũng là mục tiêu quan trọng của các

NHTM trong năm 2021 để đảm bảo tỷ lệ an toàn vốn tiếu thiểu CAR theo thông tư 41/2016/ TT-NHNN.

Thứ hai là các NHTM cần tăng quy mô và chất lượng tài sản, đặc biệt là các tài sản có sinh lãi.

Các tài sản có sinh lãi là cơ sở của nguồn thu từ lãi, đây là nguồn thu quan trọng nhất của các NHTM ở Việt Nam hiện nay. Các NHTM cần tập trung và các ngành nghề ưu tiên tăng trưởng, vào các doanh nghiệp chất lượng tốt thuộc các nhóm ngành như bưu chính viễn thông, dược phẩm, thiết bị y tế.

Thứ ba là các NHTM cần tăng cường quản trị chi phí quản lý.

Để tăng lợi nhuận ngoài việc tăng doanh thu qua tăng quy mô tài sản thì cần có kế hoạch cắt giảm chi phí hợp lý. Các NHTM cần phân tích, đánh giá và cân nhắc trong việc xác định vị trí cho các chi nhánh, phòng giao dịch mới được thành lập và các sản phẩm của ngân hàng đáp ứng nhu cầu, bảo đảm tiện ích đối tượng khách hàng địa phương, tránh lãng phí chi phí thành lập, chi phí quản lý hoạt động.

Thứ tư là các NHTM cần tăng thu nhập lãi và thu ngoài lãi.

Trong mô hình đây là hai biến có tác động dương và khá lớn đến ROA. Để tăng thu nhập lãi và thu ngoài lãi, mỗi NHTM cần có hệ thống các giải pháp tổng hợp như gia tăng nguồn vốn huy động bằng cách nâng cao uy tín, thương hiệu của ngân hàng, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, chú trọng đào tạo đội ngũ nhân viên năng động, kỹ năng giao tiếp tốt, phong cách phục vụ thân thiện, nắm bắt nhanh chóng và kịp thời mong đợi của khách hàng đối với sản phẩm của ngân hàng từ đó tạo cho khách hàng sự thỏa mãn, tăng niềm tin và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Thứ năm là các NHTM tăng cường quản trị rủi ro tín dụng

Trong mô hình chi phí dự phòng rủi ro đối với các khoản cho vay có tác động âm đến khả năng sinh lời của NHTM. Điều này hoàn toàn phù hợp với thực tế ở Việt Nam vì cho vay chiếm phần lớn tài sản của ngân hàng nhưng việc kiểm soát danh mục cho vay chưa tốt dẫn tới việc hình thành các khoản nợ xấu trong những năm gần đây. Theo cấu thành hệ số trong mô hình để giảm thiểu rủi ro tín dụng, NHTM cần phải quản lý danh mục cho vay, tích cực hơn cho việc trích lập dự phòng và xử lý nợ xấu.

4.2. Một số khuyến nghị với Chính phủ và Ngân hàng nhà nước

Thứ nhất: Chính phủ cần quản lý hệ thống ngân hàng một cách hợp lý thông qua việc tiếp tục triển khai đề án tái cơ cấu hệ thống ngân hàng.

Thứ hai: Chính phủ cần hỗ trợ để các NHTM có cơ hội mở rộng quy mô hoạt động, đa dạng hóa các dịch vụ tăng hiệu quả kinh doanh đặc biệt trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới và cộng đồng kinh tế ASEAN cho phép tự do hóa lưu chuyển lao động, vốn và hàng hóa, phát triển thị trường thu hút vốn đầu tư nước ngoài nhanh chóng.

Thứ ba: NHNN nên tích cực thanh tra, rà soát hoạt động tín dụng, việc trích lập dự phòng của các NHTM nhằm đảm bảo chất lượng tín dụng, giảm thiểu rủi ro, giữ khả năng thanh khoản của NHTM.

Tài liệu tham khảo:

Alper and Anbar (2011), Bank Specific, Macroeconomic Determinants of Commercial Bank Profitability: Empirical Evidence from Turkey, Business and Economics Research Journal, Volume 2, Number 2, 2011, pp 139-152

Andreas Dietrich (2011), Determinants of bank profitability before and during the crisis: Evidence from Switzerland, Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, Volume 21, issue 3, 2011, pp 307-327

Angela Roman (2013), An Empirical Analysis Of The Determinants Of Bank Profitability In Romania, Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, vol 2, issue 15, 23, 2013

Athanasoglou (2008),Bank Specific, Industry - Specific and Macroeconomic Determinants of bank profitability, Journal of International Financial Markets Institutions and money, 2008, pp 121-136

Brouke (1989), Concentration and Other Determinants of Bank Profitability in Europe, North America and Australia, Journal of Banking and Finance, Volume 13, issues 1, 1989, pp 65-79

Demigruc-kunt & Harry Huizinga (1999), Determinants of commercial bank Interest Margins and Profitabilit: some international Evidence, The world bank economic review, Vol.13, No 2, 1999, pp 379-408

MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC NHÂN TỐ ĐẾN VẬN DỤNG KẾ TOÁN TRÁCH NHIỆM TẠI CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT

Ths. Lê Thị Lan*

Kế toán trách nhiệm là một bộ phận của kế toán quản trị, được thực hiện để hỗ trợ các nhà quản lý ra quyết định kinh tế phù hợp. Đồng thời, đóng một vai trò quan trọng trong việc giúp các doanh nghiệp phát triển và thực hiện các chiến lược hiệu quả, có thể cải thiện khả năng cạnh tranh và lợi nhuận trong dài hạn. Vai trò của kế toán trách nhiệm đang dần được các doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam thừa nhận. Tuy nhiên, vận dụng kế toán trách nhiệm ở mỗi doanh nghiệp là khác nhau và phụ thuộc vào nhiều nhân tố. Do vậy, bằng phương pháp nghiên cứu định tính, trên cơ sở khảo cứu các tài liệu và các lý thuyết có liên quan, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu trong đó có 5 nhân tố ảnh hưởng tới việc vận dụng kế toán trách nhiệm trong doanh nghiệp sản xuất, làm cơ sở cho các nghiên cứu thực nghiệm ở Việt Nam trong các nghiên cứu tiếp theo.

• Từ khóa: *kế toán quản trị, kế toán trách nhiệm, tổ chức kế toán trách nhiệm.*

Accountability accounting is a department of management accounting, performed to assist managers in making appropriate economic decisions. At the same time, it plays an important role in helping businesses develop and implement effective strategies that can improve competitiveness and profitability in the long term. The role of accountants is gradually being recognized by manufacturing enterprises in Vietnam. However, applying responsible accounting in each business is different and depends on many factors. Therefore, by qualitative research method, on the basis of researching relevant documents and theories, the author proposes a research model in which there are 5 factors affecting the application of responsible accounting in manufacturing enterprises, as a basis for empirical studies in Vietnam in subsequent studies.

• Key words: *management accounting, accountability accounting, accountability organization.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Đặt vấn đề

Trong xu thế toàn cầu hoá đang diễn ra mạnh mẽ như hiện nay, hội nhập kinh tế quốc tế đang trở thành một xu thế khách quan với hầu hết tất cả các quốc gia trên thế giới. Hệ quả là mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng trở nên khốc liệt không chỉ trong nước mà còn trên cả thị trường khu vực và thế giới. Khi đó, các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển phải không ngừng tự cải thiện hiệu quả hoạt động nội bộ để nâng cao khả năng cạnh tranh. Mỗi doanh nghiệp cần thiết phải nghiên cứu và ứng dụng các công cụ quản lý hiệu quả nhằm phục vụ cho việc ra quyết định. Một trong những công cụ quản lý đắc lực, phù hợp với bối cảnh mới hiện nay đó chính là kế toán trách nhiệm (KTTN).

KTTN là một bộ phận của kế toán quản trị, dựa trên cơ sở phân cấp, phân quyền cho các nhà quản trị, các bộ phận, đơn vị trong doanh nghiệp, sử dụng tổng hợp các phương pháp kế toán chi phí và phương pháp đánh giá thành quả để đo lường, đánh giá thành quả đạt được nhằm cung cấp thông tin hữu ích cho nhà quản trị các cấp, qua đó kiểm soát hoạt động sản xuất kinh doanh để đạt được mục tiêu đề ra. KTTN cung cấp thông tin kịp thời cho các nhà quản trị ở các cấp trong doanh nghiệp, giúp họ có thể đưa ra những quyết

** Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội*

định phù hợp đồng thời khuyến khích các nhà quản trị phát huy năng lực quản lý (Schweikart, 1986; Horngren, 1987; Atkinson và cộng sự, 1997; Garrison và cộng sự, 2003). KTTN không những giúp cải thiện lợi nhuận và hiệu quả hoạt động của đơn vị (Lin & Yu, 2002; Gharayba và cộng sự, 2011; Alshomaly, 2013; Nawaiseh và cộng sự, 2014; Sari & Amalia, 2019), mà còn tạo điều kiện cho việc kiểm soát các hoạt động nhằm đạt được mục tiêu của tổ chức (Maimako và cộng sự, 2018). Vì vậy, ngày nay nhiều nhà quản lý và giới nghiên cứu đã thừa nhận tầm quan trọng của KTTN cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. KTTN đã và đang ngày càng khẳng định vai trò và vị trí quan trọng trong quản lý kinh tế và đã trở thành một phương pháp quản lý, kiểm soát hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (Meda, 2003). Tuy nhiên, KTTN có yêu cầu cao hơn nên khi áp dụng cũng đòi hỏi những điều kiện nhất định, như: Phân cấp quản lý ở trình độ cao, nghĩa là gắn liền với trách nhiệm và quyền hạn; đi liền với đó là đội ngũ các nhà quản trị tương xứng để thực thi trách nhiệm được giao phó hay phân cấp; cùng với đó là yêu cầu của nhà quản trị về cung cấp thông tin kế toán để giúp họ nắm bắt được tình hình, đánh giá thành quả hoạt động, báo cáo lên cấp cao hơn và cũng là cơ sở để cấp quản trị cao hơn đánh giá thành tích của các nhà quản trị cấp thấp hơn…

Trên thế giới, bắt đầu từ nghiên cứu của Higgins (1952), KTTN đã được nghiên cứu và áp dụng trong các doanh nghiệp từ hơn 70 năm nay. Thực tế chỉ ra rằng, KTTN đã có những đóng góp đáng kể vào sự thành công của nhiều doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau trên khắp thế giới như sản xuất (Lin & Yu, 2002; Akenbor và cộng sự, 2013), ngân hàng (Pajrok, 2014), y tế (Nyakuwanik và cộng sự, 2012; Karasioghu và cộng sự, 2012)… song không phải doanh nghiệp, quốc gia nào cũng có thể vận dụng thành công KTTN.

Thực tế cho thấy, tại Việt Nam, các kiến thức về kế toán quản trị nói chung và KTTN nói riêng vẫn còn tương đối mới mẻ. KTTN mới chỉ được nghiên cứu và từng bước được các doanh nghiệp vận dụng trong vài năm trở lại đây. Tuy nhiên, số lượng các nghiên cứu vẫn còn hạn chế, nội dung áp dụng KTTN trong các doanh nghiệp sản xuất còn chưa triệt để. Bên cạnh đó, các nghiên cứu vận dụng KTTN mới chỉ dừng lại ở việc vận dụng từng nội dung cụ thể của KTTN vào từng ngành, lĩnh vực hoặc từng loại hình doanh nghiệp mà chưa có sự thống nhất và chưa được tổng kết thành những hướng dẫn cụ thể giúp doanh nghiệp có thể hiểu và vận dụng một cách hiệu quả.

Do vậy, việc tìm hiểu các nhân tố có ảnh hưởng đến việc vận dụng KTTN có ý nghĩa cả về mặt lý luận và thực tiễn. Mục tiêu của nghiên cứu này là xây dựng mô hình nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng KTTN tại doanh nghiệp sản xuất. Mô hình này sẽ giúp các doanh nghiệp sản xuất hiểu được các nhân tố ảnh hưởng đến việc áp dụng và thực hiện KTTN, đồng thời làm cơ sở cho các nghiên cứu thực nghiệm ở Việt Nam nhằm nhận diện các nhân tố tác động đến việc vận dụng KTTN trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Kế toán trách nhiệm

KTTN được nghiên cứu và vận dụng từ lâu trên thế giới, đây là một nội dung cơ bản của kế toán quản trị, tuy nhiên cho đến hiện nay, khái niệm về KTTN được các nhà nghiên cứu trong và ngoài nước quan tâm với nhiều quan điểm khác nhau.

Theo Đoàn Ngọc Quế và cộng sự (2011), "KTTN là hệ thống thu thập, xử lý và truyền đạt thông tin có thể kiểm soát theo phạm vi trách nhiệm của từng nhà quản trị nhằm đạt được mục tiêu chung của tổ chức". Bên cạnh đó, theo Nguyễn Thị Minh Phương (2012) cho rằng, "KTTN là một nội dung cơ bản của kế toán quản trị và là quá trình thu thập, tập hợp và báo cáo các thông tin tài chính và phi tài chính, được dùng để kiểm soát các quá trình hoạt động và đánh giá hiệu quả của từng bộ phận trong một tổ chức. Thực chất KTTN chính là thiết lập những quyền hạn, trách nhiệm cho mỗi bộ phận, cá nhân và một hệ thống chỉ tiêu, công cụ báo cáo kết quả của mỗi bộ phận". Trong khi đó, khái niệm về KTTN của tác giả Nguyễn Hữu Phú (2014) lại nhấn mạnh vào việc phân loại dữ liệu thông tin, "KTTN là một hệ thống thông tin mà hệ thống thông tin này phân loại dữ liệu (thông tin có thể

kiểm soát) theo các bộ phận chịu trách nhiệm và báo cáo hoạt động của các bộ phận này theo doanh thu, chi phí và các nguồn lực tài chính, phi tài chính mà nhà quản lý được giao ở bộ phận này có thể kiểm soát".

Hiện nay, có rất nhiều quan điểm khác nhau về KTTN, nhưng những quan điểm này không mâu thuẫn mà chúng hỗ trợ, bổ sung cho nhau thể hiện sự phát triển của KTTN theo tiến trình thời gian. Từ những quan điểm nêu trên, tác giả khái quát khái niệm về KTTN như sau: *"KTTN là một hệ thống kế toán có chức năng thu thập và tổng hợp các dữ liệu kế toán nhằm đo lường, đánh giá kết quả hoạt động của các bộ phận có thể kiểm soát được và đánh giá trách nhiệm của mỗi nhà quản trị".*

2.1.2. Vận dụng kế toán trách nhiệm

Xuất phát từ những quan điểm về KTTN ở trên, kết hợp với quan điểm tổ chức công tác kế toán và tổ chức kế toán quản trị có thể cho rằng: "*Vận dụng KTTN* là tổ chức quá trình thu nhận, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin *tài chính và phi tài chính có thể kiểm soát theo các trung tâm trách nhiệm nhằm đánh giá trách nhiệm quản lý của các nhà quản trị các cấp trong việc thực hiện các mục tiêu chung của tổ chức."*

Nội dung vận dụng KTTN đã được rất nhiều học giả nghiên cứu nhận định. Có những quan điểm cho rằng vận dụng KTTN chỉ bao gồm ba nội dung chính, như: chỉ định trách nhiệm cho nhà quản lý các cấp; xây dựng chi phí tiêu chuẩn cho các trung tâm trách nhiệm; kết hợp chi phí tiêu chuẩn và một mức độ hoạt động để xây dựng dự toán (Corr & Parri, 1976; Harris, 1977; Allen & Skidmore, 1984). Một số tác giả cho rằng, nội dung vận dụng KTTN không chỉ dừng lại ở ba nội dung kể trên mà còn bao gồm một số nội dung khác liên quan đến việc đánh giá hiệu suất quản lý theo các trung tâm trách nhiệm và xây dựng hệ thống khen thưởng theo hiệu suất quản lý (Hansen, 2005; Sollenberger, 1990; Gharayba và cộng sự, 2011; Nguyễn Thị Minh Phương, 2012; Nguyễn Hữu Phú, 2014).

Thông qua nghiên cứu tổng quan các quan điểm về nội dung vận dụng KTTN, có thể thấy rằng các quan điểm của các tác giả đưa ra không có sự mâu thuẫn với nhau, mỗi quan điểm đưa ra một góc nhìn về nội dung vận dụng KTTN. Tuy nhiên, có thể thống nhất lại thành bốn nội dung cơ bản: (i) Tổ chức nhận diện và phân loại các trung tâm trách nhiệm; (ii) tổ chức xây dựng dự toán theo các trung tâm trách nhiệm; (iii) tổ chức thu nhận, xử lý dữ liệu và đánh giá trách nhiệm quản lý, cung cấp thông tin theo các trung tâm trách nhiệm và (iv) tổ chức xây dựng hệ thống khen thưởng theo trách nhiệm quản lý.

2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng kế toán trách nhiệm trong doanh nghiệp sản xuất

Gần đây, ngày càng có nhiều nghiên cứu về kế toán quản trị nói chung và KTTN nói riêng được thực hiện, các học giả và giới hoạt động thực tiễn cũng đã chỉ ra rằng, việc triển khai các công cụ KTTN trong các doanh nghiệp bị ảnh hưởng không chỉ bởi các nhân tố bên trong mà cả các nhân tố bên ngoài (Mensah, 2014), cụ thể như sau:

2.2.1. Phân cấp quản lý

Sự phân cấp quản lý liên quan đến việc ủy quyền cho cấp dưới ra quyết định. Phân cấp quản lý cho phép các nhà quản trị các cấp tự chủ hơn trong việc lập kế hoạch cũng như kiểm soát hoạt động, đồng thời gắn liền trách nhiệm của mình với các hoạt động đó. Nghiên cứu của Williams & Seaman (2001) chỉ ra mối quan hệ ngược chiều giữa sự phân cấp quản lý và việc tổ chức, vận dụng kế toán quản trị. Tuy nhiên, hầu hết các nghiên cứu khác lại cho kết quả ngược lại: Các doanh nghiệp có mức độ phân cấp càng cao thì việc tổ chức, thực hiện kế toán quản trị càng phức tạp hơn (Abdel-Kader & Luther, 2008; Soobaroyen & Poorundersing, 2008).

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu của các tác giả Atkitson và cộng sự (1997), Fowzia (2011), Al-Gharaybeh (2011), Al Hanini (2013), Ramadan (2016), đều cho thấy việc áp dụng KTTN trong doanh nghiệp sản xuất bị ảnh hưởng bởi phân cấp quản lý. Tương tự, các kết quả nghiên cứu của Huỳnh Đức Lộng & Tạ Thị Chúc Quân (2018), Cao Thị Huyền Trang (2020)… cũng đều cho thấy phân cấp quản lý là một trong những yếu tố có ảnh hưởng đến áp dụng KTTN trong doanh nghiệp. Khi nhà quản trị các cấp được ủy quyền nhiều hơn trong các doanh nghiệp, họ cũng là người chịu nhiều trách nhiệm hơn trong việc

hoạch định và kiểm soát hoạt động liên quan. Vì thế, nhà quản trị các cấp cần sử dụng nhiều hơn các công cụ quản trị, trong đó có công cụ KTTN. Trên cơ sở những phân tích ở trên, tác giả đề xuất giả thuyết đầu tiên, như sau:

H1: Phân cấp quản lý có tác động thuận chiều đến việc tổ chức KTTN tại doanh nghiệp sản xuất.

2.2.2. Nhận thức của nhà quản trị về kế toán trách nhiệm

Khi vận dụng một công cụ quản lý kinh tế vào doanh nghiệp thì yếu tố nhận thức của nhà quản trị đối với công cụ đó là vô cùng quan trọng, chỉ khi nhà quản trị doanh nghiệp đánh giá cao tính hữu ích của KTTN, nhận thức được áp lực phải tổ chức thực hiện cũng như có sự am hiểu về KTTN thì họ mới đầu tư, thực hiện công cụ đó. Như vậy, nếu nhà quản lý doanh nghiệp có kiến thức, hiểu biết cũng như đánh giá cao về tính hữu ích các công cụ kỹ thuật kế toán quản trị trong đó có KTTN thì họ sẽ có nhu cầu càng cao về việc vận dụng kế toán quản trị nói chung và KTTN nói riêng trong doanh nghiệp mình, hay nói cách khác sẽ làm gia tăng mức độ khả thi của việc tổ chức thực hiện KTTN trong doanh nghiệp. Belkaoui (1981) khẳng định nhân tố con người đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với sự thành công của doanh nghiệp nói chung và hệ thống KTTN nói riêng vì nhà quản trị phải chịu trách nhiệm về hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mình. Bên cạnh đó, Nawaiseh và cộng sự (2014) cho rằng, hệ thống KTTN chịu sự tác động của nhân tố nhận thức của nhà quản trị trong nghiên cứu về hệ thống KTTN tại các công ty cổ phần công nghiệp tại Jordan. Điều này, cũng được kiểm nghiệm dựa trên đánh giá của các nghiên cứu trước đây (Holmes & Nicholls, 1988; Nyakuwanika, 2012; Ismail & King, 2007; Abdel-Kader & Luther, 2008; Koske & Muturi, 2015). Từ những hiểu biết ở trên, tác giả đề xuất giả thuyết thứ hai như sau:

H2: Nhận thức của nhà quản trị về KTTN có tác động thuận chiều đến việc tổ chức KTTN tại doanh nghiệp sản xuất.

2.2.3. Quy mô doanh nghiệp

Quy mô doanh nghiệp thực chất là mức độ rộng lớn của tổ chức (Khandwalla, 1972). Còn theo Luther & Longden (2001), quy mô doanh nghiệp căn cứ vào doanh thu hàng năm. Trong khi đó, Libby & Waterhouse (1996) lại cho rằng quy mô doanh nghiệp dựa vào số lượng nhân viên, hay quy mô của doanh nghiệp được hiểu, bao gồm: tổng doanh thu, tổng tài sản, tổng số lao động và tổng số lợi nhuận (Zimnicki, 2017). Như vậy, quy mô doanh nghiệp có thể được đo lường bằng số lượng nhân viên, doanh thu, quy mô ngân sách, quy mô vốn đầu tư và các yếu tố khác (Mintzberg, 1979). Do đó, quy mô doanh nghiệp là một yếu tố quan trọng, không chỉ tác động đến cấu trúc doanh nghiệp mà còn tác động đến việc sử dụng các kỹ thuật kiểm soát trong doanh nghiệp (Otley và cộng sự, 1995). Doanh nghiệp có quy mô lớn sẽ có điều kiện để có thể áp dụng các công cụ kế toán quản trị phức tạp hơn so với các doanh nghiệp có quy mô nhỏ hơn (Ahmad, 2012). Một doanh nghiệp quy mô lớn thường có nguồn lực tốt cũng như có hệ thống quản trị nội bộ tốt hơn dẫn đến việc tổ chức thực hiện kế toán quản trị được thuận tiện hơn (Cao Thị Huyền Trang, 2020). Mặt khác, các doanh nghiệp có quy mô lớn hơn phải kiểm soát nhiều hoạt động hơn và do đó phải dựa vào nhiều thông tin hơn, vì vậy cần tổ chức kế toán quản trị một cách có hệ thống và phức tạp hơn (Abdel-Kader & Luther, 2008). KTTN vừa là một nội dung, vừa là một kỹ thuật hiện đại của kế toán quản trị đồng thời cũng là một phương thức kiểm soát hiệu quả trong doanh nghiệp, do đó quy mô doanh nghiệp có ảnh hưởng đến áp dụng KTTN trong doanh nghiệp. Doanh nghiệp có quy mô càng lớn thì càng có điều kiện áp dụng KTTN tốt hơn (Hutaibat, 2005; Alshomaly, 2013). Trên cơ sở những phân tích ở trên, tác giả đề xuất giả thuyết thứ ba, như sau:

H3: Quy mô doanh nghiệp có tác động thuận chiều đến việc tổ chức KTTN tại doanh nghiệp sản xuất.

2.2.4. Trình độ nhân viên kế toán

Trình độ của người làm kế toán được thể hiện ở các loại văn bằng mà họ sở hữu. Do nhân viên kế toán chính là lực lượng nòng cốt trong việc triển khai và vận dụng KTTN để khai thác hiệu quả công cụ quản lý này, vì vậy nếu trình độ chuyên môn về kế toán không đáp ứng yêu

cầu thì sẽ khiến cho việc tổ chức KTTN trong doanh nghiệp không thực hiện được hoặc thực hiện được nhưng không hiệu quả. Các nghiên cứu của McChlery và cộng sự (2005), Ismail & King (2007), Ahmad (2012), Nair (2017) cũng đều cho thấy trình độ của nhân viên kế toán có liên quan đến vận dụng KTTN trong doanh nghiệp. Nếu nhân viên kế toán có trình độ thì sẽ ảnh hưởng tích cực tới vận dụng KTTN trong doanh nghiệp sản xuất (Ern và cộng sự, 2016) và ngược lại, nếu trình độ, nhận thức của họ hạn chế sẽ cản trở đến việc thực hiện KTTN trong đơn vị (Nawaiseh và cộng sự, 2014). Từ những hiểu biết ở trên, tác giả đề xuất giả thuyết thứ tư như sau:

H4: Trình độ nhân viên kế toán có tác động thuận chiều đến việc tổ chức KTTN tại doanh nghiệp sản xuất.

2.2.5. Đặc điểm của doanh nghiệp

Các nhà lý thuyết đương đại đã khẳng định không có một cơ cấu tổ chức "tốt nhất" cho một tổ chức. Do đặc điểm chức năng hoạt động của mỗi ngành, nghề khác nhau, điều này cho thấy không thể xây dựng một khuôn mẫu hệ thống KTTN chung cho tất cả các doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp có những đặc điểm khác nhau, có thể kể đến như tính đặc thù trong hoạt động của doanh nghiệp, sự phức tạp của quá trình kinh doanh (Nowak, 2000) hay hệ thống kiểm soát của doanh nghiệp (Venkatrathnam & Reddy, 2003; Fowzia, 2011) hoặc có thể liên quan đến cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp (Trần Văn Tùng & Lý Phát Cường, 2018). Để thiết lập KTTN thì cần hiểu rõ đặc đặc điểm của doanh nghiệp bởi nó là yếu tố có ảnh hưởng đến áp dụng KTTN trong đơn vị (Trần Văn Tùng, 2010). Điều này cũng đã được khẳng định trong nghiên cứu thực nghiệm của Nguyễn Ngọc Tiến và cộng sự (2019). Trên cơ sở những phân tích ở trên, tác giả đề xuất giả thuyết thứ năm, như sau:

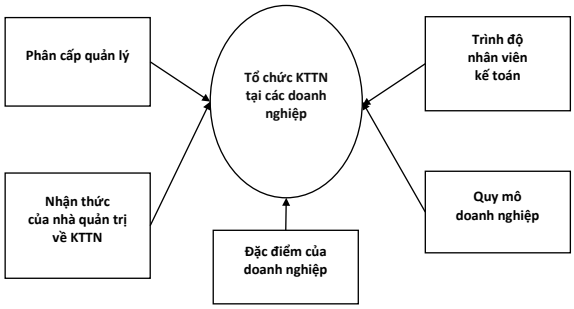
H5: Đặc điểm của doanh nghiệp có tác động thuận chiều đến việc tổ chức KTTN tại doanh nghiệp sản xuất.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Từ cơ sở lý thuyết cùng tổng quan nghiên cứu, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:

Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến việc vận dụng KTTN trong doanh nghiệp sản xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

4. Kết luận và hướng nghiên cứu trong tương lai

KTTN là một công cụ quan trọng để doanh nghiệp quản lý nguồn lực hiệu quả, đưa ra các quyết định chiến lược đúng đắn và phù hợp, đồng thời cải thiện khả năng cạnh tranh và lợi nhuận. Mặc dù, vận dụng KTTN đã được các doanh nghiệp ở các quốc gia phát triển vận dụng từ lâu. Tuy nhiên, tại Việt Nam vận dụng KTTN trong các doanh nghiệp sản xuất chưa được quan tâm đúng mức. Điều này, có thể là do sự ảnh hưởng của nhiều nhân tố, như: Phân cấp quản lý; Nhận thức của nhà quản trị về KTTN; Trình độ nhân viên kế toán; Quy mô doanh nghiệp; và Đặc điểm của doanh nghiệp.

Mục đích chính của bài viết là xây dựng mô hình nghiên cứu lý thuyết cho các nghiên cứu thực nghiệm về các nhân tố ảnh hưởng đến vận dụng KTTN trong các doanh nghiệp sản xuất ở Việt Nam. Trong thời gian tới, các nghiên cứu thực nghiệm sẽ được thực hiện để kiểm chứng các giả thuyết được phát triển từ mô hình nghiên cứu đề xuất. Những phát hiện từ các nghiên cứu thực nghiệm sẽ là cơ sở cho các khuyến nghị, nhằm thúc đẩy việc vận dụng trong các doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

Ahmad, K. (2012). The use of management accounting practices in Malaysian SMEs.

Atkinson, A. A., Balakrishnan, R., Booth, P., & Cote, J. M. (1997). New directions in management accounting research. Journal of management accounting research, 9, 79.

Cao Thị Huyền Trang (2020), Tổ chức kế toán trách nhiệm tại các đơn vị trực thuộc Tổng công ty cổ ph n Bia – Rượu – Nước giải khát Sài Gòn, Luận án tiến sĩ, Học viện Tài chính.

Corr, A. V., & Parris, W. K. (1976). Responsibility accounting: measure of management. Hospital Financial Management, 30(1), 28-35.

Đoàn Ngọc Quế và cộng sự, 2011. Kế toán quản trị. Tp Hồ Chí Minh: NXB Lao Động.

Ern, S. Y., Abdullah, A., & Yau, F. S. (2016). Contingency Factors Influencing MAS Design of Manufacturing Firms in Malaysia. Asian Journal of Accounting & Governance, 7.

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI QUYẾT ĐỊNH MUA SẢN PHẨM BẢO HIỂM PHI NHÂN THỌ Ở BẢO HIỂM PJICO BẮC GIANG

PGS.TS. Ngô Thị Thu Hồng* - TS. Phan Thị Thu Hiền - Ths. Thân Văn Thành*****

Nghiên cứu tập trung tìm hiểu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm phi nhân thọ (BHPNT) của khách hàng tại địa bàn tỉnh Bắc Giang. Mẫu nghiên cứu gồm 360 khách hàng ở công ty Pjico Bắc Giang. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHPNT của khách hàng trên địa bàn Tỉnh Bắc Giang, bao gồm: nhận thức rủi ro, tài chính, thương hiệu và chất lượng dịch vụ của công ty. Trong đó, yếu tố ảnh hưởng chính là "Nhận thức rủi ro". Từ đây, nghiên cứu đề xuất các giải pháp kinh doanh cho lãnh đạo Công ty Pjico Bắc Giang khai thác có hiệu quả BHPNT.

• Từ khóa: *bảo hiểm, bảo hiểm phi nhân thọ, bảo hiểm nhân thọ.*

The study focuses on the factors affecting the decision to buy non-life insurance of customers in Bac Giang province. The research sample includes 360 customers at Pjico Bac Giang. Research results show that there are many factors affecting customers' decision to buy non-life insurance in Bac Giang province, including: risk perception, finance, brand and service quality. In which, the main influencing factor is "Risk perception". From here, research and propose business solutions for leaders of Pjico Bac Giang Company to effectively exploit non-life insurance.

• Key words: *insurance, non-life insurance, life insurance.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

Bắc Giang là một tỉnh mà tỷ lệ sử dụng bảo hiểm phi nhân thọ chưa nhiều. Đã có nhiều công trình nghiên cứu về bảo hiểm nói chung và về quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ nói riêng. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào nghiên cứu đánh giá các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định mua bảo hiểm phi nhân thọ ở Bắc Giang nói chung và mua bảo hiểm phi nhân thọ ở bảo hiểm Pjico Bắc Giang nói riêng. Vì thế, việc xác định và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ trở nên quan trọng và cần thiết để nghiên cứu.

Đặc điểm cá nhân và việc mua bảo hiểm phi nhân thọ

Đặc điểm cá nhân, bao gồm sáu yếu tố chính: đặc điểm tâm lý, các sự kiện trong cuộc sống, kiến thức về bảo hiểm phi nhân thọ, yếu tố nhân khẩu, các động cơ mua bảo hiểm phi nhân thọ và các rào cản trong việc mua bảo hiểm nhân thọ.

Đặc điểm tâm lý

Đặc điểm tâm lý gồm hai yếu tố chính là khuynh hướng tiết kiệm và chi tiêu; thái độ đối với rủi ro và lợi nhuận. Hai yếu tố này có ảnh hưởng nhiều đến mục đích và nhu cầu bảo hiểm phi nhân thọ (Sheth và cộng sự, 2001).

Các sự kiện trong cuộc sống

Các sự kiện đặc biệt xuất hiện trong suốt cuộc đời của một con người có thể tạo ra các nhu cầu tài chính cụ thể, chẳng hạn như việc lập gia đình đã làm cho trách nhiệm của người trụ cột tăng lên và làm cho họ có ý thức về bảo vệ tài chính cho gia đình. Những sự kiện khác trong công việc như thăng tiến trong nghề nghiệp hay về hưu cũng tạo ra các nhu cầu tài chính mới cho khách hàng.

** Học viện Tài chính*
*** Đại học Ngoại Thương; email: phanthuhien@ftu.edu.vn*
**** Đại học Kinh Bắc*

Kiến thức của khách hàng về bảo hiểm phi nhân thọ

Ngày càng có nhiều khách hàng am hiểu về sản phẩm và dịch vụ bảo hiểm nên khi mua họ thường cân nhắc rất kỹ về sản phẩm và công ty cung cấp. Tuy nhiên, vẫn còn một số khách hàng chưa có hiểu biết nhiều sản phẩm bảo hiểm cũng như lợi ích mà bảo hiểm mang lại. Cũng vì sự giới hạn này mà một số khách hàng đã rất khó khăn khi chọn mua các sản phẩm bảo hiểm, đôi khi họ lại tránh mua những sản phẩm mà không biết rõ về nó hoặc chỉ mua những sản phẩm đơn giản như bảo hiểm định kỳ, có thời hạn ngắn, phí bảo hiểm thấp.

Các nhân tố thuộc về nhân khẩu học

Ảnh hưởng của yếu tố thu nhập

Với từng mức thu nhập khác nhau, khách hàng sẽ có những yêu cầu về sản phẩm bảo hiểm khác nhau. Các khách hàng có thu nhập cao thường yêu cầu những sản phẩm bảo hiểm ở phạm vi rộng hơn, cũng như giúp họ thực hiện mục tiêu tích lũy tiết kiệm. Đối với những người có thu nhập thấp, họ có khuynh hướng mua những sản phẩm bảo hiểm mang tính chất bảo vệ tài chính nhiều hơn so với những sản phẩm có sự kết hợp cả tích lũy tiết kiệm và bảo vệ tài chính.

Tuổi

Khách hàng ở những nhóm tuổi khác nhau thường có nhu cầu khác nhau đối với các sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ. Những người trẻ tuổi thì có khuynh hướng mua các sản phẩm bảo hiểm nhằm đáp ứng các nhu cầu tài chính ngày càng tăng của gia đình. Trong khi đó, những người 50 tuổi hoặc lớn hơn thường quan tâm nhiều đến các sản phẩm bảo hiểm có thể hỗ trợ tài chính cho họ khi về hưu hoặc những sản phẩm bảo hiểm trọn đời, hỗ trợ viện phí khi bệnh tật, gặp tai nạn hoặc bệnh hiểm nghèo (Allen và cộng sự, 2003).

Giới tính

Giữa nam và nữ có sự khác biệt về suy nghĩ, lối sống và sở thích. Nữ giới thường lo nghĩ nhiều về tương lai của gia đình, luôn mong đợi một cuộc sống bình an và ít chấp nhận được những thay đổi trong cuộc sống. Nếu cần đầu tư một số tiền trong tương lai để mang lại lợi nhuận thì nữ giới thường chọn các hình thức an toàn và ít mạo hiểm, điều này khác với nam giới. Sự khác biệt này cũng ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm của khách hàng (Allen và cộng sự, 2003).

Trình độ học vấn và nghề nghiệp của khách hàng

Các khách hàng có trình độ học vấn càng cao thì sự hiểu biết của họ càng rộng, trong đó có lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ (Matteo và Emery, 2002). Họ thường cân nhắc rất kỹ đến quyền lợi tài chính mà sản phẩm bảo hiểm mang lại.

Các cá nhân có nghề nghiệp khác nhau cũng ảnh hưởng đến quyết định mua các sản phẩm bảo hiểm của khách hàng. Ví dụ, những người làm những ngành nghề thông thường ít rủi ro thì chọn những sản phẩm mang tính chất tiết kiệm và phòng lúc về hưu. Ngược lại, những khách hàng làm các ngành nghề thường xuyên di chuyển nhiều và chứa đựng rủi ro cao thì ưu tiên chọn các sản phẩm mang tính chất bảo vệ gia đình phòng khi có rủi ro xảy đến cho mình (Allen và cộng sự, 2003).

Các động cơ mua bảo hiểm phi nhân thọ

Mua bảo hiểm phi nhân thọ để tích lũy tiết kiệm

Nhiều người muốn tích lũy tiền để đáp ứng các nhu cầu tài chính ngày càng tăng của mình trong tương lai, ví dụ như mua nhà, mua xe, trang trải học phí cho con, đi du lịch. Tham gia bảo hiểm phi nhân thọ cũng là một hình thức giúp khách hàng tích lũy tiết kiệm và đầu tư sinh lợi trong tương lai cũng như thực hiện những kế hoạch mà khách hàng mong đợi.

Chuẩn bị cho cuộc sống hưu trí

Cũng có nhiều cá nhân muốn tích lũy ít tiền để chuẩn bị tài chính cho những năm tháng khi về hưu sau này. Các sản phẩm bảo hiểm phục vụ cho hưu trí trở nên phổ biến, đặc biệt dành cho những khách hàng sinh vào khoảng giữa năm 1950 đến 1965 vì bây giờ họ đã được 40 hoặc gần 55 tuổi và kế hoạch về hưu đang đến gần và việc đầu tư cho hưu trí đang nằm trong dự định của họ.

Bảo hiểm tài chính cho gia đình

Tham gia các sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ sẽ bảo vệ được người đó và gia đình họ thoát khỏi sự khó khăn về tài chính một khi sự kiện không

may mắn xảy ra. Bảo hiểm có thể phục hồi được thu nhập cho gia đình như trước.

Cho con cái học hành, quà thừa kế

Rất nhiều khách hàng tham gia bảo hiểm phi nhân thọ để chuẩn bị nguồn tài chính cho con cái của họ học hành sau này hoặc làm quà thừa kế khi con đã trưởng thành. Hiện nay, có nhiều sản phẩm về an sinh giáo dục mà các công ty bảo hiểm đang triển khai nhằm đáp ứng được nhu cầu trên của khách hàng.

Những rào cản tham gia bảo hiểm phi nhân thọ

Khách hàng không tin vào ngành bảo hiểm

Một số khách hàng giới hạn việc mua các sản phẩm bảo hiểm vì họ không tin vào ngành bảo hiểm nói chung. Họ nghĩ rằng các công ty bảo hiểm không ổn định về tài chính. Đặc biệt, trong trường hợp các công ty đó không đủ khả năng về tài chính để thanh toán do bị thua lỗ hoặc thất bại trong hoạt động kinh doanh. Không tin vào ngành, công ty và đại lý bảo hiểm là lý do khiến khách hàng không mua bảo hiểm (Adel và Brown, 2003).

Sản phẩm bảo hiểm phức tạp và dễ làm khách hàng bị nhầm lẫn

Do đặc tính vô hình của sản phẩm nên đối với một số khách hàng, những lợi ích mà sản phẩm bảo hiểm mang lại còn rất mơ hồ và khó hiểu. Bên cạnh đó, các thuật ngữ chuyên ngành được sử dụng trong hợp đồng có thể làm khách hàng khó hiểu, vì thế khách hàng thường có xu hướng không mua những sản phẩm mà họ không hiểu rõ vì họ sợ rằng họ sẽ quyết định sai lầm và chịu thiệt hại.

Mối quan hệ giữa các công ty tài chính làm cho khách hàng hiểu lầm

Đối với nhiều cá nhân, mối quan hệ phức tạp giữa các công ty dịch vụ tài chính khác nhau dễ làm cho họ nhầm lẫn, đặc biệt khi một công ty tài chính bán ra thị trường các sản phẩm của công ty khác. Họ cũng có thể nhầm lẫn về vai trò của hai công ty liên quan đến dịch vụ và phân phối sản phẩm. Chính những mối quan hệ phức tạp này cũng làm cho khách hàng cảm thấy ngần ngại khi mua bảo hiểm.

Phí bảo hiểm cao và sản phẩm bảo hiểm không thật sự cần thiết

Khách hàng thường ngần ngại bỏ ra một khoản tiền lớn để mua các sản phẩm bảo hiểm. Một số khách hàng nhận thức rằng các sản phẩm bảo hiểm thường có mức phí cao, nếu có mua bảo hiểm cũng không đủ khả năng mỗi năm đóng một mức phí bảo hiểm như vậy. Một số người khác thì cho rằng việc mua các sản phẩm bảo hiểm để đáp ứng nhu cầu trong tương lai không cần thiết vì họ tin rằng những điều không may đó chỉ xảy ra đối với người khác.

Các công ty bảo hiểm cung cấp dịch vụ chưa tốt

Nhiều khách hàng không hài lòng khi liên lạc với công ty nhiều lần nhưng không thực hiện được hoặc bị chuyển cuộc gọi đi vòng quanh các phòng ban khác để giải quyết cùng một câu hỏi. Những phàn nàn phổ biến của khách hàng liên quan tới dịch vụ như nhân viên bán hàng thiếu kiến thức về dịch vụ tài chính, không quan tâm hoặc có thái độ thờ ơ lãnh đạm hoặc không lịch sự, nhã nhặn với khách hàng cũng là một trong những rào cản ảnh hưởng tới quyết định mua của khách hàng (Sheth và cộng sự, 2001).

Nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn sản phẩm bảo hiểm của khách hàng

Nhận thức về giá trị của sản phẩm

Nhận thức về lợi ích mà sản phẩm mang lại cũng như chi phí mà khách hàng bỏ ra là khác nhau giữa mỗi người, do mỗi khách hàng đều có đặc điểm cá nhân và động cơ mua bảo hiểm khác nhau. Chi phí thấp thường là nhân tố dẫn đến việc ra quyết định mua sản phẩm đó của khách hàng. Tuy nhiên, trong một vài trường hợp những lợi ích mà sản phẩm mang lại có nhiều ý nghĩa hơn so với chi phí bỏ ra thì khách hàng sẽ cân nhắc đến lợi ích của sản phẩm nhiều hơn chi phí.

Tính phức tạp của sản phẩm

Một số khách hàng nhận thấy rằng các sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ là quá phức tạp, khó hiểu vì nó là sản phẩm vô hình. Do vậy, khi ra quyết định mua, nhiều khách hàng sẽ nghĩ đến các sản phẩm đơn giản và dễ hiểu. Chính vì vậy mà các công ty bảo hiểm thường đơn giản hóa các sản phẩm của mình để thu hút khách hàng.

Danh tiếng công ty

Danh tiếng của một công ty bảo hiểm có thể khuyến khích hoặc không khuyến khích khách hàng mua sản phẩm của chính công ty đó. Dịch vụ và sự phát triển của công ty bảo hiểm cũng được khách hàng xem xét để lựa chọn.

Các kênh phân phối thích hợp

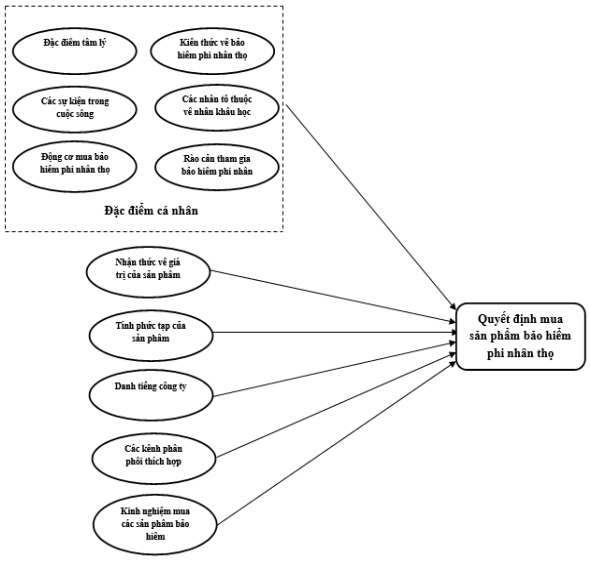
Sự lựa chọn của một khách hàng đối với các sản phẩm bảo hiểm có thể phụ thuộc vào hiệu quả của các kênh phân phối sản phẩm như thư trực tiếp, các phương tiện truyền thông, internet, đại lý bảo hiểm,… . Một kênh phân phối có nhiều mức dịch vụ khác nhau để cung ứng cho những nhu cầu khác nhau đã thu hút được rộng rãi các đối tượng khách hàng (Sheth và cộng sự, 2001).

Kinh nghiệm mua các sản phẩm bảo hiểm trước đây

Nếu một khách hàng hài lòng về những giao dịch trước đây, họ sẽ mua tiếp tục sản phẩm bảo hiểm của công ty đó và giới thiệu cho nhiều người khác biết. Ngược lại, nếu khách hàng không hài lòng về dịch vụ thường có khuynh hướng từ chối mua những sản phẩm bảo hiểm tiếp theo và chuyển sang mua sản phẩm của công ty khác.

Từ những phân tích trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu chi tiết và các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Hình 1. Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Nhóm nghiên cứu đề xuất

Giả thuyết H1a: Đặc điểm tâm lý có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H1b: Các sự kiện trong cuộc sống có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H1c: Động cơ mua bảo hiểm phi nhân thọ có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H1d: Kiến thức về bảo hiểm phi nhân thọ có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H1e: Các nhân tố thuộc về nhân khẩu học có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ.

Giả thuyết H1f: Rào cản tham gia bảo hiểm phi nhân thọ có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H2: Nhận thức về giá trị sản phẩm có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H3: Tính phức tạp của sản phẩm có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H4: Danh tiếng công ty có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H5: Các kênh phân phối thích hợp có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

Giả thuyết H6: Kinh nghiệm mua các sản phẩm bảo hiểm có ảnh hưởng tới quyết định mua sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ

3. Phương pháp

Thu thập mẫu và dữ liệu

Nghiên cứu đã điều tra 360 khách hàng được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên từ danh sách khách hàng cá nhân của Công ty Pjico Bắc Giang. Kết quả phiếu phỏng vấn thu về sau khảo sát là 350, trong đó có 10 phiếu bị loại do thông tin trả lời không đầy đủ. Vì vậy, số phiếu đưa vào để phân tích là 350, tương ứng 350 khách hàng được phỏng vấn.

Nghiên cứu chính thức: Các bảng hỏi được nhập số liệu và xử lý bằng phần mềm SPSS. Hệ

số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHPNT. Ngoài ra, nghiên cứu cũng sử dụng phần mềm Anova để kiểm định sự khác biệt về quyết định mua BHPNT của người dân Bắc Giang với các đặc điểm cá nhân khác nhau.

Thang đo

Biến **Khuynh hướng tiết kiệm và chi tiêu** bao gồm 3 items, ví dụ: "Tôi rất quan tâm đến tiết kiệm"; "Tôi thường tiết kiệm trước và chi tiêu sau", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.846.

Biến **Thái độ đối với rủi ro và lợi nhuận** bao gồm 3 items, ví dụ: "Tôi chấp nhận đầu tư với lợi nhuận thấp nhưng ít rủi ro"; "Tôi phải cân nhắc kỹ giữa rủi ro và lợi nhuận khi đầu tư", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.824.

Biến **Hoàn cảnh cuộc sống khi mua BHPNT** bao gồm 5 items, ví dụ: "Gia đình tôi có thu nhập ổn định"; "Tôi đã lập gia đình", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.932.

Biến Động cơ mua BHPNT bao gồm 5 items, ví dụ: "Tôi muốn bảo vệ tài chính cho gia đình"; "Tôi mua BHPNT để tạo ra của cải", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.927.

Biến **Các rào cản tham gia BHPNT** bao gồm 7 items, ví dụ: "Tôi không có đủ thông tin về BHPNT"; "Các sản phẩm BHPNT quá phức tạp với tôi", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.879.

Biến **Lợi ích của sản phẩm BHPNT** bao gồm 4 items, ví dụ: "Tôi quan tâm sản phẩm mang lợi ích bảo vệ"; "Tôi quan tâm sản phẩm mang lợi ích tiết kiệm", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.820.

Biến **Danh tiếng của công ty BHPNT** bao gồm 4 items, ví dụ: "Công ty có nguồn tài chính mạnh"; "Công ty có uy tín cao trên thị trường bảo hiểm", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.837.

Biến **Tính sẵn có của kênh phân phối** bao gồm 3 items, ví dụ: "Tôi dễ dàng tìm được các sản phẩm bảo hiểm phù hợp vì công ty sẵn sàng giới thiệu", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.769.

Biến Đặc điểm của đại lý BHPNT bao gồm 7 items, ví dụ: "Tác phong chuyên nghiệp, tự tin, vui vẻ, nhiệt tình, chân thành", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.904.

Biến **Tính phức tạp của sản phẩm BHPNT** bao gồm 3 items, ví dụ: "Hợp đồng bảo hiểm và các điều khoản phức tạp", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.809.

Biến **Trải nghiệm khi mua BHPNT trước đây** bao gồm 7 items, ví dụ: "Công ty có danh tiếng và uy tín cao trên thị trường", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.870.

Biến **Chất lượng dịch vụ BHPNT** bao gồm 6 items, ví dụ: "Hình ảnh công ty: Cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, bố trí sắp xếp khoa học, tác phong nhân viên chuyên nghiệp, văn hóa công ty tốt", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.811.

Biến Ý kiến gia đình bao gồm 4 items, ví dụ: "Tôi tin rằng cha/mẹ tôi đồng ý với việc tôi mua BHPNT", v.v… Hệ số Cronbach's alpha của mô hình là 0.723.

Tất cả các biến được đo lường bởi thang Likert (5 điểm) từ hoàn toàn không đồng ý/ hoàn toàn không đúng đến rất đồng ý/ rất đúng.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả kiểm định EFA

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho các biến độc lập và biến phụ thuộc được tổng hợp như sau:

Bảng 1. Kết quả phân tích nhân tố EFA thang đo quyết định mua BHPNT

Biến	Hệ số KMO	Bartlett's Test of Sphericity	Giá trị Eigenvalue	Tổng phương sai trích (%)
Các biến độc lập	0.768	Sig. = 0.000	1.894	68.440%
Biến phụ thuộc (QD)	0.763	Sig. = 0.000	2.532	93.298%

Nguồn: Tổng hợp của nghiên cứu

Kết quả phân tích EFA ở Bảng 1 cho thấy hệ số KMO của cả các biến độc lập và biến phụ thuộc đều lớn hơn 0.5, sig Bartlett's Test = 0.000 < 0.05, như vậy phân tích nhân tố khám phá EFA là phù hợp. Giá trị eigenvalue của các biến độc lập là 1.894, lớn hơn 1 với tổng phương sai tích lũy là 68.440%, điều này cho thấy các biến được đề cập trong yếu tố tin cậy giải thích được 68.440%

biến thiên của dữ liệu, đây là một kết quả tương đối tốt (Hair và cộng sự, 2014). Đối với biến phụ thuộc, giá trị eigenvalue là 2.532, lớn hơn 1 với tổng phương sai tích lũy là 93.298%, điều này cho thấy các biến được đề cập trong yếu tố tin cậy giải thích được 93.298% biến thiên của dữ liệu, đây là một kết quả rất tốt (Hair và cộng sự, 2014). Như vậy, các biến đều đảm bảo phù hợp với mô hình và thỏa mãn điều kiện để thực hiện các phân tích tiếp theo.

4.2. Kết quả kiểm định sự khác biệt

Kiểm định sự khác biệt theo giới tính

Bảng 2. Kết quả One-way Anova kiểm định sự khác biệt về quyết định mua BHPNT của người dân Bắc Giang theo giới tính

		Tổng các chênh lệch bình phương	Df	Trung bình các chênh lệch bình phương	F	Sig.
QD	Giữa nhóm	.042	1	.042	.104	.747
	Trong nhóm	142.034	348	.408		
	Tổng	142.077	349			

Nguồn: Số liệu phỏng vấn 350 người tham gia BHPNT, năm 2021

Kết quả ở Bảng 2 cho thấy giá trị Sig. của QD = 0.747 > 0.05. Như vậy có thể kết luận ở độ tin cậy 95%, dữ liệu quan sát chưa đủ điều kiện để khẳng định có sự khác biệt về quyết định mua BHPNT giữa nam và nữ.

Kiểm định sự khác biệt theo độ tuổi

Bảng 3. Kết quả One-way Anova kiểm định sự khác biệt về quyết định mua BHPNT của người dân Bắc Giang theo độ tuổi

		Tổng các chênh lệch bình phương	Df	Trung bình các chênh lệch bình phương	F	Sig.
QD	Giữa nhóm	4.660	3	1.553	3.911	.009
	Trong nhóm	137.417	346	.397		
	Tổng	142.077	349			

Nguồn: Số liệu phỏng vấn 350 người tham gia BHPNT, năm 2021

Bảng 3 cho thấy giá trị Sig. của QD = 0.009 < 0.05. Như vậy, có thể kết luận ở độ tin cậy 95%, có sự khác biệt về quyết định mua BHPNT giữa các nhóm tuổi. Điều này hoàn toàn hợp lý, vì khách hàng ở những độ tuổi khác nhau sẽ có cái nhìn khác nhau và quan niệm khác nhau về một sự việc, chính vì thế việc ra quyết định mua BHPNT cũng sẽ khác nhau.

Kiểm định sự khác biệt theo trình độ học vấn

Bảng 4. Kết quả One-way Anova kiểm định sự khác biệt về quyết định mua BHPNT của người dân Bắc Giang theo trình độ học vấn

		Tổng các chênh lệch bình phương	Df	Trung bình các chênh lệch bình phương	F	Sig.
QD	Giữa nhóm	4.796	3	1.599	4.029	.008
	Trong nhóm	137.280	346	.397		
	Tổng	142.077	349			

Nguồn: Số liệu phỏng vấn 350 người tham gia BHPNT, năm 2021

Bảng 4 cho thấy giá trị Sig. của QD = 0.008 < 0.05. Vậy có thể kết luận ở độ tin cậy 95%, có sự khác biệt về quyết định mua BHPNT giữa các nhóm học vấn khác nhau. Ở những người có trình độ học vấn khác nhau họ sẽ có một quan điểm và cách nhìn nhận khác nhau về một sự việc, chính vì thế có sự khác biệt này.

Kiểm định sự khác biệt theo nghề nghiệp

Bảng 5. Kết quả One-way Anova kiểm định sự khác biệt về quyết định mua mua BHPNT của người dân Bắc Giang theo nghề nghiệp

		Tổng các chênh lệch bình phương	Df	Trung bình các chênh lệch bình phương	F	Sig.
QD	Giữa nhóm	2.437	2	1.219	3.028	.050
	Trong nhóm	139.639	347	.402		
	Tổng	142.077	349			

Nguồn: Số liệu phỏng vấn 350 người tham gia BHPNT, năm 2021

Bảng 5 cho thấy giá trị Sig. của QD = 0.050 > 0.05. Vậy có thể kết luận ở độ tin cậy 95%, dữ liệu quan sát chưa đủ điều kiện để khẳng định có sự khác biệt về quyết định mua BHPNT giữa các nhóm nghề nghiệp khác nhau.

Kiểm định sự khác biệt theo lao động chính

Bảng 6. Kết quả One-way Anova kiểm định sự khác biệt về quyết định mua BHPNT của người dân Bắc Giang theo lao động chính

		Tổng các chênh lệch bình phương	Df	Trung bình các chênh lệch bình phương	F	Sig.
QD	Giữa nhóm	.552	3	.184	.450	.717
	Trong nhóm	141.524	346	.409		
	Tổng	142.077	349			

Nguồn: Số liệu phỏng vấn 350 người tham gia BHPNT, năm 2021

Bảng 6 cho thấy giá trị Sig. của QD = 0.717 > 0.05. Vậy ta có thể kết luận ở độ tin cậy 95%, dữ

liệu quan sát chưa đủ điều kiện để khẳng định có sự khác biệt về quyết định mua BHPNT giữa người là lao động chính và không phải lao động chính.

Như vậy, sau khi kiểm định sự khác biệt, nghiên cứu nhận thấy có hai nhân tố là độ tuổi và trình độ học vấn là dẫn tới sự khác biệt về quyết định mua BHPNT của người dân Bắc Giang.

5. Thảo luận và giải pháp

Sau đại dịch Covid-19, người dân lại tiếp tục đối mặt nỗi lo mới với dịch sốt xuất huyết và bệnh bạch hầu. Điều này khiến người dân quan tâm và ý thức được tầm quan trọng của bảo hiểm hơn so với trước đây, từ đó thúc đẩy sự tăng trưởng của nhóm bảo hiểm con người. Ngoài ra, việc kiểm soát tốt Covid-19 đã góp phần nâng cao uy tín của Việt Nam đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Sự gia tăng đầu tư và dịch chuyển cơ sở sản xuất của các tập đoàn đa quốc gia cũng như dòng tiền được Chính phủ đưa ra để hỗ trợ phát triển kinh tế sẽ tạo cơ hội tăng trưởng cho nhiều doanh nghiệp và các dịch vụ công, mở ra cơ hội cho nghiệp vụ bảo hiểm tài sản kỹ thuật... Tuy nhiên, rủi ro lớn nhất hiện nay chính là thị trường bảo hiểm vẫn tồn tại hành vi cạnh tranh phi kỹ thuật vì một số doanh nghiệp muốn gia tăng thị phần trước rồi mới tối ưu hóa lợi nhuận, điều đó đồng nghĩa với việc cạnh tranh trên thị trường sẽ tiếp tục diễn biến vô cùng căng thẳng. Bên cạnh đó, hành lang pháp lý của thị trường bảo hiểm vẫn chưa theo kịp được với tốc độ phát triển của thị trường.

Đối với Pjico Bắc Giang, mục tiêu lâu dài đến năm 2025 của công ty là phấn đấu để trở thành công ty bảo hiểm hàng đầu Việt Nam về chất lượng và hiệu quả. Để đạt được mục tiêu chiến lược đó, ban lãnh đạo công ty đã đạt ra ba ưu tiên hàng đầu cho sự phát triển, đó là: nâng cao tầm vốn trí tuệ của doanh nghiệp, duy trì và phát huy những giá trị văn hóa doanh nghiệp tốt đẹp vốn có của công ty; đồng thời thực hiện các bước chuẩn bị toàn diện của Công ty cho giai đoạn sau khi Việt Nam gia nhập WTO. Cũng như nhiều công ty BH hiện nay, PJICO có lợi thế chính là đội ngũ cán bộ trẻ tuổi, năng động và tâm huyết; phong cách giải quyết bồi thường nhanh chóng và thỏa đáng kết hợp với chính sách khai thác linh hoạt, chủ trương tập trung xây dựng các mối quan hệ lâu dài với khách hàng, đối tác dựa trên lòng tin cậy lẫn nhau trên cơ sở hiệu quả cao, cùng chia sẻ sự thành công cũng như rủi ro của khách hàng…

Nhằm gia tăng quyết định mua bảo hiểm phi nhân thọ, công ty bảo hiểm Pjico có thể thực hiện một số giải pháp sau: *Thứ nhất,* hoàn thiện hệ thống sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ. Cần cho ra thị trường những sản phẩm bảo hiểm mới phù hợp với nhu cầu hiện tại và xu thế của thị trường; có các chương trình chăm sóc khách hàng sau khi ký hợp đồng. *Thứ hai,* chuẩn hóa đội ngũ nhân viên, đại lý. Công ty cần rà soát lại đội ngũ nhân viên và nâng cao tiêu chuẩn tuyển dụng đối với nhân viên bảo hiểm, trong đó đặc biệt chú trọng đến việc đào tạo nghiệp vụ chuyên môn và tư cách đạo đức của nhân viên bán hàng và nhân viên giải quyết bồi thường. *Thứ ba,* nâng cao nhận thức của khách hàng về rủi ro. Xây dựng niềm tin thông qua thương hiệu là chiến dịch mà nhiều doanh nghiệp theo đuổi. Người mua thường cảm thấy rủi ro đối với việc mua các thương hiệu mới lần đầu tiên và luôn muốn giảm thiểu rủi ro đó. Một cách để có thể giảm rủi ro là thông qua sự tin tưởng đối với các đồng nghiệp đáng kính. *Thứ tư,* gia tăng hoạt động giới thiệu lợi ích của bảo hiểm phi nhân thọ đến những đối tượng phù hợp. *Thứ năm,* tăng cường hoạt động quảng bá hình ảnh và danh tiếng của công ty trên thị trường. Cần nâng cao hiệu quả tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm; nâng cao chất lượng kênh phân phối và đại lý bảo hiểm; và tăng cường công tác quản lý về mạng lưới phân phối. *Thứ sáu,* cần có những giải pháp gia tăng cơ hội cho khách hàng lựa chọn sản phẩm bảo hiểm phù hợp với thị hiếu của khách hàng. Cuối cùng, tăng cường quản trị rủi ro và nâng cao chất lượng bồi thường.

Tài liệu tham khảo:

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1973). Attitudinal and normative variables as predictors of specific behavior. Journal of personality and Social Psychology, 27(1), 41.

Allen, D. G., Shore, L. M., & Griffeth, R. W. (2003). The role of perceived organizational support and supportive human resource practices in the turnover process. Journal of management, 29(1), 99-118.

Di Matteo, L., & Emery, J. H. (2002). Wealth and the demand for life insurance: evidence from Ontario, 1892. Explorations in Economic History, 39(4), 446-469.

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

Hammond, J. D., Houston, D. B., & Melander, E. R. (1967). Determinants of household life insurance premium expenditures: An empirical investigation. Journal of Risk and Insurance, 397-408.

Nguyễn Thị Ánh Xuân ,2004, Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng mua bảo hiểm nhân thọ, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Bách khoa thành phố Hồ Chí Minh.

Parvatiyar, A., & Sheth, J. N. (2001). Customer relationship management: Emerging practice, process, and discipline. Journal of Economic & Social Research, 3(2).

Võ Thị Thanh Loan (2005), Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG KẾ TOÁN Ở CÁC DOANH NGHIỆP - CƠ HỘI, THÁCH THỨC VÀ GIẢI PHÁP

TS. Lê Thị Yến Oanh* - Trần Ngô Trung Nghĩa - Lê Doãn Nam Anh*** - Lê Hữu Bình*****

Nền kinh tế số đã và đang tác động mạnh mẽ đến nền kinh tế nói chung và trong lĩnh vực kế toán nói riêng. Công nghệ số nhằm ứng dụng công nghệ hiện đại, cho phép thay thế con người xử lý một số công việc. Đó vừa là thời cơ, đồng thời cũng là thách thức đối với kế toán viên, kiểm toán viên và các doanh nghiệp khi vừa phải nâng cao trình độ chuyên môn vừa phải tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ. Ngoài ra, yêu cầu hội nhập tài chính, kế toán khu vực và quốc tế đòi hỏi phải chủ động tranh thủ tối đa các lợi thế và khắc phục tác động bất lợi. Bối cảnh đó đặt ra yêu cầu cần đổi mới quy trình kế toán và đặt ra yêu cầu với các bên liên quan phải có giải pháp phù hợp để ứng dụng thành công chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán.

• Từ khóa: *công nghệ số, chuyển đổi số, lĩnh vực kế toán.*

The digital economy has been having a strong impact on the economy in general and in the accounting field in particular. Digital technology aims to apply modern technology, allowing to replace humans to handle some tasks. It is both an opportunity and a challenge for accountants, auditors and businesses as they both have to improve their professional skills and increase the application of science and technology. In addition, regional and international financial and accounting integration requirements require proactively taking advantage of advantages and overcoming adverse impacts. That context sets forth the need to innovate the accounting process and the requirements for stakeholders to have appropriate solutions to successfully apply digital transformation in the accounting field.

• Key words: *idigital technology, digital transformation, accounting field.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Công nghệ số trong lĩnh vực kế toán hiện nay

Công nghệ số là quá trình thay đổi từ mô hình truyền thống sang doanh nghiệp số bằng cách áp dụng công nghệ mới như: dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT), điện toán đám mây (Cloud),… thay đổi phương thức điều hành, lãnh đạo, quy trình làm việc, văn hóa công ty.

Công nghệ số hay còn gọi là chuyển đổi số là khi có dữ liệu được số hóa rồi, chúng ta phải sử dụng các công nghệ như AI, Big Data,… để phân tích dữ liệu, biến đổi nó và tạo ra một giá trị mới. Có thể hiểu, chuyển đổi số là mức độ cao hơn số hóa, giống như một pha hoàn thiện của số hóa. Ở mức công nghệ số này thì ứng dụng sẽ mở ra những dạng thức đổi mới, sáng tạo trong cả một lĩnh vực thay vì chỉ nâng cấp và hỗ trợ những phương pháp truyền thống. Theo nghĩa hẹp, công nghệ số có thể hình dung bằng khái niệm "Văn phòng không giấy tờ".

Chuyển đổi số thành công sẽ giúp cho việc thu thập và xử lý thông tin trở nên dễ dàng hơn, tạo cơ hội cung cấp thông tin hữu ích cho nhà quản lý (Zybery và Rova, 2014). Tuy nhiên, không phải doanh nghiệp nào cũng có đủ cơ sở vật chất, nguồn nhân lực tài chính cũng như tư duy kỹ thuật số để thực hiện số hoá công việc kế toán.

Một số công nghệ mới đang được ứng dụng trong các doanh nghiệp kế toán, kiểm toán như:

Điện toán đám mây (Cloud Computer): có tác dụng lưu trữ thông tin với khối lượng lớn mà không bị giới hạn về bộ nhớ; cho phép truy cập, cập nhật thông tin tức thời; ngoài ra còn có thể đưa ra những phân tích dữ liệu và xử lý các nghiệp vụ phức tạp dựa trên thông tin sẵn có của hệ thống.

Trí tuệ nhân tạo (AI): tự động thu thập, nhập dữ liệu, tính toán số liệu kế toán và định khoản trên hệ

** Học viện Tài chính*
*** CQ60/21.01CLC - Học viện Tài chính*
**** CQ60/21.02CLC - Học viện Tài chính*
***** CQ60/21.12 - Học viện Tài chính*

thống, cho phép phân tích và tự động phát hiện các sai sót tài chính, các ghi chép không đúng chuẩn mực báo cáo tài chính, đưa ra phân tích về sức khoẻ doanh nghiệp dựa trên số liệu đã có.

Chuỗi khối (Blockchain): công nghệ lưu trữ và truyền tải thông tin bằng các khối được liên kết với nhau và mở rộng theo thời gian. Blockchain được thiết kế để chống lại sự thay đổi dữ liệu. Thông tin trong blockchain không thể bị thay đổi và chỉ được bổ sung thêm khi có sự đồng thuận của tất cả các nút trong hệ thống. Đặc biệt blockchain có khả năng truyền tải dữ liệu mà không đòi hỏi trung gian để xác nhận thông tin.

Dữ liệu lớn (big data): công nghệ này cho phép xử lý một tập hợp dữ liệu rất lớn và phức tạp mà các ứng dụng xử lý dữ liệu truyền thống không xử lý được.

Ngoài ra, còn có Internet kết nối vạn vật (IoT), hệ thống quản trị kế hoạch nguồn lực (ERP), công cụ lập các báo cáo thông minh (BI),…

Theo khảo sát của Hiệp hội doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Hà Nội vào tháng 8/2020, vấn đề chuyển đổi số và quản trị số đã thu hút sự quan tâm của gần 90% doanh nghiệp, nhưng tỷ trọng doanh nghiệp sẵn sàng đầu tư cho hoạt động chuyển đổi số chỉ khoảng 40%, do nhiều nguyên nhân khác nhau, như: hạn chế về trình độ nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng, nguồn lực tài chính, tư duy kỹ thuật số (Nguyễn Thị Ngọc Anh, 2020).

Hầu hết các doanh nghiệp hiện nay đều sử dụng phần mềm điện tử trong công tác xử lý các số liệu kế toán đồng thời đã quan tâm hơn đến việc ứng dụng blockchain vào các hoạt động của mình. MISA đã phát triển Meinvoice.vn - giải pháp hoá đơn điện tử ứng dụng Blockchain, ghi nhận toàn bộ trạng thái và cập nhật đầy đủ thông tin về hoá đơn cho các bên tham gia có thể kiểm tra và xác thực thông tin.

Ngoài ra, phải kể đến sự đổi mới về AI trong lĩnh vực kiểm toán. Đi đầu xu hướng này là nhóm các công ty kiểm toán Big4. Chẳng hạn: Deloitte đã thành lập một liên minh với Kira System để mang lại sự đổi mới và học máy cho nơi làm việc, tạo ra một ứng dụng nhận thức được gọi là Argus được thiết kế đặc biệt cho các mục đích kiểm toán; KPMG ứng dụng IBM Watson hỗ trợ kiểm toán, tư vấn thuế, tư vấn dịch vụ hỗ trợ khách hàng; PwC đã phát triển công nghệ GL.ai với sự hợp tác của H20.ai phát triển một hệ thống hỗ trợ trí tuệ nhân tạo có khả năng phân tích tài liệu và chuẩn bị báo cáo (D. Faggella, 2019).

Có thể thấy, nền tảng công nghệ số đang dần thay thế một phần công việc của các kế toán viên, kiểm toán viên mang tính chất tự động hoá những công việc đơn giản, lặp đi lặp lại. Đồng thời các doanh nghiệp cũng dần hội nhập tốt hơn với sự thay đổi công nghệ, chuyển đổi sang hình thức kế toán số. Từ đó thúc đẩy sự phát triển, đổi mới của ngành và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

2. Cơ hội của việc ứng dụng công nghệ số vào công tác kế toán doanh nghiệp

Đối với doanh nghiệp

Tiết kiệm thời gian và giảm chi phí cho doanh nghiệp

Thay vì phải thu thập hoá đơn chứng từ, ghi chép từng nghiệp vụ phát sinh và giữ các sổ sách kế toán riêng của từng doanh nghiệp như trước kia thì giờ đây, doanh nghiệp thông qua các phần mềm kế toán, công nghệ số hiện đại có thể ghi chép tất cả các giao dịch của vào một sổ đăng ký chung, tạo thành một hệ thống liên kết các sổ sách kế toán bền vững. Các công việc kế toán tốn thời gian có thể thực hiện thông qua các máy móc, công nghệ hiện đại, điều này sẽ giúp các chuyên gia trong lĩnh vực kế toán có thể tập trung vào việc cung cấp nhiều giá trị hơn cho khách hàng của họ, giảm chi phí và thời gian đầu tư vào một số công việc nhất định (Fernandez và Aman, 2018).

Tăng chất lượng thông tin

Sự tiến bộ của công nghệ thông tin cho phép nhiều hoạt động của kế toán được thực hiện thông qua máy móc. Đồng thời, việc triển khai kế toán số tại các doanh nghiệp sẽ giúp họ dễ dàng lập hồ sơ, quy trình, giảm bớt tỷ lệ xảy ra sai sót, cung cấp số liệu chính xác hơn về hiệu suất của quy trình, đồng thời cải thiện chất lượng báo cáo và hiệu quả trong quá trình ra quyết định (Appelbaum và cộng sự, 2017; Kokina và Blanchette, 2019; Zakaria, 2021).

Mở rộng thị trường

Công nghệ số giúp cho quy trình kế toán của doanh nghiệp thuận lợi hơn, nâng cao năng suất làm việc, đảm bảo thông tin minh bạch rõ ràng, bảo mật về mặt dữ liệu, các giao dịch, số liệu chính xác hơn. Nhờ vậy mà chất lượng báo cáo tài chính được cải thiện, tạo được niềm tin với khách hàng, chất lượng dịch vụ tăng cao đồng thời cạnh tranh tốt với các đối thủ cùng ngành. Điều này giúp doanh nghiệp định vị thương hiệu trên thị trường, tạo cơ hội mở rộng thị trường sang các nước trong khu vực và trên thế giới.

Đối với kế toán - kiểm toán viên

Công nghệ số có thể tiếp nhận và xử lý các nghiệp vụ đơn giản như thu thập, ghi chép, xử lý các số liệu kế toán. Các công việc tốn thời gian và lặp đi lặp lại sẽ được tự động hóa, trong tương lai kế toán và kiểm toán sẽ thực hiện một công việc có giá trị cao hơn, đồng thời chuyển đổi sang nhiều vai trò cố vấn hơn

trong lĩnh vực tài chính và kinh doanh, với chuyên môn cụ thể hơn (Forbes, 2018). Ngoài ra, với mạng Internet thì các công việc kế toán, kiểm toán không bị giới hạn về khoảng cách địa lý. Cơ hội việc làm rộng mở, mở rộng phạm vi hoạt động, nâng cao khả năng cạnh tranh nguồn nhân lực.

3. Thách thức của ứng dụng công nghệ số vào công tác kế toán

Thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao

Thực tế cho thấy kiến thức, sự hiểu biết, trình độ ứng dụng công nghệ thông tin của các kế toán viên, kiểm toán viên hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế, chưa đồng đều. Trong khi đó, công tác đào tạo mới chỉ dừng lại ở việc truyền thụ kiến thức nền, chưa chuyên sâu. Theo thống kê của Hội Kiểm toán viên hành nghề Việt Nam cho thấy, có tới 2/3 sinh viên tốt nghiệp ngành Kế toán, kiểm toán chưa đáp ứng nhu cầu của các nhà tuyển dụng xét trên nhiều khía cạnh. Hơn thế nữa, tư tưởng trì trệ, ngại đổi mới, ngại ứng dụng công nghệ cũng là một rào cản lớn.

Hạn chế tiếp cận công nghệ mới

Mặc dù hiểu rõ những lợi ích công nghệ số đem lại nhưng trong điều kiện quy mô DN vừa và nhỏ ở nước ta chiếm phần lớn (hơn 95%), việc dành một số vốn để đầu tư công nghệ và đào tạo đội ngũ kế toán là một việc khó đối với DN nếu so sánh số vốn bỏ ra để đầu tư công nghệ với lợi ích mang lại chưa thật cân xứng (do DN có quy mô chưa thực sự lớn để có thể khai thác hết lợi ích của công nghệ).

Vấn đề an toàn thông tin, an ninh mạng

Công nghệ số ngày càng phát triển cũng tạo ra nhiều lỗ hổng bảo mật. Kế toán sẽ được yêu cầu bảo vệ thông tin nhạy cảm trong hệ thống kinh doanh và ứng dụng (Chorafas, 2008). Các phần tử xấu có thể lợi dụng các thông tin, kết quả kế toán chưa chính thức để thực hiện các mục đích phá hoại, gây ảnh hưởng tới doanh nghiệp.

Khuôn khổ pháp lý cho công nghệ mới

Ứng dụng công nghệ vào kế toán, kiểm toán cũng tạo ra không ít vấn đề mới, phức tạp. Điều này đặt ra yêu cầu hoàn thiện hành lang pháp lý, các cơ quan quản lý nhà nước cần nghiên cứu, đánh giá, sửa đổi, bổ sung trong chính sách quản lý để đáp ứng thực tế.

4. Yêu cầu đặt ra đối với công tác kế toán hiện nay

Câu hỏi đặt ra là: trong tương lai, dưới sự phát triển của của công nghệ số và trí tuệ nhân tạo, kế toán viên, kiểm toán viên có bị thay thế hoàn toàn bởi robot, bởi trí tuệ nhân tạo hay không? Nên cạnh tranh hay hợp tác? Và chúng ta cần làm gì để các lao động kế toán, kiểm toán hiện tại và tương lai có thể tiếp tục cạnh tranh với máy móc trong môi trường công nghệ 4.0.

Trong tương lai, một số nhân viên kế toán, kiểm toán có thể sẽ bị mất việc nếu họ không thay đổi và điều chỉnh các kỹ năng cần thiết sao cho phù hợp với mức độ phát triển của khoa học - công nghệ.

Trên thực tế, máy móc có thể thực hiện tốt hơn con người những vấn đề có cấu trúc, được lập trình trên cơ sở đủ thông tin đầu vào đầy đủ; những công việc, thao tác xảy ra hàng ngày và lặp đi lặp lại,… Tuy nhiên, đối với những vấn đề phi cấu trúc, chưa thể lập trình; những công việc không có tính lặp lại; yêu cầu đổi mới sáng tạo, đột phá, những phán đoán cần đến kinh nghiệm và trực giác nghề nghiệp,… thì vai trò của con người được đặt lên hàng đầu.

Có thể thấy, sự kết hợp giữa máy móc và con người sẽ là xu hướng trong tương lai. Điều này mang lại những lợi ích vượt trội, thúc đẩy điểm mạnh, hạn chế và thậm chí là loại bỏ các yếu điểm của đối phương. Do vậy, cần phải có nhận thức đúng đắn, trang bị các kiến thức và kỹ năng cần thiết, nhận biết được các giới hạn của công nghệ và giới hạn của bản thân để từ đó có sự kết hợp thông minh với máy móc thiết bị giúp tăng năng suất và hiệu quả công việc.

5. Giải pháp để hội nhập tốt hơn với công nghệ số

Đối với các cơ sở đào tạo

Đây là cái nôi đào tạo nguồn nhân lực kế toán, kiểm toán chất lượng cao cho xã hội. Vì vậy, cần chú trọng trong việc đào tạo: không xuất phát từ cái mình có mà phải xuất phát từ yêu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao trong thời đại công nghệ số.

Trước tiên, cần đổi mới phương pháp giảng dạy và chương trình đào tạo truyền thống chuyển sang môi trường hiện đại, thiết thực, gắn chặt giữa lý thuyết và thực hành, thực tế. Tài liệu tham khảo, giáo trình và các học phần cần được làm mới và biên soạn dựa trên nền tảng áp dụng công nghệ số trong kế toán, kiểm toán. Trong quá trình giảng dạy phải chú trọng phát triển tư duy, sức sáng tạo, rèn luyện kỹ năng tư duy phản biện và kỹ năng giao tiếp thông qua các bài tập tình huống thực tế tại doanh nghiệp để có sự trao đổi, thảo luận giữa sinh viên - giảng viên, sinh viên - sinh viên.

Ngoài ra, có thể tăng tính năng động sáng tạo thông qua việc liên kết với các doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp nhằm gắn kết chương trình đào tạo với xu hướng hội nhập 4.0: tham gia trực tiếp vào quá trình đào tạo và kiểm tra đánh giá sinh viên; tổ chức các buổi toạ đàm, giao lưu chia sẻ kinh nghiệm, giải đáp thắc mắc của sinh viên với giảng viên và chuyên gia trong ngành nghề; tham quan, trải nghiệm các mô

hình kế toán thực tế được áp dụng tại doanh nghiệp; xây dựng mô hình kế toán ảo giúp sinh viên có trải nghiệm thực tế nhất,…

Đối với giảng viên

Giảng viên cần tự rèn luyện, nâng cao trình độ chuyên môn và kiến thức về công nghệ thông tin, hệ thống mạng; tìm hiểu và nghiên cứu những thay đổi về công nghệ trong ngành nghề bằng cách tham gia các lớp tập huấn, hội thảo, hội nghị. Phương pháp giảng dạy phải theo hướng tích cực nghiên cứu, đổi mới sáng tạo, hướng tới đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Nội dung bài giảng cần tích hợp với các kiến thức về công nghệ, quản lý dữ liệu, ứng dụng AI,… theo hướng gợi mở nhằm kích thích tư duy phản biện, khả năng sáng tạo của sinh viên đồng thời phải kết hợp với các chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS) và quốc tế (IFRS).

Đối với người hành nghề và người học kế toán

Để đáp ứng yêu cầu đầu ra của các nhà tuyển dụng trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay, các kế toán, kiểm toán viên hiện tại và tương lai phải thay đổi tư duy đồng thời nhận thức được sự ảnh hưởng của kỹ thuật số đến ngành nghề trong tương lai. Từ đó, rèn luyện những kỹ năng cần thiết để ứng dụng cho phù hợp xu thế, tiết kiệm nguồn lực và gia tăng hiệu quả công việc.

Bên cạnh việc không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn thì trình độ công nghệ thông tin cũng không thể thiếu. Trước tiên, người học cần ứng dụng thành thạo các phần mềm kế toán được sử dụng phổ biến tại các doanh nghiệp. Ngoài ra phải thường xuyên cập nhật xu hướng kế toán số ở các doanh nghiệp trong và ngoài nước để bắt kịp xu thế; nâng cao vốn ngoại ngữ, phát triển kỹ năng giao tiếp, tin học kế toán, tư duy sáng tạo. Điều này giúp kế toán viên, kiểm toán viên tạo vị thế cạnh tranh, mở rộng phạm vi hành nghề và tránh nguy cơ bị đào thải.

Đối với doanh nghiệp

Doanh nghiệp là nơi giải quyết đầu ra của các cơ sở đào tạo, đồng thời là nơi diễn ra sự chuyển biến về công nghệ trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán. Theo đó, để bắt kịp xu thế thời đại, các doanh nghiệp cần hướng tới xây dựng và đào tạo một nguồn nhân lực chất lượng cao và đầu tư hạ tầng kỹ thuật công nghệ hiện đại phục vụ cho hoạt động kế toán.

Hiện nay các doanh nghiệp lớn đã có đủ nguồn lực tài chính và nhân sự để thực hiện chuyển đổi số. Tuy nhiên, các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn rất nhiều thách thức. Để giải quyết vấn đề này, doanh nghiệp cần xây dựng một nguồn lực tài chính đủ mạnh. Ngoài ra có thể kết nối với doanh nghiệp khác thông qua các hiệp hội nghề nghiệp để có cơ hội trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn về việc áp dụng kế toán số tại doanh nghiệp mình; đẩy mạnh mối quan hệ để thực hiện chuyển giao thêm nhiều tri thức và công nghệ hiện đại, cập nhật xu hướng công nghệ trong ngành nghề mình.

Nguồn nhân lực trình độ cao cả về chuyên môn và kỹ năng ứng dụng công nghệ cũng rất quan trọng. Doanh nghiệp có thể thực hiện liên kết đào tạo với nhà trường theo hình thức đơn đặt hàng của doanh nghiệp. Hoạt động này giúp doanh nghiệp chuyển giao kiến thức về công nghệ và kinh nghiệm thực tế vào đào tạo giáo dục hướng đến lợi ích của cả hai bên.

Đối với các cơ quan chức năng

Cần xây dựng hạ tầng kỹ thuật công nghệ thông tin và hạ tầng dữ liệu số đáp ứng tiêu chuẩn đối với Trung tâm dữ liệu theo quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông để phục vụ hoạt động nội bộ đơn vị và truy cập Internet, kết nối với các ứng dụng công nghệ. Xây dựng các phần mềm hỗ trợ công tác chỉ đạo, quản lý, điều hành của đơn vị và các phần mềm hỗ trợ hệ thống kế toán, kiểm toán; xây dựng kế hoạch cụ thể ứng dụng công nghệ vào các hoạt động đảm bảo tính hệ thống, đồng bộ, sát hợp, thiết thực, theo hướng hiện đại, hiệu lực, hiệu quả, từng bước đổi mới phương pháp kế toán, kiểm toán hướng tới kế toán, kiểm toán số, đáp ứng yêu cầu quá trình chuyển đổi số và dựa trên nền tảng công nghệ số của cuộc CMCN 4.0.

6. Kết luận

Nền kinh tế càng phát triển thì nhu cầu về kế toán, kiểm toán càng gia tăng, đặc biệt là trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay. Để công tác kế toán được phát triển lành mạnh và hoạt động hiệu quả hơn đòi hỏi phải bắt kịp xu thế kế toán số, ứng dụng linh hoạt các thành tựu của khoa học công nghệ vào công tác kế toán. Để phát huy được điểm mạnh và khắc phục hạn chế đòi hỏi sự cố gắng hoàn thiện của các chủ thể, tạo điều kiện phát triển kinh tế và hội nhập quốc tế sâu rộng.

Tài liệu tham khảo:

Ngô Thế Chi, Ngô Thị Minh (2022), Phát triển kế toán, kiểm toán Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư- Một số khuyến nghị, Tạp chí Khoa học Kiểm toán số 184-02/2023.

https://tapchitaichinh.vn/van-dung-tri-tue-nhan-tao-trong-cong-tac-ke-toan-kiem-toan-huong-di-moi-trong-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-4-0.html

https://tapchitaichinh.vn/trao-doi-ve-nganh-nghe-ke-toan-trong-thoi-dai-chuyen-doi-so.html

https://tapchitaichinh.vn/xu-huong-cua-nganh-ke-toan-kiem-toan-trong-boi-canh-cach-mang-cong-nghiep-4-0.html

https://tapchitaichinh.vn/giai-phap-phat-trien-linh-vuc-ke-toan-kiem-toan-o-viet-nam-trong-thoi-ky-hoi-nhap.html

Vial, G. (2019), Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The journal of strategic information systems, 28(2), 118-114.

CHUYỂN ĐỔI TỪ MÔ HÌNH KINH DOANH TRUYỀN THỐNG SANG MÔ HÌNH DOANH NGHIỆP SỐ - XU HƯỚNG TẤT YẾU TRONG THỜI KỲ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Ths. Nguyễn Thị Thanh Huyền* - Trần Lê Mạnh Hùng**

Bài viết tập trung vào nghiên cứu mối quan hệ giữa đầu tư công nghệ số trong hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại (NHTM) và hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang diễn ra mạnh mẽ. Với dữ liệu thu thập từ 28 ngân hàng thương mại cổ phần niêm yết. Dựa trên kết quả nghiên cứu định lượng, tác giả đã chỉ ra quan hệ giữa việc đầu tư công nghệ số với hiệu quả hoạt động của ngân hàng thương mại là quan hệ đồng biến. Do vậy, trước sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng 4.0 và sự cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại thì việc các ngân hàng thương mại chuyển đổi từ mô hình ngân hàng truyền thống sang mô hình ngân hàng số (Digital Banking) là tất yếu. Việc đầu tư và ứng dụng công nghệ vào trong hoạt động của các ngân hàng thương mại là rất cần thiết trong bối cảnh hiện nay.

• Từ khóa: *ngân hàng thương mại, chuyển đổi số, hiệu quả kinh doanh.*

This paper will examine relationship between digital technology investment in commercial banks on these banks' performance in the context of the fourth industrial revolution. Data is collected from 28 commercial banks listed on the stock market. The quantification result implies a positive correlation between the application level of digital technology in commercial banks and their performance. This result refers to the need of a transition from the tradition banking model to the digital banking one, especially in the current context of the fourth industrial revolution. Applying digital technology is an urgent need in commercial banks in the current context.

• Key words: *commercial banks, digital conversion, business efficiency.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Giới thiệu

Toàn cầu hóa ngày càng tăng, gỡ bỏ ngày càng nhiều rào cản về mọi mặt đối với toàn bộ các lĩnh vực của nhiều thị trường, chu kỳ đổi mới nhanh hơn, chuyển đổi kỹ thuật số của các giao dịch kinh doanh và tăng tốc tích hợp các hệ sinh thái đã làm cho thị trường năng động hơn, cạnh tranh hơn, và trên hết là phức tạp hơn. Các công ty đang phấn đấu trở thành đối thủ cạnh tranh toàn cầu phải liên tục thích ứng với các điều kiện thị trường luôn thay đổi. Làm thế nào để các công ty quản lý để điều hướng thành công cuộc cạnh tranh rất năng động và phức tạp này? Mô hình kinh doanh trở thành nhân tố rất quan trọng giúp giải quyết vấn đề này. Quản lý mô hình kinh doanh giúp các công ty phát triển các ý tưởng kinh doanh mới, kiểm tra các hoạt động kinh doanh hiện có và sửa đổi các chiến lược và cấu trúc của họ bằng cách đơn giản hóa sự phức tạp và năng động của môi trường kinh doanh hiện đại. Như vậy, các mô hình kinh doanh thể hiện bản chất của hoạt động doanh nghiệp.

Sự phổ biến của Internet vào tất cả các lĩnh vực hoạt động kinh doanh đã mang lại sự tập trung đặc biệt cho các mô hình kinh doanh. Quá trình số hóa toàn diện các quy trình kinh doanh là động lực dẫn đến những thay đổi trong chiến lược và phương thức quản lý của công ty. Thị trường trực tuyến đã mang lại vô số mô hình kinh doanh mới là nền tảng của các công ty như Amazon, Google, Facebook và eBay. Tỷ lệ khởi nghiệp và

** Học viện Tài chính; email: huyenntt@hvtc.edu.vn*
*** Công ty CP Giám định và Thẩm định tài sản Việt Nam*

đổi mới đáng kể ngày nay dựa trên các mô hình kinh doanh mới cho thấy mức độ phù hợp của khái niệm mô hình kinh doanh trong bối cảnh kỹ thuật số của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Có thể nói sự lên ngôi của mô hình kinh doanh kỹ thuật số là xu hướng tất yếu trong nền kinh tế của thời đại cách mạng 4.0.

Để có thể chuyển đổi từ mô hình kinh doanh truyền thống sang mô hình doanh nghiệp số, đòi hỏi các doanh nghiệp phải chuyển đổi từ bên trong, loại bỏ các quan niệm và phương thức kinh doanh vốn có. Xây dựng mô hình kinh doanh kỹ thuật số đòi hỏi doanh nghiệp phải có nền tảng hạ tầng công nghệ, nhân lực, có hệ tư duy cởi mở, chia sẻ, cộng hưởng và giao thoa lẫn nhau về không gian làm việc, dữ liệu khách hàng. Mô hình kinh doanh kỹ thuật số được dự đoán sẽ làm thay đổi mạnh nền kinh tế trong ngắn hạn và thay đổi hoàn toàn cục diện kinh tế toàn cầu trong dài hạn bởi sự tinh giản, tiện lợi và tối ưu của các sản phẩm, dịch vụ.

Chúng ta cũng có thể nhận thấy trên khắp thị trường thế giới cũng như Việt Nam, xu hướng tiêu dùng hiện đại làm thay đổi mô hình kinh doanh của doanh nghiệp trong tình hình mới. Các hoạt động như làm việc, mua sắm, giải trí… vẫn được thực hiện mà không cần di chuyển đến nhiều vị trí, địa điểm. Người tiêu dùng có thể tối đa hóa thời gian, tăng tính linh hoạt, sử dụng các sản phẩm và dịch vụ thông qua truy cập từ nhà. Do đó, "tiện" đã trở thành một trong những tiêu chí tiêu dùng trong xã hội trong bối cảnh "bình thường mới" hiện nay. Xét ở nhiều góc độ, không chỉ ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid -19, số người tiêu dùng trực tuyến ngày càng tăng còn do thế hệ Z - thế hệ được sinh ra sau khi internet trở nên phổ biến rộng rãi, được tiếp xúc và sử dụng công nghệ từ nhỏ - đang dần trở thành lực lượng dân số chính hiện nay. Vì vậy, ứng dụng công nghệ số trong chi tiêu, mua sắm là xu hướng tất yếu của những người tiêu dùng trẻ hiện đại.

Trong giai đoạn 5 -10 năm tới, thế hệ Z sẽ thay thế toàn bộ lực lượng lao động toàn cầu. Theo đó, mô hình doanh nghiệp thương mại điện tử không chỉ đáp ứng thay đổi nhu cầu hiện tại mà còn đón đầu xu thế tiêu dùng tương lai. Như vậy, thay đổi mô hình kinh doanh đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hiện đại chính là giải pháp duy trì và phát triển hữu hiệu nhất trong tình hình mới trên toàn cầu.

Để tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp bắt kịp xu hướng tiêu dùng và kinh doanh hiệu quả, Thủ tướng đã phê duyệt *"Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030"*, ưu tiên các ngành nông nghiệp, tài chính - ngân hàng, giao thông vận tải và logistics, năng lượng, tài nguyên và môi trường, sản xuất công nghiệp. Đồng thời, trên cơ sở tổng kết các kết quả đạt được trong giai đoạn trước, rà soát, đánh giá hiện trạng, nhu cầu phát triển thương mại điện tử giai đoạn tới, Bộ Công Thương đã trình Chính phủ đề xuất xây dựng Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025 và được Chính phủ thông qua tại Quyết định số 645/ QĐ-TTg ngày 15 tháng 5 năm 2020 (Quyết định số 645/QĐ-TTg). Mục tiêu của kế hoạch là đưa thương mại điện tử trở thành một trong các lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số, nơi các công nghệ tiên tiến của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư được ứng dụng rộng rãi để tăng hiệu quả của chu trình kinh doanh, góp phần hiện đại hóa hệ thống phân phối, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đẩy mạnh phát triển thị trường trong nước và xuất khẩu.

2. Khái niệm kinh doanh kỹ thuật số

Kinh doanh kỹ thuật số là một trong những lĩnh vực ứng dụng quan trọng nhất của công nghệ thông tin và truyền thông thời đại số. Trong bối cảnh nền kinh tế Internet, có nhiều thuật ngữ và định nghĩa khác nhau. Nhìn chung, các tài liệu hiện nay có cách hiểu không đồng nhất về thuật ngữ kinh doanh kỹ thuật số.

Theo PriceWaterhouceCoopers (1999) thì kinh doanh kỹ thuật số là việc áp dụng công nghệ thông tin để tạo điều kiện thuận lợi cho việc mua và bán các sản phẩm, dịch vụ và thông tin qua các mạng dựa trên tiêu chuẩn công cộng (1999); hay Rayport và Jaworski (2001): là sự trao đổi qua trung gian công nghệ giữa các bên (cá nhân, tổ chức hoặc cả hai) cũng như các hoạt động nội bộ hoặc liên tổ chức dựa trên cơ sở điện tử tạo điều kiện cho việc trao đổi đó; Jelassi và Enders (2004): Việc sử dụng các phương tiện điện tử để tiến hành hoạt động kinh doanh của tổ chức trong nội bộ và/hoặc bên ngoài

doanh nghiệp được thực hiện bằng mạng điện tử hoặc phương tiện điện tử; Chen (2005) thì cho rằng kinh doanh kỹ thuật số đôi khi được sử dụng đồng nghĩa với thương mại điện tử và đôi khi được sử dụng rộng rãi hơn để bao gồm các hoạt động kinh doanh khác ngoài mua và bán; và với Laudon và Traver (2014) thì kinh doanh kỹ thuật số là việc sử dụng Internet, World Wide Web (Web) và các ứng dụng di động để giao dịch kinh doanh; Schneider (2017) là bao gồm tất cả các hoạt động kinh doanh sử dụng công nghệ. Công nghệ Internet bao gồm Internet, World Wide Web và cáccông nghệ khác như đường truyền không dây trên mạng điện thoại di động. Có thể thấy các định nghĩa hiện có thường trùng lặp ở một mức độ nào đó (*Nguồn: Wirtz 2019)*

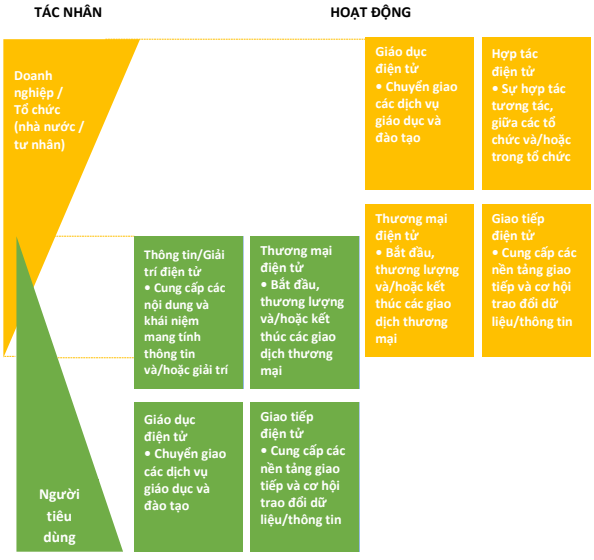
Từ các nhận định trên đây, có thể hiểu mô hình kinh doanh kỹ thuật số là mô hình các tổ chức kinh doanh được xây dựng dựa trên các kênh kỹ thuật số và công nghệ hiện đại nhằm nâng cao hiệu quả, lợi thế cạnh tranh và tối ưu lợi ích cho khách hàng. Khoa học công nghệ kỹ thuật số được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực, chẳng hạn ứng dụng trong lĩnh vực quản trị, nhằm tạo ra sản phẩm dịch vụ, cung ứng, chăm sóc khách hàng. Để làm được điều đó, doanh nghiệp cần được số hóa, hay sử dụng nền tảng internet để vận hành hoạt động kinh doanh, quản trị nội bộ trong doanh nghiệp, đồng thời làm kênh tương tác chủ yếu với khách hàng. Có rất nhiều nền tảng công nghệ và phương thức kinh doanh, do vậy, mô hình kinh doanh kỹ thuật số cũng vô cùng đa dạng, phong phú. Các mô hình này không phân biệt xuất phát điểm thấp hay cao, tạo ra các cuộc cạnh tranh công bằng và minh bạch giúp các doanh nghiệp từng bước khẳng định vị thế và thành công của mình.

Mỗi doanh nghiệp số có các đặc trưng khác nhau, trong đó một số đặc điểm phổ biến như: (1) Giá trị gia tăng được tạo ra nhờ công nghệ kỹ thuật số. Amazone, Uber, Airbnb được thành công như ngày nay là nhờ sự hỗ trợ của các công ty công nghệ; (2) Mô kình kinh doanh được đặc trưng bởi sự đổi mới nhờ việc áp dụng công nghệ số. Doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm, dịch vụ dùng công nghệ, kỹ thuật số đáp ứng nhu cầu thị trường theo những phương thức mới; (3) Sử dụng công nghệ để thu hút khách hàng và phân phối sản phẩm dịch vụ. Các công ty phát triển và thúc đẩy các mô hình kinh doanh kỹ thuật số chủ yếu sử dụng các công nghệ kỹ thuật số để tiếp cận đối tượng tiềm năng. Bán hàng và giao hàng được tự động hóa theo quy trình tự động; (4) Tạo ra một số giá trị độc đáo và đáp ứng nhu cầu khách hàng hỗ trợ khách hàng tự động trả tiền cho sản phẩm, dịch vụ kỹ thuật số hoặc các sản phẩm - dịch vụ sử dụng kỹ thuật số; (5) Mô hình doanh nghiệp số tạo ra giá trị độc lập, tạo sự thu hút, hấp dẫn và khiến cho khách hàng sẵn sàng trả tiền. Tuy nhiên các dịch vụ hoặc ứng dụng kỹ thuật số trong kinh doanh như: ứng dụng trong quản trị, giám sát, bán hàng,… chưa được gọi là doanh nghiệp số hay mô hình kinh doanh kỹ thuật số.

3. Cơ chế hoạt động của kinh doanh kỹ thuật số

Các hoạt động của Doanh nghiệp kinh doanh kỹ thuật số được tiếp cận trên các khía cạnh chức năng. Theo đó, kinh doanh kỹ thuật số bao gồm các hoạt động thương mại điện tử, hợp tác điện tử, giao tiếp điện tử, giáo dục điện tử và thông tin điện tử/giải trí. Sự phân chia chức năng này là kết quả của các đặc điểm và ý định khác nhau của các hoạt động tương ứng. *Hình 1* kết hợp các hoạt động này với các tác nhân của kinh doanh kỹ thuật số.

Hình 1. Các tác nhân và hoạt động của kinh doanh kỹ thuật số



Nguồn: Wirtz (2019)

Thương mại điện tử bao gồm các quá trình trao đổi dịch vụ khởi tạo, đàm phán và ký kết các

giao dịch mua bán giữa các tác nhân kinh tế thông qua mạng điện tử. Các tác nhân sử dụng các tiện ích từ công nghệ thông tin và truyền thông để bán hàng hóa và dịch vụ, đồng thời tránh các chi phí cho trao đổi trực tiếp. Mục tiêu của thương mại điện tử là đạt được lợi ích về hiệu quả, tiềm năng giảm chi phí và thuận tiện trong quá trình giao dịch. Điều này không chỉ áp dụng cho lĩnh vực nội bộ và liên tổ chức mà còn liên quan đến việc sắp xếp hiệu quả các mối quan hệ giữa công ty với khách hàng.Ví dụ, hoạt động thương mại điện tử đề cập đến việc đàm phán giá điện tử hoặc ký hóa đơn của nhà cung cấp bằng chữ ký điện tử. Thương mại điện tử liên quan đến việc hỗ trợ điện tử các hoạt động liên quan trực tiếp đến việc mua và bán các sản phẩm hoặc dịch vụ thông qua các mạng điện tử. Hợp tác điện tử đề cập đến sự hợp tác điện tử, dựa trên mạng, tương tác và nội bộ hoặc giữa các tổ chức.

Hợp tác điện tử cho phép hợp tác độc lập về thời gian và khoảng cách bằng cách hỗ trợ các quá trình hợp tác và điều chỉnh chúng phù hợp với các hoạt động kinh doanh. Hơn nữa, khả năng lưu trữ trung gian cho phép điều phối các kết quả hợp tác và chuyển các thành phần dựa trên thông tin.

Giao tiếp điện tử đề cập đến việc cung cấp và sử dụng các nền tảng giao tiếp điện tử và dựa trên mạng có trả phí và không phải trả phí. Giao tiếp điện tử nhằm mục đích cung cấp các cơ hội giao tiếp để hiểu được những hoạt động liên quan đến nhiệm vụ hoặc dựa trên sở thích. Khả năng lưu trữ trung gian cho phép điều phối giao tiếp và làm cho việc giao tiếp trở nên linh hoạt hơn. Giao tiếp có thể không chỉ xảy ra ở cấp độ nội bộ và tổ chức mà còn ở cấp độ bán lẻ. Quá trình giao tiếp một hoặc hai chiều diễn ra bằng các phương tiện công nghệ thông tin và truyền thông, chẳng hạn như email, hội nghị truyền hình và các cơ hội mới của truyền thông xã hội.

Giáo dục điện tử là việc chuyển giao các dịch vụ giáo dục và đào tạo cho bên thứ ba thông qua mạng điện tử. Mục tiêu của giáo dục điện tử là cung cấp hiệu quả nguồn lực của các dịch vụ giáo dục thông qua địa điểm và ứng dụng độc lập về thời gian của các mạng điện tử. Tại đây, bản thân công ty hoặc các bên thứ ba bên ngoài công ty có thể cung cấp các dịch vụ giáo dục trên nền tảng của các hệ thống mạng. Đối với đối tượng tiếp nhận các dịch vụ giáo dục và đào tạo, người ta có thể phân biệt giữa các khái niệm riêng lẻ về giáo dục và đào tạo, cũng như các khái niệm được thiết kế cho đối tượng đại chúng.

Thông tin/giải trí điện tử đề cập đến việc cung cấp nội dung và khái niệm mang tính thông tin và/hoặc giải trí cho các bên thứ ba thông qua mạng điện tử. Thông tin/giải trí điện tử sử dụng các ứng dụng thông tin và truyền thông để tạo điều kiện cho người nhận truy cập vào nội dung phù hợp với họ.

4. Một số yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của kinh doanh kỹ thuật số

Thông qua sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông sáng tạo, các phương pháp kinh doanh mới cơ bản đã xuất hiện trên Internet. Nhiều yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển và thành công của kinh doanh kỹ thuật số. Xác định và thực hiện chiến lược kinh doanh kỹ thuật số góp một phần đáng kể vào thành công và có thể đảm bảo thành công lâu dài của công ty trong những điều kiện luôn thay đổi này. Chiến lược như vậy đặc biệt đòi hỏi bốn nhân tố cốt yếu: đổi mới kỹ thuật số, tính linh hoạt trong chiến lược và tổ chức, khả năng kết nối và tích hợp, cũng như tính dễ sử dụng.

Sự đa dạng của các đổi mới công nghệ trong công nghệ thông tin và truyền thông buộc các công ty phải theo sát thị trường và đánh giá các cơ hội và rủi ro của những đổi mới này. Khả năng đổi mới đơn thuần không đảm bảo thành công lâu dài trên thị trường. Việc thiết kế sản phẩm và quy trình trong kinh doanh kỹ thuật số đòi hỏi phải tính đến sự kết hợp giữa chiến lược giá cả, lợi ích của khách hàng và khả năng giao dịch của hàng hóa. Trong bối cảnh này, không chỉ hàng hóa vật chất mà cả hàng hóa hoặc nội dung kỹ thuật số cũng cần được xem xét. Điều này rất quan trọng đối với sự thành công của kinh doanh kỹ thuật số. Nhà cung cấp những nội dung thú vị sẽ có thể giành được khách hàng một cách dễ dàng hơn, nếu khách hàng cảm thấy nội dung hấp dẫn và mới lạ. Do đó, họ cũng cần tạo ra sự khác biệt với các kênh phân phối truyền thống, chẳng hạn bằng cách thiết kế một chương trình ưu đãi mua sắm

sáng tạo, hướng đến trải nghiệm cho khách hàng.

Các khả năng kết nối và tích hợp của kinh doanh kỹ thuật số giúp doanh nghiệp có thêm kênh phân phối cho các sản phẩm của mình bên cạnh kênh phân phối truyền thống. Một mặt, thế giới số hóa mang lại tiềm năng phát triển và bán các ưu đãi mới. Mặt khác, giá trị của các sản phẩm vật chất hoặc truyền thống tăng lên nhờ các dịch vụ giá trị gia tăng kỹ thuật số mà qua đó một công ty có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh. Hơn nữa, kinh doanh kỹ thuật số có tiềm năng cung cấp nhiều biến thể của sản phẩm trên các thị trường đại chúng. Sự tích hợp hiệu quả của thông tin, dịch vụ, sản phẩm và quy trình thể hiện một ý tưởng cơ bản về kinh doanh kỹ thuật số. Mạng điện tử cho phép tránh gián đoạn phương tiện và kết nối nhiều người dùng. Theo đó, khả năng kết nối và tích hợp là một thành phần quan trọng của hoạt động kinh doanh kỹ thuật số.

Sự linh hoạt trong chiến lược và tổ chức là một yếu tố thành công quan trọng hơn nữa cho các công ty trong bối cảnh kinh doanh kỹ thuật số. Trong khi ở nền kinh tế truyền thống, các công ty thường bị bao quanh bởi một môi trường tương đối cứng nhắc, thì giờ đây, họ phải đối mặt với sự thay đổi liên tục của nền kinh tế Internet. Theo đó, các quy trình và cấu trúc tổ chức của công ty cần phải tính đến điều này để đáp ứng nhu cầu thị trường càng nhanh càng tốt. Vì vậy, các công ty nên ngày càng tập trung vào khách hàng, coi khách hàng là tâm điểm.

Tính dễ sử dụng của các ứng dụng kinh doanh kỹ thuật số là một yếu tố thành công quan trọng khác. Trong bối cảnh này, việc thiết kế các quy trình nghiệp vụ và giao diện điều hướng được xem xét dưới khía cạnh hiệu quả và khả năng tiếp cận chung. Vì các ứng dụng kinh doanh kỹ thuật số nhằm mục đích đơn giản hóa các giao dịch kinh tế, thiết kế xử lý điện tử, tạo sự thân thiện đối với các bên tham gia, chứ không nên làm phát sinh vấn đề mới phức tạp thay vào vị trí các vấn đề trước kia.

5. Một số giải pháp và kết luận

Cuộc mạng công nghệ 4.0 đã làm thay đổi thế giới, thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ. Rõ ràng, doanh nghiệp không thay đổi sẽ phải chịu rất nhiều thách thức và rủi ro trong tương lai.. Vậy để có thể xây dựng và áp dụng thành công kinh doanh kỹ thuật số, doanh nghiệp cần một số giải pháp như:

Một là, doanh nghiệp khẩn chương tiến hành tự động hóa: Đây là yêu cầu đầu tiên để áp dụng thành công kinh doanh kỹ thuật số, để bạn có thêm thời gian thực hiện nhiều hoạt động cần thiết khác.

Hai là, đào tạo lựa chọn và xây dựng đội ngũ nhân viên: Đây không chỉ là "Nguồn vốn tiên quyết, mà còn là động lực quan trọng quyết định sự thành công của doanh nghiệp khi vận dụng kinh doanh kỹ thuật số, cũng là đội ngũ sẽ cải tiến để hoàn thiện hơn các quy trình làm việc trong doanh nghiệp.

Ba là, thần tốc, táo bạo, quyết định nhanh: Thời gian không chờ đợi bất cứ ai trrong thương trường nền tảng số, do vậy để hoàn thành tốt quy trình thực hiện kinh doanh kỹ thuật số, doanh nghiệp cần giữ tốc độ nhanh chóng và ổn định. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần thường xuyên đánh giá hiệu suất khi triển khai kinh doanh kỹ thuật số nhằm đưa ra chiến lược phát triển đúng đắn.

Và cuối cùng Doanh nghiệp cần chú trọng vào marketing số: Đây hiện là xu hướng tiếp thị mới với hiệu quả hơn hẳn tiếp thị truyền thống. Đầu tư vào marketing số là một lựa chọn thông minh và đúng đắn khi thực hiện kinh doanh kỹ thuật số.

Tài liệu tham khảo:

Chesbrough, H. (2010), Business model innovation: Opportunities and barriers. Long Range Planning, 43(2), 354-363

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). E-commerce: Business, technology, society (10th ed.), Harlow, England: Pearson

Wirtz, B. W. (2019), Digital Business Models Concepts, Models, and the Alphabet Case Study, Springer

GS. Ngô Thế Chi, TS. Ngô Văn Lượng (2023) Phát triển kinh tế số ở Việt Nam - Thuận lợi, khó khăn và giải pháp, Tạp chí Nghiên cứu tài chính kế toán số 6 kỳ 2

Nguyễn Thị Phương Dung. (2021), Các mô hình kinh doanh trong môi trường kỹ thuật số, Tạp chí Công thương, Số 8 tháng 4

https://moit.gov.vn/tin-tuc/bo-cong-thuong-voi-doanh-nghiep/xu-huong-tieu-dung-hien-dai-lam-thay-doi-mo-hinh-kinh-doanh-html

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ SỐ TRONG HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN QUỐC TẾ TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Tô Lê Hoàng*

Với những bước tiến liên tục và mang tính đột phá, công nghệ số đang trở thành tâm điểm chú ý của thế giới và ngày càng chứng minh vai trò quan trọng trong thương mại quốc tế mà thanh toán quốc tế qua ngân hàng là một mắt xích quan trọng. Bài viết nghiên cứu về công nghệ số trong hoạt động thanh toán quốc tế tại các ngân hàng thương mại, góp phần tạo ra những thay đổi tích cực trong hoạt động thanh toán quốc tế nói riêng và hoạt động kinh doanh ngân hàng nói chung.

• Từ khóa: *ngân hàng thương mại, công nghệ, thanh toán quốc tế.*

With continuous and breakthrough advances, digital technology is increasingly proving an important role in international trade, where international payments through banks is an important link. The article studies digital technology in international payment activities at commercial banks, contributing to creating positive changes in international payment activities in particular and banking business in general.

• Key words: *commercial banking, technology, international payment.*

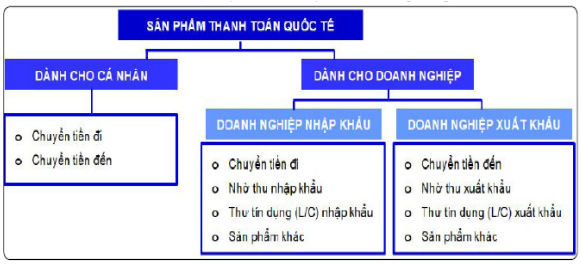
Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

Đối tượng khách hàng chủ yếu sử dụng dịch vụ thanh toán quốc tế của ngân hàng là các doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Ngân hàng đóng vai trò là trung gian thanh toán giúp các doanh nghiệp xuất khẩu giải quyết khâu thanh toán cho các hợp đồng ngoại thương để hoàn tất thương vụ. Cho đến hiện tại gần như hầu hết các thao tác trong hoạt động thanh toán quốc tế tại ngân hàng đều được kết nối, xử lý, lưu trữ bằng công nghệ. Có thể mỗi ngân hàng sẽ có mô hình công nghệ riêng phù hợp với bộ máy hoạt động của từng ngân hàng nhưng trên cơ sở chung vẫn là với mục đích thuận tiện, nhanh chóng nhất trong hoạt động thanh toán quốc tế với các bên liên quan.

1. Công nghệ số trong hoạt động thanh toán quốc tế tại ngân hàng thương mại

Về cơ bản, sản phẩm thanh toán quốc tế của các ngân hàng tương đối giống nhau, bao gồm các sản phẩm cơ bản như chuyển tiền, nhờ thu, thư tín dụng (L/C) và các sản phẩm khác. Quá trình cung cấp các sản phẩm thanh toán quốc tế của ngân hàng rất cần sự hỗ trợ của công nghệ. Công nghệ giúp các bên liên quan, nhất là các ngân hàng, xóa nhòa sự trở ngại về khoảng cách địa lý để có thể trao đổi thông tin và thực hiện các giao dịch thanh toán quốc tế một cách nhanh chóng, thuận tiện, an toàn và bảo mật.

Hình 1. Danh mục các sản phẩm thanh toán quốc tế của ngân hàng



Nguồn: ICC (2013)

Thanh toán quốc tế tại ngân hàng các phương thức thanh toán quốc tế đều có thể nhìn thấy rõ được điểm chung là sau khi nhận được ủy thác từ các bên liên quan (bên nhập khẩu/xuất khẩu) thì ngân hàng của 2 bên sẽ làm việc với nhau và cũng do vấn đề về địa lý các ngân hàng sẽ làm việc với nhau bằng các phương thức Online là chủ yếu. Như vậy, công nghệ là nhân tố chính, hỗ trợ các ngân hàng thực hiện nghiệp vụ thanh toán quốc tế và giải quyết các vấn đề phát sinh trong lĩnh vực này. Cùng với sự phát triển của thời đại công nghệ số, việc nghiên cứu và ứng dụng các công nghệ mới vào hoạt động thanh toán quốc tế tại ngân hàng là cần thiết.

* *Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam*

Trong kỷ nguyên số hiện nay, có 3 loại công nghệ phổ biến nhất được ứng dụng trong hoạt động thanh toán quốc tế, bao gồm:

Công nghệ SWIFT

SWIFT là công nghệ được sử dụng chủ yếu trong hoạt động thanh toán quốc tế tại các ngân hàng trên thế giới. SWIFT (Society for Worldwide Interbank and Financial Telecommunication) là Hiệp hội viễn thông liên ngân hàng và tài chính quốc tế; được thành lập cách đây hơn 35 năm với 239 Ngân hàng trên 15 nước tham gia. Hiện nay, SWIFT đã liên kết hơn 9.000 tổ chức tài chính trên 209 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Công nghệ SWIFT vẫn chưa giải quyết được vấn đề chuyển giao chứng từ và đáp ứng nhu cầu kết nối, chia sẻ mọi thông tin trong quá trình thực hiện giao dịch của tất cả các bên liên quan trong thanh toán quốc tế. Quy trình thanh toán quốc tế truyền thống khiến cho các giao dịch diễn ra trong thời gian dài, từ đó có thể dẫn đến khả năng xảy ra nhiều sai sót và phát sinh thêm nhiều chi phí. Để giải quyết vấn đề này, nhờ vào sự phát triển của công nghệ số, các chuyên gia về thương mại bắt đầu nghiên cứu việc ứng dụng các giải pháp công nghệ mới vào hoạt động thanh toán quốc tế.

Phương thức thanh toán BPO

Phương thức BPO (Bank Payment Obligations) ra đời với mục đích giải quyết được vấn đề chuyển giao chứng từ và đáp ứng nhu cầu kết nối, chia sẻ mọi thông tin trong quá trình thực hiện giao dịch của tất cả các bên liên quan trong TTQT, hạn chế rủi ro và tiết kiệm thời gian cũng như chi phí. BPO được các chuyên gia về thương mại bắt đầu nghiên cứu và xây dựng trên nền tảng công nghệ.

Công nghệ Blockchain

Blockchain là một loại công nghệ sử dụng các phương pháp mật mã để ghi lại các tập hợp giao dịch mới của các "khối" được xác minh trong các khoảng thời gian cụ thể. Khi một khối mới được xác minh, nó sẽ được "liên kết" với khối trước đó. Các khối được xâu chuỗi tạo ra một sổ cái phân tán thống nhất.

Trong giao dịch thanh toán quốc tế trên nền tảng Blockchain, các bên tham gia sẽ cùng ký kết một hợp đồng thông minh (smart contract). Hợp đồng thông minh là các mã máy tính tự thực thi các chức năng sau khi kích hoạt và không thể thay đổi. Ví dụ, nếu một hợp đồng thông minh được thỏa thuận giữa người mua và người bán quy định rằng sau khi hàng hóa đã được thông quan, 20% số tiền sẽ được chuyển cho người bán, hợp đồng thông minh sẽ tự động giải ngân thanh toán sau khi xác nhận được vào sổ cái phân tán việc cơ quan hải quan đã thông quan hàng hoá.

Công nghệ Blockchain giúp giải quyết các vấn đề chính của thanh toán quốc tế và tài trợ thương mại. Thứ nhất, Blockchain vận hành theo cơ chế bảo mật dữ liệu bằng mật mã, các thông tin được lưu trữ trên Blockchain là bất biến và cho phép các bên tham gia có thể truy xuất hoặc xác minh tại mọi thời điểm bằng quyền truy cập được cấp phép. Thứ hai, cấu trúc sổ cái phân tán tạo ra tính minh bạch và khả năng truy xuất các giao dịch, cho phép tự động thực hiện các nghĩa vụ theo hợp đồng thông minh. Nhờ các tính năng này, quy trình tài trợ thương mại và thanh toán quốc tế dựa trên chuỗi khối sẽ tiết giảm chi phí giao dịch, an toàn và minh bạch, hạn chế được các rủi ro từ việc gian lận hoặc giả mạo chứng từ trong hoạt động thanh toán quốc tế. Với những ưu điểm vượt trội, công nghệ Blockchain đã được các ngân hàng trên thế giới khám phá và ứng dụng trong hoạt động thanh toán quốc tế, chủ yếu trong giao dịch thư tín dụng.

2. Ứng dụng công nghệ số trong hoạt động thanh toán quốc tế tại ngân hàng Việt Nam

Ngay từ khi triển khai nghiệp vụ thanh toán quốc tế, các ngân hàng thương mại Việt Nam luôn xác định công nghệ là chìa khóa để mở cánh cửa hoạt động thanh toán quốc tế. Hầu hết các ngân hàng thương mại Việt Nam đều là thành viên của SWIFT và chủ yếu sử dụng công nghệ này trong thanh toán quốc tế. Tất cả các giao dịch thanh toán quốc tế đều được ngân hàng thực hiện bằng cách gửi điện qua hệ thống SWIFT. Ngoài ra, mỗi ngân hàng còn thiết kế những chương trình công nghệ riêng nhằm hiện đại hóa quá trình quản lý và vận hành mô hình hoạt động thanh toán quốc tế.

Trên cơ sở học hỏi kinh nghiệm ngân hàng nước ngoài, các ngân hàng Việt Nam đều thành lập Trung tâm thanh toán quốc tế và/hoặc Tài trợ thương mại để xử lý tập trung mọi giao dịch thanh toán quốc tế trên toàn hệ thống và thực hiện các nghiệp vụ thanh toán chuyên sâu; kênh phân phối có chức năng trực tiếp tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả cho khách hàng.

Sự thay đổi về mô hình hoạt động thanh toán quốc tế đã đặt ra yêu cầu đổi mới về công nghệ. Hiện nay các ngân hàng đều đã có những chương trình công nghệ giúp luân chuyển chứng từ và qua đó, có thể trích xuất lại giao dịch, tổng hợp báo cáo trên hệ thống này. Bên cạnh đó, các ngân hàng đã ứng dụng công nghệ Internet để cung cấp các dịch vụ thanh toán quốc tế trực tuyến như đăng ký giao dịch

chuyển tiền bằng điện T/T (Telegraphic Transfer), đề nghị mở L/C, nhận L/C... cũng như trực tuyến theo dõi các thông tin liên quan đến giao dịch.

Hệ thống công nghệ đôi khi bị trục trặc do máy chủ bị lỗi kết nối hoặc đường truyền bị nghẽn mạch, làm cho giao dịch TTQT bị ngưng trệ trên toàn hệ thống và so với ngân hàng nước ngoài, các ngân hàng thương mại Việt Nam chưa khai thác tối đa tiện ích của kênh ngân hàng trực tuyến nhưng điều đó được xem như những bước khởi đầu cho việc ứng dụng công nghệ số vào hoạt động thanh toán quốc tế tại các ngân hàng thương mại Việt Nam.

Bảng 3. Tình hình ứng dụng công nghệ số trong hoạt động thanh toán quốc tế tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

Ngân hàng	BPO	SWIFT GPI	Block chain
NHTM cổ phần An Bình	-	+	-
NHTM cổ phần Á Châu	-	+	+
Ngân hàng Agribank	-	+	-
Ngân hàng BIDV	-	+	+
NHTM Phát triển thành phố Hồ Chí Minh	-	+	+
Ngân hàng Quân đội	-	+	+
NHTM Sài Gòn thương tín	-	+	-
NHTM Vietcombank	-	+	+
NHTM Viettin bank	-	+	+
NHTM Việt Nam thịnh vượng	-	+	+

+ đã áp dụng - chưa áp dụng

Nguồn: SWIFT (2022)

Nhìn vào bảng 3 cho thấy, việc ứng dụng các công nghệ mới như công nghệ so khớp dữ liệu trong phương thức BPO hay công nghệ Blockchain trong hoạt động TTQT tại các ngân hàng Việt Nam còn khiêm tốn. Thực tế, cho đến nay, gần 10 năm kể từ khi phương thức thanh toán BPO ra đời với tính năng trao đổi cơ sở dữ liệu điện tử, vẫn chưa có một NHTM Việt Nam nào triển khai BPO. Trong khi đó, công nghệ Blockchain đang được chú ý ngày càng cao và đã được thử nghiệm trong các giao dịch TTQT tại thị trường Việt Nam từ năm 2019.

Tháng 9 năm 2020, Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã thực hiện thành công giao dịch phát hành L/C xác nhận liên ngân hàng trên mạng lưới tài chính thương mại toàn cầu Contour và trở thành ngân hàng Việt Nam đầu tiên ứng dụng công nghệ Blockchain trong hoạt động TTQT. Giao dịch này diễn ra giữa bên mua là Công ty Cổ phần nhựa Opec của Việt Nam và bên bán là một tập đoàn lớn tại Thái Lan với sự tham gia của BIDV Việt Nam là ngân hàng phát hành, ngân hàng thông báo và xác nhận L/C là Standard Chartered Thái Lan với sự phối hợp của Standard Chartered Việt Nam, ngân hàng bảo lãnh xác nhận là Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB).

Khác với giao dịch L/C sử dụng công nghệ Blockchain đã được thực hiện cách đây một năm của HSBC Việt Nam, đây là giao dịch phát hành L/C đầu tiên tại Việt Nam được thực hiện giữa các ngân hàng khác hệ thống. Ngoài ra, sự tham gia của ADB trong vai trò ngân hàng bảo lãnh xác nhận cũng là một điểm đặc biệt của giao dịch này so với các giao dịch TTQT sử dụng công nghệ Blockchain đã thực hiện trên thế giới. Tiếp theo sau đó, HDBank và Vietinbank cũng chính thức công bố về giao dịch phát hành L/C đầu tiên của mình trên nền tảng ứng dụng Contour một nền tảng tài trợ thương mại sử dụng công nghệ Blockchain vào tháng 11 năm 2020.

Tuy nhiên, ứng dụng công nghệ số trong thanh toán quốc tế đang tồn tại một số hạn chế như:

Hiện nay nước ta vẫn chưa có văn bản pháp luật nào quy định, hướng dẫn giao dịch thanh toán quốc tế làm chuẩn hóa cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Các doanh nghiệp và ngân hàng vẫn thường sử dụng cuốn "Quy tắc và thực hành thống nhất về tín dụng chứng từ (UCP)" để điều chỉnh hoạt động thanh toán quốc tế có liên quan đến phương thức thanh toán tín dụng chứng từ, bên cạnh đó có thêm ISBP 681 để bổ sung. Trên thực tế, đôi khi hai văn bản này khá khó hiểu đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu nên gây ra những sai biệt, có nhiều điểm vẫn còn mâu thuẫn đã gây khó khăn cho cả phía ngân hàng lẫn doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

Các ngân hàng còn ngần ngại về vấn đề chi phí khi gia nhập vào TSU hay ứng dụng công nghệ Blockchain và chưa thực sự tin tưởng vào tiềm năng phát triển mô hình công nghệ số này trong lĩnh vực thanh toán quốc tế. Một số ngân hàng e ngại rằng BPO sẽ làm cho nhu cầu sử dụng sản phẩm thư tín dụng bị giảm đi trong khi sản phẩm này mang lại nguồn thu phí hấp dẫn cho ngân hàng.

Các công ty vận tải, bảo hiểm, hải quan, các cơ quan cấp phát các giấy chứng nhận về hàng hóa, các công nghệ này vẫn còn khá mới và họ cũng chưa sẵn sàng đổi mới công nghệ để thích ứng tham gia vào hệ thống.

Rủi ro tiềm ẩn từ việc ứng dụng công nghệ số cũng như mối lo ngại về an ninh mạng có thể khiến các bên liên quan ngần ngại ứng dụng các công nghệ mới này khi tham gia giao dịch TTQT.

Nguyên nhân của những hạn chế:

Một là, cơ sở pháp lý và cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin tại Việt Nam chưa tạo ra các điều kiện cần

thiết để các ngân hàng mạnh dạn áp dụng các công nghệ mới này vào hoạt động TTQT.

Hai là, các ngân hàng còn ngần ngại về vấn đề chi phí khi gia nhập vào TSU hay ứng dụng công nghệ Blockchain và chưa thực sự tin tưởng vào tiềm năng phát triển mô hình công nghệ số này trong lĩnh vực thanh toán quốc tế. Một số ngân hàng e ngại rằng BPO sẽ làm cho nhu cầu sử dụng sản phẩm thư tín dụng bị giảm đi trong khi sản phẩm này mang lại nguồn thu phí hấp dẫn cho ngân hàng.

Ba là, các doanh nghiệp xuất nhập khẩu cũng không "mặn mà" với những phương thức giao dịch sử dụng công nghệ mới bởi tâm lý thói quen với giao dịch theo kiểu truyền thống và không đủ điều kiện tài chính để đổi mới công nghệ. Đặc biệt khi tham gia vào giao dịch TTQT theo BPO hay ứng dụng Blockchain, các doanh nghiệp phải tự thực hiện các khâu khai báo dữ liệu và cung cấp chứng từ điện tử lên hệ thống, trong khi thực tế, một bộ phận doanh nghiệp Việt Nam thường có thói quen nhờ ngân hàng thực hiện các khâu kê khai biểu mẫu, lập chứng từ...

Bốn là, các công ty vận tải, bảo hiểm, hải quan, các cơ quan cấp phát các giấy chứng nhận về hàng hóa, các công nghệ này vẫn còn khá mới và họ cũng chưa sẵn sàng đổi mới công nghệ để thích ứng tham gia vào hệ thống.

Năm là, rủi ro tiềm ẩn từ việc ứng dụng công nghệ số cũng như mối lo ngại về an ninh mạng có thể khiến các bên liên quan ngần ngại ứng dụng các công nghệ mới này khi tham gia giao dịch TTQT.

4. Kiến nghị một số giải pháp cho các ngân hàng thương mại

Thứ nhất, các ngân hàng thương mại cần kiến nghị với ngân hàng nhà nước và Chính phủ đẩy nhanh tiến độ hoàn thiện, trình Chính phủ ban hành Nghị định về cơ chế thử nghiệm có kiểm soát hoạt động công nghệ tài chính trong lĩnh vực thanh toán quốc tế tại ngân hàng thương mại. Đồng thời, tiếp tục kiến nghị Nhà nước tạo khung khuôn khổ pháp lý trong hoạt động ngân hàng thích ứng với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tập trung vào hoạt động thanh toán quốc tế và các quy định đảm bảo an ninh, an toàn bảo mật cho việc cung ứng dịch vụ ngân hàng trên nền tảng số.

Thứ hai, các ngân hàng thương mại cần hoàn thiện và phát triển các công nghệ đang sử dụng. Các ngân hàng phải quyết các vấn đề công nghệ kỹ thuật còn đang gặp phải trong quá trình thanh toán quốc tế. Thêm vào đó là học hỏi kinh nghiệm từ các ngân hàng trên thế giới, tận dụng những tiện ích của công nghệ để nghiên cứu phát triển kênh ngân hàng trực tuyến trong quy trình xử lý nghiệp vụ thanh toán quốc tế.

Thứ ba, đẩy mạnh việc ứng dụng các công nghệ mới trong hoạt động thanh toán quốc tế như sử dụng phương thức thanh toán BPO với công nghệ so khớp dữ liệu và công nghệ Blockchain. Tuy các công nghệ mới này đã được ứng dụng trong thực tiễn hoạt động thanh toán quốc tế trên toàn cầu nhưng vẫn chưa được ứng dụng rộng rãi. Hoạt động thanh toán quốc tế liên quan đến nhiều bên tham gia ở các quốc gia với quy mô, khả năng và nhu cầu số hóa khác nhau. Việc sử dụng phải được thống nhất, với các tiêu chuyển pháp lý, hoạt động và dữ liệu chung cho nên thực sự cần thiết trong việc tăng số lượng các ngân hàng cùng sử dụng các công nghệ này.

Thứ tư, ngân hàng cần đầu tư cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực cho việc ứng dụng công nghệ số vào hoạt động của ngân hàng. Việc chuẩn bị tốt cơ sở hạ tầng là căn cứ để các doanh nghiệp bước đầu áp dụng hợp đồng thông minh, góp phần minh bạch quá trình quản lý và bảo mật dữ liệu khi sử dụng hệ sinh thái Blockchain. Cùng với đó, nhân lực tương xứng với việc áp dụng Blockchain hiện đang gặp không ít thách thức; nhiều ngân hàng gặp khó khăn, chưa dám áp dụng vì thiếu hụt nguồn nhân lực. Vì thế, rất cần những chính sách đãi ngộ, góp phần hỗ trợ ngân hàng đào tạo nguồn nhân lực đáp ứng được nhu cầu về Blockchain hiện nay.

Thứ năm, ngân hàng thương mại cần chú trọng phát triển công nghệ và quan tâm nhiều đến tính bảo mật thông tin. Khả năng đáp ứng nhu cầu công nghệ của một phần lớn các ngân hàng có thể còn nhiều yếu kém, một phần cũng có thể vì chi phí ban đầu hoặc phí duy trì cho các phương pháp công nghệ còn nhiều khúc mắc. Tính bảo mật thông tin cũng là vấn đề được quan tâm vì ngân hàng là nơi lưu trữ rất nhiều thông tin của các doanh nghiệp, cá nhân, tổ chức và nếu không cảm thấy được đảm bảo hay có khả năng bị xâm phạm đến vấn đề bảo mật thì các ngân hàng cũng sẽ không mạo hiểm lựa chọn sử dụng các công nghệ mới.

Tài liệu tham khảo:

ICC (2013). The ICC Guide to the Uniform Rules for Bank Payment Obligations.

ICC (2018). Bank Payment Obligation (BPO). Frequently Asked Questions (FAQs) - Banks. Document No. 010613.

NHNN (2019). Nghiên cứu triển khai phương thức thanh toán BPO tại các NHTM Việt Nam. Truy cập tại https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/trangchu/hdk/hdkhcn/kqcctdt/kqcctdt, ngày truy cập 01/10/2022.

SWIFT (2013). New BPO rules and tools to help banks transform their supply chain finance services. Truy cập tại https://www.swift.com/news-events/press-releases/new-bpo-rules-and-tools-to-help-banks-transform-their-supply-chain-finance-services, ngày truy cập 01/10/2022.

SWIFT (2016). Bank Payment Obligation - A new payment method.

SWIFT (2016). Digitising Trade Finance.

SWIFT (2021). Find a SWIFT GPI member. Truy cập tại https://www.swift.com/our-solutions/swift-gpi/about-swift-gpi/members, ngày truy cập 01/10/2022.

The Boston Consulting Group (2015), Embracing Digital in Trade Finance.

VAI TRÒ TÁC ĐỘNG CỦA KINH NGHIỆM CÔNG NGHỆ THÔNG TIN ĐẾN CHUYỂN ĐỔI SỐ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Ths. Lương Nguyễn Duy Thông* - PGS.TS. Diệp Thanh Tùng**

Những năm gần đây kinh tế số Việt Nam đóng góp và tác động đáng kể đến tăng trưởng GDP và kinh tế xã hội: tăng năng suất lao động 15%/năm 2017 và 21%/năm 2021 và cơ cấu việc làm trong môi trường số hoá, cụ thể đóng góp 6% trước năm 2019; 25%/năm 2019 và 60%/năm 2021. Đồng bằng Sông Cửu Long với đặc thù kinh tế nông nghiệp là trọng điểm bên cạnh những hạn chế, là vùng trũng về phát triển nguồn nhân lực, mật độ doanh nghiệp thuộc mức trung bình thấp, đặc thù là nhóm doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ cũng như kinh tế hộ, đồng thời chỉ số xếp hạng chuyển đổi số quốc gia có địa phương xếp hạng thấp nhất trong cả nước. Xu thế toàn cầu hoá đã đặt nền kinh tế vào tư thế phải chuyển mình, phải thay đổi để bắt nhịp với yêu cầu của hội nhập nền kinh tế số của thế giới. Để chuyển đổi số, doanh nghiệp trước tiên phải chuyển đổi công nghệ trong đó kinh nghiệm về công nghệ thông tin là vấn đề trước tiên cần phải có mới có thể hiểu và vận dụng công nghệ vào chuyển đổi số. Bài viết với góc nhìn đánh giá vai trò của kinh nghiệm công nghệ thông tin đến chấp nhận chuyển đổi số của doanh nghiệp nhỏ và vừa Đồng bằng Sông Cửu Long.

• Từ khóa: *kỹ năng số, chuyển đổi số, doanh nghiệp nhỏ và vừa.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023 *Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023*
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023 *Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023*

In recent years, Vietnam's digital economy has significantly contributed and impacted GDP growth and socio-economic development: increasing labor productivity by 15%/year in 2017 and 21%/year in 2021 and the structure of employment in the environment. digitization, specifically contributing 6% before 2019; 25%/year 2019 and 60%/year 2021. The Mekong River Delta, with its key characteristics of agricultural economy, besides limitations, is a low-lying area in terms of human resource development. low average, especially the group of small and micro enterprises as well as household economy, and at the same time, the digital conversion ranking index has the lowest locality in the country. The trend of globalization has put the economy in a position of transformation and change to keep pace with the requirements of the world's digital economy integration. In order to transform a business, it is necessary to first convert technology, in which experience in information technology is the first thing that must be obtained in order to understand and apply technology to digital transformation. The article with the perspective of evaluating the role of information technology experience in digital transformation acceptance of small and medium enterprises in the Mekong Delta.

• Key words: *digital skills, digital transformation, small and medium enterprises.*

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết

Theo báo cáo của Cisco & IDC năm 2020 về mức độ trưởng thành số của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại 14 quốc gia thuộc khu vực Châu Á Thái Bình Dương: có tới 62% doanh nghiệp kỳ vọng chuyển đổi số giúp doanh nghiệp tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới, 56% doanh nghiệp nhận thấy sự cạnh tranh đang thay đổi và chuyển đổi số giúp doanh nghiệp giữ được nhịp độ. Thống kê này cho thấy các doanh nghiệp đã có nhận thức rõ ràng về tầm quan trọng của chuyển đổi số. Trong môi trường làm việc số hóa ngày nay, chiến lược tuyển dụng và phát triển đội ngũ nhân sự có kỹ năng số là rất quan trọng. Nhất là trong bối cảnh mọi doanh nghiệp đều chuyển đổi phương thức

** Công ty TNHH MTV Đại học Xanh - Trường Đại học Trà Vinh; email: lndthong@tvu.edu.vn*
*** Trường Đại học Trà Vinh; email: dttung@tvu.edu.vn*

làm việc, sử dụng các phần mềm công nghệ để bắt kịp với cuộc đua chuyển đổi số. Khi đó, kinh nghiệm và kỹ năng các doanh nghiệp cần ở nhân sự sẽ rất khác so với những gì chúng ta đang có hiện nay. Báo cáo của Tổ chức Lao động quốc tế cho thấy, Việt Nam là nước bị ảnh hưởng nhất trong khối ASEAN về lao động việc làm do chuyển đổi số với 70% người lao động ở các ngành nghề cơ bản bị ảnh hưởng.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu vai trò của kinh nghiệm công nghệ thông tin đến chấp nhận chuyển đổi số doanh nghiệp nhỏ và vừa khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long bao gồm: (1) lãnh đạo doanh nghiệp có kinh nghiệm về công nghệ thông tin, (2) bộ phận chuyên trách công nghệ của doanh nghiệp có kinh nghiệm công nghệ thông tin, (3) các bộ phận trực tiếp chuyển đổi số doanh nghiệp có kinh nghiệm về công nghệ thông tin, (4) các bộ phận trực tiếp chuyển đổi số doanh nghiệp có kinh nghiệm về công nghệ thông tin, (5) đơn vị triển khai giải pháp công nghệ số có kinh nghiệp về công nghệ thông tin.

3 Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu lý luận: Sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp, khái quát hoá tài liệu về kinh tế số, chuyển đổi số.

Phương pháp định lượng: được thực hiện bằng cách thu thập dữ liệu định lượng thông qua khảo sát với bảng câu hỏi sau đó xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS, AMOS.

PHẦN NỘI DUNG

1. Một số khái niệm

Kinh nghiệm về công nghệ thông tin (kỹ năng kỹ thuật số): là "khả năng tìm kiếm, đánh giá, sử dụng, chia sẻ và tạo ra nội dung bằng cách sử dụng công nghệ thông tin và Internet". Cụ thể, kỹ năng số bao gồm những đặc điểm sau: (1) chủ động cập nhật các xu hướng công nghệ để làm việc hiệu quả hơn, (2) hiểu về các công nghệ đang có sẵn và biết cách sử dụng chúng, (3) sử dụng thiết bị kỹ thuật số, phần mềm và ứng dụng tại nơi làm việc, trong môi trường giáo dục và cuộc sống hàng ngày, (4) giao tiếp, cộng tác và chia sẻ thông tin với mọi người bằng các công cụ kỹ thuật số, (5) đảm bảo tính an toàn và bảo mật trong môi trường kỹ thuật số.

Chuyển đổi số doanh nghiệp: là sự đổi mới, áp dụng công nghệ để thực hiện các hoạt động kinh doanh, nâng cao hiệu suất của doanh nghiệp, thực tiễn và mô hình trong ứng phó với các tác động ngày càng tăng và cơ hội của bằng chứng và các công nghệ máy tính. Nó cũng cho phép các doanh nghiệp nâng cao năng suất hoạt động của tổ chức, tăng cường sự trải nghiệm, sự kết nối với khách hàng, phát triển mạng lưới kinh doanh trên nền tảng kỹ thuật số hoặc tạo ra các mô hình kinh doanh mới. Chuyển đổi không phải đơn giản là về những công nghệ mà doanh nghiệp áp dụng để hoàn thành công việc. Nó nói đến quá trình sử dụng công nghệ để tạo ra hoặc sửa đổi các quy trình kinh doanh, văn hóa số và trải nghiệm khách hàng hiện có để đáp ứng các yêu cầu kinh doanh và sự thay đổi của thị trường.

2. Vai trò của kinh nghiệm công nghệ thông tin đối với chuyển đổi số doanh nghiệp

Cuộc cách mạng 4.0 đang diễn ra với tốc độ nhanh chóng, mang lại nhiều cơ hội giúp doanh nghiệp phát triển vượt bậc. Các nhà lãnh đạo có thể nhìn thấy những tác động tích cực từ việc chuyển đổi số, đặc biệt là nguồn nhân lực số rõ ràng hơn bao giờ hết. Việc thay đổi môi trường làm việc đã gia tăng nhu cầu về lực lượng lao động có khả năng ứng dụng công nghệ linh hoạt và đòi hỏi nguồn nhân lực phải có kỹ năng số phù hợp để đáp ứng nhu cầu của công việc như: không còn là mới lạ khi ta nhìn thấy các kế hoạch, email, đánh giá tác động và nghiên cứu thị trường…Tất cả đều được thực hiện bằng máy tính hay điện thoại. Môi trường thay đổi nhanh chóng có thể làm việc tại nhà hoặc đang di chuyển bên ngoài cũng có thể check hay gửi thư từ qua email…Tất cả công việc được giải quyết nhanh hơn và hiệu quả hơn nhờ vào các kỹ năng số.

3 Tổng quan các nhân tố ảnh hưởng từ nghiên cứu trước

Khung TOE được mô tả trong Tornatzky and Fleischer's, Các quá trình đổi mới công nghệ (1990). Bao gồm 03 nhóm yếu tố: nhóm nhân tố về Công nghệ (Technology - T), nhóm nhân tố về Tổ chức (Organisation - O) và nhóm nhân tố Môi trường (Environment - E). Cả 03 đều được cho là có ảnh hưởng sự đổi mới, phát triển về công nghệ ở cấp độ tổ chức. Tổng quan nghiên cứu với nhóm yếu tố công nghệ tác động theo khung lý thuyết TOE có ảnh hưởng đến chấp nhận chuyển đổi số như sau:

Bảng 1: Tổng quan các yếu tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số theo khung lý thuyết TOE

TT	Yếu tố công nghệ	Yếu tố tổ chức	Yếu tố môi trường	Nguồn
1	Công nghệ tài chính (FIT)			L. Zavolokina, et (2016); M. Palmié, J (2020); Sumei Luo và cộng sự. (2021).
2	Hạ tầng và dữ liệu (IAD)			Vilde Christiansen, Moutaz Haddara, 2016; Bộ Thông tin và Truyền thông, 2021; Bộ Kế hoạch và đầu tư và USAID, 2021; Chử Bá Quyết, 2021.
3	Lợi thế tương đối (REA)			Bang-Ning Hwang và cộng sự, 2016; **Đặng Thị Hương và cộng sự**, 2020; Lưu Thị Minh Ngọc và cộng sự; Nguyễn Phúc Nguyên và cộng sự, 2022.
4		Nhân lực doanh nghiệp (HUM)		**Đặng Thị Hương và cộng sự**., 2020; Hiệp Hội nông nghiệp số VIDA, 2021; Chử Bá Quyết, 2021; Bộ Kế hoạch và đầu tư, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và USAID, 2022; Rajbhandari và cộng sự., 2022.
5		Kinh nghiệm về CNTT (EIT)		Vilde Christiansen, Moutaz Haddara, 2016; Morteza Ghobakhloo, Ng Tan Ching, 2019; **Lưu Thị Minh Ngọc và cộng sự**.
6		Sự sẵng sàng của doanh nghiệp (BRE)		Vilde Christiansen, Moutaz Haddara, 2016; **Đặng Thị Hương và cộng sự**., 2020; Nguyễn Phúc Nguyên và cộng sự., 2022.
7			Áp lực đối thủ cạnh tranh (PFCu)	Mahendra Adhi Nugroho, 2015; Vilde Christiansen, Moutaz Haddara, 2016; Bang-Ning Hwang và cộng sự., 2016; Chử Bá Quyết, 2021; Bộ Kế hoạch và đầu tư, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và USAID 2022; Rajbhandari và cộng sự., 2022.
8			Các dịch vụ Logictics và hỗ trợ khách hàng (LSC)	Chử Bá Quyết, 2021;
9			Sự hỗ trợ của Chính phủ (GSU)	Mahendra Adhi Nugroho, 2015; Chử Bá Quyết, 2021; Rajbhandari và cộng sự., 2022; Bang-Ning Hwang và cộng sự, 2016;

Nguồn: Tác giả tổng hợp.

4. Khảo sát dữ liệu

Tham vấn ý kiến 10 chuyên gia bao gồm đại diện các tổ chức và doanh nghiệp: Cục phát triển doanh nghiệp - Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Ban nghiên cứu và phát triển kinh tế tư nhân, Giám đốc Trung tâm chuyển đổi số TPHCM, Phó giám đốc Trung tâm chuyển đổi số tỉnh Đồng Tháp, đồng thời tham vấn các ý kiến chuyên gia là những lãnh đạo doanh nghiệp đang phụ trách triển khai giải pháp chuyển đổi số lớn: Viettel Đồng Tháp, Ban Công nghệ - Tổng Cty VNPT, Hiệp Hội TMĐT, Cty MISA TPHCM, Cty Kiot Việt TPHCM.

Mẫu khảo sát

Đối tượng khảo sát là những lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp nhỏ và vừa có liên quan đến chuyển đổi số (đã và đang dự định) không phân biệt độ tuổi, giới tính, thu nhập và trình độ ngành nghề. Tiến hành khảo sát qua bảng hỏi bằng phương thức điều tra qua Google form thông qua các tổ chức có kết nối các doanh nghiệp theo bảng sau:

Bảng 2: Mô tả số lượng mẫu khảo sát sơ bộ và chính thức

TT	Tỉnh/ Thành phố	Số doanh nghiệp đang hoạt động đến 31/12/2021	Tỷ lệ mẫu sơ bộ	Tỷ lệ mẫu chính thức	Tổng Số mẫu				
					Tổng số	Hiệp Hội doanh nghiệp	Hội doanh nhân trẻ	Trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp	Mạng lưới doanh nghiệp khởi nghiệp
			0,1%	1%					
1	Bạc Liêu	2194	62	618	21	7	6	5	3
2	Hậu Giang	2349			23	8	7	5	3
3	Trà Vinh	2436			24	9	7	5	3
4	Vĩnh Long	2792			28	10	9	6	3
5	Sóc Trăng	2813			28	10	9	6	3
6	Bến Tre	3473			35	12	11	8	4
7	Cà Mau	3659			36	12	11	8	5
8	Đồng Tháp	3717			37	12	12	8	5
9	An Giang	4856			48	17	16	9	6
10	Tiền Giang	5060			50	18	16	10	6
11	Kiên Giang	8071			81	30	27	15	9
12	Cần Thơ	9622			96	40	32	15	9
13	Long An	11088			111	48	38	15	10
Tổng cộng		**62130**			**618**	**233**	**201**	**115**	**69**

Nguồn: Tác giả tổng hợp và xây dựng.

Khảo sát và phân tích sơ bộ

Khảo sát sơ bộ 62 phiếu: Sau khi sàng lọc loại 02 phiếu khảo sát không phù hợp. Phân tích sơ bộ 60 mẫu với đại diện 0,1% tổng số doanh nghiệp phân bố đều tại các ngành nghề thuộc nhóm đối tượng doanh nghiệp nhỏ và vừa theo Nghị định 80/CP. Qua 06 lần EFA qua khảo sát sơ bộ với 09 nhân tố. Trong đó kết quả EFA ở nhóm công nghệ là 03 nhân tố gồm (công nghệ tài chính, hạ tầng

dữ liệu, lợi thế tương đối). Sau khi tham vấn ý kiến chuyên gia lần 02 kết luận đã chọn 06 nhân tố đưa vào nghiên cứu chính thức: nhóm Công nghệ (công nghệ tài chính, hạ tầng dữ liệu).

Giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu chính thức bao gồm 08 giả thuyết và 06 yếu tố ảnh hưởng đại diện cho 3 nhóm yếu tố, mỗi nhóm có 02 yếu tố. Trong phạm vi bài viết này, tác giả chỉ phân tích đến nội dung yếu tố kinh nghiệm về công nghệ thông tin.

Bảng 3: Giả thuyết nghiên cứu

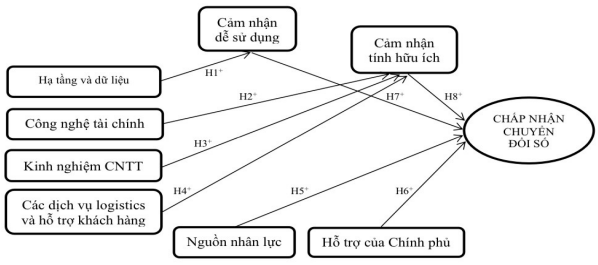
Giả thuyết	Mã hóa	Diễn giải
H1+	IAD --> FEU	Hạ tầng dữ liệu tác động có ý nghĩa đến cảm nhận dễ sử dụng
H2+	FIT --> FUE	Công nghệ tài chính tác động có ý nghĩa đến cảm nhận tính hữu ích
H3+	EIT --> FUE	Kinh nghiệm về công nghệ thông tin tác động có ý nghĩa đến cảm nhận tính hữu ích
H4+	LSC --> FUE	Các dịch vụ logictics và hỗ trợ doanh nghiệp tác động có ý nghĩa đến cảm nhận tính hữu ích
H5+	HUM--> DTR	Nguồn nhân lực doanh nghiệp tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số
H6+	GSU --> DTR	Hỗ trợ của Chính phủ tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số
H7+	FEU --> DTR	Cảm nhận dễ sử dụng tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số
H8+	FUE --> DTR	Cảm nhận tính hữu ích tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số

Nguồn: Tác giả xây dựng.

Mô hình nghiên cứu

Với 08 giả thuyết trên, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu bao gồm 04 yếu tố tác động gián tiếp và 04 yếu tố tác động trực tiếp đến "Chấp nhận chuyển đổi số doanh nghiệp" được mô tả như hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu tổng thể các yếu tố



Khảo sát và phân tích chính thức

Phân bố phiếu khảo sát chính thức với 04 tổ chức đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp tại từng địa phương với 618 phiếu chính thức trong đó: Thông qua cộng đồng Hiệp hội doanh nghiệp 233 phiếu, Hội doanh nhân trẻ 201 phiếu, Trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp 115 phiếu, Mạng lưới các doanh nghiệp khởi nghiệp 69 phiếu. Nghiên cứu chính thức thông qua điều tra bằng bảng hỏi thông qua các tổ chức trên từ 01-31/3/2023 thu về 580 phiếu khảo sát đạt tỷ lệ 93,85% so với tổng số phiếu dự kiến khảo sát. Qua quá trình rà soát làm sạch dữ liệu trong đó loại bỏ 88 phiếu khảo sát không phù hợp còn lại 492 phiếu đạt tỷ lệ 79,61% so với số phiếu khảo sát chính thức dự kiến và đạt 84,82% so với tổng số phiếu khảo sát được thu về. Với giả thuyết đặt ra bao gồm 09 nhân tố và 38 biến quan sát thì mức tối thiểu số phiếu cần đạt được là 190 phiếu. Và số phiếu khảo sát đạt yêu cầu để đưa vào phân tích chính thức là 492 phiếu đạt 258,94% so với yêu cầu tối thiểu.

5. Kết quả phân tích tổng thể của mô hình nghiên cứu

(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS, AMOS qua khảo sát chính thức)

- Phân tích Cronbach's Alpha = 0.985, Phân tích KMO: 0,973

- Phân tích EFA

Bảng 4: Kết quả phân tích EFA

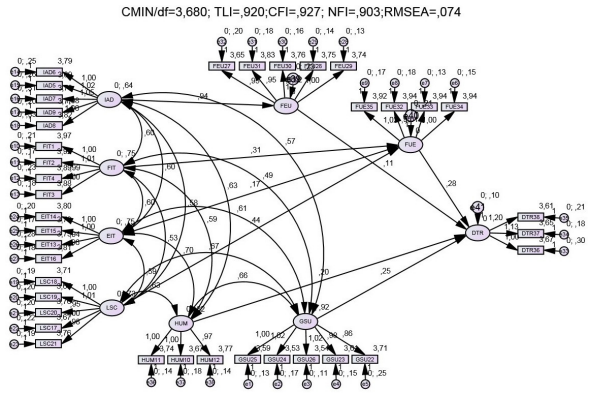
	Thành phần								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
GSU25	0,838								
GSU24	0,828								
GSU26	0,816								
GSU23	0,791								
GSU22	0,659								
FUE34		0,754							
FUE33		0,721							
FUE32		0,719							
FUE35		0,704							
FIT1			0,753						
FIT2			0,748						
FIT4			0,743						
FIT3			0,735						
IAD6				0,666					
IAD5				0,645					
IAD7				0,635					
IAD9				0,634					
IAD8				0,551					
LSC18					0,659				
LSC19					0,650				
LSC20					0,611				
LSC17					0,582				
LSC21					0,578				
EIT14						0,680			
EIT15						0,641			
EIT13						0,619			
EIT16						0,612			
FEU29							0,636		

	Thành phần								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
FEU28							0,600		
FEU30							0,580		
FEU31							0,562		
FEU27							0,527		
DTR36								0,613	
DTR37								0,597	
DTR38								0,589	
HUM11									0,642
HUM10									0,561
HUM12									0,552

- Phân tích SEM

Đánh giá mức độ phù hợp: Cmin/df = 3,680: phù hợp; TLI = 0,920: phù hợp tốt; CFI = 0,927: phù hợp tốt, NFI = 0,903: phù hợp tốt; RMSEA = 0,074: chấp nhận. Kết luận: mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thực tế.

Hình 2: Kết quả phân tích SEM



Bảng 5: Tổng hợp kết quả kiểm định giả thuyết

	Giả thuyết		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
FUE	<---	LSC	,437	,052	8,379	***	
FEU	<---	IAD	,942	,043	21,719	***	
FUE	<---	FIT	,308	,052	5,873	***	
FUE	<---	EIT	,167	,061	2,736	,006	
DTR	<---	FUE	,283	,038	7,366	***	
DTR	<---	FEU	,113	,034	3,321	***	
DTR	<---	HUM	,200	,044	4,523	***	
DTR	<---	GSU	,246	,034	7,318	***	

Qua phân tích kết quả kết quả: "EIT -> FUE" = sig 0,000 < sig = 0,006 < 0,05 cho thấy yếu tố "kinh nghiệm công nghệ thông tin" tác động trực tiếp có ý nghĩa thống kê đến "cảm nhận tính hữu ích"; "FUE -> DTR" với chỉ số sig = 0,000 cho thấy yếu tố "cảm nhận tính hữu ích" tác động trực tiếp có ý nghĩa thống kê đến "chấp nhận chuyển đổi số". Như vậy có thể khẳng định nhân tố "kinh nghiệm công nghệ thông tin" tác động gián tiếp có ý nghĩa thống kê đến "chấp nhận chuyển đổi số".

Bảng 6: Kết quả 02 giả thuyết liên quan đến yếu tố kinh nghiệm công nghệ thông tin

Giả thuyết	Mã hóa	Diễn giải	Kết quả phân tích
H3+	EIT --> FUE	Kinh nghiệm về công nghệ thông tin tác động có ý nghĩa đến cảm nhận tính hữu ích	Chấp nhận
H8+	FUE --> DTR	Cảm nhận tính hữu ích tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số	Chấp nhận

- Phân tích hệ số hồi quy chuẩn hóa

Bảng 7: Thứ tự các yếu tố tác động đến biến phụ thuộc DTR

Giả thuyết	Mã hóa	Diễn giải	Estimate	Thứ tự
H8+	FUE --> DTR	Cảm nhận tính hữu ích tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số	0,325	1
H6+	GSU --> DTR	Hỗ trợ của Chính phủ tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số	0,317	2
H5+	HUM--> DTR	Nguồn nhân lực doanh nghiệp tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số	0,243	3
H7+	FEU --> DTR	Cảm nhận dễ sử dụng tác động có ý nghĩa đến chấp nhận chuyển đổi số	0,136	4

Thứ tự tác động trực tiếp của các yếu tố lên "chấp nhận chuyển đổi số" lần lượt theo thứ tự như sau": (1) yếu tố "cảm nhận tính hữu ích - FUE" ở vị trí tác động mạnh nhất với hệ số hồi quy là 0,325. Tiến hành phân tích thêm các yếu tố tác động đến FUE là (LSC, FIT, EIT) với kết quả và thứ tự tác động như sau:

Bảng 8: Thứ tự tác động của yếu tố lên biến trung gian FUE

Giả thuyết	Mã hóa	Diễn giải	Estimate	Thứ tự
H4+	LSC --> FUE	Dịch vụ logictics và hỗ trợ doanh nghiệp tác động có ý nghĩa đến cảm nhận tính hữu ích	0,437	1
H2+	FIT --> FUE	Công nghệ tài chính tác động có ý nghĩa đến cảm nhận tính hữu ích	0,312	2
H3+	EIT --> FUE	Kinh nghiệm về công nghệ thông tin tác động có ý nghĩa đến cảm nhận tính hữu ích	0,218	3

Thứ tự tác động trực tiếp của yếu tố "kinh nghiệm công nghệ thông tin" lên "cảm nhận tính hữu ích" là thứ 03 sau vị trí "dịch vụ logictics và hỗ trợ khách hàng" thứ 01, và "công nghệ tài chính" thứ 02. Mặc dù yếu tố "kinh nghiệm công nghệ thông tin" tác động gián tiếp đến "Chấp nhận chuyển đổi số" thông qua yếu tố "cảm nhận tính hữu ích" nhưng khẳng định sự đóng góp của yếu tố này tác động gián tiếp qua biến trung gian

và biến trung gian tác động mạnh nhất trong 04 biến độc lập (FUE, GSU, HUM, FEU) tác động trực tiếp lên "Chấp nhận chuyển đổi số".

Tóm lại kinh nghiệm công nghệ thông tin đóng vai trò quan trọng trong quá trình thúc đẩy chuyển đổi doanh nghiệp nhỏ và vừa khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long qua quá trình nghiên cứu và đánh giá từ thực tiễn với khảo sát 492 lãnh đạo và quản lý của nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa tại khu vực này. Để thúc đẩy chuyển đổi số doanh nghiệp nhỏ và vừa Đồng bằng Sông Cửu Long với hàm ý chính sách về nhóm yếu tố kỹ năng số như sau:

Thứ nhất, hỗ trợ đào tạo chuyển đổi số cho các cơ sở sản xuất kinh doanh: xây dựng và tổ chức triển khai các khóa đào tạo, hỗ trợ đào tạo tại cơ sở sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực sản xuất, chế biến (do đây là nhóm đối tượng trong lĩnh vực ưu tiên, có các nghiệp vụ chuyển đổi số phức tạp hơn các cơ sở sản xuất kinh doanh lĩnh vực khác như thương mại, dịch vụ).

Thứ hai, phát triển các chương trình đào tạo nâng cao kỹ năng giúp cho người học tiếp cận sớm các nền tảng về công nghệ thông tin, giúp cho người lao động sau khi xin việc làm sẽ có được nền tảng kinh nghiệm và kỹ năng số đạt yêu cầu của doanh nghiệp. Đối với nhóm đối tượng là người lao động của doanh nghiệp, quản lý doanh nghiệp cần có nhiều chính sách và các chương trình đào tạo tiếp cận với các nền tảng số các cơ sở giáo dục cần thường xuyên rà soát lại chương trình đào tạo ở các trường; tăng cường thời gian học thực hành, giảm thời gian học lý thuyết; gắn quá trình đào tạo với hoạt động thực tập, tham quan, bắt tay vào công việc ở từng chuyên ngành đào tạo; đẩy mạnh các hoạt động hợp tác, liên doanh, liên kết giữa các trường, các chuyên ngành đào tạo với nhau, nhất là với các doanh nghiệp, nhà sản xuất, đầu tư, công ty; các cơ sở giáo dục cần phát triển hơn nữa vào các ngành nghề chất lượng cao: như lĩnh vực kỹ thuật số, công nghệ thông tin, năng lượng, vật liệu mới, công nghệ sinh học,... để giúp người lao động có thể làm chủ khi cuộc cách mạng số hóa bùng nổ như hiện nay.

KẾT LUẬN

Thế giới đang bước vào kỷ nguyên của chuyển đổi số quá trình thay đổi gắn liền với việc ứng dụng công nghệ số vào mọi mặt đời sống xã hội của con người: các tài sản vật lý hữu hình đang dần chuyển thành các tài sản số, nguồn nhân lực trong các tổ chức, doanh nghiệp đang chịu tác động sâu sắc khi các vị trí nghề nghiệp liên tục biến đổi, việc ra quyết định trở nên đặc biệt phụ thuộc vào quá trình quản trị tri thức và kỹ năng, mạng xã hội và công nghệ di động ảnh hưởng mạnh mẽ lên quá trình vận hành của các tổ chức, doanh nghiệp. Năng lực số mang lại cơ hội lớn cho việc mở rộng cũng như tái định nghĩa lại các thị trường kinh doanh. Việt Nam đang từng bước có những chính sách cụ thể để thúc đẩy chuyển đổi số một cách toàn diện. Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt "Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030" (Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 3/6/2020) trong đó có những mục tiêu quan trọng đến năm 2025 như: 80% dịch vụ công trực tuyến mức độ 4; 100% chế độ báo cáo của Chính phủ đều trực tuyến và số hóa; Việt Nam thuộc nhóm 70 nước dẫn đầu về chính phủ điện tử... Bài viết với góc nhìn đánh giá vai trò quan trọng của kỹ năng số trong nhóm yếu tố tổ chức của Khung lý thuyết TOE. Với 492 phiếu khảo sát từ doanh nghiệp với đặc thù riêng của khu vực là phát triển trọng tâm kinh tế nông nghiệp và kinh tế du lịch bộ dữ liệu được kiểm định đánh giá đã khẳng định vai trò quan trọng của kỹ năng số trong vấn đề chấp nhận chuyển đổi số của doanh nghiệp nhỏ và vừa góp phần hàm ý chính sách của Nhà nước cho chiến lược phát triển kinh tế số khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long nói riêng và đóng góp vào chiến lược chuyển đổi số của Việt Nam giai đoạn 2025 và tầm nhìn đến năm 2030.

Tài liệu tham khảo:

Bang-Ning Hwang Chi-Yo Huang, và Chih-Hsiung Wu (2016). A TOE Approach to Establish a Green Supply Chain Adoption Decision Model in the Semiconductor Industry, Sustainability 2016, 8, 168; doi:10.3390/su8020168;

Bộ Thông tin và Truyền thông (2020). Chương trình Chuyển đổi số Quốc gia;

Bộ Kế hoạch và Đầu tư, USAID (2021). Hướng dẫn chuyển đổi số cho doanh nghiệp tại Việt Nam;

Bộ Kế hoạch và Đầu tư, USAID (2021). Báo cáo thường niên chuyển đổi số doanh nghiệp 2021: Rào cản và nhu cầu chuyển đổi số;

Chử Bá Quyết (2021). Nghiên cứu khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến chuyển đổi số thành công của doanh nghiệp Việt Nam;

Cục Tin học hoá – Bộ Thông tin và Truyền thông, (2020). Công bố kết quả xếp hạng Chuyển đổi số cấp Bộ, cấp Tỉnh năm 2020;

Đặng Thị Hương và cộng sự (2020). Kết hợp mô hình TAM và TOE vào nghiên cứu chấp nhận mạng xã hội trong kinh doanh bán lẻ tại Việt Nam;

Huỳnh Anh Tuấn, Lê Võ Thuý Ái (2021). Bộ Công cụ đánh giá doanh nghiệp vừa và nhỏ, Cục Phát triển doanh nghiệp – Bộ Kế hoạch và Đầu tư, USAID;

Lưu Thị Minh Ngọc và cộng sự. Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến chấp nhận sử dụng mạng xã hội của các doanh nghiệp bán lẻ tại Việt Nam;

Morteza Ghobakhloo, Ng Tan Ching (2019). Adoption of Digital Technologies of Smart Manufacturing in SMEs, Journal of Industrial Information Integration;

Nguyễn Phúc Nguyên và cộng sự (2022). Ứng dụng mô hình TOE để phân tích ý định chấp nhận và tiếp tục sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong lĩnh vực du lịch tại Đà Nẵng;

Rajbhandari, S., Devkota, N., Khanal, G., Mahato, S., Paudel, U.R. (2022). Assessing the industrial readiness for adoption of industry 4.0 in Nepal: A structural equation model analysis. Journal Heliyon, 8, e08919. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08919;

Tornatzky, L., & Fleischer, M (1990). The process of technology innovation. Lexington: Lexington Books;

Quyết định số 12/QĐ-BKHĐT ngày 07/01/2021 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư về việc phê duyệt chương trình hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số giai đoạn 2021-2025.

THU NHẬP CỦA NÔNG DÂN TRONG PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP SINH THÁI TRÊN ĐỊA BÀN CÁC HUYỆN NGOẠI THÀNH, THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Ths. Lâm Thị Phượng*

Nông dân đã và đang tham gia phổ biến hơn vào các mô hình sản xuất nông nghiệp sinh thái trên địa bàn các huyện ngoại thành, thành phố Hà Nội trong thời gian gần đây. Từ việc thu thập các tài liệu thứ cấp và khảo sát nông dân trên địa bàn một số huyện cho thấy, thu nhập của nông dân trong sản xuất nông nghiệp sinh thái vượt trội hơn so với nông nghiệp truyền thống. Tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận nông dân gặp một số khó khăn trong phát triển sản xuất, chưa khai thác được lợi thế về thu nhập khi chuyển đổi sang mô hình này. Điều này đòi hỏi Nhà nước, chính quyền địa phương và chính nông dân phải triển khai các giải pháp cơ bản nhằm bảo đảm và gia tăng lợi ích cho đối tượng sản xuất trực tiếp này.

• Từ khóa: *nông nghiệp sinh thái, các huyện ngoại thành Hà Nội, thu nhập của nông dân.*

Farmers have been participating more commonly in ecological agricultural production models in the suburban districts of Hanoi in recent times. From collecting secondary documents and surveying farmers in some districts, it shows that the income of farmers in ecological agricultural production is superior to that of traditional agriculture. However, there is still a part of farmers who face some difficulties in production development and have not yet exploited the income advantage when converting to this model. This requires the State, local authorities and farmers themselves to implement basic solutions to ensure and increase benefits for this direct producer.

• Key words: *ecological agriculture, suburban districts of Hanoi, farmers' income.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Hiện trạng thu nhập của nông dân trong phát triển nông nghiệp sinh thái trên địa bàn các huyện ngoại thành, thành phố Hà Nội

Trên địa bàn các huyện ngoại thành, thành phố Hà Nội, một số mô hình nông nghiệp sinh thái được triển khai như: Mô hình nông nghiệp hữu cơ và thực hành nông nghiệp tốt (GAP); Mô hình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM); Mô hình lúa thâm canh bền vững (SRI); Mô hình trồng trọt kết hợp chăn nuôi (lúa - cá); Mô hình nông nghiệp kết hợp du lịch sinh thái. Các mô hình này được tổ chức ở các quy mô và cách thức tổ chức sản xuất khác nhau: kinh tế hộ, trang trại, nhóm sản xuất, tổ hợp tác, hợp tác xã (HTX), doanh nghiệp, các mô hình liên kết theo chiều ngang hoặc chiều dọc với sự tham gia của các chủ thể sản xuất. Các mô hình nông nghiệp sinh thái đã và đang thu hút ngày càng đông các chủ thể tham gia, trong đó nông dân là chủ thể sản xuất trực tiếp, là trung tâm của quá trình phát triển nông nghiệp sinh thái. Nông dân đã và đang phát huy được vai trò của mình trong hợp tác, liên kết trong phát triển nông nghiệp sinh thái. Nhờ đó, thu nhập của nông dân được cải thiện đáng kể so với sản xuất nông nghiệp theo phương thức truyền thống.

Bài viết tập trung làm rõ thu nhập của nông dân trong phát triển nông nghiệp sinh thái ở một số mô hình (nông nghiệp hữu cơ và thực hành nông nghiệp tốt (GAP); ứng dụng hệ thống canh tác lúa cải tiến (phương pháp SRI); ứng dụng quy trình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM); kết hợp trồng trọt và chăn nuôi (lúa-cá), trên địa bàn 04 huyện ngoại thành Hà Nội (huyện Chương Mỹ, huyện Sóc Sơn, huyện Đông Anh, huyện Thường Tín). Phương pháp được tác giả sử dụng để rút ra kết quả là phương pháp phân tích, tổng hợp (thông qua nghiên cứu tài liệu thứ cấp) và phương pháp điều tra xã hội học (khảo sát 400 phiếu

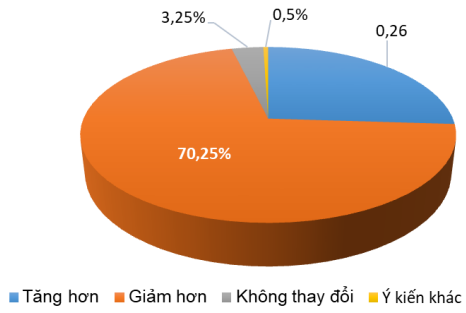
** Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh*

trên đối tượng là nông dân của 04 huyện, mỗi huyện 100 phiếu).

Thực tiễn sản xuất của các mô hình nông nghiệp sinh thái cho thấy, thu nhập của nông dân trong sản xuất nông nghiệp sinh thái cao hơn so với sản xuất nông nghiệp theo phương thức truyền thống.

Giai đoạn 2018-2020, sản lượng chè hữu cơ tăng khoảng 3 lần (63 tấn lên 194 tấn); một số loại nông sản tăng gấp khoảng 2 lần như lúa hữu cơ (868 tấn lên 1518 tấn), cây ăn quả hữu cơ (1614 tấn lên 3230 tấn), dược liệu hữu cơ (222 tấn lên 426 tấn); rau hữu cơ tăng khoảng 1,2 lần (21009 tấn lên 24491 tấn); năng suất của lúa hữu cơ, rau hữu cơ, chè hữu cơ tăng từ 47,2 tạ/ha lên 47,8 tạ/ha, 188 tạ/ha lên 192,7 tạ/ha, 78,6 tạ/ha lên 79,2 tạ/ha (năng suất rau hữu cơ và chè hữu cơ chỉ thấp hơn 10-15% so với rau và chè canh tác thông thường).

Biểu đồ 1: So sánh mức độ chi phí trong nông nghiệp sinh thái với nông nghiệp truyền thống

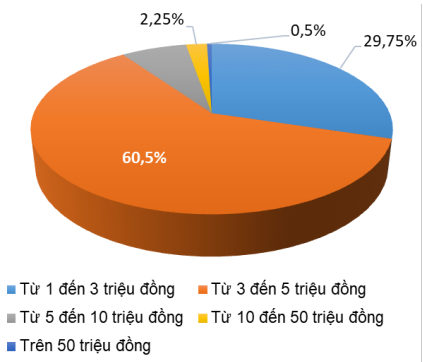


Nguồn: Kết quả điều tra xã hội học của tác giả

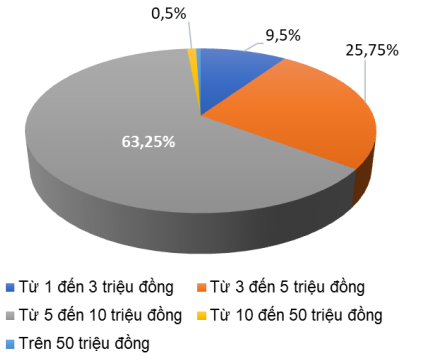
Kết quả khảo sát cho thấy, so sánh mức độ chi phí trong nông nghiệp sinh thái với nông nghiệp truyền thống có hiệu quả rõ rệt. Nhìn tổng thể có thể thấy, đánh giá so sánh mức độ chi phí trong nông nghiệp sinh thái với nông nghiệp truyền thống ở tiêu chí tăng hơn thì kết quả mức độ chi phí của nông nghiệp sinh thái so với nông nghiệp truyền thống chiếm tỷ lệ 26,0%, tức là chi phí trong sản xuất là tương đối cao. Đánh giá so sánh mức độ chi phí trong nông nghiệp sinh thái với nông nghiệp truyền thống ở tiêu chí giảm hơn thì kết quả mức độ chi phí của nông nghiệp sinh thái giảm hơn nông nghiệp truyền thống chiếm tỷ lệ cao nhất 70,25%, tức là chi phí trong sản xuất là rất thấp. Đánh giá so sánh mức độ chi phí trong nông nghiệp sinh thái với nông nghiệp truyền thống ở tiêu chí không thay đổi thì kết quả mức độ chi phí không thay đổi giữa nông nghiệp sinh thái và nông nghiệp truyền thống chiếm tỷ lệ thấp 3,25%. Và đánh giá so sánh mức độ chi phí trong nông nghiệp sinh thái với nông nghiệp truyền thống ở tiêu chí ý kiến khác thì kết quả đánh giá chiếm tỷ lệ 0,5%. Như vậy, việc so sánh mức độ chi phí trong nông nghiệp sinh thái với nông nghiệp truyền thống đánh giá trên ba tiêu chí tăng hơn, giảm hơn và không thay đổi thì có thể khẳng định mô hình sản xuất nông nghiệp sinh thái so với nông nghiệp truyền thống có hiệu quả hơn, mức độ chi phí cho sản xuất nông nghiệp sinh thái thấp hơn (70,25%). Điều này có nghĩa là, nông dân lựa chọn sản xuất nông nghiệp sinh thái phải bỏ ra chi phí đầu tư ít hơn nhưng thu được hiệu quả sản xuất và mức thu nhập cao hơn so với sản xuất nông nghiệp theo phương thức truyền thống.

Biểu đồ 2. So sánh thu nhập trung bình tháng khi sản xuất nông nghiệp sinh thái và nông nghiệp truyền thống

Thu nhập trung bình/tháng khi sản xuất nông nghiệp truyền thống



Thu nhập trung bình/tháng khi sản xuất nông nghiệp sinh thái



Nguồn: Kết quả điều tra xã hội học của tác giả

Kết quả khảo sát cho thấy, việc so sánh thu nhập trung bình tháng khi sản xuất nông nghiệp sinh thái và nông nghiệp truyền thống được thông qua giá trị từ 1 đến 3 triệu đồng, từ 3 đến 5 triệu đồng, từ 5 đến 10 triệu đồng, từ 10 đến 50 triệu đồng và trên 50

triệu đồng. Nhìn tổng thể có thể thấy, thu nhập trung bình/tháng của nông dân khi sản xuất nông nghiệp sinh thái so với nông nghiệp truyền thống ở mức từ 1 đến 3 triệu đồng chiếm tỷ lệ 9,5%/29,75%; ở mức từ 3 đến 5 triệu đồng chiếm tỷ lệ 25,75%/60,5%; ở mức từ 5 đến 10 triệu đồng chiếm tỷ lệ 63,25%/7%; ở mức từ 10 đến 50 triệu đồng chiếm tỷ lệ 1,0%/2,25% của thu nhập nông nghiệp truyền thống và ở mức trên 50 triệu đồng ở nông nghiệp sinh thái và truyền thống có tỷ lệ bằng nhau (0,5%). Như vậy, mức thu nhập trung bình/tháng của nông dân khi sản xuất nông nghiệp sinh thái phổ biến ở mức từ 5 đến 10 triệu đồng (trong khi mức thu nhập trung bình/tháng của nông dân khi sản xuất nông nghiệp truyền thống chỉ ở mức từ 3 đến 5 triệu đồng) đã khẳng định sự vượt trội về thu nhập của người nông dân khi lựa chọn các mô hình này.

1.1. Thu nhập của nông dân trong sản xuất nông nghiệp hữu cơ và thực hành nông nghiệp tốt (GAP)

Theo số liệu báo cáo của Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội về kết quả triển khai thực hiện Nghị định số 109/2018/NĐ-CP của Chính phủ về nông nghiệp hữu cơ, 46 mô hình trồng trọt áp dụng hệ thống đảm bảo có sự tham gia (PGS) trên diện tích 1.942ha đã mang lại hiệu quả kinh tế cao cho nông dân sản xuất. Giá cả nông sản bán ra thị trường ổn định và cao hơn so với giá thị trường từ 1.000-2.000 đồng/kg, giúp nông dân tránh phải thịu thiệt thòi bởi tình trạng "được mùa, rớt giá"; giá trị sản xuất rau an toàn tại các vùng sản xuất cao hơn từ 10-20% so với nông sản truyền thống.

Mô hình canh tác hữu cơ mang lại thu nhập cao cho nông dân khi sản xuất theo mô hình HTX, tổ hợp tác. Năng suất lúa bình quân tăng từ 170kg/sào, tức 4,6 tấn/ha (năm 2017) lên 285-320kg/sào, tức 7,8 tấn-8,6 tấn/ha (vụ xuân năm 2022). Năm 2022, 103 nông dân tham gia sản xuất lúa hữu cơ của HTX nông nghiệp hữu cơ Đồng Phú (xã Đồng Phú, huyện Chương Mỹ) được doanh nghiệp trực tiếp thu mua nông sản với giá bán cao hơn lúa thông thường khoảng 30%. Thu nhập từ luân canh đậu tương hữu cơ với lúa hữu cơ ở vụ Đông đạt 500-600 triệu đồng/năm. Tổng thu nhập bình quân trên diện tích sản xuất hữu cơ đạt 185 triệu đồng/ha/năm (so sánh đối chứng với tổng thu nhập của phương pháp sản xuất thông thường đạt 89 triệu đồng/ha/năm, thu nhập của nông dân tăng khoảng 02 lần). Giá trị gạo cao gấp 2 lần so với mặt bằng chung (giá bán bình quân 32 triệu đồng/tấn), nông dân thu lãi khoảng 80-100 triệu đồng/ha. Tại HTX Dịch vụ nông nghiệp sạch hữu cơ Thanh Xuân (huyện Sóc Sơn) áp dụng phương thức canh tác hữu cơ an toàn và quy mô sản xuất mở rộng, thu nhập của nông dân tăng lên đáng kể. Các sản phẩm rau, củ, quả của HTX (18 sản phẩm) đạt tiêu chuẩn OCOP được tiêu thụ với giá cao hơn nhiều lần so với nông sản truyền thống (trong khi nguồn cung không đáp ứng đủ so với nhu cầu của thị trường). Hiệu quả của mô hình này mang lại doanh thu bình quân cho nông dân 220-250 triệu đồng/ha/vụ, lợi nhuận 150-160 triệu đồng/ha/vụ (gấp 1,5-1,6 lần so với rau canh tác thông thường). Năm 2021, dù chịu ảnh hưởng lớn của đại dịch Covid-19, nông sản hữu cơ của HTX vẫn được tiêu thụ ổn định trên thị trường với mức giá bình quân là 24.000đ/kg, mang lại doanh thu cho HTX ước đạt khoảng 4,2 tỷ đồng (cao hơn so với năm 2020 khoảng 400 triệu đồng). HTX nông nghiệp hữu cơ Nam Phương Tiến (huyện Chương Mỹ) thực hiện quản lý và sản xuất nông nghiệp trên diện tích 70ha theo hướng hữu cơ (sản xuất lúa hữu cơ, bưởi hữu cơ và sản xuất rau an toàn). Sản xuất rau an toàn theo phương thức VietGAP và hướng hữu cơ trên diện tích 5ha, mỗi ha trồng rau hữu cơ đem lại giá trị kinh tế cho nông dân từ 100 - 130 triệu đồng/năm. HTX rau quả sạch Chúc Sơn (huyện Chương Mỹ) với 40 nông dân tham gia, thu nhập trung bình của thành viên sản xuất rau đạt 120.000.000 đồng/hộ/năm, hộ cao nhất có doanh thu trên 400.000.000 đồng/năm.

Mô hình chăn nuôi theo tiêu chuẩn hữu cơ và tiêu chuẩn GAP đem lại lợi nhuận cao cho nông dân. Mô hình nuôi gà hữu cơ của HTX gà vi sinh Thu Thoan (huyện Sóc Sơn) được chăm sóc bởi quy trình ứng dụng vi sinh vào sản xuất, đảm bảo môi trường sạch trong chăn nuôi, không xả thải ra môi trường; thức ăn được ủ lên men làm chín, được kiểm soát nấm mốc độc tố và đưa về dạng thức ăn sạch nhất, hoàn toàn không sử dụng kháng sinh, đảm bảo gà không nhiễm các hóa chất độc hại nên gà luôn khỏe mạnh. Với chất lượng thịt cao (22% protein, 450mg/kg cholesterol, trên 80% là thịt nạc trắng nên lượng axit uric rất thấp), cung cấp nhiều dinh dưỡng cho sức khỏe người tiêu dùng nên giá bán cao hơn 2 lần so với gà thông thường (giá bán trên thị trường là 285.000đ/kg). Sản phẩm gà vi sinh Thu Thoan được thị trường đón nhận tích cực, với quy mô sản xuất hiện tại, sản phẩm không đáp ứng đủ nhu cầu của thị trường. Mỗi năm, HTX gà vi sinh Thu Thoan (Sóc Sơn) xuất bán hàng nghìn con gà với nguồn thu nhập 600 triệu đồng/năm. Trên diện tích 01 ha,

hơn 3.000 con gà thịt và gà giống được nuôi nhốt, chăn thả kết hợp; trung bình mỗi tháng HTX xuất bán 1.000 con/lứa, sau khi trừ tất cả chi phí cho lợi nhuận khoảng 50 triệu đồng. Không chỉ có nguồn thu nhập cao, ổn định từ bán gà thương phẩm, HTX gà vi sinh Thu Thoan còn thu được thêm gần 100 triệu đồng mỗi năm từ bán phân gà vi sinh cho các trang trại canh tác sạch (30 tấn mỗi năm với giá bán 3.000 đồng/kg). Lợi ích kinh tế mang lại cho nông dân tăng khoảng 5 lần so với canh tác lúa trước khi chuyển đổi. Chăn nuôi lợn thương phẩm sử dụng chế phẩm sinh học được Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn triển khai đem lại lợi nhuận khá cao cho nông dân. Sau 07 tháng, 750 con lợn đạt trọng lượng trung bình hơn 100kg/con, hiệu quả kinh tế tăng từ 15-20% so với chăn nuôi truyền thống.

1.2. Thu nhập của nông dân trong sản xuất nông nghiệp ứng dụng hệ thống canh tác lúa cải tiến (phương pháp SRI)

Thống kê của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Hà Nội cho thấy, năm 2022, nông dân áp dụng SRI toàn phần chỉ sử dụng trung bình 14kg/ha giống, so với 33kg/ha giống của phương pháp truyền thống (giảm 19kg giống/ha, tỷ lệ giảm 57%); lượng phân đạm ứng dụng SRI sử dụng trung bình 125kg/ha (canh tác truyền thống sử dụng trung bình 165kg/ha), giảm 40kg/ha (tỷ lệ giảm 24,2%); lượng thuốc bảo vệ thực vật trong quá trình canh tác khi áp dụng SRI thường không phải sử dụng hoặc chỉ sử dụng 0,5 lần/vụ, không phối trộn thuốc nếu không cần thiết, tương ứng chỉ khoảng 0,3kg (lít)/ha/năm (trong khi canh tác truyền thống phải sử dụng trung bình 1-2 lần/vụ, sử dụng hỗn hợp 2-3 loại thuốc/1 lần phun, tương ứng sử dụng 0,9kg (lít)/ha/năm), tức là giảm 0,6kg (lít)/ha/năm; năng suất tăng trung bình 5-7 tạ/ha (tỷ lệ tăng từ 8-10%), năng suất của lúa ứng dụng SRI/năng suất lúa canh tác thông thường là 6,33 tấn/ha/5,54 tấn/ha (2017) và 6,52 tấn/ha/6,02 tấn/ha (2022). Nông dân canh tác lúa ứng dụng toàn phần, chi phí cho giống, phân đạm, thuốc bảo vệ thực vật thấp hơn, thu lãi cao hơn từ 6-8 triệu đồng/ha so với canh tác truyền thống; ứng dụng từng phần lãi cao hơn từ 2,5-3,5 triệu đồng/ha so với canh tác truyền thống.

1.3. Thu nhập của nông dân trong sản xuất nông nghiệp ứng dụng quy trình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM)

Mô hình IPM trên rau, cây ăn quả, cây chè, hoa, cây cảnh và các loại cây khác đã chứng minh rõ rệt hiệu quả kinh tế vượt trội mang lại cho nông dân so với phương thức canh tác truyền thống. Trên cây rau, chi phí sản xuất giảm đáng kể, nhờ lượng thuốc bảo vệ thực vật giảm, từ 3,1kg/ha/năm (2017) xuống 2,4kg/ha/năm (2021), sản lượng tăng từ 700.287 tấn (2017) lên 721.892,5 tấn (2021), năng suất tăng từ 198,5 tạ/ha (2017) lên 220,79 tạ/ha (2021). Trên cây ăn quả, cây chè, hoa - cây cảnh, số lần sử dụng thuốc bảo vệ thực vật giảm từ 2-3 lần/vụ; sản lượng cây ăn quả tăng từ 236.488 tấn (2017) lên 286.680,81 tấn (2021), tăng 21%; năng suất tăng từ 133,3 tấn/ha (2017) lên 145,8 tấn/ha (2021), tăng 9,4%.

1.4. Thu nhập của nông dân trong mô hình kết hợp trồng trọt và chăn nuôi (lúa-cá)

Mô hình này tạo nên hiệu quả kép bởi quan hệ cộng sinh, hỗ trợ nhau cùng phát triển. Cá ăn sâu bọ hại lúa, sục bùn, diệt cỏ dại và các loại chất thải của cá tích tụ lại làm phân bón, tăng độ mùn cho ruộng lúa, giảm chi phí trong quá trình canh tác lúa, giảm công làm cỏ, làm đất cho nông dân sau mỗi vụ thu hoạch; ruộng lúa cung cấp rơm rạ mục, sâu bọ làm thức ăn cho cá, tiết kiệm được chi phí thức ăn cho cá. Trên thực tế, mô hình này hạn chế tối đa được việc xử lý môi trường, sử dụng phân bón hoặc thức ăn chăn nuôi thích hợp xu hướng sản xuất thuận theo tự nhiên, nâng cao năng suất lúa, mang lại hiệu quả kinh tế cao cho nông dân. Nông dân đồng thời có hai nguồn thu nhập ổn định từ lúa và cá. Vụ lúa xuân với năng suất cao (trên 60 tạ/ha); cá sinh trưởng và phát triển tốt, khi thu hoạch cá đạt trung bình trên 0,9 kg/con, năng suất cá đạt trên 8,7 tấn/ha, nông dân thu được lợi nhuận trên 82 triệu/ha cho 01 vụ nuôi (cao hơn 4-5 lần so với việc trồng lúa thông thường).

2. Một số giải pháp cơ bản nhằm bảo đảm và gia tăng thu nhập cho nông dân trong phát triển nông nghiệp sinh thái trên địa bàn các huyện ngoại thành, thành phố Hà Nội

Từ kết quả khảo sát của tác giả cho thấy, 54,5% và 22,75% nông dân được khảo sát cho rằng, nông nghiệp sinh thái mang lại cho họ nhiều lợi ích và rất nhiều lợi ích về thu nhập. Tuy nhiên, vẫn còn 1,25% nông dân cho rằng, nông nghiệp sinh thái mang lại rất ít lợi ích về thu nhập; 2% cho rằng ít lợi ích về thu nhập và 19,5% cho rằng bình thường về thu nhập (không có sự khác biệt so với nông nghiệp truyền thống). Thực tế đó đặt ra yêu cầu phải triển khai các giải pháp cơ bản, đồng bộ từ nhiều phía để bảo đảm và gia tăng thu nhập cho nông dân nhằm tạo động lực, khuyến khích họ tham gia có hiệu quả

hơn vào các mô hình nông nghiệp sinh thái, trong đó có các giải pháp cơ bản từ phía Nhà nước, chính quyền địa phương và nông dân.

2.1. Về phía Nhà nước và chính quyền địa phương

Cụ thể hóa và hoàn thiện các quy định, chính sách về phát triển nông nghiệp sinh thái theo từng mô hình và các loại cây trồng, vật nuôi cụ thể. Ban hành bộ tiêu chí cụ thể gắn với từng loại nông sản sinh thái để tạo lập, giám sát và tăng niềm tin, thói quen tiêu dùng nông sản sinh thái của người tiêu dùng đối với nông sản do nông dân sản xuất. Định hình và phát triển thị trường các yếu tố sản xuất đầu vào cho nông nghiệp sinh thái; ban hành chính sách trợ giá theo lộ trình cho nông dân. Hoàn thiện quy định hỗ trợ vốn cho nông dân chuyển đổi, mở rộng sản xuất và liên kết sản xuất phù hợp với điều kiện thực tiễn. Hỗ trợ, tạo điều kiện cho các chủ thể khác trong chuỗi liên kết sản xuất với nông dân (HTX, doanh nghiệp…) tiếp cận các nguồn vốn tín dụng thông qua việc bảo lãnh tín dụng, ưu đãi tín dụng;

Hỗ trợ nông dân xây dựng thương hiệu và thị trường tiêu thụ nông sản. Nhà nước tiếp tục nghiên cứu và ban hành các chính sách hỗ trợ đặc thù nhằm xây dựng, phát triển, quảng bá thương hiệu nông sản sinh thái được rộng rãi trrong khu vực và tiến xa hơn. Chính quyền địa phương nghiên cứu, xác lập kế hoạch cụ thể hỗ trợ nông dân xây dựng, định vị, phát triển và lan tỏa thương hiệu; và xúc tiến thương mại theo phương thức hiện đại trên nền tảng thương mại điện tử; xây dựng chính sách và cơ chế đặc thù hỗ trợ nông dân sản xuất nông nghiệp sinh thái gia nhập có hiệu quả vào thị trường và tham gia vào chuỗi cung ứng, đa dạng hóa sản phẩm nông nghiệp sinh thái xuất khẩu trực tiếp ra nước ngoài.

2.2. Về phía nông dân

- Chủ động thay đổi và nâng cao nhận thức toàn diện về sản xuất và phát triển sản xuất nông nghiệp sinh thái, lợi ích từ phát triển nông nghiệp sinh thái.

- Chủ động nghiên cứu các tài liệu và cập nhật các văn bản hướng dẫn kĩ thuật trong nông nghiệp sinh thái; tham gia các lớp học hiện trường đồng ruộng theo các chương trình quản lý dịch hại tổng hợp (IPM), các kĩ thuật thâm canh lúa cải tiến (MRI), các quy trình sản xuất nông nghiệp hữu cơ, VietGAP theo các hướng dẫn cụ thể đối với từng loại cây trồng, vật nuôi;

- Tích cực thay đổi tư duy và nhận thức về tầm quan trọng và những ưu thế của liên kết kinh tế trong phát triển nông nghiệp sinh thái nhằm dần từ bỏ tư duy sản xuất nhỏ lẻ, manh mún, bị động, dễ bị tác động bởi sự biến động của thị trường sang tư duy liên kết chặt chẽ trên quy mô lớn, nâng cao chất lượng sản xuất, xây dựng thương hiệu, đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá sản phẩm; chuyển từ tư duy cạnh tranh sang tư duy hợp tác, thống nhất trong thực hiện mục tiêu, cùng chia sẻ lợi ích và rủi ro.

- Chủ động tìm kiếm, tạo lập, nghiên cứu thông tin thị trường qua các kênh thông tin để phát triển sản xuất nông nghiệp sinh thái theo quy mô, kế hoạch phù hợp với các tín hiệu và dự báo thị trường; chủ động trang bị kiến thức sản xuất, thị trường tiêu thụ để xây dựng kế hoạch sản xuất theo nhu cầu thị trường; chủ động trang bị cho mình những kiến thức về pháp luật để bảo vệ quyền lợi cho mình trong quá trình liên kết; cần bỏ tâm lý nóng vội theo kiểu "ăn xổi", có chiến lược và cùng chia sẻ những rủi ro với các chủ thể liên kết khác…

- Chủ động tìm hiểu các chính sách hỗ trợ, tranh thủ sự hỗ trợ của Nhà nước, chính quyền địa phương và lập kế hoạch cụ thể trong việc xây dựng thương hiệu sản phẩm. Coi việc xây dựng thương hiệu sản phẩm và định hình vững chắc được giá trị của sản phẩm đối với người tiêu dùng, thị trường là yếu tố then chốt, có tính chất quyết định, bảo đảm cho lợi ích lâu dài của nông dân.

- Chủ động tham gia liên kết, nhất là liên kết theo chuỗi giá trị để nâng cao nhận thức, trình độ, kiến thức, kĩ thuật, thị trường, thu nhập và tương tác xã hội trong sản xuất và tiêu thụ nông sản, mang lại thị trường tiêu thụ ổn định, bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Hợp tác xã nông nghiệp hữu cơ Đồng Phú (2023), Báo cáo kết quả thực hiện 10 năm sản xuất lúa hữu cơ của Hợp tác xã nông nghiệp hữu cơ Đồng Phú, Hà Nội.

Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2020), Báo cáo tóm tắt đánh giá thực trạng sản xuất nông nghiệp hữu cơ và đề xuất giải pháp phát triển nông nghiệp hữu cơ thành phố Hà Nội đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Hà Nội.

Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2022), Công văn về việc cung cấp thông tin phục vụ diễn đàn Giải pháp phát triển nông nghiệp hữu cơ gắn với liên kết tiêu thụ sản phẩm, Hà Nội.

Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2022), Công văn số 3236/SNN-TTBVTV ngày 07/11/2022 về việc xin chủ trương xây dựng Kế hoạch thúc đẩy ứng dụng quản lý sức khỏe cây trồng tổng hợp (IPHM) trên cây trồng chủ lực của thành phố Hà Nội giai đoạn 2023-2030, Hà Nội.

Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2022), Công văn số 3923/SNN-KT&CS ngày 21/12/2022 về việc cung cấp thông tin về phát triển nông nghiệp tuần hoàn tại Hà Nội, Hà Nội.

Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2022), Báo cáo số 279/BC-UBND ngày 01/8/2022 kết quả việc triển khai thực hiện Nghị định số 109/2018/NĐ-CP về nông nghiệp hữu cơ, Hà Nội.

ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN NĂNG LƯỢNG TÁI TẠO Ở VIỆT NAM

Ths. Nguyễn Đức Dương*

Được đánh giá là quốc gia giàu tiềm năng về năng lượng tái tạo (NLTT) (điện mặt trời, điện gió), nhưng việc khai thác nguồn năng lượng này ở Việt Nam vẫn chưa tương xứng. Nguyên nhân chủ yếu là các rào cản liên quan tới cơ chế chính sách, tổ chức thực hiện… đã hạn chế việc triển khai các dự án NLTT để đưa nguồn điện vào sử dụng trên thực tế. Những năm gần đây, nhu cầu sử dụng điện phục vụ sản xuất và phát triển kinh tế - xã hội ngày một gia tăng, đây chính là thách thức rất lớn cho ngành điện trong bối cảnh nguồn cung năng lượng sơ cấp trong nước như than đá, dầu khí… đang cạn kiệt không đủ đáp ứng cho nhu cầu trong nước, thì việc phát triển NLTT đang là xu thế chung của thế giới và Việt Nam. Mặc dù NLTT mang lại nhiều lợi ích, góp phần tích cực giảm thiểu tác động đến môi trường, biến đổi khí hậu; góp phần bảo đảm an ninh năng lượng; phát triển kinh tế - xã hội đất nước; giải quyết việc làm; nâng cao trình độ cho người lao động trong nước. Tuy nhiên, phát triển NLTT hiện nay còn gặp nhiều khó khăn vướng mắc về cơ chế chính sách, tài chính và kỹ thuật. Để tháo gỡ các vấn đề này cần thực hiện quyết liệt các giải pháp đồng bộ từ các cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp.

• Từ khóa: *chính sách, phát triển, năng lượng tái tạo, tài chính.*

Considered as a potential country in renewable energy (solar power, wind power), the exploitation of this energy source in Vietnam is still inadequate. The main reason is that the barriers related to mechanisms, policies, implementation organization, etc. have limited the implementation of RE projects to put the power source into practical use. In recent years, the demand for electricity for production and socio-economic development has been increasing, which is a great challenge for the electricity industry in the context of domestic primary energy supply such as coal and coal. stone, oil and gas ... are exhausted not enough to meet domestic demand, the development of renewable energy is a common trend of the world and Vietnam. Although renewable energy brings many benefits, it actively contributes to minimizing impacts on the environment and climate change; contribute to ensuring energy security; socio-economic development of the country; jobs; improve the qualifications of domestic workers. However, the current RE development still faces many difficulties in terms of policy, financial and technical mechanisms. To solve these problems, it is necessary to implement drastic synchronous solutions from state management agencies and businesses.

• Key words: *policy, development, renewable energy, finance.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Mở đầu

Năng lượng là cơ sở hạ tầng, là động lực cho sự phát triển kinh tế - xã hội của một quốc gia. Một nguồn cung cấp năng lượng đầy đủ và bền vững là một trong những chìa khoá quyết định tăng trưởng kinh tế. Điều này đồng nghĩa với chính sách năng lượng là một phần mở rộng của chính sách quốc gia. Ngược lại, chính sách quốc gia là tiêu chuẩn để đánh giá và thiết lập một chính sách năng lượng. Chính vì vậy, quy hoạch năng lượng cần phải được quan tâm đặc biệt. Việt Nam là một trong những nước đang phát triển ở Đông Nam Á có nhu cầu sử dụng điện đang tăng cao để phục vụ sự nghiệp công nghiệp hoá đất nước. Tuy nhiên, hệ thống điện của nước ta hiện nay chủ yếu vẫn đang sử dụng nguồn nhiên liệu hóa thạch là than, dầu và khí cho phát điện. Kết quả của việc lựa chọn này đó là, bên cạnh việc phải đối mặt với sự thiếu hụt nguồn năng lượng hóa thạch này do trữ lượng đang dần cạn kiệt thì việc sử dụng năng lượng hóa thạch đang gây ô nhiễm, ảnh hưởng lớn đến môi trường. Trong khi đó, Việt Nam được biết đến là một nước có tiềm năng rất lớn về nguồn năng lượng tái tạo (NLTT) nhưng hiện tại mới chỉ khai thác và sử dụng một tỷ lệ rất nhỏ do phần lớn

** Trường Đại học Công nghệ Đông Á; email: duongnd@eaut.edu.vn*

các dự án NLTT có tính sinh lợi thấp, công nghệ lắp đặt còn phức tạp nên chưa hấp dẫn được cả người sử dụng lẫn nhà đầu tư. Cho đến nay số các dự án có tầm cỡ và quy mô ở nước ta có rất ít, tỷ trọng công suất lắp đặt các nhà máy điện sản xuất từ NLTT trong tổng công suất đặt của cả hệ thống còn rất khiêm tốn.

2. Hiện trạng phát triển các nguồn năng lượng tái tạo

Năng lượng mặt trời: Năng lượng mặt trời thường được sử dụng dưới dạng nhà máy nhiệt điện mặt trời, pin điện mặt trời, nước nóng dùng năng lượng mặt trời, thiết bị sấy bằng năng lượng mặt trời, v.v. Do có sự tiến bộ về công nghệ chế tạo các tấm pin mặt trời dẫn đến việc nâng cao hiệu suất chuyển đổi nhiệt mặt trời thành điện và giảm giá thành các tấm pin trong thời gian qua; cũng như chính sách mua bán điện mặt trời của Chính phủ Việt Nam (Bảng 1) hàng loạt các nhà máy điện mặt trời ra đời trên khắp đất nước, tập trung chủ yếu ở các tỉnh Duyên hải Nam Trung Bộ.

Như vậy, nếu trong năm 2018, công suất lắp đặt điện mặt trời ở Việt Nam mới chỉ đạt 105 MW thì năm 2019 con số này đã tăng lên 5GW và đến năm 2020, công suất lắp đặt đã tăng lên mức 16,5GW. Sự bùng nổ đầu tư trang trại điện mặt trời và điện mặt trời áp mái đã dẫn đến giải pháp kiểm soát phát triển điện mặt trời của EVN và chính quyền các địa phương. Bên cạnh sự phát triển mạnh mẽ các dự án điện mặt trời, các ứng dụng khác của năng lượng mặt trời (bình đun nước nóng bằng năng lượng mặt trời) vẫn ở trong tình trạng chậm phát triển.

Năng lượng gió: Theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới và các tổ chức năng lượng khác, Việt Nam có tiềm năng rất lớn về năng lượng gió (NLG) với ước tính khoảng 520 GW công suất lắp máy. Năng lượng gió có thể phát triển thành năng lượng điện ở hai khu vực chính là: điện gió trên đất liền và điện gió ngoài khơi. Với quy mô công suất lớn và ổn định, diện tích chiếm đất nhỏ và giá thành điện mang tính cạnh tranh; nhiều dự án điện gió trên đất liền và ngoài khơi Việt Nam đã đi vào sản xuất hoặc/và trong giai đoạn đầu tư.

Như vậy, tổng công suất điện gió tới năm 2025 có mặt trong Quy hoạch điện VII vào tháng 6/2020 đã là 11.800MW, cao hơn rất nhiều so với mục tiêu được đặt ra ban đầu khoảng 800 MW vào năm 2020 và khoảng 2.000 MW vào năm 2025 và khoảng 6.000 MW vào năm 2030. Kết quả tính toán của tác giả Dư Văn Toán [7] cho thấy: vùng biển Việt Nam có tiềm năng năng lượng gió kỹ thuật rất lớn có thể đạt 637 GW và chiếm 13,4 % năng lượng gió lý thuyết. Vì vậy, hàng loạt các tập đoàn lớn trong và ngoài nước đang triển khai và chuẩn bị các dự án đầu tư các dự án điện gió trên bờ và ngoài khơi Việt Nam.

Năng lượng sinh khối: Với tiềm năng rất lớn về năng lượng sinh khối, bao gồm hàng chục triệu tấn phụ phẩm nông nghiệp (rơm, rạ, trấu, các loại cây ngũ cốc, v.v.); hàng chục triệu tấn rác thải sinh hoạt, hàng chục triệu tấn chất thải chăn nuôi. Các loại phụ phẩm và chất thải đang là tác nhân gây ô nhiễm môi trường cần phải xử lý; nhưng cũng là nguồn tài nguyên năng lượng tái tạo có thể thu hồi bằng phương pháp đốt. Theo Báo cáo hiện trạng môi trường quốc gia năm 2011, tổng khối lượng chất thải rắn sinh hoạt phát sinh trên toàn quốc là khoảng 44.400 tấn/ngày. Đến năm 2019, con số này là 64.658 tấn/ngày (khu vực đô thị là 35.624 tấn/ngày và khu vực nông thôn là 28.394 tấn/ngày).

Các dạng năng lượng khác: Bên cạnh các nguồn năng lượng đã trình bày ở trên, Việt Nam còn có tiềm năng về các nguồn năng lượng tái tạo khác nhưng chưa được đầu tư nghiên cứu và khai thác, cũng như chưa có chính sách ưu tiên hỗ trợ. Đó là các dạng năng lượng như: năng lượng thủy triều, năng lượng sóng biển, năng lượng địa nhiệt, v.v. Để triển khai thành các dự án cung cấp năng lượng, các dạng năng lượng này cần phải vượt qua rất nhiều rào cản về chính sách, kỹ thuật công nghệ và hậu cần khác.

3. Cơ chế chính sách cho phát triển NLTT

Phát triển năng lượng tái tạo là một chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước đã được cụ thể hóa tại Nghị quyết số 55 của Bộ Chính trị đến các Quyết định của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển NLTT và các cơ chế khuyến khích phát triển các dự án NLTT.

Mục tiêu phát triển năng lượng tái tạo trong Chiến lược phát triển năng lượng tái tạo của Việt Nam giai đoạn đến 2030 có xét đến năm 2050, đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2068/QĐTTg ngày 25/11/2015, tỷ lệ điện sản xuất từ NLTT (bao gồm cả thủy điện lớn và nhỏ) trong tổng điện năng sản xuất của quốc gia phải đạt 32% vào năm 2030 và 43% vào năm

2050. Trong Quy hoạch điện VII điều chỉnh thì dự kiến các nguồn điện NLTT (bao gồm thủy điện nhỏ, điện gió, điện mặt trời, và điện sinh khối) sẽ chiếm 21% tổng công suất nguồn điện của quốc gia vào năm 2030. Và trong Nghị quyết số 55-NQ/TW ngày 11/2/2020 của Bộ Chính trị có quy định tỷ lệ nguồn NLTT trong tổng cung năng lượng sơ cấp đạt 15-20% năm 2030 và 25-30% năm 2045, tương ứng tỷ lệ điện năng của NLTT trong tổng điện năng sản xuất toàn quốc là khoảng 30% năm 2030 và 40% năm 2045.

Để đạt được các mục tiêu NLTT nêu trên, Bộ Công Thương đã tham mưu trình Chính phủ ban hành nhiều cơ chế khuyến khích khác nhau cho các loại hình điện NLTT được đánh giá có tiềm năng lớn như sau:

Bảng 1: Tổng hợp cơ chế khuyến khích phát triển điện tái tạo

Loại NLTT	Loại hình công nghệ	Cơ chế khuyến khích và hiệu lực	Giá bán (chưa VAT)
Thủy điện nhỏ (dưới 30MW)	Sản xuất điện	Biểu giá chi phí tránh được	Biểu giá CPTĐ được Bộ CT công bố hàng năm
Điện gió (cho các dự án vào vận hành trước tháng 11/2021)	Dự án trên đất liền	FIT cho 20 năm	8,5 USCents/kWh
	Dự án ngoài khơi	FIT cho 20 năm	9,8 USCents/kWh
Sinh khối	Đồng phát nhiệt-điện	FIT cho 20 năm	7,03 USCents/kWh
	Không phải Đồng phát nhiệt- điện	FIT cho 20 năm	8,47 USCents/kWh
Điện từ chất thải	Thiêu đốt	FIT cho 20 năm	10,05 USCents/kWh
	Chôn lấp	FIT cho 20 năm	7,28 USCents/kWh
Điện mặt trời	ĐMT nổi	FIT cho 20 năm	7,69 USCents/kWh
	ĐMT mặt đất	FIT cho 20 năm	7,09 USCents/kWh
	ĐMT mái nhà	FIT cho 20 năm	8,38 USCents/kWh

Nguồn: Báo cáo của Ban Chỉ đạo quốc gia về phát triển điện lực

Ngoài các cơ chế khuyến khích về giá mua điện như nêu trên, các dự án NLTT ở Việt Nam còn có thể được hưởng các cơ chế hỗ trợ khác như ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế nhập khẩu thiết bị, ưu đãi về sử dụng đất và tiếp cận tài chính....

Trong những năm qua, với sự vào cuộc tích cực của Chính phủ, các bộ, ngành, địa phương, môi trường kinh doanh của Việt Nam liên tục được cải thiện, tạo tâm lý phấn khởi cho các nhà đầu tư trong, ngoài nước mở rộng quy mô hoạt động sản xuất, kinh doanh. Thêm vào đó, đời sống kinh tế vật chất của người dân tăng lên khiến cho nhu cầu sử dụng điện tăng cao. Tuy nhiên, đây cũng là một thách thức rất lớn cho ngành điện Việt Nam trong bối cảnh: (1) Nguồn cung năng lượng sơ cấp trong nước đã tới hạn, dẫn đến phụ thuộc vào nhiên liệu nhập khẩu. (2) Phân bố nguồn điện và phụ tải không đồng đều gây áp lực truyền tải lớn trên hệ thống đường dây 500 kV Bắc - Nam. (3) Tác động về biến đổi khí hậu dẫn đến khô hạn, hồ thuỷ điện thiếu nước để sản xuất. (4) Một số dự án điện theo Quy hoạch điện VII điều chỉnh bị chậm tiến độ so với yêu cầu đặt ra…

Bảng 2: Cơ chế khuyến khích khác cho dự án điện tái tạo nối lưới

STT	Cơ chế khuyến khích tài chính	Mức độ
1	Thuế TNDN	Thuế suất TNDN: - 4 năm đầu kể từ năm có thu nhập chịu thuế: 0% - 9 năm tiếp theo: 5% - 2 năm tiếp theo: 10% - Các năm còn lại: 20%
2	Thuế nhập khẩu	Hàng hóa nhập khẩu làm tài sản cố định, vật liệu và bán thành phẩm không được sản xuất trong nước. Nhà đầu tư nên kiểm tra Danh mục các hàng hóa và sản phẩm được miễn thuế nhập khẩu hàng năm được Bộ KHĐT công bố
3	Sử dụng đất	Tiền thuê đất ưu đãi theo quy định của Tỉnh
4	Phí bảo vệ môi trường	0%
5	Đầu tư	Ngân hàng Phát triển Việt Nam (VDB) cho vay lên tới 70% tổng chi phí đầu tư với lãi suất tương đương với mức lãi suất trái phiếu Chính phủ kỳ hạn 5 năm cộng với 1%/năm

Nguồn: Báo cáo của Ban Chỉ đạo quốc gia về phát triển điện lực

Những thách thức trên diễn ra trong bối cảnh hệ thống điện đang chịu nhiều áp lực về bảo đảm cung ứng điện, đặc biệt khi tiến độ vận hành của các nguồn nhiệt điện gặp nhiều rủi ro thì việc phát triển các dự án năng lượng tái tạo được xem là một trong những giải pháp quan trọng. Bộ Chính trị cũng đã đưa ra Nghị quyết 55 về định hướng Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Trong đó, đề ra mục tiêu cho các nguồn năng lượng tái tạo chiếm tỷ lệ trong tổng cung năng lượng sơ cấp đạt khoảng 15 - 20% vào năm 2030; 25 - 30% vào năm 2045.

Tính đến năm 2018, tổng công suất các nhà máy điện mặt trời đưa vào vận hành chỉ khoảng 86 MW chiếm 0,18% cơ cấu công suất nguồn điện toàn quốc. Tuy nhiên, ở thời điểm đó khi Quyết định số 11 có hiệu lực, đã có rất nhiều dự án điện mặt trời trang trại (ĐMTTT) đã được bổ sung quy hoạch.

Cụ thể, tính đến tháng 4/2018, tổng công suất các nhà máy ĐMTTT đã được bổ sung vào Quy

hoạch là khoảng 7.667 MWp, tương đương khoảng 6.286 MW(ac). Tuy nhiên, Quy hoạch đấu nối lên lưới của các dự án nhà máy điện mặt trời này được thực hiện một cách độc lập mà chưa có sự đánh giá toàn diện khả năng đáp ứng của lưới điện có liên quan trong khu vực. Nhận thấy việc này có thể gây ra những rủi ro cho lưới điện truyền tải hiện hữu, vào tháng 5/2018, PECC2 đã chủ động đề xuất với Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) để tính toán và lập Báo cáo "Nghiên cứu giải tỏa công suất các dự án nhà máy điện mặt trời, điện gió trên toàn quốc đến năm 2020" và đã được EVN thống nhất. Báo cáo giải tỏa công suất của PECC2 đã thực hiện các nội dung chính sau:

(1) Rà soát danh mục nguồn điện mặt trời, điện gió dự kiến đưa vào vận hành giai đoạn đến năm 2020 đã được Bộ Công Thương và Thủ tướng Chính phủ bổ sung quy hoạch.(2) Rà soát lưới đồng bộ các dự án và danh mục lưới điện dự kiến đầu tư của EVN đến năm 2020.(3) Đánh giá khả năng đáp ứng của lưới điện.(4) Tính toán lượng công suất điện mặt trời, điện gió không thể tiêu thụ được do lưới điện chưa đáp ứng.(5) Kiến nghị các giải pháp lưới điện liên quan đưa vào vận hành nhằm đáp ứng nhu cầu truyền tải công suất của nhà máy điện mặt trời, điện gió.

Phát triển nguồn NLTT sẽ giảm nhẹ tác động biến đổi khí hậu (giảm phát thải khí nhà kính) và các chất ô nhiễm do đốt nhiên liệu hóa thạch; đồng thời bổ sung nguồn công suất cho hệ thống điện, góp phần gia tăng lợi ích kinh tế cho địa phương, doanh nghiệp và tạo việc làm cho người lao động. Phù hợp với cam kết của Việt Nam trong thỏa thuận Paris 2015, Chính phủ Việt Nam đã ban hành các quyết định về cơ chế khuyến khích phát triển các dự án điện mặt trời tại Việt Nam (QĐ số 11/2017/QĐ-TTg và QĐ số 13/2020/QĐ-TTg), cơ chế hỗ trợ phát triển các dự án điện gió tại Việt Nam (QĐ số 37/2011/QĐ-TTg và QĐ số 39/2018/QĐ-TTg), cơ chế hỗ trợ phát triển các dự án điện sinh khối tại Việt Nam (QĐ số 08/2020/QĐ-TTg) và cơ chế hỗ trợ biểu giá chi phí tránh được cho các nhà máy thủy điện nhỏ.

Trong Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, số 39/2018/QĐ-TTg sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định 37/2011/QĐ-TTg ngày 29/6/2011 về cơ chế hỗ trợ phát triển các dự án điện gió tại Việt Nam. Theo đó, giá điện gió trong đất liền được điều chỉnh tăng lên 1.927 đồng/kWh; điện gió trên biển là 2.223 đồng/kWh... Giá điện này được áp dụng cho một phần hoặc toàn bộ nhà máy có ngày vận hành thương mại trước ngày 1/11/2021 và áp dụng trong 20 năm kể từ ngày vận hành thương mại.

Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, số 13/2020?QĐ-TTg, ngày 6/6/2020 Về cơ chế khuyến khích phát triển điện mặt trời tại Việt Nam nêu rõ: EVN có trách nhiệm mua toàn bộ sản lượng điện mặt trời nối lưới trong vòng 20 năm tính từ khi vận hành thương mại. Các hệ thống điện mặt trời mái nhà được phép bán một phần hoặc toàn bộ điện năng sản xuất ra cho Bên mua là Tập đoàn Điện lực Việt Nam. Tập đoàn Điện lực Việt Nam hoặc đơn vị thành viên được ủy quyền thực hiện thanh toán lượng điện năng từ hệ thống điện mặt trời mái nhà phát lên lưới điện quốc gia theo giá mua điện quy định

Quyết định 08/2020/QĐ-TTg ngày 5/3/2020 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 24/2014/QĐ-TTg ngày 24/3/2014 của Thủ tướng Chính phủ về cơ chế hỗ trợ phát triển các dự án điện sinh khối tại Việt Nam. Theo đó, đối với các dự án đồng phát nhiệt - điện, biểu giá mua điện tại điểm giao nhận là 1.634 đồng/kWh tương đương 7,03 UScents/kWh. Đối với các dự án không phải là dự án đồng phát nhiệt - điện, biểu giá mua điện tại điểm giao nhận là 1.968 đồng/kWh tương đương 8,47 UScents/kWh, theo tỉ giá tính theo tỉ giá trung tâm của Đồng Việt Nam với Đô la Mỹ được Ngân hàng Nhà nước Việt Nam công bố ngày 21/2/2020.

4. Thảo luận và kết luận

4.1. Thảo luận

Trong giai đoạn hơn 2 thập kỷ vừa qua, một hệ thống các cơ chế, chính sách cho phát triển năng lượng tái tạo đã được xây dựng và từng bước hoàn thiện. Tuy vậy, tiềm năng phát triển năng lượng tái tạo của Việt Nam vẫn còn rất lớn, đa dạng và phong phú. Vì vậy, cần tiếp tục nghiên cứu sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện những cơ chế, chính sách để khuyến khích phát triển mạnh mẽ năng lượng tái tạo, bao gồm:

Một là, cần triển khai thực hiện một số nhiệm vụ và giải pháp theo Nghị quyết số 55-NQ/TW ngày 11/02/2020 của Bộ Chính trị về định hướng Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, bao gồm xây dựng các cơ chế, chính sách đột phá để khuyến khích và thúc đẩy phát triển mạnh mẽ

các nguồn năng lượng tái tạo nhằm thay thế tối đa các nguồn năng lượng hoá thạch; hình thành và phát triển một số trung tâm năng lượng tái tạo tại các vùng và các địa phương có lợi thế; đầu tư hiện đại hoá ngành điện từ khâu sản xuất, truyền tải đến phân phối đáp ứng yêu cầu phát triển của thị trường điện, có khả năng tích hợp quy mô lớn nguồn năng lượng tái tạo; đẩy nhanh lộ trình thực hiện thị trường điện cạnh tranh, cơ chế hợp đồng mua bán điện trực tiếp giữa nhà sản xuất và khách hàng tiêu thụ, cơ chế đấu thầu, đấu giá cung cấp năng lượng phù hợp, đặc biệt trong các dự án đầu tư năng lượng tái tạo; có chính sách khuyến khích tiêu thụ sử dụng năng lượng sạch, tái tạo; phát triển thị trường năng lượng đồng bộ, liên thông giữa các phân ngành điện, than, dầu khí và năng lượng tái tạo, kết nối với thị trường khu vực và thế giới; hoàn thiện chính sách thuế khuyến khích sản xuất, sử dụng năng lượng sạch, tái tạo; hoàn thiện cơ chế và thực hiện chính sách về tiêu chuẩn tỉ lệ năng lượng tái tạo trong cơ cấu đầu tư và cung cấp năng lượng; nghiên cứu, xây dựng và ban hành luật về năng lượng tái tạo; tiếp tục triển khai các chương trình khoa học và công nghệ về nghiên cứu ứng dụng và phát triển năng lượng tái tạo.

Hai là, tiếp tục triển khai thực hiện Quyết định số 2068/QĐ-TTg ngày 25/11/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển năng lượng tái tạo của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050, bao gồm tăng cường quản lý nhà nước trong phát triển và sử dụng năng lượng tái tạo; điều tra tài nguyên nguồn năng lượng tái tạo; lập quy hoạch và kế hoạch phát triển nguồn năng lượng tái tạo; xây dựng để áp dụng hoặc công bố áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia cho lưới điện đồng bộ với các nguồn điện sử dụng năng lượng tái tạo và các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia đối với các công trình, thiết bị khác liên quan đến năng lượng tái tạo; nâng cao tỷ lệ phát triển và sử dụng các nguồn năng lượng tái tạo; hỗ trợ tài chính cho phát triển và sử dụng năng lượng tái tạo; phát triển nguồn nhân lực cho năng lượng tái tạo; hỗ trợ hình thành thị trường và công nghệ năng lượng tái tạo; tăng cường công tác thông tin tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân, cộng đồng về phát triển và sử dụng năng lượng tái tạo; và tăng cường hợp tác quốc tế trong lĩnh vực năng lượng tái tạo.

Ba là, lập và thực hiện các quy hoạch có liên quan, bao gồm Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (Quy hoạch điện VIII) đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt nhiệm vụ tại Quyết định số 1264/QĐ-TTg ngày 01/10/2019; Quy hoạch tổng thể về năng lượng quốc gia thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt nhiệm vụ tại Quyết định số 1743/QĐ-TTg ngày 03/12/2019. Ngoài ra, cần nghiên cứu hoàn thiện các cơ chế, chính sách về đất đai, thuế, ưu đãi tín dụng có liên quan trong phát triển năng lượng tái tạo.

4.2. Kết luận

Chính sách ngành năng lượng của Việt Nam đã có những chuyển biến đáng kể nhằm thu hút khu vực tư nhân tham gia nhiều hơn, áp dụng các nguyên tắc dựa trên thị trường và gần đây là ưu tiên phát triển năng lượng tái tạo ngoài thủy điện và các biện pháp hiệu quả năng lượng. Chính phủ cần nhanh chóng cải thiện môi trường pháp lý để đảm bảo các cơ chế khuyến khích cũng như các quy định pháp lý có thể thúc đẩy các mô hình kinh doanh phù hợp với kế hoạch phát triển năng lượng tái tạo và sử dụng năng lượng hiệu quả, bao gồm hoạt động đấu giá dịch vụ phụ trợ cân bằng hệ thống và tăng tính linh hoạt nguồn cung và cầu.

Năng lượng tái tạo (điện mặt trời, điện gió và điện rác thải) trong thời gian qua đã có sự phát triển vượt bậc ở nước ta sau các quyết định của Chính phủ về tăng giá mua điện. Tuy nhiên, hiện vẫn tồn tại nhiều rào cản trong phát triển năng lượng tái tạo ở Việt Nam (rào cản thể chế chính sách, rào cản khoa học công nghệ, rào cản hạ tầng). Trong đó, rào cản thể chế, chính sách đang là rào cản lớn nhất đối với sự phát triển bền vững năng lượng tái tạo ở Việt Nam.

Tài liệu tham khảo:

Viện Năng Lượng, "Báo cáo dự thảo lần 3 đề án Quy hoạch phát triển Điện lực Quốc gia thời kỳ 2021 - 2030 tầm nhìn đến năm 2025", tháng 2/2021.

PECC2, "Báo cáo nghiên cứu đấu nối giải tỏa công suất các dự án nhà máy điện mặt trời, điện gió toàn quốc đến năm 2020", tháng 7/2018.

PECC2, "Báo cáo phương án truyền tải công suất các nguồn điện khu vực Nam Trung Bộ 2 (tỉnh Ninh Thuận, Bình Thuận)", tháng 8/2019.

PECC2, "Báo cáo nghiên cứu ảnh hưởng của nguồn điện mặt trời áp mái lên Hệ thống điện", tháng 1/2021.

PECC2, "Báo cáo nghiên cứu phương án giải tỏa công suất các dự án năng lượng tái tạo toàn quốc đến năm 2025", tháng 9/2020.

Chính sách phát triển năng lượng tái tạo; TS. Nguyễn Văn Hội; Viện trưởng Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương.

ẢNH HƯỞNG CỦA THỰC HÀNH KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NHÂN VIÊN TRONG DOANH NGHIỆP

Ths. Phạm Huy Hùng*

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng ảnh hưởng của thực hành kế toán quản trị chiến lược đến sự hài lòng của nhân viên trong các doanh nghiệp ở Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng các tài liệu kết hợp với phỏng vấn trực tiếp các kế toán trưởng, giám đốc tài chính của một số công ty, tập đoàn trên địa bàn thành phố Hà Nội trong khoảng thời gian từ tháng 11/2022 đến tháng 01/2023. Việc thực hành kế toán quản trị chiến lược có thể ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhân viên theo nhiều cách khác nhau, chẳng hạn như: truyền đạt rõ ràng về mục tiêu của tổ chức, khuyến khích và phần thưởng, đào tạo và phát triển, phân bổ nguồn lực và sự tham gia của nhân viên… Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị được đưa ra đối với các doanh nghiệp để giúp họ có những hiểu biết hữu ích thúc đẩy việc thực hiện kế toán quản trị chiến lược nhằm nâng cao sự hài lòng của nhân viên, qua đó đẩy mạnh tăng trưởng và khả năng cạnh tranh của họ trên thị trường toàn cầu.

• Từ khóa: *kế toán quản trị, kế toán quản trị chiến lược, SMA, sự hài lòng.*

This study was conducted to assess the impact of strategic management accounting practices on employee satisfaction in businesses in Vietnam. The study uses documents combined with direct interviews with chief accountants, financial directors of some companies and corporations on the Hanoi city campus between November 2022 and January 2023. The practice of strategic management accounting can affect employee satisfaction in a variety of ways, such as: clear communication of organizational goals, incentives and rewards, training and development, resource allocation, and employee engagement. Based on the results of the study, some recommendations are given to businesses to help them have useful insights to promote the implementation of strategic management accounting to improve employee satisfaction, thereby promoting their growth and competitiveness in the global market.

• Key words: *management accounting, strategic management accounting, SMA, satisfaction.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Đặt vấn đề

Các tổ chức ngày nay hoạt động trong một môi trường cạnh tranh và thay đổi nhanh chóng đòi hỏi phải linh hoạt, đổi mới và có hiệu quả để duy trì sự tăng trưởng và có lợi nhuận. Một cách tiếp cận mà các tổ chức sử dụng để đạt được mục tiêu của họ là thông qua kế toán quản trị chiến lược (SMA), bao gồm việc tích hợp kế toán quản trị với chiến lược của tổ chức. Với mục đích cung cấp thông tin cho phép các tổ chức đưa ra các quyết định chiến lược tốt hơn, SMA liên quan đến việc sử dụng cả thông tin tài chính và phi tài chính để hỗ trợ việc ra quyết định và quản lý. Nó cung cấp một khuôn khổ toàn diện để đánh giá và giám sát hoạt động của tổ chức, cũng như xác định và quản lý rủi ro. Trong khi đó, sự hài lòng của nhân viên là một yếu tố quan trọng trong hoạt động của tổ chức. Những nhân viên hài lòng với công việc sẽ có động lực làm việc, cam kết và làm việc năng suất hơn giúp gia tăng hiệu quả và lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Phương pháp tiếp cận SMA là một lĩnh vực mới giúp các nhà quản lý đưa ra các quyết định phù hợp, hiệu quả. Ở khía cạnh mối quan hệ giữa SMA và sự hài lòng của nhân viên đã thu hút sự quan tâm, chú ý ngày càng tăng của các học giả trên thế giới trong những năm gần đây.

Nghiên cứu của Abd El-Salam và El-Masry (2017), xem xét ảnh hưởng của các hoạt động SMA đối với sự hài lòng của nhân viên trong các công ty sản xuất của Ai Cập. Các tác giả gợi ý rằng, các phương pháp SMA có thể nâng cao sự hài lòng của nhân viên bằng cách cung cấp cho nhân viên thông tin có thể cải thiện hiệu suất công việc của họ và tăng cường sự tham gia của họ vào việc ra quyết định.

Al-Najjar và Hassan (2018), đánh giá tác động của thực hành SMA đối với việc học tập của tổ chức và sự hài lòng trong công việc tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Malaysia. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các thực hành SMA giúp nâng cao khả năng học tập của tổ chức và sự hài lòng trong công việc của nhân viên

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

bằng cách cung cấp cho nhân viên thông tin liên quan và kịp thời để đưa ra quyết định đúng đắn.

Ở Việt Nam, các nghiên cứu về kế toán quản trị chiến lược chủ yếu được thực hiện theo hướng khám phá việc thực hiện và tác động của nó đến các khía cạnh khác nhau của hoạt động doanh nghiệp như hiệu quả tài chính, khả năng cạnh tranh và tính bền vững (Lê Thị Mỹ Nương, 2020; Bùi Thị Trúc Quy, 2020). Các nghiên cứu cũng tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng kế toán quản trị chiến lược, vai trò của công nghệ thông tin trong việc hỗ trợ thực hiện kế toán quản trị chiến lược, những thách thức và cơ hội của việc thực hiện kế toán quản trị chiến lược trong môi trường kinh doanh Việt Nam (Hung, 2022). Trong khi đó, các nghiên cứu về mối quan hệ giữa kế toán quản trị chiến lược và sự hài lòng của nhân viên vẫn còn rất hạn chế.

Do vậy, nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để tìm hiểu thực trạng thực hành SMA có ảnh hưởng ra sao tới sự hài lòng của nhân viên trong các doanh nghiệp tại Việt Nam. Mẫu trong nghiên cứu này được chọn thông qua lấy mẫu có chủ đích, tập trung vào các kế toán trưởng, giám đốc tài chính, những người có ảnh hưởng quan trọng đối với các quá trình thực hành SMA tại doanh nghiệp của họ. Dữ liệu được thu thập thông qua các cuộc phỏng vấn bán cấu trúc với 8 nhà quản lý (trong đó, bao gồm: 4 kế toán trưởng và 4 giám đốc tài chính) của 4 doanh nghiệp (gồm Tập đoàn Vingroup; Tập đoàn FPT; ngân hàng Vietcombank và công ty Vinamilk) tại Hà Nội. Các cuộc phỏng vấn được thực hiện trong khoảng thời gian từ tháng 11/2022 đến tháng 01/2023 trên cơ sở phỏng vấn trực tiếp kéo dài từ 30 phút đến 45 phút mỗi cuộc, nội dung cuộc phỏng vấn được ghi âm và sao chép để phân tích. Dữ liệu được phân tích bằng cách sử dụng phân tích theo chủ đề để xác định các chủ đề và mẫu chính xuất hiện từ các cuộc phỏng vấn. Kết quả nghiên cứu là cơ sở để tác giả đưa ra một số khuyến nghị với các doanh nghiệp giúp họ có những hiểu biết hữu ích thúc đẩy việc thực hiện kế toán quản trị chiến lược nhằm nâng cao sự hài lòng của nhân viên, qua đó đẩy mạnh tăng trưởng và khả năng cạnh tranh của họ trên thị trường toàn cầu.

2. Kế toán quản trị chiến lược và sự hài lòng của nhân viên

2.1. Mối quan hệ giữa kế toán quản trị chiến lược và sự hài lòng của nhân viên

Mối quan hệ giữa SMA và sự hài lòng của nhân viên có thể được giải thích bằng lý thuyết đại diện. Lý thuyết đại diện cho rằng, xung đột nảy sinh giữa các cổ đông và nhà quản lý trong việc theo đuổi các mục tiêu của tổ chức (Bell và Carcello, 2000). Các nhà quản lý có thể được thúc đẩy để tập trung vào lợi ích của họ, điều này có thể không phù hợp với lợi ích của các cổ đông. Xung đột này có thể dẫn đến giảm sự hài lòng của nhân viên, vì các nhà quản lý ưu tiên các khía cạnh khác của tổ chức hơn là sự hài lòng của nhân viên. Thực hành SMA có thể giảm thiểu xung đột này bằng cách cung cấp thông tin liên quan cho việc ra quyết định, điều này gắn kết lợi ích của các cổ đông và người quản lý với lợi ích của nhân viên.

Các nghiên cứu đã chỉ ra mối tương quan tích cực giữa kế toán quản trị chiến lược và sự hài lòng của nhân viên. Chẳng hạn, Chenhall (2003) cho rằng, kế toán quản trị chiến lược cung cấp cho các nhà quản lý thông tin liên quan để ra quyết định, điều này có thể dẫn đến sự hài lòng của nhân viên tốt hơn. Người quản lý có thể sử dụng thông tin này để phân bổ nguồn lực và lập kế hoạch thực hiện. Cách tiếp cận này liên quan đến việc tích hợp các biện pháp tài chính và phi tài chính trong việc quản lý hiệu suất của tổ chức. Các biện pháp phi tài chính, chẳng hạn như sự hài lòng của nhân viên, có thể được sử dụng để cung cấp một cái nhìn toàn diện hơn về hiệu suất của tổ chức, do đó nâng cao sự hài lòng của nhân viên (Subramanian và IsHak, 1998).

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa kế toán quản trị chiến lược và sự hài lòng của nhân viên

Mối quan hệ giữa SMA và sự hài lòng của nhân viên có thể bị ảnh hưởng bởi một số yếu tố, bao gồm văn hóa và giá trị của tổ chức, sự tham gia của nhân viên vào quá trình ra quyết định, phong cách lãnh đạo và đào tạo nhân viên.

Văn hóa và giá trị của tổ chức

Văn hóa và giá trị của tổ chức có thể có tác động đáng kể đến hiệu quả của các hoạt động SMA. Các tổ chức ưu tiên sự hài lòng và gắn kết của nhân viên có nhiều khả năng được hưởng lợi từ việc thực hiện SMA hơn những tổ chức không thực hiện. Theo nghiên cứu, văn hóa tổ chức tích cực giúp nâng cao sự hài lòng, năng suất và sự gắn kết của nhân viên với công việc của họ (Bakker và Leiter, 2010). Văn hóa của một tổ chức xác định các mục tiêu chiến lược của nó và định hình cách nhân viên nhận thức vai trò và trách nhiệm của họ. Những nhân viên cảm thấy được tổ chức của họ đánh giá cao và công nhận sẽ có nhiều khả năng hài lòng và gắn bó hơn (Kashmiri và cộng sự, 2014).

Một nghiên cứu của Rahman và Omar (2018) đã điều tra tác động của văn hóa tổ chức đối với mối quan hệ giữa SMA và hiệu quả hoạt động của tổ chức tại Malaysia. Nghiên cứu cho thấy rằng, văn hóa tổ chức hỗ trợ nâng cao hiệu quả của việc thực hành SMA trong việc cải thiện hiệu suất của tổ chức. Do đó, các

tổ chức ưu tiên sự hài lòng của nhân viên và tạo ra một nền văn hóa hỗ trợ có nhiều khả năng đạt được lợi ích từ việc thực hiện các phương pháp SMA.

Sự tham gia của nhân viên trong quá trình ra quyết định

Mức độ tham gia của nhân viên vào quá trình ra quyết định có thể ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả của các hoạt động SMA. Theo nghiên cứu, những nhân viên tích cực tham gia vào các hoạt động của tổ chức có nhiều khả năng được hưởng lợi từ các hoạt động SMA hơn những người không tham gia (Otley, 1999). Sự tham gia của nhân viên vào quá trình ra quyết định cho phép họ đóng góp các kỹ năng và kiến thức của mình, giúp nâng cao ý thức và trách nhiệm của họ đối với tổ chức (Balkin và Markman, 1985).

Bên cạnh đó, nghiên cứu của Naranjo-Gil và cộng sự (2018) đã điều tra mối quan hệ giữa sự tham gia của nhân viên vào việc lập ngân sách và sự hài lòng trong công việc ở các công ty Tây Ban Nha. Nghiên cứu cho thấy, sự tham gia của nhân viên trong việc lập ngân sách giúp nâng cao sự hài lòng trong công việc và do đó, điều quan trọng là khuyến khích nhân viên tham gia vào các hoạt động lập ngân sách SMA. Do đó, các thực hành SMA liên quan đến sự tham gia của nhân viên trong quá trình ra quyết định giúp nâng cao sự hài lòng của nhân viên.

Phong cách lãnh đạo quản lý

Phong cách lãnh đạo quản lý của tổ chức cũng có ảnh hưởng đến hiệu quả của các hoạt động SMA. Các nhà quản lý cam kết nâng cao sự hài lòng của nhân viên có nhiều khả năng đạt được lợi ích từ việc thực hiện các phương pháp SMA (Abu-Tapanjeh và Al-Jarrah, 2016). Các nhà quản lý ưu tiên sự hài lòng của nhân viên sẽ tạo ra một môi trường làm việc tích cực và thúc đẩy nhân viên đóng góp cho các mục tiêu của tổ chức (Armstrong, 2011).

Ở khía cạnh tương tự, nghiên cứu của Wu và cộng sự (2018) đã xem xét tác động của phong cách lãnh đạo dân chủ đối với sự hài lòng trong công việc của nhân viên tại các bệnh viện Đài Loan. Nghiên cứu cho thấy rằng phong cách lãnh đạo dân chủ nâng cao sự hài lòng trong công việc của nhân viên và gợi ý rằng các nhà quản lý nên tập trung vào việc nâng cao sự hài lòng của nhân viên để cải thiện hiệu suất của tổ chức.

Đào tạo nhân viên về thực hành SMA

Mức độ nhân viên được đào tạo về các thực hành SMA có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả của các thực hành. Nhân viên được đào tạo về thực hành SMA có nhiều khả năng hiểu mục tiêu của tổ chức hơn và điều chỉnh mục tiêu của họ với mục tiêu của tổ chức, do đó nâng cao sự hài lòng của nhân viên (Banker và cộng sự, 2000). Đào tạo nhân viên về thực hành SMA cho phép họ đóng góp vào thành công của tổ chức bằng cách cung cấp cho họ những kỹ năng và kiến thức cần thiết để hiểu cách thực hành SMA phù hợp với các mục tiêu của tổ chức.

Bên cạnh đó, Awomolo và cộng sự (2020) đã điều tra tác động của việc đào tạo nhân viên đối với các hoạt động SMA qua đó ảnh hưởng đến hiệu suất của nhân viên tại các công ty ở Nigeria. Nghiên cứu cho thấy đào tạo nhân viên về thực hành SMA giúp nâng cao hiệu quả của các hoạt động SMA và dẫn đến tăng sự hài lòng của nhân viên.

3. Tác động của kế toán quản trị chiến lược đến sự hài lòng của nhân viên

SMA là một phương pháp kế toán quản trị tập trung vào việc cung cấp thông tin tài chính và phân tích để hỗ trợ quá trình ra quyết định chiến lược của một tổ chức (Bromwich, 1990). Nó liên quan đến sự kết hợp của các kỹ thuật kế toán, tài chính và quản lý để giúp các nhà quản lý xác định và giám sát các chỉ số hiệu suất chính (KPI) quan trọng đối với sự thành công của tổ chức. SMA có cách tiếp cận chiến lược, cung cấp thông tin tài chính giúp các nhà quản lý đưa ra quyết định ảnh hưởng đến sự thành công lâu dài của tổ chức. Theo Tayles và cộng sự (2007) thì mục tiêu chính của SMA là hỗ trợ phát triển, thực hiện các chiến lược tạo ra và duy trì lợi thế cạnh tranh. SMA được xem như một cách tiếp cận giao thoa giữa quản trị chiến lược và kế toán, được hiểu là kế toán đặt trọng tâm cho việc quản trị chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp (Cadez và Guilding, 2008).

SMA mặc dù đã được áp dụng rộng rãi ở các nước phát triển nhưng việc áp dụng SMA ở Việt Nam vẫn còn hạn chế. Nhiều nhà quản lý và nhân viên trong các doanh nghiệp Việt Nam chưa quen với các khái niệm và kỹ thuật của SMA. Do đó, họ không nhận ra những lợi ích tiềm năng của các phương pháp SMA, chẳng hạn như cải thiện quá trình ra quyết định, tăng khả năng cạnh tranh và hiệu suất tốt hơn. Một lý do khác khiến việc áp dụng SMA ở Việt Nam còn thấp là do thiếu các chương trình đào tạo và giáo dục cho các nhà quản lý và nhân viên. Hiện tại có rất ít chương trình đào tạo và giáo dục tập trung vào thực hành SMA tại Việt Nam. Hầu hết các chương trình đào tạo hiện tại tập trung vào các kỹ thuật kế toán truyền thống, không cung cấp cho các nhà quản lý và nhân viên các kỹ năng và kiến thức cần thiết để thực hiện SMA một cách hiệu quả (Lê Thị Mỹ Nương, 2020).

Đối với công ty Vinamilk, một trong những công ty sữa lớn nhất Việt Nam (Vietnam Report, 2022). Kết quả phỏng vấn cho thấy, Vinamilk đã triển khai SMA bằng cách áp dụng hệ thống đo lường hiệu suất để đánh giá hiệu suất của nhân viên và các phòng ban. Họ

cũng thiết lập một hệ thống khen thưởng để thúc đẩy nhân viên đạt được thành tích tốt hơn. Do vậy, công ty đã chứng kiến sự gia tăng năng suất và sự hài lòng của nhân viên và họ đã được công nhận về các hoạt động quản lý nguồn nhân lực, giành giải thưởng «Nơi làm việc tốt nhất châu Á» năm 2017. Tuy nhiên, Vinamilk cũng phải đối mặt với những thách thức trong việc gắn kết mục tiêu của các đơn vị kinh doanh khác nhau với chiến lược tổng thể của công ty. Điều này gây khó khăn cho việc phát triển một tập hợp nhất quán các thông lệ SMA có thể áp dụng cho tất cả các đơn vị kinh doanh. Ngoài ra, việc thiếu minh bạch trong báo cáo tài chính dẫn đến sự thiếu tin tưởng giữa nhân viên và các bên liên quan, ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhân viên.

Đối với Vietcombank, một trong những ngân hàng thương mại lớn nhất Việt Nam. Họ đã thực hiện các hoạt động SMA bằng cách thực hiện phương pháp tiếp cận thẻ điểm cân bằng. Cách tiếp cận này cho phép ngân hàng điều chỉnh chiến lược của mình với các mục tiêu của nhân viên, dẫn đến tăng sự hài lòng và gắn kết của nhân viên. Ngân hàng cũng thiết lập một hệ thống khen thưởng để ghi nhận những nhân viên đã đóng góp vào thành công của ngân hàng. Do vậy, năng suất tăng, cải thiện sự hài lòng của nhân viên và hiệu quả tài chính tốt hơn. Tuy vậy, Vietcombank vẫn gặp phải những thách thức trong việc thực hiện SMA do thiếu sự chuẩn hóa trong các thông lệ kế toán trong toàn ngân hàng. Việc triển khai SMA không nhất quán ở tất cả các bộ phận, dẫn đến chất lượng thông tin được tạo ra không nhất quán. Điều này lại ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhân viên vì nhân viên ở một số bộ phận có quyền truy cập vào thông tin chính xác và phù hợp hơn những bộ phận khác.

Đối với Vingroup, một tập đoàn tại Việt Nam kinh doanh trong lĩnh vực bất động sản, bán lẻ, y tế và giáo dục. Kết quả phỏng vấn cho thấy, họ đã thực hiện SMA bằng cách thiết lập một hệ thống quản lý hiệu suất để đánh giá hiệu suất của nhân viên dựa trên các chỉ số hiệu suất chính (KPI). Hệ thống này cho phép các nhà quản lý xác định các lĩnh vực mà nhân viên cần cải thiện và cung cấp các cơ hội đào tạo và phát triển để giúp họ đạt được mục tiêu của mình. Vingroup cũng đã thực hiện một hệ thống khen thưởng rõ ràng để thúc đẩy nhân viên đạt được thành tích tốt hơn. Kết quả là, công ty đã chứng kiến sự gia tăng về mức độ hài lòng và năng suất của nhân viên trong những năm vừa qua. Bên cạnh đó, sự phức tạp trong hoạt động kinh doanh của Vingroup với nhiều công ty con khác nhau, bao gồm bất động sản, trường học, giải trí và chăm sóc sức khỏe. Mỗi công ty con có những đặc điểm riêng và yêu cầu thực hiện kế toán quản trị chiến lược khác nhau. Do đó, có thể là một thách thức để đảm bảo tính nhất quán và chặt chẽ trong việc thực hiện các thông lệ này trong toàn bộ nhóm.

Đối với Tập đoàn FPT, kết quả phỏng vấn cho thấy, FPT đã triển khai một số thực hành SMA, chẳng hạn như lập ngân sách, đo lường hiệu suất và hệ thống khen thưởng, để đảm bảo rằng nhân viên được trả công xứng đáng và có động lực để đạt được các mục tiêu của công ty. Một trong những hoạt động SMA của FPT là hệ thống đo lường hiệu suất, cho phép nhân viên theo dõi tiến trình của họ và nhận phản hồi về hiệu suất của họ. Hệ thống này được liên kết với các mục tiêu chiến lược của công ty, đảm bảo rằng nhân viên được liên kết với các mục tiêu của công ty. FPT cũng cung cấp các cơ hội đào tạo và phát triển thường xuyên cho nhân viên của mình để nâng cao kỹ năng và kiến thức, từ đó làm tăng sự hài lòng và gắn bó với công việc. Công ty đã thực hiện một hệ thống khuyến khích thưởng cho nhân viên vì những đóng góp của họ cho sự thành công của công ty. Hệ thống này dựa trên hiệu suất của cá nhân và nhóm, đảm bảo rằng nhân viên có động lực để làm việc cộng tác và đạt được mục tiêu của công ty. Ngoài ra, Tập đoàn FPT cung cấp nhiều lợi ích phi tiền tệ khác nhau, chẳng hạn như sắp xếp công việc linh hoạt và các chương trình chăm sóc sức khỏe và thể chất, để nâng cao sự hài lòng của nhân viên. Nhờ SMA, Tập đoàn FPT đã đạt được mức độ hài lòng cao của nhân viên. Trong khảo sát do VietnamWorks thực hiện năm 2019, Tập đoàn FPT được xếp vào top 10 công ty có mức độ hài lòng của nhân viên cao nhất Việt Nam. Công ty cũng đã nhận được nhiều giải thưởng cho hoạt động nhân sự của mình, bao gồm cả «Giải thưởng Nhân sự Việt Nam» năm 2018 và 2019. Tuy nhiên, một trong những khó khăn mà họ gặp phải là phải liên tục thích ứng với sự thay đổi của công nghệ và xu hướng thị trường, FPT cần phải liên tục cập nhật và cải tiến các thông lệ SMA để bắt kịp với những tiến bộ công nghệ đang diễn ra nhanh chóng. Đây có thể là một nhiệm vụ khó khăn và đòi hỏi nguồn lực đáng kể, cả về thời gian và đầu tư tài chính. Bên cạnh đó, đối với cả Tập đoàn Vingroup và Tập đoàn FPT, việc thực hiện các thông lệ SMA đòi hỏi những thay đổi đáng kể trong văn hóa công ty và phong cách quản lý. Điều này có thể tạo ra sự phản đối từ nhân viên và quản lý, những người có thể đã quen với các hoạt động kế toán truyền thống. Do đó, có thể mất thời gian và nỗ lực để thực hiện thành công các thông lệ này và nhận được sự hỗ trợ đầy đủ của tất cả các bên liên quan.

4. Kết luận và khuyến nghị

Việc triển khai SMA trong doanh nghiệp là một bước quan trọng hướng tới việc cải thiện hiệu quả hoạt động tổng thể của tổ chức và nói rộng ra là sự hài lòng của nhân viên. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp gặp khó

khăn trong việc triển khai SMA do thiếu kiến thức, nguồn lực hoặc cam kết. Dựa trên những thành công và khó khăn về sự ảnh hưởng của thực hành SMA trong các doanh nghiệp thông qua kết quả phỏng vấn trực tiếp một số tập đoàn trên địa bàn thành phố Hà Nội, trên cơ sở đó tác giả có các khuyến nghị đối với doanh nghiệp, như sau:

Một là, khuyến khích sự tham gia của nhân viên: Sự tham gia của nhân viên là điều cần thiết trong thực hành SMA. Nhân viên là đối tượng chính sử dụng thông tin do SMA tạo ra và việc họ tham gia vào quy trình SMA có thể giúp đảm bảo rằng thông tin có liên quan và hữu ích. Vì vậy, doanh nghiệp nên tạo ra văn hóa khuyến khích nhân viên tham gia vào quy trình SMA. Điều này có thể đạt được bằng cách tổ chức các hội thảo, buổi đào tạo và các hoạt động xây dựng nhóm nhằm thúc đẩy giao tiếp, hợp tác và sáng tạo giữa các nhân viên. Bằng cách này, nhân viên sẽ có nhiều khả năng hiểu được các mục tiêu của tổ chức và sắp xếp các mục tiêu của họ với các mục tiêu của tổ chức.

Hai là, nuôi dưỡng một nền văn hóa tổ chức tích cực: Văn hóa tổ chức đóng một vai trò quan trọng trong hiệu quả của các hoạt động SMA. Một nền văn hóa tích cực ưu tiên sự hài lòng của nhân viên có nhiều khả năng đạt được lợi ích từ việc thực hiện các phương pháp SMA hơn so với những phương pháp không thực hiện. Do đó, doanh nghiệp nên thúc đẩy văn hóa tổ chức tích cực hỗ trợ sự hài lòng và phát triển của nhân viên. Điều này có thể đạt được bằng cách thúc đẩy giao tiếp cởi mở, cân bằng lành mạnh giữa công việc và cuộc sống, lương thưởng công bằng và cơ hội thăng tiến và phát triển. Khi nhân viên hài lòng với môi trường làm việc của họ, họ có nhiều khả năng đóng góp tích cực hơn cho tổ chức.

Ba là, đầu tư vào đào tạo nhân viên: Đầu tư vào đào tạo nhân viên là một bước quan trọng để thúc đẩy việc thực hiện các thông lệ SMA. Những nhân viên được đào tạo về thực hành SMA có nhiều khả năng hiểu mục tiêu của tổ chức hơn và điều chỉnh mục tiêu của họ với mục tiêu của tổ chức, do đó nâng cao sự hài lòng của nhân viên. Do vậy, doanh nghiệp nên đầu tư vào các chương trình đào tạo nhằm nâng cao kiến thức và kỹ năng của nhân viên trong thực hành SMA. Các chương trình đào tạo nên được thiết kế để đáp ứng các nhu cầu cụ thể của nhân viên và nên được cung cấp theo cách hấp dẫn và nhiều tương tác.

Bốn là, cam kết lãnh đạo: Cam kết của lãnh đạo là một yếu tố thành công quan trọng trong việc thực hiện các thông lệ SMA. Các nhà quản lý cam kết nâng cao sự hài lòng của nhân viên có nhiều khả năng đạt được lợi ích từ việc thực hiện các phương pháp SMA. Vì vậy, doanh nghiệp nên ưu tiên cam kết của lãnh đạo trong việc thực hiện các thông lệ SMA. Điều này có thể đạt được bằng cách bổ nhiệm những người lãnh đạo hiểu rõ tầm quan trọng của các thực hành SMA và tác động của chúng đối với sự hài lòng của nhân viên. Sau đó, những nhà lãnh đạo này nên hướng tới việc tạo ra một nền văn hóa hỗ trợ các thực hành SMA và khuyến khích nhân viên tham gia vào quy trình.

Năm là, thực hiện khen thưởng theo hiệu quả công việc cho nhân viên: Doanh nghiệp có thể thực hiện các biện pháp khen thưởng theo hiệu quả công việc cho nhân viên nhằm khuyến khích họ cải thiện hiệu quả công việc và đóng góp vào sự thành công của tổ chức. Điều này có thể bao gồm tiền thưởng, khuyến mãi hoặc phần thưởng khác dựa trên hiệu suất của họ.

Tài liệu tham khảo:

Abd El-Salam, O., và El-Masry, A. (2017). The Effect of Strategic Management Accounting on Employee Satisfaction: Evidence from Egypt. International Journal of Economics, Commerce and Management.

Abu-Tapanjeh, A. M., và Al-Jarrah, I. M. (2016). The effect of strategic management accounting on organizational performance. International Journal of Business and Management, 1(2), 165-174.

Al-Najjar, I., và Hassan, M. K. (2018). The Impact of Strategic Management Accounting on Organizational Learning and Job Satisfaction in Malaysian Small and Medium Enterprises. Journal of Management and Strategy, 9(2), 1-13.

Armstrong, M. (2011). Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. Kogan Page Publishers.

Awomolo, O., Oladele, O., và Ajayi, O. (2020). Strategic management accounting practices and firm performance in Nigerian SMEs: the mediating effect of competitive advantage. Journal of African Business, 2(3), 385-404.

Bakker, A. B., và Leiter, M. P. (2010). Work engagement: A handbook of essential theory and research. Psychology press.

Banker, R. D., Chang, H., và Pizzini, M. J. (2000). The balanced scorecard: Judgmental effects of common and unique performance measures. The Accounting Review, 5(3), 283-298.

Balkin, D. B., và Markman, G. D. (1985). Patterns of corporate diversification and the theory of the firm. Journal of Law and Economics, 2(2), 209-229.

Bell, T. B., và Carcello, J. V. (2000). A decision aid for assessing the likelihood of fraudulent financial reporting. Auditing: A Journal of Practice và Theory, 19(1), 169-184.

Bromwich, M. (1990). The case for strategic management accounting: the role of accounting information for strategy in competitive markets. Accounting, organizations and society, 15(1-2), 27-46.

Bùi Thị Trúc Quy (2020), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến việc áp dụng kế toán quản trị chiến lược và sự tác động đến thành quả hoạt động tại các doanh nghiệp sản xuất – nghiên cứu ở khu vực Đông Nam Bộ -Việt Nam', Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.

Cadez, S., và Guilding, C. (2008). An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. Accounting, organizations and society, 33(7-8), 836-863.

Chenhall, R. H. (2003). Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future. Accounting, organizations and society, 28(2-3), 127-168.

CIMA. (2012b). Chapter 8: The Modern Business Environment. In 2nd (Ed.), P2 Performance Managemnet – Study textbook: Elsevier and Kaplan.

Hung, P. H. (2022). Influence Of Factors On Responsible Accounting Organization In Enterprises: Evidence From Vietnam. Journal of Positive School Psychology, 6(7), 4112-4130.

Kashmiri, M. A., Shah, M. A., và Jan, F. A. (2014). Strategic management accounting practices and corporate performance: Evidence from Pakistani manufacturing sector. Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, 8(3), 688-704.

Lê Thị Mỹ Nương (2020), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến thực hiện kế toán quản trị chiến lược và sự tác động đến thành quả hoạt động của doanh nghiệp sản xuất Việt Nam', Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.

Naranjo-Gil, D., Hartmann, F. G. H., Pereira, J., và Scarlata, M. R. (2018). Impact of strategic management accounting on decision-making and performance in hospitals. Journal of Business Research, 85, 236-246. doi: 10.1016/j.jbusres.2017.12.041

Nixon, B., và Burns, J. (2012). The paradox of strategic management accounting. Management Accounting Research, 2(4), 229-244.

Ojua, M. O. (2016). Strategic management accounting practices among indigenous Nigerian manufacturing enterprises. Open Science Journal, 1(2), 1-13.

Otley, D., 1999. Performance management: a framework for management controls systems research. Management Accounting. Res. 10 (4), 363–382.

Rahman, M. M., và Omar, N. H. (2018). The effect of strategic management accounting on organizational performance: The mediating role of innovation. Journal of International Studies, 8(2), 162-173.

Simmonds K, 1981, Strategic Management Accounting, Management Accounting, 59(4), 26-29.

Subramanian, R., và IsHak, S. T. (1998). Competitor analysis practices of US companies: An empirical investigation. MIR: Management International Review, 7-23.

Tayles, M., Pike, R. H., và Sofian, S. (2007). Intellectual capital, management accounting practices and corporate performance: Perceptions of managers. Accounting, Auditing và Accountability Journal.

Vietnam Report. (2022). Báo cáo công bố Top 10 công ty uy tín ngành Thực phẩm - Đồ uống năm 2022 tại Việt Nam. Truy cập ngày 26/01/2023, từ https://www.vietnamreport.net/san-pham.html?

Wu, D., Li, D., và Wang, Y. (2018). Strategic management accounting and financial performance: A contingency perspective. Journal of Applied Accounting Research, 9(3), 363-382.

LẠM PHÁT THẾ GIỚI VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH CHO VIỆT NAM

Ths.Nguyễn Trần Minh Trí* - Trần Lê Mạnh Cường - Nguyễn Trọng Cường*****

Nhìn lại tổng thể, tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2020 giảm 3,3%; năm 2021 tăng 5,8% và năm 2022 tăng từ 3,2%. Bình quân ba năm 2020-2022, tăng trưởng đạt khoảng từ 1,6% đến 1,8%, giảm một nửa so với bình quân giai đoạn trước; sẽ tăng trưởng khoảng 3% trong 5 năm tới, thấp nhất trong hơn 30 năm. Vào tháng 3/2023, Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) dự báo trong "Báo cáo triển vọng kinh tế tạm thời": Kinh tế thế thới tăng trưởng 3,2% GDP trong năm 2022, và sẽ tăng trưởng 2,6% GDP năm 2023. Lạm phát tại các nước G20 sẽ giảm từ 8,1% trong năm 2022 xuống 5,9% trong năm 2023 và 4,5% vào năm 2024. Lãi suất ngân hàng trung ương sẽ đạt đỉnh ở mức 5,25% -5,5% tại Mỹ và mức 4,25% ở Khu vực đồng tiền chung châu Âu… Bài viết sẽ cung cấp những số liệu tổng quát về lạm phát thế giới và từ đó đưa ra một số hàm ý chính sách cho Việt Nam.

• Từ khóa: *tăng trưởng kinh tế, lạm phát, chính sách tiền tệ.*

In general, world economic growth in 2020 will decrease by 3.3%; in 2021 increased by 5.8% and in 2022 increased from 3.2%. On average in the three years 2020-2022, the growth rate will reach from 1.6% to 1.8%, down by half compared to the average of the previous period; will grow about 3% in the next 5 years, the lowest in more than 30 years. In March 2023, the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) forecast in its "Interim Economic Outlook Report": The world economy will grow by 3.2% of GDP in 2022, and will increase. 2.6% GDP growth in 2023. Inflation in G20 countries will fall from 8.1% in 2022 to 5.9% in 2023 and 4.5% in 2024. Central bank interest rates will hit peaks at 5.25% -5.5% in the US and 4.25% in the Eurozone.... The article will provide general data on world inflation and then give some policy implications for Vietnam.

• Key words: *economic growth, inflation, monetary policy.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Diễn biến và nguyên nhân lạm phát thời Covid-19 và nửa đầu năm 2023

Ngày 11/4/2023, IMF dự báo KTTG năm 2023 chỉ tăng 2,8% (so mức 3,4% đưa ra năm 2022 và 2.9% tháng 1/2023). Nền kinh tế toàn cầu đang "bước vào giai đoạn nguy hiểm, trong đó tăng trưởng kinh tế vẫn ở mức thấp so với các tiêu chuẩn lịch sử, rủi ro 2023, trong Báo cáo Triển vọng Kinh tế Thế giới công bố, IMF cho rằng lạm phát toàn cầu đã đạt đỉnh 8,8% vào cuối năm 2022, còn năm 2023 là mức 7% (giảm từ mức dự đoán 8,7% đưa ra cuối năm 2022, nhưng vẫn tăng so với dự báo hồi tháng 1/2023 là 6,6%). Lo ngại về lạm phát leo thang, IMF kêu gọi các ngân hàng trung ương toàn cầu tiếp tục duy trì chính sách thắt chặt tiền tệ, cũng như thận trọng chống lạm phát. Đồng thời tài chính gia tăng trong khoảng 90% nền kinh tế phát triển sẽ ghi nhận tốc độ tăng trưởng chậm lại trong năm nay do chính sách tiền tệ thắt chặt tác động đến nhu cầu tiêu dùng, khiến hoạt động kinh tế ở Mỹ và khu vực đồng euro chậm lại; có 25% khả năng tăng trưởng toàn cầu giảm xuống dưới 2% vào năm 2023 và 15% khả năng xảy ra "kịch bản suy thoái nghiêm trọng", tức sản lượng kinh tế trên đầu người trên toàn thế giới sẽ giảm. Kinh tế Mỹ tăng trưởng 1,6% năm 2023.

Khu vực đồng tiền chung Euro sẽ tăng trưởng mờ nhạt 0,8%. Anh, năm 2023 lạm phát sẽ là hai con số và sẽ giảm 0,3% GDP. Nền kinh tế Ukraine dự báo giảm 3% năm 2023. Trung Quốc

** Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam*
*** Công ty CP Giám định và Thẩm định tài sản Việt Nam*
**** Kiểm toán Nhà nước; email: ntrcuong@gmail.com*

sẽ tăng trưởng 5,2% năm 2023. Trong G7, Đức, Nhật Bản, Anh và Pháp nằm trong các nền kinh tế đóng góp nhiều nhất vào tăng trưởng toàn cầu. Việt Nam cũng sẽ đóng góp 1,6% trong 5 năm tới. Theo tính toán của *Bloomberg* dựa trên dữ liệu của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), đến năm 2028, tăng trưởng GDP của Trung Quốc sẽ chiếm 22,6% mức tăng toàn cầu. Ấn Độ theo sau với 12,9%, trong khi Mỹ đóng góp 11,3%.

Theo báo cáo "Triển vọng kinh tế Việt Nam và dự báo trong năm 2023-2024" được ADB công bố sáng 4/4/2023 tại Hà Nội: Kinh tế Trung Quốc dự kiến sẽ tăng trưởng 5% trong năm 2023 và 4,5% vào năm 2024, so với mức tăng trưởng 3% vào năm 2022; Ấn Độ sẽ tăng trưởng 6,4% trong năm 2023 và 6,7% trong năm 2024; Các nền kinh tế Đông Nam Á sẽ tăng trưởng 4,7% trong năm 2023 và 5% vào năm 2024; Lạm phát sẽ giảm tốc xuống 4,2% vào năm 2023 và 3,3% vào năm 2024 sau khi đạt 4,4% vào năm 2022; Việt Nam sẽ tăng trưởng 6,5% năm 2023.

Cơ quan Thống kê Canada (Statscan) ngày 16/5/2023 cho biết, tỷ lệ lạm phát hằng năm của nước này trong tháng 4/2023 đã tăng lên mức 4,4% so với cùng kỳ năm trước và cao hơn mức tăng 4,3% của tháng 3. Ngân hàng TW Canada (BoC) dự báo tỷ lệ lạm phát hằng năm sẽ giảm xuống còn khoảng 3% trong những tháng tới, nhưng việc quay trở lại mục tiêu 2% sẽ mất nhiều thời gian hơn. Ngày 8/3 vừa qua, BoC đã quyết định giữ nguyên lãi suất cơ bản ở mức 4,5%. Đây là lần đầu tiên sau hơn một năm, BoC quyết định không tăng lãi suất và sẵn sàng tăng lãi suất trở lại nếu cần thiết. Quyết định giữ nguyên mức lãi suất lần này của BoC diễn ra sau 8 đợt tăng lãi suất liên tiếp, tổng cộng 4,25% kể từ tháng 3/2022, trong nỗ lực nhằm kiềm chế lạm phát. Lạm phát tại Canada từng đạt mức cao nhất 8,1% trong tháng 6/2022 so với cùng kỳ năm trước đó.

Tại Mỹ - quốc gia đón nhận làn sóng lạm phát sớm nhất trong số các nền kinh tế phát triển, lạm phát lên mức 8,5% trong tháng 3/2022 và trung bình cả năm 2022 cán mốc 8,3%, cao nhất kể từ đầu những năm 1980, do giá lương thực, năng lượng tăng cao và hệ luỵ của các gói kích thích quy mô cực lớn, với tốc độ in tiền chưa có tiền lệ, nhằm phục hồi kinh tế bị tàn phá bởi đại dịch. Bước sang năm 2023, lạm phát ở Mỹ giảm xuống, nhưng rất chậm và lạm phát lõi còn cách mục tiêu 2% khá xa. CPI tháng 4/2023 của Mỹ tăng 4,9% so với cùng kỳ năm 2022, là mức tăng thấp nhất kể từ tháng 4/2021. Tuy vậy, CPI lõi, chỉ số giá đã loại trừ đi giá thực phẩm và năng lượng, vẫn tăng 5,5% so với cùng kỳ và tăng 0,4% so với tháng trước, đúng với kỳ vọng của giới đầu tư. Bộ trưởng Tài chính Mỹ Janet Yellen ngày 7/6/2023 thừa nhận với Ủy ban Tài chính Thượng viện trong phiên điều trần về yêu cầu ngân sách mới nhất của Bộ Tài chính rằng tình trạng lạm phát ở Mỹ hiện tại sẽ không phải "tạm thời", mà còn kéo dài và ở mức cao; Lạm phát thực sự là vấn đề kinh tế hàng đầu của chúng ta vào thời điểm này". Lạm phát Mỹ sẽ vào khoảng 3,1% cả năm 2023 theo dự báo của Văn phòng Ngân sách Quốc hội Mỹ, tức cao hơn nhiều so với mục tiêu 2% của liên bang cho đến cuối năm 2023. kinh tế Mỹ có dấu hiệu tăng trưởng chậm lại và thất nghiệp tăng sau 10 lần FED liên tiếp tăng lãi suất cơ bản USD từ 0%/năm lên trên 5%/năm để kiềm chế lạm phát tiền tệ.

Tại Nga, tỷ lệ lạm phát trong tháng 10/2022 đạt 12,6% so với cùng kỳ năm ngoái và sẽ dao động từ 11-13% trong cả năm 2022 (Trading Economics, 2022). Lạm phát của Nga cũng đã tăng vọt kể từ tháng 3/2022 ngay sau khi Nga phát động chiến sự đặc biệt ở Ukraine. Giá cả một số mặt hàng chủ chốt của Nga cũng tăng mạnh trước các đòn trừng phạt liên tiếp của phương Tây.

Anh là quốc gia trong nhóm các nước công nghiệp phát triển hàng đầu thế giới (G7) ghi nhận mức lạm phát cao nhất trong năm 2022-2023 và sẽ tiếp diễn cho đến năm 2024, khiến mục tiêu lạm phát 2% của Ngân hàng Trung ương Anh (BoE) còn xa mới có thể đạt được. Tỷ lệ lạm phát tại Anh đạt 9% vào tháng 4/2022, mức cao nhất trong vòng 40 năm. Anh vừa đối mặt với mức giá năng lượng tăng cao giống như nhiều nước châu Âu, vừa phải vật lộn với sự tăng giá chóng mặt của các hàng hóa và dịch vụ khác như ở Bắc Mỹ khi nền kinh tế toàn cầu mở cửa trở lại sau dịch Covid-19, và bị trầm trọng thêm bởi các chính sách cấm vận Nga gắn với xung đột ở Ukraine. Trong tháng 4/2022, Anh đứng đầu bảng xếp hạng lạm phát trong nhóm G7 khi mức giá trần năng lượng tăng 54%, đẩy tỷ lệ lạm phát giá năng

lượng hàng năm, bao gồm cả xăng dầu, lên 52%, cao hơn tất cả các nước G7 khác (ví dụ, chỉ tăng 39% ở Italy). Giá năng lượng tăng đóng góp 38% vào lạm phát của Anh, so với 50% ở Pháp và Đức và gần 60% ở Italy và Nhật Bản. Điều này có nghĩa là các hàng hóa và dịch vụ khác chiếm 62% lạm phát ở Anh, so với 74% ở Mỹ và 75% ở Canada. Tại Anh, hơn 80% hàng hóa và dịch vụ được tính trong tỷ lệ lạm phát chính thức đã tăng hơn 3% trong năm qua, cho thấy sự mất cân bằng giữa nhu cầu chi tiêu tiêu dùng và khả năng cung cấp của các công ty, một phần do các rào cản thương mại bổ sung sau Brexit (chỉ Anh rời Liên minh châu Âu-EU).

Ở Hàn Quốc, lạm phát trong tháng 3/2022 tăng 4,1% so với cùng kỳ năm trước - mức tăng nhanh nhất trong hơn 10 năm qua.

Ngay cả tại Nhật Bản, quốc gia từng đối phó tỉ lệ lạm phát cực thấp hoặc vấn đề giảm phát trong nhiều thập kỷ qua, dấu hiệu giá cả tăng cao cũng xuất hiện. Một khảo sát của chính phủ Nhật cho thấy lạm phát đạt 2,7% trong tháng 3-2022, mức cao nhất kể từ năm 2014. Lạm phát ở Nhật Bản dự báo sẽ giảm xuống còn 1,2% trong năm 2023 do tăng trưởng kinh tế chậm lại. Giá năng lượng, giá nhiên liệu, giá thực phẩm và đồ nội thất giảm đã góp phần làm giảm áp lực lạm phát cho nền kinh tế Nhật Bản.

Tuy nhiên, lạm phát tại Trung Quốc ngược với xu hướng trên, lại tương đối thấp, mức trung bình 2,5% trong cả năm 2022 so với Mỹ cùng thời điểm là 8,6%, các nước thuộc khu vực đồng tiền chung euro (eurozone) là 8,1% và trên mức 9% tại Anh...

Có 3 nguyên nhân giải thích tại sao lạm phát ở Trung Quốc đi ngược với Mỹ:

***Thứ nhất*,** Mỹ đã tung gói kích thích kinh tế lớn gây lạm phát tiền tệ. Bản cân đối của Ngân hàng Dự trữ Liên bang (FED) đã phình to gấp đôi, lên mức 8.900 tỉ USD chỉ trong hai năm qua. Ngược lại, Trung Quốc không chấp nhận nới lỏng tài khóa, tiền tệ ồ ạt.

***Thứ hai*,** sự khác nhau trong cách tính rổ CPI tại Trung Quốc và Mỹ. Năm 2021, Trung Quốc thay đổi cấu trúc, tiêu chí, cách đánh giá trong rổ CPI của nước này. Theo đó, mặt hàng lương thực chiếm tỉ trọng 18,4% trong rổ CPI (tại Mỹ là 7,8%), quần áo chiếm 6,2% (Mỹ là 2,8%), chỉ số nhà ở chiếm 16,2% (Mỹ khoảng 32%), vận tải, đi lại chiếm 10,1% (tại Mỹ là 15,1%). Thực tế cho thấy, rổ CPI tại Mỹ phân bổ tỉ trọng lớn hơn về nơi ở, đi lại - cũng chính là hai mảng dịch vụ bị ảnh hưởng nhiều bởi giá nhiên liệu tăng cao cùng với điều kiện chính sách tiền tệ trong nước.

***Thứ ba*,** kinh tế Mỹ phụ thuộc lớn vào hàng hóa tiêu dùng nhập khẩu. Trung Quốc lại là công xưởng sản xuất nên ứng phó hiệu quả hơn trước đà tăng giá của các loại hàng hóa toàn cầu.

Trên thực tế, cảm nhận của người tiêu dùng Trung Quốc về lạm phát có thể còn lớn hơn so với con số được công bố chính thức. Đơn cử, giá xăng dầu tại Trung Quốc tăng cao - do chịu ảnh hưởng của việc dầu thô trên thị trường thế giới hiện tăng tới 68% so với cùng kỳ năm ngoái, khiến nhiều gia đình buộc phải chuyển hướng sang sử dụng phương tiện công cộng hoặc xe điện. Trong giai đoạn từ tháng 1 đến tháng 3/2023, giá gạo tăng 2,2%, giá trứng tăng 6,8%, dầu ăn và rau xanh tăng tương ứng là 3,7% và 8,7% so với cùng kỳ năm trước. Bảo đảm chuỗi cũng ứng nội địa về lương thực và năng lượng vì thế là nhiệm vụ hàng đầu đối với chính phủ Trung Quốc trong kiềm chế lạm phát.

Áp lực lạm phát lan rộng trên toàn cầu bắt nguồn từ nhiều nguyên nhân: i) Giá năng lượng leo thang do nguồn cung bị thu hẹp/đình trệ trước tác động của cuộc chiến Nga - Ukraine. Trong khi nhu cầu năng lượng toàn cầu đang gia tăng đột biến để tái khởi động hoạt động sản xuất sau đại dịch thì việc các quốc gia cắt giảm, thậm chí ngừng nhập khẩu dầu thô và khí đốt từ Nga như một đòn trừng phạt nhắm vào quốc gia này đã khiến nguồn cung năng lượng toàn cầu sụt giảm mạnh. Hệ quả là làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu, dẫn tới giá cả hàng hóa và dịch vụ bị đẩy lên cao; ii) Giá lương thực thực phẩm cũng chứng kiến mức tăng kỷ lục trong bối cảnh xung đột Nga - Ukraine bùng phát bởi đây là hai thị trường xuất khẩu lúa mỳ, ngũ cốc và phân bón chủ yếu của thế giới; iii) Nhu cầu tiêu thụ hàng hóa gia tăng sau hai năm đại dịch cộng với nhiều lao động bị thất nghiệp trong đại dịch đã quay trở lại làm việc khiến thu nhập và nhu cầu chi

tiêu phục hồi; iv) Hệ quả của chính sách tài khóa nới lỏng với các gói cứu trợ và kích thích kinh tế hào phóng của nhiều quốc gia trong suốt hai năm phòng chống dịch bệnh, nhất là ở các quốc gia phát triển.

Sự càn quét của cơn bão lạm phát đã đẩy nền kinh tế thế giới và các quốc gia trước những khó khăn chồng chất:

Một là, hoạt động sản xuất và chi tiêu tiêu dùng bị thu hẹp. Giá cả hàng hóa leo thang kéo theo chi phí sản xuất và chi phí sinh hoạt đồng loạt gia tăng, khiến niềm tin của doanh nghiệp và người tiêu dùng vừa mới phục hồi đã nhanh chóng suy yếu trở lại. Chỉ số niềm tin của người tiêu dùng toàn cầu tháng 10/2022 chỉ còn 45,6 điểm - mức thấp nhất trong vòng một năm qua (IPSOS, 2022). Trong khi đó, chỉ số PMI toàn cầu trong tháng 10/2022 cũng lao dốc xuống 49 điểm, mức thấp nhất kể từ thời điểm đầu năm 2020 (Markit Economics, 2022).

Hai là, tăng trưởng thương mại ở một số quốc gia xuất khẩu cũng hạ nhiệt do chi phí vận tải tăng mạnh và nhu cầu nhập khẩu hàng hóa giảm;

Ba là, để khống chế lạm phát, nhiều quốc gia đã thực thi chính sách tiền tệ thắt chặt thông qua công cụ lãi suất. Tuy nhiên, việc ngân hàng trung ương các quốc gia liên tục tăng lãi suất dẫn tới chi phí đi vay trở nên đắt đỏ hơn, hạn chế khả năng tiếp cận các khoản vay để mở rộng sản xuất của doanh nghiệp cũng như chi tiêu cho các tài sản có giá trị cao như bất động sản của người dân;

Bốn là, trên thị trường lao động, lạm phát tăng vọt khiến thu nhập của người lao động không đủ để đảm bảo cuộc sống, người lao động phải tăng ca, làm thêm giờ hoặc phải làm thêm công việc thứ hai để trang trải chi phí sinh hoạt. Mặc dù lương của người lao động đã được điều chỉnh tăng, song tốc độ tăng lương vẫn chưa đuổi kịp tốc độ leo thang của giá cả hàng hóa. Đây cũng là nguyên nhân dẫn tới làn sóng đình công lan rộng trong năm 2022 tại nhiều quốc gia trên khắp thế giới.

Tại châu Âu, đe dọa về một cuộc khủng hoảng xã hội đang cận kề khi hàng loạt các cuộc đình công đòi tăng lương đã nổ ra ở Đức, Anh, Pháp, Hà Lan hay Tây Ban Nha… trong những lĩnh vực nòng cốt của nền kinh tế như đường sắt, hàng không, cảng biển, dịch vụ bưu chính viễn thông, y tế, và giáo dục... Hàng nghìn chuyến bay đã bị gián đoạn tại Đức, Bỉ, Pháp, Italy, Bồ Đào Nha và Tây Ban Nha trong suốt mùa hè năm 2022.

2. Giải pháp trong đối phó với lạm phát thế giới và hàm ý chính sách cho Việt Nam.

Giải pháp trong đối phó với lạm phát thế giới

Kiểm soát các gói hỗ trợ tài chính và tăng lãi suất là những công cụ nổi bật cơ bản để chống lạm phát cao.

Năm 2022, các ngân hàng trung ương trên toàn cầu đã tiến hành khoảng 300 đợt tăng lãi suất để đối phó lạm phát toàn cầu. Động thái này giúp chặn đà tăng của lạm phát cao trên nhiều nước, song gây nhiều rủi ro, trong đó nổi bật nhất là sự suy giảm kinh tế và tăng áp lực nợ công ở hầu hết các nước có mức lạm phát cao.

Bước sang tháng 6/2023, trên thế giới có 3 xu hướng lãi suất nổi bật: Trong khi Ngân hàng Dự trữ Liên bang Mỹ (Fed) giữ nguyên lãi suất, Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) tăng lãi suất thì Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc (PBOC) lại quyết định giảm lãi suất. Ba quyết định này cho thấy tình hình kinh tế khác nhau ở ba khu vực.

Khác với FED, Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) chiều 15/6/2023 đã quyết định tăng lãi suất cơ bản thêm 0,25 điểm phần trăm, lên 4%. Đây là lần tăng lãi suất lần thứ tám liên tiếp kể từ tháng 7/2022 để chống lại lạm phát cao.

Ngược với động thái của Fed và ECB, ngày 15/6/2023, PBOC đã cắt giảm lãi suất cơ bản, tức lãi cho vay trung hạn (MLF) - lãi suất cho các khoản vay một năm đối với các tổ chức tài chính - thêm 10 điểm cơ bản xuống 2,65%; và bơm hàng tỷ USD vào thị trường tài chính, trong bối cảnh dữ liệu mới cho thấy nền kinh tế Trung Quốc đang chững lại. Bởi vậy, linh hoạt chính sách tài chính-tiền tệ trong chống lạm phát là một trong những nguyên tắc hàng đầu để kiểm soát mặt trái chính sách trong chống lạm phát.

Hàm ý chính sách cho Việt Nam

Hiện nay, ở Việt Nam, trong số các biện pháp tài chính, tiền tệ nhằm hỗ trợ tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy sản xuất, kinh doanh hiện nay, thì giảm lãi suất

cho vay đang trở thành nhu cầu khẩn thiết từ phía cộng đồng doanh nghiệp. Đồng thời, các điều kiện giảm lãi suất cũng đang hội tụ, chín muồi.

Thực tế cũng cho thấy, NHNN đã khá linh hoạt trong điều chỉnh lãi suất điều hành phù hợp với xu hướng lạm phát và lãi suất trên thế giới. Thậm chí, ngay cả khi Cục Dự trữ liên bang Mỹ (FED) và nhiều hàng trung ương của các nước phát triển trên thế giới vẫn tiếp tục tăng lãi suất nội tệ, thì NHNN đã sớm chủ động hạ lãi suất điều hành...

Cụ thể, NHNN đã có 2 lần tăng các mức lãi suất điều hành, với tổng mức tăng 2% và 02 lần lãi suất tiền gửi tối đa bằng VND kỳ hạn dưới 6 tháng tại tổ chức tín dụng (ngày 23/9 và ngày 25/10/2022) với mức tăng tăng 0,8 - 2%/năm; Tăng 1%/năm lãi suất cho vay tối đa bằng VND đối với một số lĩnh vực ưu tiên (vào ngày 25/10/2022). Theo đó, lãi suất tái cấp vốn tăng từ 4%/năm lên 5%/năm; lãi suất tái chiết khấu từ 2,5%/năm lên 3,5%/năm; lãi suất cho vay qua đêm trong thanh toán điện tử liên ngân hàng và cho vay bù đắp thiếu hụt vốn trong thanh toán bù trừ của Ngân hàng Nhà nước đối với tổ chức tín dụng từ 5%/năm lên 6%/năm. Lãi suất tối đa đối với tiền gửi bằng đồng Việt Nam (VND) của tổ chức, cá nhân tại tổ chức tín dụng đối với tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn dưới 1 tháng từ mức 0,2%/năm lên 0,5%/năm; lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng từ 4%/năm lên 5%/năm, riêng lãi suất tối đa đối với tiền gửi bằng VND tại Quỹ tín dụng nhân dân, Tổ chức tài chính vi mô từ 4,5%/năm lên 5,5%/năm; lãi suất tiền gửi có kỳ hạn từ 6 tháng trở lên do tổ chức tín dụng ấn định trên cơ sở cung - cầu vốn thị trường.

Mới đây, để tiếp tục thực hiện chủ trương của Quốc hội, chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về giảm mặt bằng lãi suất, hỗ trợ người dân và doanh nghiệp tăng khả năng tiếp cận vốn, góp phần phục hồi sản xuất kinh doanh Ngân hàng Nhà nước quyết định giảm lãi suất điều hành lần thứ 4 trong năm 2023. Cụ thể, NHNN ban hành 3 Quyết định điều chỉnh các mức lãi suất, có hiệu lực từ ngày 19/6/2023 như sau:

Quyết định số 1123/QĐ-NHNN ngày 16/6, về lãi suất tái cấp vốn, lãi suất tái chiết khấu, lãi suất cho vay qua đêm trong thanh toán điện tử liên ngân hàng và cho vay bù đắp thiếu hụt vốn trong thanh toán bù trừ của Ngân hàng Nhà nước đối với tổ chức tín dung. Theo đó, lãi suất cho vay qua đêm trong thanh toán điện tử liên ngân hàng và cho vay bù đắp thiếu hụt vốn trong thanh toán bù trừ của Ngân hàng Nhà nước đối với tổ chức tín dụng giảm từ mức 5,5%/năm xuống 5%/năm; lãi suất tái cấp vốn giảm từ mức 5,0%/năm xuống 4,5%/năm; lãi suất tái chiết khấu giảm từ mức 3,5%/năm xuống 3,0%/năm.

Tại Quyết định số 1124/QĐ-NHNN ngày 16/6/2023 về mức lãi suất tối đa đối với tiền gửi bằng đồng Việt Nam (VND) của tổ chức, cá nhân tại tổ chức tín dụng theo quy định tại Thông tư số 07/2014/TT-NHNN ngày 17/3/2014. Theo đó, lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn dưới 1 tháng giữ nguyên ở mức 0,5%/năm; lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng giảm từ mức 5,0%/năm xuống 4,75%/năm, riêng lãi suất tối đa đối với tiền gửi bằng VND tại Quỹ tín dụng nhân dân, Tổ chức tài chính vi mô giảm từ mức 5,5%/năm xuống 5,25%/năm; lãi suất tiền gửi có kỳ hạn từ 6 tháng trở lên do tổ chức tín dụng ấn định trên cơ sở cung - cầu vốn thị trường.

Quyết định số 1125/QĐ-NHNN ngày 16/6/2023 về mức lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa bằng VND của tổ chức tín dụng đối với khách hàng vay để đáp ứng nhu cầu vốn phục vụ một số lĩnh vực, ngành kinh tế theo quy định tại Thông tư số 39/2016/TT-NHNN ngày 30/12/2016. Theo đó, lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa bằng VND của tổ chức tín dụng đối với khách hàng vay để đáp ứng nhu cầu vốn phục vụ một số lĩnh vực, ngành kinh tế giảm từ mức 4,5%/năm xuống 4,0%/năm; riêng lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa bằng VND của Quỹ tín dụng nhân dân và Tổ chức tài chính vi mô đối với các nhu cầu vốn này giảm từ mức 5,5%/năm xuống 5,0%/năm.

Dù muốn hay không, tác động hai mặt của việc tăng lãi suất điều hành, huy động và cho vay nêu trên ngày càng đậm dần.

Theo tinh thần đó, khi các áp lực lạm phát và tăng lãi suất thế giới giảm tải, từ ngày 14/3/2023, NHNN Việt Nam đã linh hoạt điều chỉnh giảm mức lãi suất điều hành, bao gồm lãi suất tái chiết khấu giảm từ 4,5%/năm xuống 3,5%/năm và lãi

suất cho vay qua đêm trong thanh toán điện tử liên ngân hàng và cho vay bù đắp thiếu hụt vốn trong thanh toán bù trừ của NHNN đối với tổ chức tín dụng giảm từ 7%/năm xuống 6%/năm. Lãi suất tối đa đã giảm từ 6,0%/năm xuống còn 5,5%/năm đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng và từ 6,5%/năm xuống còn 6,0%/năm đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng. Đây là lần đầu tiên NHNN giảm trần lãi suất huy động trong gần 3 năm gần đây. Còn hai lần điều chỉnh gần nhất vào tháng 9 và 10 năm 2022 thì trần lãi suất huy động đã tăng 0,3 đến 1%/năm.

Tiếp đó, từ ngày 3/4/2023 NHNN tiếp tục giảm lãi suất tái cấp vốn từ mức 6%/năm xuống 5,5%/năm; lãi suất tái chiết khấu giữ nguyên ở mức 3,5%/năm; lãi suất cho vay qua đêm trong thanh toán điện tử liên ngân hàng và cho vay bù đắp thiếu hụt vốn trong thanh toán bù trừ của NHNN đối với TCTD giữ nguyên ở mức 6,0%/năm. Lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn dưới 1 tháng giảm từ mức 1,0%/năm xuống 0,5%/năm; lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng giảm từ 6,0%/năm xuống 5,5%/năm, riêng lãi suất tối đa đối với tiền gửi bằng VND tại quỹ tín dụng nhân dân, tổ chức tài chính vi mô giảm từ 6,5%/năm xuống 6,0%/năm; lãi suất tiền gửi có kỳ hạn từ 6 tháng trở lên do TCTD ấn định trên cơ sở cung-cầu vốn thị trường. Lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa bằng VND của TCTD đối với khách hàng vay để đáp ứng nhu cầu vốn phục vụ một số lĩnh vực, ngành kinh tế giảm từ 5,0%/năm xuống 4,5%/năm; lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa bằng VND của quỹ tín dụng nhân dân và tổ chức tài chính vi mô đối với các nhu cầu vốn này giảm từ 6,0%/năm xuống 5,5%/năm. Lãi suất đối với tiền gửi bằng VND của Kho bạc Nhà nước, Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam giảm từ 0,8%/năm xuống 0,5%/năm; lãi suất đối với tiền gửi bằng ngoại tệ của Kho bạc Nhà nước giữ ở mức 0%/năm. Lãi suất đối với tiền gửi bằng VND của Ngân hàng Phát triển Việt Nam, Ngân hàng Chính sách xã hội, quỹ tín dụng nhân dân, tổ chức tài chính vi mô giảm từ 0,8%/năm xuống 0,5%/năm.

Mới đây, NHNN lại ban hành 2 Quyết định có hiệu lực từ ngày 25/5/2023. Theo đó, Quyết định số 950/QĐ-NHNN ngày 23 tháng 5 năm 2023 NHNN tiếp tục giảm lãi suất cho vay qua đêm trong thanh toán điện tử liên ngân hàng và cho vay bù đắp thiếu hụt vốn trong thanh toán bù trừ của Ngân hàng Nhà nước đối với tổ chức tín dụng giảm từ mức 6%/năm xuống 5,5%/năm; lãi suất tái cấp vốn giảm từ mức 5,5%/năm xuống 5%/năm; riêng lãi suất tái chiết khấu giữ nguyên ở mức 3,5%/năm. Còn theo Quyết định số 951/QĐ-NHNN ngày 23 tháng 5 năm 2023, NHNN điều chỉnh giảm mức lãi suất tối đa đối với tiền gửi bằng đồng Việt Nam (VND) của tổ chức, cá nhân tại tổ chức tín dụng như: lãi suất tối đa áp dụng đối với tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng giảm từ 5,5%/năm xuống 5%/năm; lãi suất tối đa đối với tiền gửi bằng VND tại quỹ tín dụng nhân dân, tổ chức tài chính vi mô giảm từ 6%/năm xuống 5,5%/năm với các kỳ hạn từ 6 tháng trở lên do tổ chức tín dụng tự ấn định trên cơ sở cung - cầu vốn thị trường.

Linh hoạt lãi suất điều hành trong sự phối hợp hài hòa, chặt chẽ với chính sách tài khóa và các chính sách kinh tế vĩ mô khác để phấn đấu giảm lãi suất và duy trì động lực vay đối với doanh nghiệp, người dân, hỗ trợ phục hồi tăng trưởng kinh tế... đã, đang và sẽ tiếp tục là yêu cầu, thước đo và cách thức quan trọng nâng cao hiệu quả điều hành chính sách tiền tệ, nhằm góp phần kiểm soát lạm phát, sự ổn định và tăng trưởng lành mạnh thị trường tài chính- tiền tệ và toàn bộ đời sống kinh tế-xã hội đất nước trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng của nền kinh tế Việt Nam.../.

Tài liệu tham khảo:

https://baotintuc.vn/phan-tichnhan-dinh/tai-sao-lam-phat-tai-trung-quoc-thap-hon-nhieu-so-voi-my-va-chau-au-20220617104324454.htm;

https://baotintuc.vn/the-gioi/chuyen-gia-kinh-te-du-bao-lam-phat-tai-anh-cao-nhat-nhom-g7-20220612065151574.htm;

https://zingnews.vn/my-du-kien-lam-phat-van-cao-va-keo-dai-post1324462.html;

https://baoquocte.vn/chi-so-gia-tieu-dung-cua-phap-o-muc-cao-nhat-trong-gan-40-nam-180545.html;

https://nld.com.vn/thoi-su-quoc-te/no-luc-ha-nhiet-lam-phat-20220414212459791.htm;

Đặc san Toàn cảnh thị trường ngân hàng 2023;

https://www.tinnhanhchungkhoan.vn/lo-hieu-ung-tre-cua-lai-suat-post323771.html;

https://baotintuc.vn/the-gioi/ba-quyet-dinh-khac-nhau-ve-lai-suat-cua-my-chau-au-va-trung-quoc-20230616114123801.htm;

https://www.tinnhanhchungkhoan.vn/ecb-tang-lai-suat-len-muc-cao-nhat-trong-22-nam-post323939.html.

BANCASSURANCE - LỢI ÍCH VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI NGÂN HÀNG VÀ CÔNG TY BẢO HIỂM

Ths. Phạm Thị Ngọc Lan*

Bancassurance là một hình thức kinh doanh phát triển mạnh mẽ trong ngành tài chính trên toàn thế giới. Đây là một mô hình kinh doanh kết hợp giữa ngân hàng và công ty bảo hiểm, trong đó các sản phẩm bảo hiểm được bán thông qua các kênh phân phối của ngân hàng. Việc kết hợp các sản phẩm bảo hiểm với các sản phẩm và dịch vụ tài chính khác của ngân hàng đã tạo ra một mô hình kinh doanh tích cực cho cả ngân hàng và công ty bảo hiểm. Tuy nhiên bên cạnh những lợi ích, hoạt động này cũng đem lại những thách thức lớn. Những lợi ích và thách thức của Bancassurance, tìm hiểu hoạt động này ở một số quốc gia trên thế giới và ở Việt Nam được trình bày trong bài viết. Trên cơ sở đó tác giả đề xuất một số khuyến nghị để bancassurance ở Việt Nam hoạt động hiệu quả.

• Từ khóa: *Bancassurance, bảo hiểm, ngân hàng, Việt Nam.*

Bancassurance is a thriving business in the financial industry worldwide. This is a business model that combines a bank and an insurance company, in which insurance products are sold through the bank's distribution channels. The combination of insurance products with other financial products and services of the bank has created a positive business model for both the bank and the insurance company. However, besides the benefits, this activity also brings great challenges. The benefits and challenges of Bancassurance, learn about this activity in some countries around the world and in Vietnam are presented in the article. On that basis, the author proposes some recommendations for effective bancassurance in Vietnam.

• Key words: *Bancassurance, insurance, banking, Vietnam.*

Ngày nhận bài: 30/6/2023
Ngày gửi phản biện: 03/7/2023
Ngày nhận kết quả phản biện: 10/7/2023
Ngày chấp nhận đăng: 12/7/2023

1. Bancassurance là gì?

Bancassurance (phân phối bảo hiểm qua ngân hàng) là một thuật ngữ trong ngành tài chính được sử dụng để mô tả việc bán các sản phẩm bảo hiểm thông qua các kênh phân phối của ngân hàng. Nghĩa là các sản phẩm bảo hiểm được bán thông qua các chi nhánh, nhân viên hoặc kênh trực tuyến của các ngân hàng, thay vì thông qua đại lý của các công ty bảo hiểm truyền thống.

2. Lợi ích và hạn chế của Bancassurance

Việc kết hợp các sản phẩm bảo hiểm với các sản phẩm và dịch vụ tài chính khác của ngân hàng đã tạo ra một mô hình kinh doanh tích cực cho cả ngân hàng và công ty bảo hiểm. Ngân hàng có thể tăng doanh số bằng cách bán các sản phẩm bảo hiểm cho khách hàng hiện tại của họ và thu phí từ hoa hồng và các khoản phí khác được trả bởi các công ty bảo hiểm. Các công ty bảo hiểm có thể tiếp cận được với nhiều khách hàng hơn thông qua các kênh phân phối rộng lớn của các ngân hàng. Hoạt động Bancassurance đem lại nhiều lợi ích cho cả ngân hàng và công ty bảo hiểm và các bên liên quan khác. Dưới đây là một số lợi ích của hoạt động Bancassurance:

Lợi ích cho ngân hàng: Ngân hàng có thể mở rộng danh mục sản phẩm và dịch vụ của mình bằng cách cung cấp các sản phẩm bảo hiểm thông qua các kênh phân phối của mình. Điều này có thể tăng doanh số bán hàng, đồng thời củng cố và tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường tài chính.

Lợi ích cho công ty bảo hiểm: Công ty bảo hiểm có thể sử dụng các kênh phân phối của ngân hàng để tiếp cận với một lượng khách hàng lớn và tiềm năng. Điều này giúp tăng doanh số bán hàng, đồng thời giúp cải thiện chi phí marketing và quảng cáo của công ty.

Lợi ích cho khách hàng: Khách hàng được cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tài chính và bảo hiểm tại một điểm duy nhất, tiện lợi hơn khi so sánh và

** ĐH Văn Lang; email: Lan.ptn@vlu.edu.vn*

chọn lựa. Khách hàng cũng có thể được cung cấp các giải pháp tài chính và bảo hiểm phù hợp với nhu cầu của họ.

Lợi ích cho toàn cầu: Hoạt động Bancassurance giúp cải thiện quy trình kinh doanh và tiết kiệm chi phí cho cả ngân hàng và công ty bảo hiểm, đồng thời tạo ra một môi trường kinh doanh tích cực và có lợi cho ngành tài chính toàn cầu.

Bên cạnh các lợi ích mà Bancassurance mang lại, hoạt động này cũng có một số hạn chế như sau:

Thiếu chuyên môn: Ngân hàng không phải là chuyên gia về bảo hiểm, điều này có thể làm cho việc bán sản phẩm bảo hiểm không hiệu quả và dẫn đến tình trạng mâu thuẫn về lợi ích giữa ngân hàng và khách hàng.

Mâu thuẫn lợi ích: Ngân hàng và công ty bảo hiểm thường có mục tiêu và lợi ích khác nhau, đôi khi việc cung cấp sản phẩm bảo hiểm có thể gây ra xung đột lợi ích giữa hai bên.

Khó khăn trong việc quản lý rủi ro: Khi bán các sản phẩm bảo hiểm, ngân hàng phải đảm bảo rằng các sản phẩm này phù hợp với nhu cầu và khả năng chi trả của khách hàng. Nếu không, ngân hàng có thể đối mặt với những vấn đề pháp lý và thiệt hại về uy tín.

Tác động đến hình ảnh thương hiệu: Nếu ngân hàng không quản lý hoạt động Bancassurance cẩn thận, hoạt động này có thể ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh thương hiệu của ngân hàng, khiến khách hàng mất niềm tin và tìm kiếm các dịch vụ tài chính ở nơi khác.

Sự cạnh tranh từ các đối thủ khác: Các công ty bảo hiểm độc lập cũng có thể cung cấp các sản phẩm bảo hiểm trực tiếp đến khách hàng thông qua các kênh phân phối khác, đối thủ truyền thống như các nhà môi giới bảo hiểm và các kênh trực tuyến. Việc này có thể làm giảm lợi thế cạnh tranh của hoạt động Bancassurance của ngân hàng.

3. Thách thức của Bancassurance

Không thể phủ nhận các lợi ích Bancassurance đem lại tuy nhiên cũng có rất nhiều thách thức khi triển khai hoạt động này. Một số thách thức của Bancassurance có thể kể đến như:

Quản lý rủi ro: Ngân hàng và công ty bảo hiểm phải có một quy trình chặt chẽ để quản lý rủi ro. Việc bảo vệ khách hàng khỏi các sản phẩm bảo hiểm không phù hợp và rủi ro pháp lý khi có tranh chấp là rất quan trọng. Do đó, ngân hàng và công ty bảo hiểm phải thường xuyên cập nhật và nghiên cứu các quy định mới của pháp luật để đảm bảo tính hợp pháp và minh bạch trong hoạt động này.

Đào tạo nhân viên: Nhân viên ngân hàng cần phải có kiến thức chuyên môn về bảo hiểm để có thể giải đáp thắc mắc của khách hàng và tư vấn cho khách hàng mua các sản phẩm bảo hiểm phù hợp với nhu cầu của họ. Do đó, ngân hàng cần đầu tư việc đào tạo nhân viên và đảm bảo họ có đủ kiến thức và kỹ năng để phục vụ khách hàng.

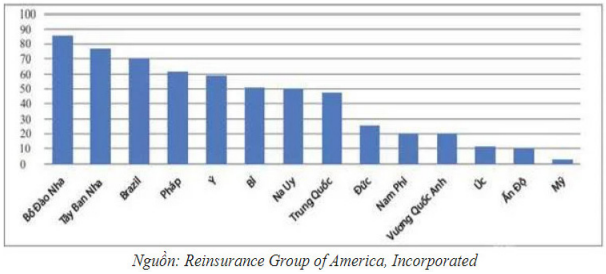
Quản lý quan hệ khách hàng: Ngân hàng phải đảm bảo rằng các khách hàng được phục vụ tốt và đáp ứng nhu cầu của họ. Việc thường xuyên liên lạc và cập nhật thông tin cho khách hàng là rất quan trọng để giữ chân khách hàng và tăng cường sự hài lòng của khách hàng.

Đối thủ cạnh tranh: Các ngân hàng và công ty bảo hiểm phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các đối thủ khác trên thị trường. Để thành công trong hoạt động Bancassurance, các ngân hàng cần phải tạo ra các sản phẩm bảo hiểm phù hợp và đáp ứng nhu cầu của khách hàng, cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ của mình.

3. Hoạt động Bancassurance trên thế giới

Trên thế giới, bancassurance đang trở thành một phần không thể thiếu của ngành tài chính, hoạt động này đã phát triển mạnh mẽ tại nhiều quốc gia trên thế giới trong những năm gần đây, đặc biệt là ở châu Âu và châu Á. Tỷ trọng kinh doanh bancassurance ở một số khu vực trên thế giới có thể khác nhau tùy thuộc vào điều kiện kinh tế, văn hóa và pháp lý của từng quốc gia. Tỷ trọng kinh doanh Bancassurance ở khu vực châu Âu, Trung Đông, châu Phi, châu Á và các khu vực châu Đại dương năm 2016 được thể hiện trong Biểu đồ 1.

Xu hướng toàn cầu trong hoạt động Bancassurance



Nguồn: Reinsurance Group of America, Incorporated

Theo quan sát, các nước châu Âu thống trị thị trường Bancassurance. Trong đó, Bồ Đào Nha chiếm kỷ lục với thị phần cao nhất là 86% và Hoa Kỳ ở tỷ trọng thấp nhất là 3%. Tất cả các nước châu Âu ghi nhận mức tăng trưởng hơn 50%. Tỷ lệ này của Nam Phi và Vương quốc Anh ở mức là 20%, Úc là 11% và Ấn Độ là 10%.

Bancassurance đã và đang có ý nghĩa quan trọng ở hầu hết các quốc gia trên toàn thế giới. Quy mô thị trường toàn cầu của Bancassurance đạt khoảng 1.166 tỷ USD vào năm 2018, 1.268 tỷ USD vào năm 2021 và dự kiến đạt 1.665 tỷ USD vào năm 2024, tăng trưởng với tốc độ là 5,9% trong giai đoạn 2022 - 2027 (Bhakat và cộng sự, 2021). Tỷ trọng kinh doanh bancassurance có sự khác biệt đáng kể giữa các khu vực trên thế giới, tuy nhiên, đây là một hình thức kinh doanh tài chính được ưa chuộng và đang phát triển trong nhiều thị trường.

4. Hoạt động Bancassurance tại Việt Nam

Tại Việt Nam, Bancassurance đã phát triển và trở thành một phần không thể thiếu của hoạt động tài chính của các ngân hàng. Các ngân hàng lớn tại Việt Nam đã thành công trong việc triển khai Bancassurance, trong đó có Agribank, Vietcombank, VietinBank, BIDV, Techcombank và Sacombank. Các sản phẩm bảo hiểm thông qua Bancassurance ở Việt Nam bao gồm bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm tai nạn, bảo hiểm sức khỏe, bảo hiểm xe và bảo hiểm tài sản.

Tỷ trọng kinh doanh Bancassurance ở Việt Nam đã tăng đáng kể trong những năm gần đây, đặc biệt là từ năm 2016 trở đi. Theo báo cáo của Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam (VIA), tỷ trọng bancassurance trong tổng số ngành bảo hiểm tại Việt Nam đã tăng từ khoảng 5% vào năm 2010 lên đến khoảng 20% vào năm 2019. Năm 2020, Bancassurance là kênh phân phối bảo hiểm phát triển nhanh nhất tại Việt Nam, chiếm khoảng 37% tổng giá trị các hợp đồng bảo hiểm mới, trong đó bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm sức khỏe là hai loại sản phẩm được ưa chuộng nhất trong hoạt động bancassurance tại Việt Nam.

5. Kết luận và khuyến nghị

Hoạt động bancassurance ở Việt Nam đạt được kết quả kể trên là do cộng hưởng của nhiều yếu tố: một là các sản phẩm bảo hiểm được bán thông qua kênh ngân hàng ngày càng đa dạng; hai là chiến lược kinh doanh của các công ty bảo hiểm và ngân hàng ngày càng chuyên nghiệp; ba là có sự hỗ trợ của pháp luật và chính sách của chính phủ đóng góp vào sự phát triển của bancassurance. Tuy nhiên, hoạt động bancassurance tại Việt Nam còn gặp nhiều thách thức, bao gồm quản lý rủi ro, đào tạo nhân viên và quản lý quan hệ khách hàng,… Để bancassurance ở Việt Nam hoạt động hiệu quả, có thể thực hiện các giải pháp sau:

- Tăng cường đào tạo và nâng cao năng lực nhân viên: Nhân viên ngân hàng cần được đào tạo về kiến thức bảo hiểm và kỹ năng tư vấn bán hàng để có thể cung cấp cho khách hàng những giải pháp bảo vệ tài chính tốt nhất.

- Tập trung vào sản phẩm bảo hiểm phù hợp với nhu cầu thị trường Việt Nam: Ngân hàng cần cung cấp các sản phẩm bảo hiểm phù hợp với nhu cầu và tình hình kinh tế xã hội của Việt Nam, như bảo hiểm y tế, bảo hiểm du lịch, bảo hiểm tai nạn, bảo hiểm nhân thọ...

- Phát triển mạng lưới phân phối và tiếp cận khách hàng đa dạng: Ngân hàng cần phát triển mạng lưới phân phối rộng khắp để tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng hơn, bao gồm cả khách hàng cá nhân và doanh nghiệp.

- Tăng cường quản lý rủi ro: Ngân hàng cần đảm bảo quản lý rủi ro của các sản phẩm bảo hiểm được thực hiện chặt chẽ để đảm bảo tính bền vững của hoạt động bancassurance.

- Áp dụng công nghệ thông tin vào hoạt động bancassurance: Việc áp dụng công nghệ thông tin giúp cho ngân hàng tiết kiệm chi phí và thời gian trong việc quản lý và giám sát các sản phẩm bảo hiểm.

- Tích cực quảng bá và marketing: Ngân hàng cần tăng cường quảng bá và marketing để tăng độ nhận thức của khách hàng về sản phẩm và dịch vụ bancassurance.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng: Ngân hàng cần cung cấp cho khách hàng dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt nhất để tạo sự tin tưởng và thu hút khách hàng sử dụng sản phẩm và dịch vụ bancassurance.

- Hoàn thiện hành lang pháp lý: xây dựng hành lang pháp lý đầy đủ và kịp thời nhằm tạo cơ sở pháp lý đầy đủ giúp đẩy mạnh sự hợp tác giữa ngân hàng và bảo hiểm, làm rõ các quy định về phân định trách nhiệm của ngân hàng và công ty bảo hiểm trong trường hợp ngân hàng làm đại lý bảo hiểm nhưng có hành vi vi phạm điều cấm trong hoạt động đại lý.

Tài liệu tham khảo:

Bhakat, R. S., Goel, S., Kumar, R., Reddy, I. L., & Sreelatha, P. 2. (2021). Is Bancassurance Alive? The Global Trends and Opportunities;

Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm-Bộ Tài chính (2021), Bản tin Thị trường bảo hiểm toàn cầu số 11+12+1 ngày 29/01/2021;

Đinh Văn Linh, Thực trạng thi hành các quy định về Bancassurance: Những vấn đề pháp lý đặt ra và phương hướng hoàn thiện, Tạp chí Công Thương, ngày 21/6/2020;

Hồng Chi (2022). Năm 2022, Bancassurance tiếp tục bùng nổ doanh thu, truy cập từ https://thoibaotaichinhvietnam.vn/nam-2022-bancassurance-tiep-tuc-bung-no-doanh-thu-106297-106297.html;

Trần Thị Yến Vinh (2021). Phân tích tính hai mặt của Bancassurance tại Việt Nam. Tạp chí Công Thương, Số 13, tháng 6/2021;

Trịnh Ngọc Lan, Tọa đàm khoa học "Quản lý, phát triển Bancassurance tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp", Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ số 6/2020.

Trang web: https://www.pjico.com.vn/bancassurance-tai-viet-nam-co-hoi-thach-thuc-va-xu-huong-phat-trien.html