

# Tạp chí Nghiên cứu TÀI CHÍNH KẾ TOÁN

## TỔNG BIÊN TẬP

GS.TS. NGUYỄN TRỌNG CƠ

## PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

PGS.TS. TRƯƠNG THỊ THÙY

## CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. NGÔ THẾ CHI

## ỦY VIÊN HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. ĐINH VĂN SƠN

GS.TS. TRẦN VĂN NHUNG

GS. JON SIBSON

GS. NICK HAND

GS. MARK HOLMES

GS.TS. VŨ VĂN HÓA

GS.TS. NGUYỄN ĐÌNH ĐỒ

GS.TS. ĐOÀN XUÂN TIẾN

GS.TS. CHÚC ANH TỬ

PGS.TS. NGUYỄN ĐÀO TÙNG

PGS.TS. VŨ VĂN NINH

PGS.TS. PHẠM NGỌC ÁNH

PGS.TS. PHẠM VĂN LIÊN

PGS.TS. NGUYỄN VŨ VIỆT

PGS.TS. TRẦN XUÂN HẢI

PGS.TS. LÊ XUÂN TRƯỜNG

PGS.TS. NGUYỄN BẢ MINH

PGS.TS. LƯU ĐỨC TUYÊN

PGS.TS. NGUYỄN MẠNH THIỀU

PGS.TS. NGUYỄN LÊ CƯỜNG

PGS.TS. SIMONE DOMENICO SCAGNELLI

PGS. CHUNG TRAN

PGS.TS. VŨ DUY NGUYỄN

PGS.TS. NGÔ THANH HOÀNG

TS. NGUYỄN VĂN BÌNH

TS. LÊ THỊ THÙY VÂN

TS. NGUYỄN THỊ LAN

TS. LƯU HỮU ĐỨC

TS. LƯƠNG THỊ ÁNH HOA

## TRỊ SỰ

PGS.TS. NGÔ THANH HOÀNG

## THƯ KÝ TÒA SOẠN

Ths. NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN

ĐT: 0904755576

## HỖ TRỢ TRỰC TUYẾN

Ths. NGÔ VŨT BÔNG

Ths. VŨ THỊ DIỆU LOAN

Ths. HOÀNG HỮU SƠN

## TÒA SOẠN

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

Điện thoại: 024.32191967

E-mail: tapchinctckt@hvtc.edu.vn

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

<https://tapchinctckt.hvtc.edu.vn/?language=en-US>

## KINH TẾ, TÀI CHÍNH VĨ MÔ

5 Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2020-2023 và giải pháp đến năm 2030

TS. Nguyễn Thị Hằng  
GS.TS. Ngô Thế Chi

9 Lý thuyết và thực tiễn về phân cấp tài khóa ở Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020

TS. Phạm Thu Hằng

14 Vai trò của ngành bất động sản Việt Nam và một số khuyến nghị về chính sách thuế để điều tiết

TS. Nguyễn Thị Hoa

## NGHIÊN CỨU TRAO ĐỔI

18 Mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết

PGS.TS. Phạm Văn Đăng - GS.TS. Vũ Văn Hóa  
PGS.TS. Đỗ Đức Tài

23 Tổng quan về kế toán đối thủ cạnh tranh

TS. Nguyễn Thành Hưng

29 Nhân tố tác động đến nguy cơ phá sản của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam ngành sản xuất thực phẩm đồ uống

Ths. Nguyễn Thị Thu Hằng  
Ths. Lê Ngọc Cường

34 Kế toán chi phí môi trường trong thúc đẩy chuyển đổi xanh tại các doanh nghiệp Việt Nam

Ths. Nguyễn Bá Linh

38 Thanh khoản và tỷ suất sinh lợi thị trường chứng khoán: Nghiên cứu thực nghiệm tại thị trường chứng khoán Việt Nam

TS. Đỗ Đoàn Trang  
Ths. Nguyễn Việt Hằng - Ths. Võ Hoàng Oanh

42 Đánh giá ảnh hưởng của cấu trúc sở hữu tới khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại Việt Nam

TS. Nguyễn Thế Anh

**47** Vai trò của vốn con người trong việc hình thành ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên kinh tế tại Thành phố Hồ Chí Minh

**Ths. Nguyễn Minh Hiếu - Ths. Nguyễn Thị Bích Duyên  
TS. Nguyễn Thị Hồng Nguyệt**

**52** Vai trò của các bên về hỗ trợ việc làm cho người lao động trong bối cảnh chuyển đổi số

**Đoàn Thị Yến**

## **TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP**

**56** Khả năng áp dụng chuẩn mực kế toán quốc tế vào hệ thống các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam hiện nay: Thực trạng và một số khuyến nghị

**PGS.TS. Trương Thị Thủy - TS. Đào Ngọc Hà**

**60** Giải pháp thúc đẩy thương mại hóa sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Nam Định

**TS. Nguyễn Anh Đức - PGS.TS. Nguyễn Tuấn Sơn**

**68** Quản lý phát triển nhân lực ngành ngân hàng ở Việt Nam

**PGS.TS. Nguyễn Xuân Trung  
Nguyễn Hoài Phương**

**74** Một số giải pháp cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh đến năm 2030

**PGS.TS. Đỗ Huy Hà - Ths. Lê Hữu Phương**

**78** Xây dựng chiến lược dữ liệu nâng cao lợi thế cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp

**TS. Nguyễn Văn Thủy**

**83** Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ xe công nghệ của giới trẻ trên địa bàn TP. Hà Nội

**TS. Nguyễn Bảo Ngọc**

**88** Kế toán sáng tạo trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam

**TS. Hoàng Đình Hương**

## **KINH TẾ, TÀI CHÍNH QUỐC TẾ**

**94** Kinh nghiệm nhận diện chi phí và tính giá dịch vụ giáo dục đào tạo trên thế giới

**TS. Nguyễn Thị Thúy Nga**

In tại Nhà xuất bản Thống kê - Giấy phép số: 144/GP-BTTTT ngày 28/3/2016  
In xong và nộp lưu chiểu tháng 02 năm 2024.

# Journal of FINANCE & ACCOUNTING RESEARCH

## EDITOR IN CHIEF

PROFESSOR NGUYEN TRONG CO

## ASSOCIATE EDITOR

ASSOCIATE PROFESSOR TRUONG THI THUY

## CHAIRMAN OF EDITORIAL BOARD

PROFESSOR NGO THE CHI

## MEMBERS OF EDITORIAL BOARD

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

## MANAGER

ASSOCIATE PROFESSOR NGO THANH HOANG

## SECRETARY

MASTER NGUYEN THI THANH HUYEN  
Phone: 0904755576

## ONLINE SUPPORT

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

## EDITORIAL OFFICE

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

Phone: 024.32191967

Email: [tapchinctkt@hvtc.edu.vn](mailto:tapchinctkt@hvtc.edu.vn)

Website: <https://tapchitckt.hvtc.edu.vn/>

<https://tapchitckt.hvtc.edu.vn/?language=en-US>

## MACROECONOMICS AND FINANCE

5 Vietnam's export of agricultural, forestry and aquatic products from 2020 to 2023 and solutions until 2030

PhD. Nguyen Thi Hang

Prof.PhD. Ngo The Chi

9 Theory and practice of delegation of fiscal authority in Vietnam from 2016 to 2020

PhD. Pham Thu Hang

14 The role of vietnam's real estate sector and some recommendations on tax policies for regulation

PhD. Nguyen Thi Hoa

## STUDY EXCHANGE

18 Level of accounting information disclosure in listed securities companies

Assoc.Prof.PhD. Pham Van Dang

Prof.PhD. Vu Van Hoa

Assoc.Prof.PhD. Do Duc Tai

23 Overview of competitor accounting

PhD. Nguyen Thanh Hung

29 Factors impacting bankruptcy risk of listed companies in Vietnam's food and beverage industry

MSc. Nguyen Thi Thu Hang

MSc. Le Ngoc Cuong

34 Environmental cost accounting in promoting green transformation in Vietnamese businesses

MSc. Nguyen Ba Linh

38 Liquidity and profitability ratios in the stock market: An experimental study in the Vietnamese stock market

PhD. Do Doan Trang

MSc. Nguyen Viet Hang - MSc. Vo Hoang Oanh

42 Evaluating the influence of ownership structure on the profitability of Vietnamese commercial banks

PhD. Nguyen The Anh

**47** The role of human capital in forming intentions to start online businesses among economics students in Ho Chi Minh City

**MSc. Nguyen Minh Hieu - MSc. Nguyen Thi Bich Duyen  
PhD. Nguyen Thi Hong Nguyet**

**52** The roles of the parties in supporting employment for workers in the context of digital transformation

**Doan Thi Yen**

### **CORPORATE FINANCE**

**56** The ability to apply international accounting standards to the current system of small and medium-sized enterprises in Vietnam: Current status and some recommendations

**Assoc.Prof.PhD. Truong Thi Thuy - PhD. Dao Ngoc Ha**

**60** Solutions to promote OCOP product commercialization in Nam Dinh province

**PhD. Nguyen Anh Duc - Assoc.Prof.PhD. Nguyen Tuan Son**

**68** Human resource development management in Vietnam banking industry

**Assoc.Prof.PhD. Nguyen Xuan Trung  
Nguyen Hoai Phuong**

**74** Restructuring the tourism economy in Quang Ninh province until 2030

**Assoc.Prof.PhD. Do Huy Ha - MSc. Le Huu Phuong**

**78** Developing a data strategy to enhance the sustainable competitive advantage of businesses

**PhD. Nguyen Van Thuy**

**83** Factors influencing youth's decision to use technology-based transportation services in Hanoi

**PhD. Nguyen Bao Ngoc**

**88** Innovative accounting in small and medium-sized enterprises in Vietnam

**PhD. Hoang Dinh Huong**

### **INTERNATIONAL ECONOMICS AND FINANCE**

**94** Experiences in identifying costs and pricing of education services worldwide

**PhD. Nguyen Thi Thuy Nga**

Printed by Statistical Publishing House - Licence No.: 144/GP-BTTTT dated March 28<sup>th</sup>, 2016  
Prints and deposits completed in February, 2024.

# XUẤT KHẨU NÔNG, LÂM, THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2020-2023 VÀ GIẢI PHÁP ĐẾN NĂM 2030

TS. Nguyễn Thị Hằng\* - GS.TS. Ngô Thế Chi\*\*

*Xuất khẩu được coi là một trong những nhân tố quan trọng hàng đầu để phát triển kinh tế - xã hội của một quốc gia. Mấy năm qua, xuất khẩu của Việt Nam đã đạt được những kết quả tích cực. Trong đó, xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản - một thế mạnh của Việt Nam cần được đẩy mạnh hơn nữa để góp phần vào tăng trưởng kinh tế bền vững trong giai đoạn đến 2030. Bài viết này trình bày và phân tích khái quát về xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản trong giai đoạn 2020-2023 và đề xuất một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng này giai đoạn đến 2030.*

• Từ khóa: xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản; phát triển kinh tế - xã hội; giải pháp đẩy mạnh xuất nhập khẩu.

*Export is considered one of the most important factors for the socio-economic development of a country. In recent years, Vietnam's exports have achieved positive results. In particular, the export of agricultural, forestry and fishery products - a strength of Vietnam that needs to be further promoted to contribute to sustainable economic growth in the period to 2030. This article presents and analyzes the concept Overview of the export of agricultural, forestry and fishery products in the period 2020-2023 and propose some solutions to promote the export of these products in the period to 2030.*

• Key words: export of agricultural, forestry and fishery products; social economic development; solutions to promote import and export.

Ngày nhận bài: 14/11/2023

Ngày gửi phản biện: 20/11/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 02/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

Song, bên cạnh những kết quả đạt được, xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam vẫn còn những hạn chế nhất định như: quy mô hàng hóa xuất khẩu còn nhỏ, tăng trưởng tuy đạt tốc độ khá cao nhưng chưa thật sự bền vững; nguồn hàng xuất khẩu thiếu tính ổn định, tính liên kết và dễ bị tác động tiêu cực của thị trường nước ngoài khi có biến động; khả năng cạnh tranh còn hạn chế ở cả ba cấp độ: cấp độ sản phẩm, cấp độ doanh nghiệp và cấp độ quốc gia...

Tuy nhiên, tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn khá lớn. Với mục tiêu phát triển xuất khẩu bền vững trên cơ sở cơ cấu cân đối, hài hòa; phát huy lợi thế cạnh tranh, lợi thế so sánh, phát triển thương hiệu hàng hóa Việt Nam trên trường quốc tế; nâng cao vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu, là động lực phát triển kinh tế nhanh và bền vững, cần tìm ra các giải pháp thúc đẩy xuất khẩu bền vững, khả thi trong thời gian giai đoạn đến 2030 đối với các mặt hàng thuộc nhóm này.

**Mục tiêu nghiên cứu:** Thông qua việc khái quát thực trạng xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam trong giai đoạn 2020-2023, bài viết đề xuất giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu nhóm hàng này giai đoạn đến năm 2030.

**Phương pháp nghiên cứu:** Sử dụng phương pháp định tính, thông qua các Báo cáo xuất nhập

## 1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đã phát triển mạnh, đạt được những thành tựu to lớn, góp phần quan trọng vào việc tăng trưởng kinh tế - xã hội của đất nước. Kim ngạch hàng hóa xuất khẩu tăng liên tục với mức cao, phản ánh trực tiếp của việc tăng quy mô xuất khẩu hàng hóa và mức tăng trưởng bền vững của xuất khẩu trên cả phương diện số lượng và giá trị. Đối với hàng hóa nông, lâm, thủy sản - một trong những nhóm hàng xuất khẩu có thế mạnh của Việt Nam những năm vừa qua có mức tăng trưởng đáng khích lệ, đã có sự dịch chuyển mạnh mẽ từ xuất khẩu thô sang chế biến sâu; thị trường xuất khẩu phát triển đa dạng và ổn định...

\* Trường ĐH Công nghệ Thông tin và Truyền thông - Đại học Thái Nguyên; email: nthatang@ictu.edu.vn

\*\* Học viện Tài chính



khẩu trong giai đoạn 2020-2023 mà Tổng cục Thống kê, Tổng cục Hải quan và Bộ Công Thương đã công bố hàng năm; cùng với các bài báo khoa học chuyên ngành, các thông tin trên các trang Web để thu thập và xử lý dữ liệu; phân tích, so sánh tổng hợp...

**2. Tổng quan về xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2020-2023**

Thực trạng về xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2020-2023 thể hiện trên bảng dưới đây:

**Bảng 1. Quy mô xuất khẩu hàng hóa nông, lâm, thủy sản của Việt Nam giai đoạn 2020-2023**

	2020		2021		2022		2023	
	Quy mô (Tỷ USD)	Tăng so với năm trước (%)	Kim ngạch (Tỷ USD)	Tăng so với năm trước (%)	Kim ngạch xuất khẩu (Tỷ USD)	Tốc độ tăng (%)	Kim ngạch xuất khẩu (tỷ USD)	Tăng so với năm trước (%)
<b>Tổng kim ngạch xuất khẩu</b>	<b>41,25</b>	<b>6,5</b>	<b>48,6</b>	<b>14,9</b>	<b>53,22</b>	<b>9,5</b>	<b>53,41</b>	<b>0,36</b>
<i>Trong đó, một số mặt hàng chính</i>								
<b>Nông sản</b>	<b>16,76</b>	<b>-0,5</b>	<b>21,55</b>	<b>28,57</b>	<b>22,59</b>	<b>4,8</b>	<b>23,8</b>	<b>5,35</b>
+ Gạo	3,12	11,2	3,3	5,0	3,46	5,1	4,5	29
+ Sản và sản phẩm sản	0,99	2,4	1,18	16,5	1,42	19,7	1,23	15,4
+ Cà phê	2,74	1,4	3,07	12,1	4,1	32,0	4,24	3,41
+ Hạt điều	3,21	-2,3	3,64	13,3	3,1	-15,1	3,6	16,1
+ Hồ tiêu	0,66	-7,5	0,94	42	0,97	3,5	0,91	-6,0
+ Rau quả	3,27	-12,7	3,55	8,6	3,37	-5,1	5,6	66,1
....	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Lâm sản</b>	<b>12,6</b>	<b>11,2</b>	<b>15,87</b>	<b>25,9</b>	<b>16,92</b>	<b>6,1</b>	<b>14,2</b>	<b>-16,1</b>
+ Gỗ và sản phẩm gỗ	12,37	16,2	14,81	19,7	16,01	7,0	13,5	-15,5
....	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Thủy sản</b>	<b>8,41</b>	<b>-1,5</b>	<b>8,9</b>	<b>5,6</b>	<b>10,92</b>	<b>23,0</b>	<b>9,1</b>	<b>-6,7</b>
+ Tôm	3,78	12,4	3,88	4,0	4,3	11,0	3,4	-20,9
+ Cá tra	1,5	-25	1,62	10,0	2,35	70,0	1,8	-23,5
+ Cá ngừ	0,65	-9,8	0,76	16,9	1,0	32,0	0,85	-15,0
....	...	...	...	...	...	...	...	...

*Nguồn: Tổng cục Hải quan và tổng hợp của tác giả*

Kết quả trên bảng cho thấy: tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa nông, lâm, thủy sản của Việt Nam trong bốn năm qua ngày càng tăng lên. Cụ thể là năm 2020 là 41,25 tỷ USD, tăng 6,5% so với năm 2019; năm 2021 là 48,6 tỷ USD, tăng 14,9%; năm 2022 là 53,22 tỷ USD, tăng 9,5%. Tuy nhiên, năm 2023 do tình hình kinh tế, chính trị thế giới có nhiều biến động lớn, ảnh hưởng đến xuất khẩu nói chung và xuất khẩu hàng nông, lâm sản nói riêng nên kim ngạch xuất khẩu ngành hàng này chỉ đạt hơn 53 tỷ USD, tăng 0,36%. Đi sâu xem xét một số nhóm, mặt hàng, cho thấy:

+ Đối với hàng nông sản, là nhóm hàng Việt Nam có lợi thế, đã có sự tăng lên đáng kể. Nếu như năm 2020 đạt 16,76 tỷ USD (giảm 0,5% so với năm 2019)

thì năm 2021 tăng lên với tỷ lệ khá cao (28,57%) và đạt 21,55 tỷ USD; năm 2022 đạt 22,59 tỷ USD, tăng 4,8% so với năm 2021 và năm 2023 đạt 23,8 tỷ USD, tăng 5,35% so với năm 2022. Trong đó, các mặt hàng nông sản chủ yếu như gạo cũng có xu hướng ngày càng tăng. Năm 2020 đạt 3,12 tỷ USD, tăng 11,2% so với năm 2019; năm 2021 đạt 3,3 tỷ USD, tăng 5% so với năm 2020; năm 2022 đạt 3,46 tỷ USD, tăng 5,1% so với năm 2021 và năm 2023 đạt 4,5 tỷ USD, tăng 29% so với năm 2022.

- Sản và các sản phẩm từ sản đạt 0,99 tỷ USD, tăng 2,4%; cà phê đạt 2,74 tỷ USD, tăng 1,4%. Đáng chú ý là kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng năm 2020 giảm so với năm 2019 như:

- Rau quả giảm 12,7%, đạt 3,27 tỷ USD;
- Hồ tiêu giảm 7,5%, đạt 0,66 tỷ USD;
- Hạt điều giảm 2,3%, đạt 3,21 tỷ USD.

Năm 2021 so với năm 2020, các mặt hàng này lại có xu hướng tăng lên, trong đó tăng mạnh nhất là:

- Hồ tiêu từ 0,66 triệu USD lên 0,94 USD, tăng 42%;

- Sản và các sản phẩm từ sản tăng 16,5%, đạt 1,18 tỷ USD;

- Hạt điều tăng 13,3%, đạt 3,64 tỷ USD;
- Cà phê tăng 12,1%, đạt 3,07 tỷ USD.

Năm 2022 so với năm 2021, các mặt hàng này cũng đều tăng lên đáng kể, điển hình là:

- Gạo đạt 3,46 tỷ USD, tăng 5,1%;

- Sản và các sản phẩm từ sản đạt 1,42 tỷ USD, tăng 19,7%;

- Cà phê đạt 4,1 tỷ USD, tăng 32%;

- Riêng đối với hạt điều giảm 15,1%, chỉ đạt 3,1 tỷ USD, trong khi đó, năm trước mặt hàng này đạt 3,64 tỷ USD.

+ Các mặt hàng thuộc nhóm hàng lâm sản đạt 12,6 tỷ USD năm 2020, so với năm 2019 tăng 11,2%, năm 2021 đạt 15,87 tỷ USD, so với năm 2020 tăng 25,9%; năm 2023 đạt 16,92 tỷ USD, tăng 6,1% so với năm 2021). Tuy nhiên, năm 2023 giảm xuống chỉ còn đạt 14,2 tỷ USD, giảm 16,1% so với năm 2022. Trong đó, gỗ và sản phẩm từ gỗ đạt kim ngạch xuất khẩu năm 2020, 2021, 2022 tương ứng là 12,37 tỷ USD, 14,8 tỷ USD và 16,01 tỷ USD, về tỷ lệ so với năm trước liền kề tương ứng là 16,2%; 19,7% và 7%. Song, năm 2023 chỉ đạt kim ngạch xuất khẩu là 13,5 tỷ USD, giảm so với năm 2022 là 15,5%.

+ Các mặt hàng thuộc hàng thủy sản giai đoạn 2020-2022 cũng có xu hướng tăng lên năm sau cao

hơn năm trước, song năm 2023 cũng có xu hướng chững lại. Cụ thể là năm 2020, 2021, 2022 tương ứng là 8,41 tỷ USD, 8,9 tỷ USD và 10,92 tỷ USD, với tỷ lệ so với năm trước liền kề tương ứng là -1,5%; 5,6%; 23%. Song, năm 2023 chỉ đạt kim ngạch xuất khẩu là 9,1 tỷ USD, giảm so với năm 2022 là 6,7%. Tuy nhiên, đối với hàng nông sản và lâm sản, đã có sự phục hồi khá tốt và được coi là một thành công lớn của ngành nông nghiệp, với kim ngạch xuất nhập khẩu của ngành này đạt 28,15 tỷ USD, tăng 12,9% so với năm 2022, đây là nhóm hàng duy nhất có tăng trưởng dương trong số 4 nhóm hàng xuất khẩu chính. Trong khi đó, các mặt hàng tôm, cá tra và cá ngừ năm 2023 so với các năm trước đều giảm, đặc biệt là mặt hàng cá tra so với năm 2022 giảm đáng kể với tỷ lệ giảm 23,5%, mặt hàng tôm giảm 20,9% và cá ngừ giảm 15%.

Sở dĩ năm 2023, kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản chững lại, thậm chí giảm, chủ yếu đối với các mặt hàng thuộc nhóm thủy sản là do một số nguyên nhân chủ yếu sau đây:

**Một là**, bối cảnh kinh tế chính trị thế giới có nhiều diễn biến phức tạp, xung đột quân sự Nga-Ukraine chưa có hồi kết; tốc độ phục hồi kinh tế toàn cầu chậm lại; nhu cầu tiêu dùng của các quốc gia thắt chặt cùng với hàng rào bảo hộ gia tăng; đồng thời một số thị trường quốc tế hạn chế nhập khẩu các mặt hàng không thiết yếu, dẫn đến sụt giảm kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

**Hai là**, kinh tế Việt Nam có độ mở lớn; năm 2023 bị ảnh hưởng nhiều bởi kinh tế thế giới và biến đổi khí hậu, không đạt được mục tiêu tăng trưởng, chỉ đạt được mức 5,02%, giảm khá nhiều so với mục tiêu ban đầu Quốc hội đưa ra là 6,5%.

### 3. Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản giai đoạn đến 2030

Để phát triển xuất khẩu nói chung và xuất khẩu đối với hàng hóa nông, lâm, thủy sản nói riêng trong giai đoạn đến 2030, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp, trong đó, tập trung vào một số giải pháp chủ yếu sau đây:

**Một là**, rà soát để bổ sung, chỉnh sửa cơ chế, chính sách kinh tế vĩ mô.

Việc rà soát cơ chế, chính sách kinh tế, thương mại phải được thực hiện một cách thường xuyên và đồng bộ để đảm bảo phù hợp với bối cảnh kinh tế - xã hội trong từng giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội cũng như bối cảnh quốc tế. Duy trì sự ổn định môi trường kinh tế vĩ mô thông qua việc hoàn thiện chính sách đầu tư, tài chính, xuất nhập khẩu, cân đối ngân

sách, ổn định tiền tệ, kiểm soát lạm phát, thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển; đơn giản hóa thủ tục hành chính, thủ tục xuất, nhập khẩu...

Theo đó, cần rà soát lại hệ thống các văn bản pháp luật và cơ chế, chính sách nhằm phát hiện những hạn chế, không còn phù hợp với thực tế cũng như không phù hợp với quy định quốc tế và các cam kết trong các Hiệp định thương mại song phương và đa phương. Tháo gỡ các rào cản về hệ thống pháp luật và chính sách kinh tế, tài chính đối với hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa. Tăng cường quản lý nhà nước trong hoạt động xuất khẩu nhằm tạo điều kiện cho thương mại, chống gian lận thương mại và hướng tới thương mại công bằng; hướng dẫn, hỗ trợ các DN áp dụng và đạt các chứng chỉ về tăng trưởng xanh, tăng trưởng bền vững, phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế và tiêu chuẩn của các thị trường mục tiêu; đảm bảo an sinh và công bằng trong hoạt động xuất khẩu. Trên cơ sở đó, bổ sung, chỉnh sửa cho phù hợp. Chủ động tham gia xây dựng các quy tắc và luật lệ chung của Tổ chức Thương mại quốc tế (WTO), Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC), Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC); tích cực bảo vệ lợi ích chính đáng của Nhà nước, của DN và người tiêu dùng Việt Nam trong các tranh chấp kinh tế, thương mại và đầu tư quốc tế. Xây dựng thể chế kinh tế thị trường Việt Nam hiện đại, đảm bảo tính hệ thống, công khai, minh bạch và ổn định; đảm bảo thuận lợi cho xuất khẩu bền vững; thúc đẩy chế biến sâu, có hàm lượng công nghệ cao.

**Hai là**, phát triển sản xuất trong ngành nông, lâm, thủy sản nhằm tạo nguồn cung đầy đủ, bền vững cho xuất khẩu đối với các nhóm mặt hàng nông, lâm, thủy sản; cơ cấu lại các ngành sản xuất nông, lâm, thủy sản; khuyến khích các dự án, các nghiên cứu về phát triển nông nghiệp, tạo giống lúa mới có năng suất cao; sản xuất và xuất khẩu sản phẩm hàng hóa nông, lâm, thủy sản thân thiện với môi trường, sản phẩm có hàm lượng khoa học, công nghệ cao; có quy hoạch phù hợp với từng loại cây trồng, vật nuôi; có kế hoạch khai thác thủy hải sản hợp lý;

**Ba là**, tăng cường năng lực cạnh tranh quốc gia trong hoạt động xuất khẩu hàng nông lâm, thủy sản.

Đổi mới mô hình tăng trưởng theo chiều sâu và ngày càng nâng cao chất lượng hàng hóa nông, lâm, thủy sản; cơ cấu lại ngành và cơ cấu lại DN trên cơ sở sử dụng hiệu quả các thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến. Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại, có khả năng kết nối cao; chuyển nền kinh tế từ khai thác và sử dụng sản phẩm dưới dạng thô sang chế biến sâu, nâng cao giá trị gia tăng của hàng

hóa; xây dựng các trung tâm logistics vùng, quốc gia để tham gia mạng lưới logistic khu vực và quốc tế; phân tích, đánh giá khả năng cạnh tranh của từng ngành hàng, từng loại sản phẩm, từng địa phương để có phương án nâng cao năng lực cạnh tranh. Phát triển mạnh mẽ khu vực tư nhân để trở thành động lực chủ yếu và thực sự của nền kinh tế. Phát triển mạnh các liên kết kinh tế, tăng cường nguồn lực đầu tư cho phát triển sản xuất hàng hóa nông, lâm, thủy sản theo chiều sâu. Đầu tư phát triển thương hiệu quốc gia và đảm bảo sự hỗ trợ của Nhà nước cho các doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu trên thị trường quốc tế; khuyến khích hình thành các vùng sản xuất hàng xuất khẩu chủ lực tập trung, tạo nguồn hàng xuất khẩu quy mô lớn và có chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế đối với nhóm hàng này.

**Bốn là, nâng cao năng lực cạnh tranh đối với sản phẩm và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa nông, lâm, thủy sản**

Theo đó, DN hoạt động trong lĩnh vực này cần phải đổi mới chiến lược và phương thức sản xuất, kinh doanh; tăng cường mối quan hệ và tích cực chủ động tham gia vào quá trình phân công lao động quốc tế, tham gia vào mạng sản xuất, phân phối khu vực và quốc tế; tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu; đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số và kinh doanh trên nền tảng số của DN. Phát triển đa dạng hóa các phương thức xuất khẩu, kết hợp phương thức truyền thống với phương thức xuất khẩu hiện đại; đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử xuyên biên giới và tham gia các sàn thương mại điện tử quốc tế.

Tổ chức quy trình sản xuất hiện đại, áp dụng phương thức quản lý tiên tiến nhằm tiết kiệm chi phí đầu vào để giảm giá thành sản phẩm hàng hóa xuất khẩu; nâng cao năng lực quản trị của đội ngũ lãnh đạo các cấp thông qua đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ quản lý xuất, nhập khẩu; kết hợp với các cơ sở giáo dục đào tạo, các viện nghiên cứu chuyên ngành để xây dựng và thực hiện các chương trình đào tạo, bồi dưỡng kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ và kiến thức công nghệ thông tin nhằm bắt kịp với thời đại công nghệ số. Trên cơ sở đó, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, hàng hóa nông, lâm, thủy sản xuất khẩu.

**Năm là, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu:** đẩy mạnh đàm phán song phương, đa phương với các thị trường, khu vực thị trường trọng điểm, nhiều tiềm năng. Tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu theo hướng chú trọng mở rộng thị trường sang các nước đang phát triển, các thị trường tiềm năng và thị trường mới nổi; phát triển xuất khẩu theo chiều sâu

tới những thị trường truyền thống như Trung Quốc, Mỹ, EU, các nước ASEAN...

**Sáu là, tận dụng hiệu quả các lợi thế do các FTA đem lại.** Việc áp thuế suất thấp hoặc bằng 0% đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trong các FTA Việt Nam đã ký kết và thực thi là động lực thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của các DN Việt Nam. Doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ lưỡng và tận dụng những ưu đãi từ các FTA đem lại để thâm nhập thị trường, tăng trưởng xuất khẩu đạt hiệu quả cao và bền vững.

**Bảy là, đầu tư phát triển khoa học, công nghệ:** chú trọng xây dựng các trung tâm công nghệ cao, thu hút đầu tư nước ngoài của các công ty đa quốc gia nhằm từng bước rút ngắn khoảng cách về công nghệ với các nước trên thế giới; phát triển thị trường khoa học - công nghệ để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận và tăng tính thanh khoản các nguồn vốn đầu tư cho nghiên cứu phát triển; tăng cường đổi mới công nghệ và sản phẩm mang tính sáng tạo. Thực hiện cơ chế khuyến khích các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển khoa học công nghệ trong các DN kinh doanh hàng nông, lâm sản

**Tám là, tăng cường hoạt động thông tin, truyền thông trong xuất khẩu hàng hóa nông, lâm, thủy sản:** đẩy mạnh thông tin truyền thông về xuất khẩu hàng hóa nông, lâm, thủy sản, thông tin về các thị trường quốc tế, các mặt hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Bộ Công Thương cần chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị phát hành các ấn phẩm thông tin về xuất khẩu đối với các nhóm, mặt hàng này.

**Kết luận:** Trước bối cảnh quốc tế và trong nước có nhiều diễn biến khó lường, ảnh hưởng không ít đến các nền kinh tế trên thế giới. Song, Việt Nam đã đạt được những thành tựu to lớn, thể hiện sức chống chịu của nền kinh tế. Tuy nhiên, để phát triển kinh tế bền vững giai đoạn đến 2030 và tầm nhìn 2045 thì xuất khẩu hàng hóa phải được coi là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu, trong đó có hàng hóa nông, lâm, thủy sản - một thế mạnh của Việt Nam. Điều đó, đòi hỏi phải có sự nỗ lực rất lớn của Chính phủ, các Bộ, ngành và đặc biệt là các doanh nghiệp trong nghiên cứu để tìm ra các giải pháp hữu hiệu cho xuất khẩu giai đoạn đến 2030.

#### Tài liệu tham khảo:

- Báo Nhân dân (2023), "Xuất nhập khẩu hàng hóa hướng tới mục tiêu phát triển bền vững".  
 Bộ Công Thương, "Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2021-2030".  
 Bộ Công Thương (2023), "Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2022", NXB Hồng Đức.  
 Bộ Công Thương (2020, 2021), "Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2021", Nhà xuất bản Công Thương 2021, 2022.  
 Bộ Công Thương, "Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa giai đoạn 2021-2030".  
 Nhandan.vn/xuat-ka-hu-tom-diem-sang-cua-nganh-thuy-san-port632197.html  
 Tổng cục Thống kê, Báo cáo tình hình kinh tế-xã hội 2020,2021,2022,2023.  
 Tổng cục Hải quan, Cổng thông tin điện tử.



# LÝ THUYẾT VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÂN CẤP TÀI KHÓA Ở VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2016 - 2020

TS. Phạm Thu Hằng\*

*Phân cấp tài khóa hiện nay ngày càng được quan tâm nhiều hơn dưới góc độ lý thuyết và thực tiễn. Các nhà nghiên cứu và hoạch định chính sách đều hướng tới việc giải quyết câu hỏi về mức độ phân cấp hiệu quả và làm sao để có thể khuyến khích phân cấp tài khóa mạnh mẽ hơn ở các quốc gia đang phát triển nơi hạn chế về nguồn lực. Trong giai đoạn 2016 - 2020, thực trạng phân cấp tài khóa ở Việt Nam cho thấy: (i) Phân cấp tài khóa xét dưới góc độ thu - chi còn có sự chênh lệch khá lớn giữa các tỉnh/ thành phố; (ii) Phân cấp tài khóa có xu hướng được duy trì và thúc đẩy tốt hơn ở những khu vực tỉnh/ thành phố có tăng trưởng kinh tế cao; (iii) Nhóm các tỉnh/thành phố có mức phân cấp tài khóa còn thấp gần như chưa được cải thiện đáng kể trong giai đoạn 2016 - 2020. Một số giải pháp chính sách đề xuất nhằm tăng cường phân cấp tài khóa ở Việt Nam bao gồm: (i) Chính sửa và bổ sung các quy định về pháp luật nhằm hoàn thiện luật NSNN; (ii) Chính sách tăng cường các tiềm lực thu NS tại địa phương; (iii) Chính sách khuyến khích tăng trưởng kinh tế địa phương đang có mức độ phân cấp tài khóa thấp; (iv) Tăng cường công tác thanh kiểm tra minh bạch và hiệu quả.*

• Từ khóa: phân cấp tài khóa, Việt Nam.

*Fiscal decentralization is currently receiving more attention from a theoretical and practical perspective. Researchers and policymakers alike aim to address the question of how effective decentralization is and how it can be encouraged in developing countries. In the period 2016 - 2020, the current state of fiscal decentralization in Vietnam shows that: (i) Fiscal decentralization from the perspective of revenue and expenditure still has quite large differences between provinces; (ii) Fiscal decentralization tends to be maintained and promoted better in provinces with high economic growth; (iii) The group of provinces with a low level of fiscal decentralization has hardly improved significantly in the period 2016 - 2020. Some proposed policy solutions to enhance fiscal decentralization in Vietnam including: (i) Editing and supplementing legal regulations to improve the state budget law; (ii) Policies to enhance local budget revenue resources; (iii) Policies to encourage local economic growth in provinces having low levels of fiscal decentralization; (iv) Strengthen transparent and effective inspection work.*

• Key words: fiscal decentralization, Vietnam.

JEL codes: E24, O11, O16

Ngày nhận bài: 14/11/2023

Ngày gửi phản biện: 20/11/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 02/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## 1. Giới thiệu

Trong vài thập kỷ gần đây, các vấn đề xoay quanh phân quyền và phân cấp đang nổi lên là một trong những vấn đề được quan tâm ở các nước đang phát triển (Panizza 1999; Treisman 2006). Nhiều nước đang phát triển trên thế giới đang chuyển giao trách nhiệm cho các cấp chính quyền thấp hơn vì phân cấp được coi là một yếu tố quan trọng để đạt được tăng trưởng và phát triển kinh tế bền vững. Một trong những nội dung quan trọng của phân cấp trong giai đoạn này chính là phân cấp tài khóa (Fiscal decentralization).

Phân cấp tài khóa hiện nay ngày càng được quan tâm nhiều hơn dưới góc độ lý thuyết và thực tiễn. Khái niệm về phân cấp tài khóa bắt đầu được hình thành khi sự khác biệt giữa vấn đề tập trung và phi tập trung ở các lĩnh vực trong xã hội được đưa ra cân nhắc, so sánh và được coi như quan điểm mang tính quyết định trong quản lý. “Phân cấp tài khóa liên quan đến sự phân phối

\* Học viện Ngân hàng

nguồn lực công giữa chính quyền trung ương và chính quyền địa phương trong đó nhấn mạnh hai vấn đề cơ bản là sự phân chia nguồn thu và nhiệm vụ chi” (Davey, 2003). Khi vấn đề phân cấp tài khóa được đưa ra xem xét, các nhà nghiên cứu và hoạch định chính sách đều hướng tới việc giải quyết câu hỏi về mức độ phân cấp hiệu quả và làm sao để có thể khuyến khích phân cấp tài khóa mạnh mẽ hơn ở các quốc gia đang phát triển nơi hạn chế về nguồn lực. Theo đó, một loạt các lý thuyết về phân cấp tài khóa ra đời để lý giải cho vai trò của phân cấp tài khóa đối với các quốc gia nói chung và các quốc gia đang phát triển nói riêng. Đồng thời, dựa trên bối cảnh phân cấp tài khóa thực tế, các nước đang phát triển đều đã và đang xây dựng những cơ chế, chính sách hiệu quả nhằm thúc đẩy phân cấp tài khóa mạnh mẽ hơn trong tương lai.

## 2. Các lý thuyết về vai trò của phân cấp tài khóa

Dòng lý thuyết cơ bản đầu tiên ra đời lý giải cho vai trò và tính chất của phân cấp tài khóa được Tiebout (1956) và Oates (1975) xây dựng được gọi là *dòng lý thuyết cổ điển/lý thuyết thể hệ thứ nhất*.

Dòng lý thuyết này đề cập tới một số vai trò của phân cấp tài khóa đối với nền kinh tế bao gồm: (i) thúc đẩy phân công chức năng; (ii) tăng cường chuyển giao giữa chính phủ các cấp; (iii) giúp ổn định kinh tế; (iv) tăng cường tính hiệu quả và công bằng.

*Lý thuyết thể hệ thứ nhất* cho rằng thúc đẩy phân cấp tài khóa sẽ khiến cho các chức năng cơ bản và trọng yếu của chính quyền các cấp được thực hiện một cách phù hợp và hiệu quả. Điều này sẽ dẫn tới việc xác định cụ thể cấp chính quyền nào sẽ chịu trách nhiệm về các dịch vụ hay các hoạt động công cụ thể trong nền kinh tế - xã hội. Đồng thời, chính quyền các tỉnh/thành phố, hoặc các cấp khác nhau trong một quốc gia có thể có những năng lực tài chính khác nhau. Do vậy, việc chuyển giao giữa các cấp trở nên quan trọng để cân bằng lại sự chênh lệch tài chính và các quyền hạn giữa các chính quyền ở tỉnh/thành phố khác nhau. Điều này đảm bảo rằng các khu vực, các chính quyền có thể cung cấp mức độ dịch vụ công tương tự như nhau tới

người dân. Ngoài ra, vai trò ổn định kinh tế của tăng cường phân cấp tài khóa cũng vô cùng quan trọng. Phân cấp tài khóa có thể được coi như một công cụ, hoặc một động lực khuyến khích các công cụ tài khóa ở các cấp chính quyền từ Trung ương đến địa phương nhằm giải quyết các khó khăn kinh tế - xã hội. Cuối cùng, phân cấp tài khóa có khả năng tăng cường tính hiệu quả và công bằng. Phân cấp tài khóa được thúc đẩy sẽ có khả năng tối ưu hóa việc phân bổ nguồn lực và đảm bảo rằng gánh nặng thuế và cung cấp dịch vụ công được phân bổ công bằng giữa các thành viên trong xã hội.

*Lý thuyết thể hệ thứ hai* về phân cấp tài khóa được xây dựng dựa trên các nguyên tắc nền tảng của lý thuyết thể hệ thứ nhất, chủ yếu tập trung vào việc phân công chức năng và vai trò tài chính giữa các cấp chính quyền khác nhau. Một trong những người đóng góp quan trọng cho lý thuyết thể hệ thứ hai là Musgrave (1983), người nhấn mạnh sự cần thiết phải giải quyết sự mất cân bằng theo chiều dọc trong phân cấp tài khóa nói riêng. Mất cân bằng theo chiều dọc đề cập đến sự phân bổ không đồng đều các nguồn lực tài chính và trách nhiệm giữa chính quyền trung ương và chính quyền địa phương. Ngoài ra, lý thuyết thể hệ thứ hai nhấn mạnh tầm quan trọng của việc giải quyết sự mất cân bằng tài chính theo chiều ngang, đó là sự chênh lệch về năng lực tài chính giữa các chính quyền địa phương. Để đạt được hiệu quả và công bằng kinh tế, lý thuyết này ủng hộ việc chuyển giao công bằng nhằm mục đích bù đắp sự khác biệt về khả năng tăng thu giữa các vùng, các khu vực, các tỉnh/thành phố khác nhau. Về cơ bản, lý thuyết thể hệ thứ hai nhấn mạnh vào sự phân bổ cơ bản các chức năng và vai trò tài chính để giải quyết các vấn đề mất cân bằng tài chính theo chiều dọc và chiều ngang. Khi đó, tầm quan trọng của chuyển giao liên chính phủ, cơ chế chia sẻ doanh thu và nỗ lực bình đẳng hóa nhằm tạo ra một hệ thống tài chính hiệu quả và công bằng hơn được làm sáng tỏ.

Câu chuyện về phân cấp và đặc biệt là phân cấp tài khóa vẫn đang được các nhà nghiên cứu lý thuyết, nghiên cứu thực nghiệm và các nhà hoạch định chính sách quan tâm vì tầm quan trọng của nó tới sự phát triển kinh tế - xã hội nói chung, cũng như lợi ích cụ thể của con người sinh sống

ở những khu vực, các tỉnh/thành phố khác nhau nói riêng. Đặc biệt trong bối cảnh các quốc gia đang phát triển, thực trạng về phân cấp tài khóa càng được quan tâm về mặt thực tiễn lẫn cơ chế, chính sách thúc đẩy phân cấp tài khóa nhanh và hiệu quả hơn.

Một phương pháp đo lường phân cấp tài khóa đã được nghiên cứu và sử dụng khá phổ biến là chỉ số phân cấp tài khóa do Oates (1972) đề xuất. Phân cấp tài khóa có thể được đo lường thông qua đánh giá nguồn thu và chi của quốc gia hay của địa phương trong tổng thu hoặc chi của ngân sách quốc gia hoặc của ngân sách địa phương. Cụ thể, nếu nghiên cứu dưới góc độ chi tiêu, phân cấp tài khóa được thể hiện thông qua:

Tỷ lệ chi tiêu địa phương (Expenditure Ratio - ER)

$$ER = \frac{\text{Tổng chi của chính quyền Trung ương}}{\text{Tổng chi của ngân sách Nhà nước}}$$

Trong đó, tổng chi của chính quyền Trung ương đã loại bỏ một phần chuyển giao của chính phủ cho chính quyền Trung ương. Tương tự, tổng chi ngân sách nhà nước được đo bằng tổng chi của các địa phương và trung ương, sau khi loại bỏ khoản trợ cấp cho địa phương. Chỉ số tỷ lệ chi tiêu chính quyền Trung ương luôn nhỏ hơn 1, nếu giá trị này càng lớn thể hiện mức độ phân cấp tài khóa càng cao.

Nếu nghiên cứu dưới góc độ nguồn thu, phân cấp tài khóa được thể hiện thông qua:

Tỷ lệ nguồn thu địa phương (Revenue Ratio - RR)

$$RR = \frac{\text{Tổng thu của chính quyền Trung ương}}{\text{Tổng thu của ngân sách Nhà nước}}$$

Trong đó, tổng thu của chính quyền Trung ương đã được loại trừ phần bổ sung ngân sách từ chính quyền trung ương cho chính quyền địa phương. Giá trị RR luôn nhỏ hơn 1, nếu giá trị này càng lớn thì càng thể hiện mức độ phân cấp tài khóa càng cao.

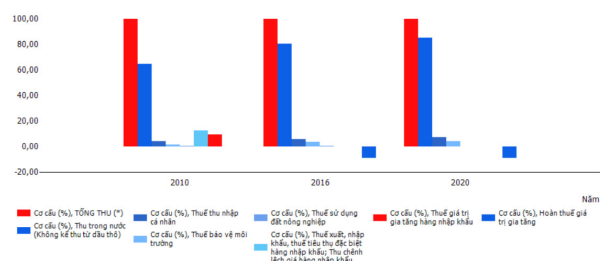
### 3. Thực trạng phân cấp tài khóa ở Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020

Trong giai đoạn 2016 - 2020, các chính sách hướng tới các nguồn động viên thu NSNN được

thiết kế, điều chỉnh và thực hiện theo định hướng chỉ đạo theo Nghị quyết số 25/2016/QH14 của Quốc hội, Nghị quyết số 07-NQ/TW của Bộ Chính trị và Chiến lược tài chính được đề ra trong giai đoạn này. Một loạt các đề xuất đã được Chính phủ trình Quốc hội nhằm bổ sung và điều chỉnh cơ cấu thu - chi NSNN.

Trước hết, cơ cấu trong tổng thu và chi NSNN trong giai đoạn 2010 - 2020 được thể hiện trong hình 1 và hình 2 dưới đây. Số liệu về tỷ trọng thu trong nước trong tổng thu NSNN cho thấy thu trong nước (không kể thu từ dầu thô) gia tăng đáng kể từ năm 2010 đến năm 2016 và 2020. Trong năm 2010, tỷ lệ này đạt 64,77% thì đến năm 2016 tăng lên khoảng 80,51% và năm 2020 đạt giá trị khoảng 85,64%. Trong cơ cấu các nguồn thu thuế, thuế thu nhập cá nhân vẫn đạt được tỷ trọng lớn nhất trong các loại hình được thống kê trong hình 1, và có xu hướng gia tăng (từ 4,39% trong năm 2016 lên 7,62% trong năm 2020). Trong khi đó, thuế xuất nhập khẩu đạt được tỷ trọng khá lớn trong năm 2016 (khoảng 12,6%) nhưng cho đến năm 2020 do gặp nhiều khó khăn trong hoạt động thương mại quốc tế từ ảnh hưởng của đại dịch Covid khiến tỷ trọng này giảm mạnh.

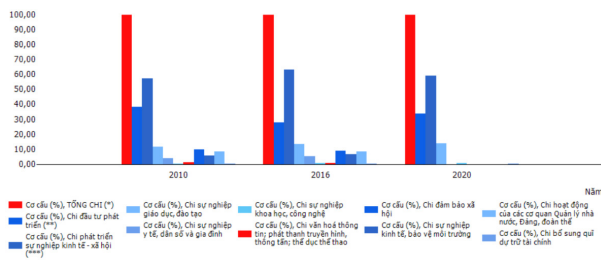
**Hình 1: Tỷ trọng thu trong nước và các nguồn thu thuế trong tổng thu Ngân sách Việt Nam giai đoạn 2010 - 2020**



Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2023.

Trong tỷ trọng các khoản chi trong tổng chi NSNN, chi phát triển sự nghiệp kinh tế - xã hội vẫn chiếm tỷ lệ lớn nhất, tăng nhẹ trong năm 2016 nhưng sau đó lại giảm trong năm 2020 (đạt giá trị tỷ trọng khoảng 63,34% và 59,28% tương ứng). Sau đó là tỷ trọng chi đầu tư phát triển tăng nhẹ trong giai đoạn kể trên (đạt giá trị tỷ trọng khoảng 28,18% và 33,72% tương ứng).

**Hình 2: Tỷ trọng các khoản chi trong tổng chi Ngân sách Việt Nam giai đoạn 2010 - 2020**

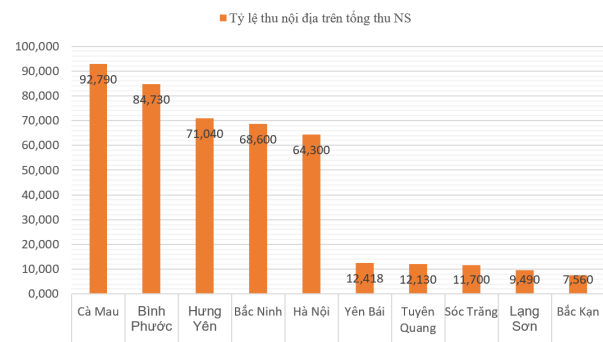


Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2023.

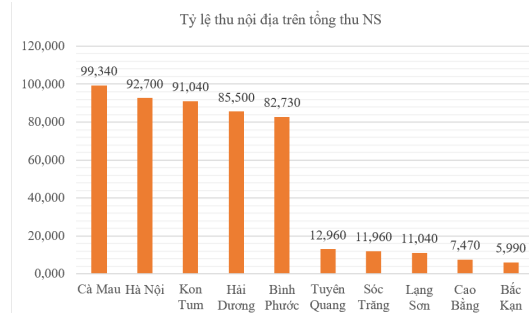
Đánh giá phân cấp tài khóa thông qua tỷ lệ thu nội địa trong tổng nguồn thu giai đoạn 2016 - 2020 cho thấy một số tỉnh có chỉ số phân cấp tài khóa thông qua nguồn thu khá cao, ngược lại một số tỉnh lại có chỉ số này tương đối thấp. Trong năm 2016, phân cấp tài khóa qua nguồn thu của 5 tỉnh đạt mức chỉ số cao nhất bao gồm: Cà Mau, Bình Phước, Hưng Yên, Bắc Ninh và Hà Nội với tỷ trọng khoảng từ 64,3% đến 92,79%. Trong khi đó, 5 tỉnh có mức chỉ số thấp nhất bao gồm: Bắc Kạn, Lạng Sơn, Sóc Trăng, Tuyên Quang, Yên Bái. Với mức tỷ trọng khoảng từ 7,56% đến 12,42%. Có thể thấy xu hướng phân cấp tài khóa mạnh mẽ ở các tỉnh có tốc độ tăng trưởng cao và mức độ phân cấp khá thấp đối với các tỉnh có tiềm lực tăng trưởng kinh tế còn chậm và yếu. Năm 2020 đánh dấu 5 tỉnh có chỉ số phân cấp tài khóa về nguồn thu có sự dịch chuyển nhẹ. Hưng Yên và Bắc Ninh không còn trong nhóm 5 tỉnh phân cấp tài khóa về nguồn thu cao nhất, thay vào đó là Kon Tum và Hải Dương. Một điểm đáng chú ý trong năm 2020 là mức độ phân cấp tài khóa của nhóm 5 tỉnh cao nhất có xu hướng đồng đều hơn so với năm 2016 (thấp nhất là Bình Phước với chỉ số đạt 82,73% và cao nhất là Cà Mau đạt 99,34%). Trong đó, Cà Mau vẫn luôn là tỉnh dẫn đầu với chỉ số phân cấp tăng lên khoảng 7% so với năm 2016, và Hà Nội tăng mạnh (khoảng gần 30%) trong 4 năm xem xét. Ngược lại, 5 tỉnh có mức độ phân cấp tài khóa thấp nhất có tỷ trọng nguồn thu nội địa trong tổng nguồn thu khá thấp (khoảng 6% đến 12%) và tương đồng với năm 2016. Kết quả này cho thấy sự thúc đẩy phân cấp tài khóa diễn ra không đồng đều ở các tỉnh/thành phố trong giai đoạn 2016 - 2020. Các tỉnh/thành phố có tiềm lực tăng trưởng kinh tế cao có nhịp độ thúc đẩy

phân cấp tài khóa nhanh hơn, ngược lại các tỉnh/thành phố có mức độ tăng trưởng và phát triển thấp đang có dấu hiệu bị chậm lại đáng kể trong công cuộc thực hiện phân cấp tài khóa.

**Hình 3: 5 tỉnh có tỷ lệ thu nội địa trong tổng nguồn thu cao nhất và thấp nhất trong năm 2016 và năm 2020**



Năm 2016



Năm 2020

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2023.

Xem xét phân cấp tài khóa dưới góc độ chi, hình 4 cho biết số liệu về tỷ lệ chi cân đối NS trên tổng chi NSNN cao nhất và thấp nhất trong năm 2016 và năm 2020. 5 tỉnh có chỉ số phân cấp tài khóa về chi bao gồm: Cà Mau, Hưng Yên, Hà Nội, Bắc Ninh, Bình Phước trong năm 2016. Nhóm 5 tỉnh có chỉ số phân cấp tài khóa về chi cao nhất trong năm 2020 đều đạt tỷ lệ 100% bao gồm: Cà Mau, Thái Bình, Bạc Liêu, Tuyên Quang và Sóc Trăng. Trong năm 2016, nhóm 5 tỉnh/thành phố có mức chỉ số phân cấp tài khóa về chi thấp nhất đạt giá trị khoảng 40 % đến 67% thì mức chỉ số này đạt khoảng từ 41,3% đến 56,7% trong năm 2020.

Nhìn chung, thông qua thực trạng phân cấp tài khóa các tỉnh/thành phố ở Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020, có thể rút ra một số vấn đề như sau:



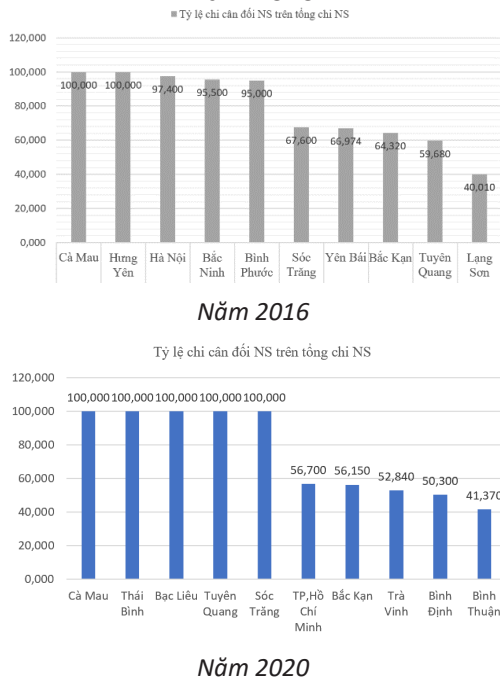
- Phân cấp tài khóa xét dưới góc độ thu - chi còn có sự chênh lệch khá lớn giữa các tỉnh/thành phố ở Việt Nam. Trong đó mức độ phân cấp tài khóa về thu có mức chênh lệch cao hơn giữa các tỉnh/thành phố có mức phân cấp cao nhất và thấp nhất. Mức độ phân cấp tài khóa về nhiệm vụ chi có mức chênh lệch thấp hơn.

- Phân cấp tài khóa có xu hướng được duy trì và thúc đẩy tốt hơn ở những khu vực tỉnh/thành phố có tăng trưởng kinh tế cao hơn, mức phân cấp tài khóa chậm chạp, thậm chí giảm ở một số khu vực tỉnh/thành phố có mức độ tăng trưởng kinh tế thấp và còn nhiều khó khăn.

- Trong cơ cấu thu và chi NSNN, NS Trung ương vẫn chưa hoàn toàn phát huy vai trò chủ đạo để có thể tạo điều kiện cơ sở nhằm thực hiện tốt nhiệm vụ chi, đặc biệt chi cho đầu tư phát triển.

- Nhóm các tỉnh/thành phố có mức phân cấp tài khóa còn thấp gần như chưa được cải thiện đáng kể trong giai đoạn 2016 - 2020. Điều này cho thấy vẫn còn nhiều vấn đề chưa hợp lý, chưa hiệu quả và thiếu chủ động trong quá trình thúc đẩy phân cấp nguồn thu và nhiệm vụ chi giữa các cấp NS Trung ương và địa phương.

**Hình 4: 5 tỉnh có tỷ lệ chi cân đối NS trên tổng chi NS cao nhất và lớn nhất trong năm 2016 và năm 2020**



Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2023.

#### 4. Một số kiến nghị nhằm thúc đẩy phân cấp tài khóa

Trước hết, cần chỉnh sửa và bổ sung các quy định về pháp luật nhằm hoàn thiện luật NSNN, tạo cơ sở và động lực để quá trình phân cấp NSNN được thực hiện đúng hướng, hiệu quả. Cần rà soát và chỉnh sửa các luật nhằm xác định rõ ràng về quyền lợi cũng như trách nhiệm của các cấp đối với các khoản thu và nhiệm vụ chi, hướng tới mục tiêu chung về kinh tế - xã hội của quốc gia.

Thứ hai, cần có giải pháp chính sách tăng cường các tiềm lực thu NS từ các nguồn thu lớn như thuế. Cần cơ cấu lại thu - chi NSNN đồng thời xây dựng, điều chỉnh và thực hiện cơ chế thu NSNN theo hướng bền vững: tăng tỷ trọng nguồn thu từ sản xuất - kinh doanh, giảm những nguồn thu phụ thuộc khoáng sản và tài nguyên và thu từ xuất - nhập khẩu.

Thứ ba, có chính sách khuyến khích tăng trưởng kinh tế địa phương, đặc biệt các tỉnh/thành phố đang có mức phân cấp tài khóa theo thu - chi còn thấp. Đồng thời, tăng cường công tác phòng chống gian lận, tham nhũng, không để xảy ra tình trạng tiêu cực hay lợi ích nhóm trong quá trình thúc đẩy phân cấp tài khóa.

Cuối cùng, tăng cường công tác thanh kiểm tra, bảo đảm các hoạt động tăng cường các nguồn thu và hoạt động chi một cách chủ động, minh bạch và hiệu quả.

#### Tài liệu tham khảo:

Musgrave, R. A. (1983), *Who should tax, where, and what?* In McLure, C. E., editor, *Tax Assignment in Federal Countries*. Australian National University Press, Canberra.

Nghị quyết số 07-NQ/TW, ngày 18/11/2016 của Bộ Chính trị về chủ trương, giải pháp cơ cấu lại ngân sách nhà nước, quản lý nợ công để bảo đảm nền tài chính quốc gia an toàn, bền vững.

Nghị quyết số 25/2016/QH14 của Quốc hội: Nghị quyết về kế hoạch tài chính 5 năm quốc gia giai đoạn 2016-2020.

Oates, W. (1972), *Fiscal Federalism*, Harcourt-Brace, New York. Chapter five.

Panizza, U. (1999), *On the determinants of fiscal centralization: Theory and evidence*, *Journal of Public Economics*, Elsevier, vol. 74(1), pages 97-139.

Tiebout, C. M. (1956), *A pure theory of local expenditures*, *The Journal of Political Economy*, 64(5):416-424. Chicago.

Tổng cục Thống kê Việt Nam, 2023.

Treisman, A. (2006), *How the deployment of attention determines what we see*, *Visual Cognition*, 14(4-8), 411-443.

# VAI TRÒ CỦA NGÀNH BẤT ĐỘNG SẢN VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ VỀ CHÍNH SÁCH THUẾ ĐỂ ĐIỀU TIẾT

TS. Nguyễn Thị Hoa\*

*Ngành bất động sản đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội quốc gia. Tại Việt Nam, đóng góp của ngành này được thể hiện trên các khía cạnh như góp phần vào tăng trưởng kinh tế, giải quyết việc làm, tăng thu cho ngân sách nhà nước... Thị trường bất động sản thời gian qua đã có sự mất cân đối cung - cầu, gây ra những hệ lụy đối với kinh tế - xã hội. Trên cơ sở phân tích vai trò của bất động sản, thực trạng sự mất cân đối của thị trường và xem xét kinh nghiệm quốc tế về việc sử dụng chính sách thuế để điều tiết, bài viết đưa ra một số khuyến nghị mang tính định hướng cho việc nâng cao vai trò của ngành bất động sản tại Việt Nam và việc áp dụng các chính sách thuế để điều tiết.*

• Từ khóa: bất động sản, chính sách thuế, kinh nghiệm quốc tế.

*The real estate industry plays an important role in national socio-economic development. In Vietnam, that industry contributes to economic growth, creating jobs and revenue for the state budget... The real estate market in recent times has had imbalance between supply and demand, causing socio-economic consequences. Based on the analysis of those problems and consideration of international experience on the use of tax policy, the article makes a number of qualitative recommendations on application of tax policies for enhancing the role of the real estate industry.*

• Key words: real estate, tax policy, international experience.

JEL codes: L8, L85, L88

Ngày nhận bài: 14/11/2023

Ngày gửi phản biện: 20/11/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 02/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## Vai trò quan trọng của ngành bất động sản trong nền kinh tế Việt Nam

Bất động sản được định nghĩa là đất và bất kỳ công trình kiến trúc lâu dài nào, như nhà ở, hoặc các công trình cải tạo gắn liền với đất, dù là tự nhiên hay nhân tạo. Bất động sản là một trong những hàng hóa đặc biệt của nền kinh tế, là những tài sản không di chuyển được và thường

gắn liền với đất đai, công trình xây dựng... bất động sản là một dạng tài sản, tuy nhiên khác với tài sản cá nhân khác không gắn liền vĩnh viễn với đất như xe, tàu thuyền, đồ trang sức, đồ nội thất... bất động sản có thể được phân thành bốn loại gồm nhà ở, thương mại, công nghiệp và đất.

Bất động sản là ngành có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế, thể hiện qua đóng góp vào tăng trưởng kinh tế, việc làm và tạo nguồn thu cho ngân sách.

Đóng góp vào tăng trưởng kinh tế. Tại Việt Nam, bất động sản là 1 trong 20 ngành kinh tế cấp 1, đứng thứ 9 về quy mô giá trị, đóng góp trung bình khoảng 0,5 điểm phần trăm vào tăng trưởng GDP hàng năm của Việt Nam. Tỷ trọng ngành bất động sản đóng góp vào tổng giá trị tăng thêm của khu vực doanh nghiệp giai đoạn 2016 - 2020 khoảng 14,88%. Bất động sản cũng có đóng góp lớn vào tăng trưởng GDP, theo đó, đóng góp trực tiếp là 4,41% GDP. Mức đóng góp trực tiếp trong tổng GDP này của Việt Nam gần bằng Hồng Kông (Trung Quốc) với 5,01% năm 2017; và cao hơn Thái Lan là 2,60% năm 2017, tuy nhiên thấp hơn khá nhiều so với một số nước khác (Tại Pháp năm 2018 là 11,4%; Đức năm 2018 là 10,36%; Ý năm 2018 là 11,76%; Nhật Bản năm 2017 là 11,9%; Singapore năm 2017 là 13,07%; Anh năm 2018 là 11,04%; Mỹ năm 2017 là 11,98%). Theo Tổng cục Thống kê (6/2023), 6 tháng đầu năm 2023, hoạt động kinh doanh bất động sản chiếm 3,38% GDP của Việt Nam (cùng kỳ năm ngoái ngành này chiếm 3,32%).

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

Theo Báo cáo của Hiệp Hội bất động sản Việt Nam (2021), bất động sản liên quan đến khoảng 35 ngành nghề khác nhau, trong đó có những ngành đóng góp lớn trong GDP như tài chính - ngân hàng, xây dựng, du lịch, lưu trú (4 ngành trên chiếm 24,3% GDP năm 2019), hệ số lan tỏa của bất động sản với những ngành này là 0,5-1,7 lần. Tài sản của ngành cũng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng tài sản toàn xã hội, theo ước tính, năm 2025 là 21,2% (462,7 tỷ USD/2183,09 tỷ USD) và ước tính đến năm 2030 sẽ là 22,0% (1232,29 tỷ USD/5601,31 tỷ USD). Trong khi đó, giá trị tăng thêm của ngành BĐS ước đạt 20,6 tỷ USD năm 2020 (chiếm 7,59% GDP), đạt 53,84 tỷ USD vào năm 2025 (chiếm 9,72%) và 147,71 tỷ USD năm 2030 (chiếm 13,6% GDP).

Bất động sản là ngành đứng thứ 2 về thu hút nguồn FDI với khoảng 10% vốn đăng ký hàng năm, trong giai đoạn 2018-2022, số vốn huy động vào lĩnh vực này đạt trên 18 tỷ USD. Tính trong 6 tháng đầu năm 2023, BĐS chiếm vị trí thứ 3 với tổng vốn đăng ký 1,53 tỷ USD, giảm 51,5% so với cùng kỳ năm 2022 (3,15 tỷ USD).

**Đóng góp vào vấn đề việc làm.** Các nghiên cứu chỉ ra rằng, nếu giá trị tăng thêm của ngành này tăng thêm 3,064 triệu đồng sẽ tương ứng với việc thu hút thêm 1 lao động. Xét theo tiêu chí này bất động sản là ngành đứng thứ 4 sau ngành Du lịch, Dịch vụ khác, Công nghiệp chế biến và chế tạo, xếp trên ngành Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản, ngành công nghiệp khai khoáng. Theo đó, năm 2021 với 4,5 triệu người làm trong ngành xây dựng (đa phần là xây dựng các bất động sản) và 308 nghìn người làm trong ngành kinh doanh bất động sản, số việc làm trong ngành xây dựng và kinh doanh bất động sản ở Việt Nam chiếm gần 10% tổng số việc làm (49 triệu). Nếu tính tất cả số việc làm có liên quan đến hoạt động của ngành bất động sản thì con số sẽ lớn hơn rất nhiều. Con số này tương đương với mức đóng góp của ngành bất động sản ở Trung Quốc (năm 2021, bất động sản đóng góp gần 10% tổng số việc làm), tại Mỹ ngành bất động sản cũng hỗ trợ 8,5 triệu việc làm vào năm 2021.

**Đóng góp vào thu ngân sách.** Số thu từ thuế và phí các doanh nghiệp bất động sản và liên quan

đóng góp cho ngân sách giai đoạn 2011-2015 chiếm 6,55%, riêng năm 2016 chiếm 7,12%. Tỷ lệ thuế và phí của hoạt động bất động sản so với tổng số thuế, phí năm 2017 và 2018 tăng lên là 9,2% và 10,3% tương ứng. Tỷ lệ này cao hơn các ngành, nhóm ngành: Dịch vụ lưu trú và ăn uống; hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm... Năm 2022, số thu từ hoạt động chuyển nhượng bất động sản đạt hơn 41.000 tỷ đồng, tăng khoảng 97% so năm 2021. Tuy nhiên, sự sụt giảm của các giao dịch bất động sản giai đoạn cuối năm 2022 đã khiến số thu từ thuế, phí nói chung giảm, đặc biệt là lệ phí trước bạ.

### Sự mất cân đối của thị trường bất động sản Việt Nam

Với vai trò quan trọng đối với nền kinh tế, việc kiểm soát, định hướng phát triển thị trường bất động sản luôn là nhiệm vụ quan trọng của hoạt động quản lý của Chính phủ. Thời gian qua, thị trường bất động sản Việt Nam đã có sự mất cân đối tương đối rõ ràng về cung - cầu sản phẩm, đặc biệt là đối với sản phẩm nhà ở ở (được chia thành 4 phân khúc: căn hộ cao cấp, căn hộ trung cấp, căn hộ bình dân, thấp tầng và đất nền).

Trong khi nhu cầu về sản phẩm bình dân (là các sản phẩm có giá bán thấp, dưới 20 triệu đồng/m<sup>2</sup>, bao gồm cả nhà ở xã hội) ở mức cao<sup>1</sup> thì lượng cung cho sản phẩm lại khá hạn chế, đặc biệt là có xu hướng giảm rất mạnh. Theo đó, cơ cấu cung cấp sản phẩm nhà ở bình dân trên thị trường giảm từ 20% (năm 2019) xuống mức 4% năm 2022. Trong khi đó phân khúc đất nền, căn hộ cao cấp thì tỷ trọng lại tăng rất mạnh khi phân khúc đất nền (chiếm 44%), sau đó đến căn hộ cao cấp (chiếm 37%), căn hộ trung cấp chiếm 15% và căn hộ bình dân chiếm tỷ trọng thấp nhất với 4%. Năm 2022, nguồn cung căn hộ cao cấp tăng mạnh qua các năm trong khi nguồn cung căn hộ trung cấp và bình dân (nhà ở xã hội, nhà ở công nhân) giảm lần lượt 90%; 79% so với năm 2019.

Nhu cầu giảm, trong khi cung tăng mạnh khiến lượng hàng tồn kho tập trung vào phân khúc cao cấp. Theo Hội Môi giới bất động sản Việt Nam (2023), tính đến cuối năm 2022, thị trường còn tồn kho 100.000 sản phẩm, tương đương với giai

<sup>1</sup> Số liệu của Bộ Xây dựng năm 2022 cho thấy nhu cầu nhà ở xã hội cho người thu nhập thấp, công nhân ở khu công nghiệp giai đoạn 2021-2030 là khoảng 2,6 triệu căn hộ, trong đó, từ năm 2021-2025 là khoảng 1,3 triệu căn.



đoạn khủng hoảng (2011-2013). Tỷ lệ hấp thụ sản phẩm giảm từ mức 64% năm 2018 xuống còn 36% năm 2020, 51% năm 2021. Năm 2022, tỷ lệ hấp thụ chỉ còn 39%, tương đương 19.000 giao dịch và chỉ bằng 69% năm 2021 và 17% so với năm 2018. Riêng quý IV/2022, tỷ lệ hấp thụ chỉ ở mức hơn 14%, giảm mạnh so với giai đoạn nửa đầu năm.

### **Kinh nghiệm quốc tế đối với điều tiết thị trường bất động sản qua công cụ thuế**

Việc điều tiết thị trường bất động sản qua công cụ thuế được nhiều quốc gia trên thế giới sử dụng. Cơ sở của việc này là khi đánh các mức thuế khác nhau đối với bất động sản sẽ thay đổi giá trị của bất động sản trong các giao dịch bất động sản, qua đó sẽ khuyến khích hoặc hạn chế một loại bất động sản nào đó theo hướng mà Nhà nước mong muốn đạt được. Trong phạm vi của bài viết này, tác giả tập trung vào 3 loại thuế có tác động mạnh đến khả năng điều tiết thị trường bất động sản đó là: (i) Thuế giao dịch bất động sản; (ii) Thuế với tài sản thứ 2; (iii) Thuế với bất động sản chưa sử dụng.

#### **(i) Thuế giao dịch BĐS**

Thuế này được áp dụng tại 3/4 các quốc gia OECD, ở mức cố định, và trong một số trường hợp có thể phụ thuộc vào giá trị của tài sản (như tại Canada và Hàn Quốc). Thuế giao dịch thường được áp dụng khi mua một tài sản là bất động sản, mà không áp dụng trong việc bán tài sản đó.

Tại Pháp, tùy vào thời gian nắm giữ bất động sản, mức thuế giao dịch có thể thay đổi, thời gian nắm giữ càng dài, thuế sẽ càng thấp. Cụ thể, thời gian nắm giữ dưới 6 năm, thuế suất không được giảm, thời gian nắm giữ từ 6 đến 21 năm, thuế suất giảm 6 điểm %; thời gian nắm giữ là 22 năm thuế suất giảm tiếp 4 điểm %, thời gian nắm giữ trên 22 năm thì được miễn thuế hoàn toàn.

Trong khi đó, một số nước áp dụng mức thuế tùy thuộc vào giá trị của bất động sản. Tại Singapore, Chính phủ nước này bắt đầu áp thuế cao hơn đối với bất động sản cao cấp từ 15/2/2023. Tại Thái Lan áp dụng biểu thuế suất lũy tiến theo mục đích sử dụng và ngưỡng giá trị định giá của đất, công trình trên đất với biên độ từ 0,01-0,7%.

#### **(ii) Thuế đối với BĐS thứ 2 trở lên**

Tại Singapore, với mục hạn chế sự phát triển quá nóng, tạo sự cân bằng của thị trường, nước này đã áp dụng thuế lũy tiến bất động sản, công dân mua căn nhà thứ 2 phải trả thuế 12%, căn thứ 3 và các căn tiếp theo là 15%; người nước ngoài mua nhà phải đóng thuế 20% giá trị bất động sản cho mọi bất động sản. Bên cạnh đó, để hạn chế việc mua đi, bán lại bất động sản trong thời gian ngắn (phần lớn là giao dịch đầu cơ), Chính phủ Singapore quy định người bán phải trả thuế trước bạ khi họ bán tài sản nhà ở của mình trong vòng 3 năm, được áp dụng từ năm 2010. Theo đó, nếu như bán nhà trong năm đầu tiên người bán sẽ bị đánh thuế 16%, năm thứ 2 mức thuế là 12%, năm thứ 3 là 8%, sau năm thứ 4 người bán sẽ không bị đánh thuế này. Thuế trước bạ của người bán dao động từ 12%, 8% và 4%, tùy thuộc vào năm bán hàng, và tính trên giá thực tế hoặc giá trị thị trường của tài sản, tùy theo mức nào cao hơn.

Ở Anh, từ bất động sản thứ hai trở lên, dù mua để ở hay cho thuê, lệ phí trước bạ được tính bằng mức tiêu chuẩn cộng thêm khoản phụ phí 3% trên mỗi khung giá. Trong khi đó, người sở hữu từ hai căn hộ trở lên ở Trung Quốc (thành phố Thượng Hải) phải trả một khoản thuế thường niên với bất động sản thứ hai từ 0,4% đến 0,6% giá trị tài sản, tính trên diện tích dư ra từ mức 60m<sup>2</sup>/người.

#### **(iii) Thuế đất chưa sử dụng và thuế đối với giá trị tăng thêm của tài sản**

Tại Pháp, nhằm thúc đẩy các chủ sở hữu các bất động sản bỏ trống bán tài sản, giảm căng thẳng cho thị trường, Chính phủ nước này đã áp dụng thuế đối với các bất động sản chưa sử dụng và dự kiến tăng lên từ năm 2023. Theo đó, trong dự thảo ngân sách năm 2023, đối với những ngôi nhà bỏ trống thuế suất dự kiến sẽ tăng từ 12,5% lên 17% trong năm đầu tiên, và các năm tiếp theo lần lượt là 25% và 34%. Quy định này dự kiến được áp dụng đối với các bất động sản đã bỏ trống từ 1 năm trở lên, trong các khu vực đông đúc có xu hướng thiếu nhà ở.

Trong khu vực ASEAN, việc áp dụng thuế đối với bất động sản chưa sử dụng cũng đã được triển khai từ khá lâu. Tại Campuchia, thuế này được ban hành vào năm 1995, cơ sở tính thuế là đất chưa sử dụng, bao gồm đất chưa sử dụng với



các tòa nhà hiện có ở trạng thái bỏ hoang, với thuế suất 2% trên giá trị thị trường được đánh giá của đất trên mỗi mét vuông. Trong khi đó, tại Phillipines, nước này cũng có áp dụng thuế đất nhàn rỗi.

Một số nước khu vực ASEAN cũng có chính sách nhằm điều tiết mức thuế giao dịch bất động sản tùy thuộc vào thời gian sở hữu. Trong khi, tại Singapore, các bất động sản được mua đi, bán lại trong năm thứ nhất sẽ bị đánh thuế 100% trên giá trị chênh lệch mua, bán; sau 2 năm thì mức thuế suất là 50%; sau 3 năm là 25%. Thị tại Malaysia, thuế thu nhập cá nhân đối với bất động sản từ việc thanh lý tài sản được quy định ở mức 30% trong thời gian nắm giữ lên đến 3 năm; 20% cho thời gian nắm giữ từ 3-4 năm; 15% cho thời gian nắm giữ trên 4 năm.

### Một số khuyến nghị cho Việt Nam

**Thứ nhất**, có thể khẳng định vai trò to lớn của ngành bất động sản trong nền kinh tế Việt Nam, bao gồm cả tác động trực tiếp và tác động lan toả. Trong trường hợp thị trường này khủng hoảng có thể kéo theo nhiều hệ lụy kinh tế - xã hội. Điều này đặt ra yêu cầu về việc quản lý thị trường, theo đó cần có giải pháp để tạo điều kiện thúc đẩy sự phát triển, và điều quan trọng không kém là các biện pháp để điều tiết thị trường theo định hướng phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội chung của đất nước.

Việc quản lý thị trường bất động sản thực tế cần được thực hiện một cách đồng bộ, với sự tham gia của nhiều bộ, ngành và địa phương. Trong đó, tập trung vào tháo gỡ các vướng mắc về thủ tục hành chính, phương pháp xác định giá bất động sản, các khó khăn trong huy động vốn cho các doanh nghiệp và người tiêu dùng...

**Thứ hai**, đối với việc sử dụng công cụ thuế để điều tiết thị trường bất động sản. Đây là việc làm cần thiết để định hướng sự phát triển của thị trường, hạn chế sự mất cân đối cung cầu, giảm bớt các nguy cơ đổ vỡ thị trường cũng như hướng tới việc đảm bảo tốt hơn nhu cầu về nhà ở của người dân, nhất là những người có thu nhập thấp (bộ phận dân số chiếm tỷ lệ cao tại Việt Nam).

Việc xem xét kinh nghiệm quốc tế về điều tiết thị trường bất động sản thông qua công cụ thuế

có thể thấy các nước đã sử dụng khá hiệu quả các công cụ này và Việt Nam cũng có thể xem xét áp dụng.

Việc sử dụng các mức thuế giao dịch tăng lên theo giá trị của bất động sản, mức thuế cao hơn đối với việc sở hữu bất động sản trong thời gian ngắn, mức thuế trên lợi tức thu được từ chuyển nhượng bất động sản, mức thuế cao hơn với các bất động sản thứ hai, thứ ba hay thuế đối với bất động sản chưa sử dụng có thể góp phần hạn chế giao dịch mang tính đầu cơ, và với phân khúc cao cấp. Qua đó, khuyến khích các giao dịch cho mục đích thật, hướng vào phân khúc giá thấp phù hợp với điều kiện của đại bộ phận người dân.

**Thứ ba**, việc áp dụng các loại thuế mới để điều tiết cần được xem xét, tính toán kỹ lưỡng. Thực tế, mỗi chính sách được ban hành đều có tác động 2 mặt bao gồm tích cực và tiêu cực, đồng thời sẽ tác động đến nhiều đối tượng. Do đó, việc đưa ra chính sách thuế mới cần được thực hiện trên cơ sở đánh giá tác động của nó đến thị trường, đặc biệt là đảm bảo sự phát triển theo định hướng lớn của đất nước./.

### Tài liệu tham khảo:

Bộ Tài chính (2022), Số liệu công khai ngân sách từ 2017-2021, truy cập từ <https://ckns.mof.gov.vn/SitePages/home.aspx>

Bộ Xây dựng (2022), Công bố thông tin về nhà ở và thị trường bất động sản quý IV/2022 và cả năm 2022.

Chính phủ (2022), Nghị định số 65/2022/NĐ-CP, ngày 16/9/2022 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 153/2020/NĐ-CP, ngày 31/12/2020 quy định về chào bán, giao dịch trái phiếu doanh nghiệp riêng lẻ tại thị trường trong nước và chào bán trái phiếu doanh nghiệp ra thị trường quốc tế.

Hiệp hội BĐS Việt Nam (2023), Báo cáo kết quả Đề tài khoa học: "Bất động sản trong nền kinh tế Việt Nam - Vai trò và khuyến nghị chính sách".

Thủ tướng Chính phủ (2023), Quyết định 388/QĐ-TTg, ngày 03/4/2023 phê duyệt Đề án "Đầu tư xây dựng ít nhất 1 triệu căn hộ nhà ở xã hội cho đối tượng thu nhập thấp, công nhân khu công nghiệp giai đoạn 2021-2030".

Tổng cục Thống kê (2012-2022), Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội các năm, từ năm 2012 đến năm 2022.

VNDIRECT Research (2023), Cập nhật thị trường trái phiếu doanh nghiệp - Đánh giá tác động của Nghị định số 08/2023/NĐ-CP, công bố ngày 07/3/2023.

Hiệp hội Bất động sản Việt Nam (2021) Bất động sản trong nền kinh tế Việt Nam - Vai trò và khuyến nghị chính sách.

Hội Môi giới Bất động sản Việt Nam (2023), Báo cáo thị trường Bất động sản Việt Nam năm 2022.

Nguyễn Văn Ven (2023) Phát triển thị trường bất động sản bền vững tại Việt Nam. Tạp chí Cộng sản.

OECD (2020), Mapping property tax reform southeast asia.

Alexander Leodolter et al (2022), Immovable Property Taxation for Sustainable & Inclusive Growth.

Doris Prammer (2021), Immovable property: where, why and how should it be taxed? A review of the literature and its implementation in Europe.

Các website: [gso.gov.vn](http://gso.gov.vn); [vietnamnet.vn](http://vietnamnet.vn).

# MỨC ĐỘ CÔNG BỐ THÔNG TIN KẾ TOÁN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP CHỨNG KHOÁN NIÊM YẾT

PGS.TS. Phạm Văn Đăng\* - GS.TS. Vũ Văn Hóa\* - PGS.TS. Đỗ Đức Tài\*\*

Mục đích chính của nghiên cứu này là kiểm tra thực nghiệm mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Nhóm tác giả đã thu thập dữ liệu thứ cấp từ các nghiên cứu trước đây, số liệu của các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trong giai đoạn 2018-2020. Trong nghiên cứu này chúng tôi sử dụng chỉ tiêu mức độ công bố thông tin kế toán (I) để đo lường dựa trên phương pháp nghiên cứu hỗn hợp. Chúng tôi đã thực hiện một số phân tích mô tả, so sánh với sự hỗ trợ của phần mềm Stata để đánh giá và đo lường mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Kết quả cho thấy mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam đạt 0,5451956 và có sự chênh lệch về mức độ công bố thông tin kế toán của các doanh nghiệp này. Sự khác biệt về mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên sàn HNX hoặc HSX với sàn Upcom có ý nghĩa thống kê. Dựa trên kết quả nghiên cứu, các khuyến nghị được trình bày nhằm cải thiện mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

• Từ khóa: công bố thông tin kế toán (I), thông tin kế toán, kế toán, doanh nghiệp chứng khoán, tài chính.

The main purpose of this study is to empirically test the level of accounting information disclosure by listed securities firms on the Vietnam stock market. The authors collected secondary data from previous studies, including data from listed securities firms for the period of 2018-2020. In this study, we use the level of accounting information disclosure (I) to measure it based on mixed research methods. We have performed some descriptive analysis, compared with support from the software Stata, to evaluate and measure the level of accounting information disclosure by listed securities firms on the Vietnam stock market. The results show that the level of accounting information disclosure by listed securities firms on the Vietnam stock market is 0.5451956, and there is a difference in the level of accounting information disclosure among these firms. The difference in the level of accounting information disclosure between listed securities firms on HNX or HSX and listed securities firms on Upcom is statistically significant. Based on the research results, some recommendations are presented to improve the level of accounting information disclosure by listed securities firms on the Vietnam stock market.

• Key words: accounting information disclosure (I), accounting information, accounting, securities firms, finance.

JEL codes: M40, M41, E44, F65

Ngày nhận bài: 06/11/2023

Ngày gửi phản biện: 10/11/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 15/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 10/01/2024

## 1. Giới thiệu

Doanh nghiệp chứng khoán là loại hình doanh nghiệp kinh doanh có điều kiện, mang tính chất đặc thù, được đặt dưới sự quản lý trực tiếp của cơ quan quản lý chuyên trách là Ủy ban chứng khoán nhà nước. Doanh nghiệp chứng khoán cung cấp thông tin trên thị trường chứng khoán. Thông tin kế toán có vai trò quan trọng đối với đối tượng sử dụng cả bên trong và bên ngoài doanh nghiệp.

Doanh nghiệp chứng khoán nói chung, các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán nói riêng có vai trò to lớn trong việc thúc đẩy các hoạt động kinh tế như: Làm cầu nối giữa cung - cầu chứng khoán, xác định giá và góp phần ổn định giá cả chứng khoán trên thị trường chứng khoán, thực hiện tính thanh khoản cho các loại chứng khoán, góp phần tạo ra sản phẩm và dịch vụ mới trên thị trường; giúp cơ quan quản lý thị trường quản lý, giám sát các hoạt động trên thị trường một cách có hiệu quả,

\* Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội

\*\* Trường Đại học Lao động - Xã hội

góp phần giảm chi phí giao dịch, giảm rủi ro và nâng cao hiệu quả đầu tư cho các nhà đầu tư...

Hội đồng chuẩn mực kế toán quốc tế - IASB (2015) cho rằng, việc công bố thông tin qua các báo cáo tài chính bao gồm cả nghĩa hẹp và nghĩa rộng. Theo đó, về nghĩa hẹp là các báo cáo trình bày về tình hình tài chính, tình hình kinh doanh, cũng như việc quản lý các nguồn vốn cho kinh doanh của một đơn vị kinh tế, trong khi về nghĩa rộng là bao hàm toàn bộ thông tin cung cấp bên trong và bên ngoài cho các đối tượng sử dụng. Công bố thông tin kế toán là toàn bộ thông tin được cung cấp thông qua hệ thống các báo cáo tài chính của một công ty trong một thời kỳ nhất định (Trần Quốc Thịnh & Lê Hoàng Việt Hà, 2017).

Mặc dù các cơ quan Nhà nước đã có những quy định về công bố thông tin như: Thông tư 52/2012/TT-BTC - Hướng dẫn việc công bố thông tin trên thị trường chứng khoán; Thông tư 155/2015/TT-BTC - Hướng dẫn việc công bố thông tin trên thị trường chứng khoán; Thông tư 96/2020/TT-BTC - Hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán, Luật Chứng Khoán 2019; Luật doanh nghiệp 2020... Ngoài ra, quy trình, nội dung và cách thức công bố thông tin được quy định trong chuẩn mực kế toán về lập và trình bày báo cáo tài chính - chuẩn mực số 21 (Bộ Tài chính, 2003)... Tuy nhiên, tại các doanh nghiệp chứng khoán, có công bố hay công bố đủ, công bố thiếu thông tin, mức độ công bố nhiều hay ít, công bố thông tin sai lệch hoặc chậm trễ... đã gây thiệt hại cho nhà đầu tư và đối tượng sử dụng thông tin và còn tùy thuộc bởi nhiều yếu tố. Vì vậy, thực hiện nghiên cứu này là cần thiết, có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn.

Nghiên cứu này được kết cấu gồm 6 phần: Phần 1 là giới thiệu, phần 2 trình bày cơ sở lý luận và tổng quan nghiên cứu, phần 3 là phương pháp nghiên cứu, phần 4 trình bày kết quả nghiên cứu, phần 5 là thảo luận và hàm ý quản trị và phần 6 trình bày kết luận.

## 2. Cơ sở lý luận và tổng quan nghiên cứu

Các nhà nghiên cứu trên thế giới và trong nước đã chia công bố thông tin kế toán thành hai loại gồm công bố thông tin bắt buộc và công bố thông tin tự nguyện. Trong đó, công bố thông tin bắt buộc là việc các công ty phải bắt buộc thực hiện các yêu cầu về công bố thông tin theo quy định của pháp luật hiện hành như Luật chứng khoán, các thông tư của Bộ Tài chính, quy định của các cơ quan quản lý... Công

bố thông tin tự nguyện là thông tin do các doanh nghiệp niêm yết tự nguyện công bố, nhưng không phải là thông tin tài chính cơ bản bắt buộc phải công bố theo các nguyên tắc kế toán được chấp nhận rộng rãi và các yêu cầu của cơ quan quản lý chứng khoán (FASB, 2001).

Gigler và Hemmer (1998) khẳng định, sự hoàn hảo của việc công bố thông tin bắt buộc và quy định thị trường liên quan sẽ có tác động đến công bố thông tin tự nguyện.

Muhamad và cộng sự (2009) cho rằng, khi số lượng thông tin được công bố càng nhiều sẽ làm tăng tính phong phú và đa dạng của thông tin và do vậy sẽ làm tăng chất lượng thông tin. Nghiên cứu này căn cứ trên một bộ danh mục các thông tin cần công bố để xem xét chất lượng thông tin qua việc các thông tin đó có được công bố hay không, nếu có công bố thì được nhận 1 điểm, không công bố thì 0 điểm.

Albitar (2015) xem xét việc tự nguyện công bố thông tin trong các báo cáo thường niên của các doanh nghiệp Jordan niêm yết trên thị trường chứng khoán Amman (ASE). Kết quả đã chỉ ra mức độ công bố thông tin tự nguyện của các doanh nghiệp ở Jordan là thấp (trung bình là 35,7% trong ba năm), mặc dù vẫn có sự gia tăng đáng kể qua các năm khác nhau.

Ta Quang Bình (2012) xây dựng bộ chỉ mục về công bố thông tin tự nguyện theo các bước sau: Ở bước đầu tiên, dựa trên các nghiên cứu trước có liên quan để xác định được danh sách về công bố thông tin tự nguyện. Ở bước thứ hai, tiến hành rà soát, và đối chiếu bộ chỉ mục công bố thông tin ở bước 1 theo các yêu cầu về công bố thông tin bắt buộc tại Việt Nam ở thời điểm nghiên cứu, nếu tương tự với mục thông tin bắt buộc công bố sẽ bị loại trừ. Tiếp đó, các chỉ mục trong bộ chỉ mục công bố thông tin được nhóm thành sáu loại: thông tin chung về doanh nghiệp, về kiểm toán, thông tin tài chính, thông tin hướng tới tương lai, thông tin về nhân viên, trách nhiệm xã hội và chính sách môi trường, công bố cơ cấu hội đồng quản trị. Cuối cùng, với bộ chỉ mục đã xây dựng được, gửi đến các chuyên gia là đề xin ý kiến và hiệu chỉnh bộ chỉ mục công bố thông tin, và hình thành nên được bộ chỉ mục chính thức về công bố thông tin tự nguyện dùng trong nghiên cứu với 72 chỉ mục.

Công bố thông tin được hiểu là phương thức để thực hiện quy trình minh bạch của doanh nghiệp



nhằm đảm bảo các cổ đông và công chúng đầu tư có thể tiếp cận thông tin một cách công bằng (Đặng Ngọc Hùng, 2016).

Kế thừa kết quả của các nghiên cứu trên, dựa trên kết quả phỏng vấn chuyên gia và dựa trên những quy định của pháp luật có liên quan như Thông tư số 155/2015/TT-BTC ngày 06/10/2015, chúng tôi xác định mức độ công bố thông tin kế toán (I) tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết như sau:

$$I_j = \sum_{i=1}^{n_j} dij/n_j$$

Trong đó:  $I_j$ : chỉ số công bố thông tin kế toán của công ty  $j$ ;  $dij = 1$  nếu mục thông tin  $i$  được công bố,  $= 0$  nếu không được công bố;  $n$ : số lượng mục thông tin doanh nghiệp có thể công bố; và  $0 < I_j < 1$ ; công bố thông tin bắt buộc gồm 25 chỉ mục, công bố thông tin tự nguyện gồm 72 chỉ mục.

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu này sử dụng cả phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng.

Phương pháp nghiên cứu định tính: Chúng tôi sử dụng kỹ thuật tổng hợp, phân tích, so sánh, đối chiếu để đánh giá mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Bên cạnh việc thu thập các công trình nghiên cứu trước đây chúng tôi thực hiện việc phỏng vấn các chuyên gia là những giảng viên hàng đầu về kế toán, tài chính và kế toán trưởng tại các doanh nghiệp chứng khoán. Phương pháp nghiên cứu định tính định hướng và sàng lọc kết quả nghiên cứu của các nghiên cứu trước đây; từ đó, nghiên cứu này kế thừa và áp dụng.

Phương pháp nghiên cứu định lượng dựa trên dữ liệu bảng, dữ liệu được tổng hợp trong 3 năm, từ năm 2018 đến năm 2020 (Thông tư số 96/2020/TT-BTC có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01/01/2021, và thay thế Thông tư số 155/2015/TT-BTC). Căn cứ vào các trang web có uy tín như <http://cafef.vn>; <https://financevietstock.vn>, [cophieu68.com.vn](http://cophieu68.com.vn) và Công ty Dịch vụ Dữ liệu Toàn Cầu, chúng tôi thu thập dữ liệu và tính toán mức độ công bố thông tin kế toán.

Mẫu nghiên cứu là 36 doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam bao gồm sàn chứng khoán Hà Nội (HNX), sàn chứng khoán Hồ Chí Minh (HSX) và sàn Upcom; với 1

chỉ tiêu trong 3 năm; chúng tôi đã thu thập được 108 quan sát. Sau đó chúng tôi đánh giá, phân tích với sự hỗ trợ của phần mềm Stata 13.

**4. Kết quả nghiên cứu**

Bảng 1 cho biết mức độ công bố thông tin kế toán xét riêng từng doanh nghiệp chứng khoán trong từng năm. Có sự khác biệt về mức độ công bố thông tin kế toán của các doanh nghiệp chứng khoán trong giai đoạn này (Bảng 1).

**Bảng 1: Mức độ công bố thông tin kế toán của doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2018-2020**

Mã CK	Năm	I	Mã CK	Năm	I
AAS	2020	0,56	MBS	2020	0,45
AAS	2019	0,56	MBS	2019	0,45
AAS	2018	0,56	MBS	2018	0,45
ABW	2020	0,48	ORS	2020	0,57
ABW	2019	0,48	ORS	2019	0,57
ABW	2018	0,48	ORS	2018	0,58
AGR	2020	0,53	PHS	2020	0,55
AGR	2019	0,53	PHS	2019	0,55
AGR	2018	0,53	PHS	2018	0,45
APG	2020	0,50	PSI	2020	0,51
APG	2019	0,50	PSI	2019	0,51
APG	2018	0,50	PSI	2018	0,51
APS	2020	0,53	SBS	2020	0,54
APS	2019	0,48	SBS	2019	0,52
APS	2018	0,53	SBS	2018	0,52
ART	2020	0,45	SHS	2020	0,47
ART	2019	0,45	SHS	2019	0,47
ART	2018	0,45	SHS	2018	0,47
BMS	2020	0,56	SSI	2020	0,65
BMS	2019	0,56	SSI	2019	0,65
BMS	2018	0,56	SSI	2018	0,65
BSI	2020	0,64	TCI	2020	0,72
BSI	2019	0,63	TCI	2019	0,59
BSI	2018	0,64	TCI	2018	0,72
BVS	2020	0,75	TVB	2020	0,47
BVS	2019	0,75	TVB	2019	0,47
BVS	2018	0,75	TVB	2018	0,47
CSI	2020	0,51	TVS	2020	0,55
CSI	2019	0,51	TVS	2019	0,49
CSI	2018	0,51	TVS	2018	0,49
CTS	2020	0,63	VCI	2020	0,61
CTS	2019	0,64	VCI	2019	0,61
CTS	2018	0,64	VCI	2018	0,61
DSC	2020	0,48	VDS	2020	0,69
DSC	2019	0,48	VDS	2019	0,69
DSC	2018	0,59	VDS	2018	0,69
EVS	2020	0,54	VFS	2020	0,61



Mã CK	Năm	I	Mã CK	Năm	I
EVS	2019	0,54	VFS	2019	0,61
EVS	2018	0,54	VFS	2018	0,61
FTS	2020	0,57	VIG	2020	0,47
FTS	2019	0,57	VIG	2019	0,47
FTS	2018	0,57	VIG	2018	0,47
HAC	2020	0,46	VIX	2020	0,45
HAC	2019	0,46	VIX	2019	0,45
HAC	2018	0,46	VIX	2018	0,45
HBS	2020	0,48	VND	2020	0,55
HBS	2019	0,48	VND	2019	0,47
HBS	2018	0,48	VND	2018	0,56
HCM	2020	0,68	VUA	2020	0,55
HCM	2019	0,68	VUA	2019	0,55
HCM	2018	0,68	VUA	2018	0,55
IVS	2020	0,45	WSS	2020	0,52
IVS	2019	0,45	WSS	2019	0,52
IVS	2018	0,45	WSS	2018	0,52

Nguồn: <https://finance.vietstock.vn/>; <http://cafe.vn>, Công ty dịch vụ dữ liệu toàn cầu và các tác giả tổng hợp

Tiếp theo là kết quả thống kê mô tả:

Bảng 2 cho thấy: Mức độ công bố thông tin kế toán được mô tả bằng 108 quan sát (obs); các chỉ tiêu cơ bản như giá trị trung bình (mean), giá trị lớn nhất (max), giá trị nhỏ nhất (min), độ lệch chuẩn (sd) của từng chỉ số đã được xác định và các chỉ số cơ bản này phản ánh đúng thực trạng mức độ công bố thông tin kế toán của các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

**Bảng 2: Thống kê mô tả tổng quát và thống kê mô tả chi tiết**

Thống kê mô tả tổng quát					
Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
I	108	0,5451956	0,078432	0,4516129	0,75
Thống kê mô tả chi tiết					
stats		I			
N		108			
Sum		58,88113			
Range		0,2983871			
Variance		0,0061516			
Cv		0,1438603			
skewness		0,8729025			
Kurtosis		2,952822			
p50		0,528844			

Nguồn: Các tác giả tổng hợp và phần mềm Stata 13

Theo các chuyên gia tài chính và các chuyên gia được phỏng vấn, ở thị trường chứng khoán Việt Nam hiện nay, đa số các nhà đầu tư thường giao dịch nhiều nhất trên sàn giao dịch chứng khoán Hồ Chí Minh (HSX) và sàn giao dịch Hà Nội (HNX). Tuy nhiên, ngoài 2 loại sàn phổ biến này ra, còn có thêm

sàn Upcom... sàn giao dịch Upcom là nơi tập hợp những công ty cổ phần hoặc Công ty Trách nhiệm hữu hạn đã phát hành chứng khoán ra công chúng nhưng chưa được niêm yết. Hiện tại, sàn giao dịch Upcom đang được hoạt động dưới sự quản lý trực tiếp của Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX). Thị trường Upcom là khi cổ phiếu của các doanh nghiệp chưa đăng ký hoặc chưa có đủ điều kiện để niêm yết trên sàn HSX hoặc sàn HNX, những cổ phiếu này sẽ được giao dịch trên Upcom và có thể mua bán như bình thường, đủ điều kiện lên sàn Upcom. Do đó, chúng tôi lựa chọn việc chia mẫu theo sàn niêm yết.

Tiếp theo, so sánh mức độ công bố thông tin của doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên HNX hoặc HSX với các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên sàn Upcom.

Sàn niêm yết (SE): Biến giả là 1 nếu doanh nghiệp niêm yết trên HNX hoặc HSX và trường hợp còn lại (niêm yết trên Upcom) bằng không (0).

Bảng 3 cho thấy, có 75 lượt doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên HNX hoặc HSX và 33 lượt doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên Upcom.

Các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên Upcom có mức độ công bố thông tin thấp hơn các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên HNX hoặc HSX. Sự khác biệt về mức độ công bố thông tin kế toán giữa các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên HNX hoặc HSX với các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên Upcom có ý nghĩa thống kê (p-value = 0,0001 < 0,05, trị tuyệt đối giá trị chênh lệch 0,0625825) (Bryman & Cramer, 2001; Kohler & Kreuter, 2005; Torres-Reyna, 2007; Ditzen, 2018).

**Bảng 3: So sánh mức độ công bố thông tin giữa các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên HNX hoặc HSX với các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên Upcom**

Test I, by (SE)

Two-sample t test with equal variances

Group	Obs	Mean	Std. Err.	Std. Dev.	[95% Conf. Intervals]
0	33	0,5017356	0,0068168	0,0391595	0,4878502 0,5156209
1	75	0,5643181	0,0096739	0,0837785	0,5450424 0,5835938
Combined	108	0,5451956	0,0075471	0,078432	0,5302344 0,5601569
Diff		0,0625825	0,0152976		-0,0929115 0,2179565
diff = mean (0) - mean (1)		t = -4.0910			
Ho: diff = 0		degrees of freedom = 106			
Ha: diff < 0		Ha: diff != 0		Ha: diff > 0	
Pr (T < t) = 0,0000		Pr ( T  >  t ) = 0,0001		Pr (T > t) = 1,0000	

Nguồn: Các tác giả tổng hợp và phần mềm Stata 13

### 5. Thảo luận và hàm ý quản trị

Kết quả bảng 2 cho thấy mức độ công bố thông tin kế toán trung bình của các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn 2018 - 2020 là 0,5451956 so với công bố đầy đủ là 1. Tức là, ở Việt Nam trong giai đoạn này, mức độ công bố thông tin kế toán trung bình của các doanh nghiệp ngành chứng khoán chỉ đạt 54,51956%, còn khoảng 45,48% các thông tin cần thiết chưa được công bố.

Công bố tối đa đã đạt 75,00% và mức tối thiểu là 45,16129%. Khoảng cách giữa hai giá trị này là khoảng 30%, điều này cho thấy công bố thông tin kế toán giữa các doanh nghiệp trong ngành chứng khoán không đồng đều và vẫn còn nhiều doanh nghiệp công bố thông tin chưa đầy đủ. Điều này dễ làm cho người sử dụng thông tin có khả năng nhận định và phân tích số liệu bị nhầm lẫn.

Bảng 2 còn cho thấy phương sai (variance) của biến "T" là 0,0061516 và độ lệch chuẩn (Std. Dev) là 0,078432. Hệ số bất đối xứng hay còn gọi là độ xiên (Skewness) bằng 0,8729025 lớn hơn không (0), do đó phân phối lệch phải. Lúc này số bình quân nhỏ hơn số trung vị, và số trung vị sẽ nhỏ hơn số mode. Giá trị của độ nhọn (Kurtosis) bằng 2,952822 nhỏ hơn 3 chứng tỏ phân phối tập trung kém mức bình thường; đỉnh của đồ thị hình chuông của phân phối thấp và tù hơn, với 2 đuôi dài hơn.

Công bố thông tin kế toán của các doanh nghiệp niêm yết nói chung và doanh nghiệp chứng khoán niêm yết nói riêng có vị thế quan trọng trên thị trường chứng khoán và có ảnh hưởng rất lớn tới các chủ thể khác, nhất là các nhà đầu tư. Để thúc đẩy thị trường chứng khoán Việt Nam phát triển bền vững, khách quan, dễ dàng hội nhập với thị trường chứng khoán trong khu vực và thế giới, các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết nên tăng cường hơn nữa các hoạt động liên quan đến công bố thông tin kế toán của mình để tăng cường công bố thông tin kế toán.

### 6. Kết luận

Doanh nghiệp chứng khoán có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế và toàn xã hội, doanh nghiệp chứng khoán không chỉ thúc đẩy sự phát triển của thị trường chứng khoán nói riêng mà còn thúc đẩy nền kinh tế nói chung. Dựa vào sự hoạt động của doanh nghiệp chứng khoán mà cổ phiếu, chứng khoán được lưu thông một cách ổn định từ nhà phát hành tới tay nhà đầu tư muốn sở hữu... Mục đích của nghiên cứu này là đánh giá, phân tích và

đo lường mức độ công bố thông tin tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ công bố thông tin của các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết đạt 0,5451956, có sự chênh lệch về mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Sự khác biệt về mức độ công bố thông tin giữa các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên sàn HNX hoặc HSX với các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên sàn Upcom có ý nghĩa thống kê.

Nghiên cứu góp phần vào sự hoàn thiện khung lý thuyết về kế toán, thị trường chứng khoán.

Nghiên cứu này đã phân tích, đánh giá và đo lường mức độ công bố thông tin kế toán tại các doanh nghiệp chứng khoán niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam, nhưng trên thực tế, có nhiều nội dung về kế toán, tài chính và thông tin kinh tế khác của doanh nghiệp chứng khoán cũng cần được làm rõ, ngoài ra chủ đề này tại các doanh nghiệp thuộc các ngành khác cũng cần được nghiên cứu. Vì vậy, nghiên cứu trong tương lai có thể mở rộng, bổ sung các nội dung và các doanh nghiệp thuộc các ngành khác để nghiên cứu và chọn mẫu nghiên cứu lớn hơn, đa dạng hơn.

### Tài liệu tham khảo:

- Albitar, K., (2015). Firm characteristics, governance attributes and corporate voluntary disclosure: A study of Jordanian listed companies. *International Business Research*, 8(3), 1-10.
- Ta Quang Bình (2012). Voluntary Disclosure Information in the Annual Reports of Non Financial Listed Companies: The Case of Vietnam. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 2, 69-90.
- Bộ Tài chính (2003). Quyết định số 234/2003/QĐ-BTC về việc ban hành chuẩn mực kế toán đợt 3.
- Bryman, A., & Cramer, D. (2001). *Quantitative data analysis with SPSS release 10 for windows: A guide for social scientists*.
- Ditzen (2018). Estimating dynamic common-correlated effects in Stata. *The Stata Journal*, 18(3), 585-617. <https://doi.org/10.1177/1536867X1801800306>
- FASB (2001). *FASB Issues Report on Voluntary Disclosures, Improving Business Reporting: Insights into Enhancing Voluntary Disclosures*. Financial Accounting Standards Board. Status Report-Financial Accounting Standards Board, No. 333, 4.
- Gigler, F., & Hemmer, T. (1998). On the Frequency, Quality, and Informational Role of Mandatory Financial Reports. *Journal of Accounting Research*, 36, 117-147.
- Đặng Ngọc Hùng (2016). Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ công bố thông tin kế toán của các doanh nghiệp hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 224(2), 71-80.
- IASB (2015). <https://www.iasplus.com/>
- Kohler, U., & Kreuter, F. (2005). *Data Analysis Using Stata*. College Station, TX: Stata Press.
- Muhamad, R. và cộng sự (2009). Disclosure Quality on Governance Issues in Annual Reports of Malaysian PLCs. *International Business Research*, 2(4), 61-72.
- Torres-Reyna, O. (2007). *Panel Data Analysis Fixed and Random Effects Using Stata (v. 4.2)*. Data & Statistical Services, Princeton University.
- Trần Quốc Thịnh., & Lê Hoàng Việt Hà (2017). Tác động của quản trị công ty đến mức độ công bố thông tin kế toán của các công ty niêm yết - bằng chứng thực nghiệm của VN30. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 236, 37-43.
- Web: <http://cafef.vn;> <https://financevietstock.vn;> [hsc.vn;](http://hsc.vn;) [cophieu68.vn.](http://cophieu68.vn;)

# TỔNG QUAN VỀ KẾ TOÁN ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

TS. Nguyễn Thành Hưng\*

**Kế toán đối thủ cạnh tranh là một nội dung quan trọng của kế toán quản trị chiến lược, được phát triển từ những năm 1990 trên thế giới để đáp ứng với nhu cầu thực tế của các doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh. Tuy nhiên, tại Việt Nam chưa có nhiều nghiên cứu về chủ đề này. Bài viết trình bày tổng quan nghiên cứu về kế toán đối thủ cạnh tranh trên.**

• Từ khóa: kế toán đối thủ cạnh tranh, kế toán quản trị (KTQT), kế toán quản trị chiến lược (KTQTCL).

*Competitor accounting (CA) has developed as a part of strategic management accounting since the 1990s in order to meet the needs of businesses in an increasingly competitive market. However, in Vietnam there are still not many research documents on this topic. This paper presents an overview on theories and empirical studies on CA in the world.*

• Key words: competitor accounting (CA), management accounting, strategic management accounting.

JEL codes: M4, M41

Ngày nhận bài: 11/10/2023

Ngày gửi phân biên: 13/10/2023

Ngày nhận kết quả phân biên: 22/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## 1. Giới thiệu

Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh là một khía cạnh ngày càng được các doanh nghiệp (DN) quan tâm và cũng được đề cập trong nhiều tài liệu nghiên cứu về marketing. Việc không ngừng cập nhật thông tin và nghiên cứu về đối thủ cạnh tranh giúp DN: (1) Hiểu rõ hơn về thị trường, nắm rõ hơn về hành vi của các nhóm khách hàng mục tiêu; (2) Xác định được đó là đối thủ trực tiếp hay gián tiếp của mình; (3) Đánh giá được điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ và của chính mình; (4) Nhận định rõ ràng những cơ hội, thách thức và tiềm ẩn rủi ro mà đối thủ cạnh tranh mang lại, từ đó xây dựng chiến lược kinh doanh hiệu quả, phủ rộng sản phẩm tới nhiều khách hàng tiềm năng hơn đối thủ, chiếm lĩnh thị trường kinh doanh, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững

và ổn định trong tương lai. Vì vậy, các DN có xu hướng dành ngày càng nhiều thời gian và các nguồn lực tìm kiếm và phân tích thông tin về đối thủ cạnh tranh. Những thông tin này được thu thập từ nhiều nguồn, bằng nhiều cách và thông qua nhiều công cụ khác nhau: từ khách hàng, từ nhà cung cấp, từ nhân viên, thông tin được đối thủ công bố, thông tin thị trường phải trả tiền mua,... Trong số các nguồn thông tin có sẵn, thông tin kế toán cung cấp đóng vai trò then chốt, là một nguồn thông tin thiết yếu và quan trọng để các nhà quản lý xây dựng chiến lược kinh doanh (Egbuhuzor và cộng sự, 2021).

Kế toán đối thủ cạnh tranh là nội dung trọng tâm của phân tích cạnh tranh (Competitive Analysis), đóng vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao sức cạnh tranh của DN (Akenbor & Okoye, 2011). Kế toán đối thủ cạnh tranh cung cấp thông tin chiến lược cho các nhà quản trị liên quan đến việc phân tích dữ liệu định lượng được thu thập về hoạt động kinh doanh của đối thủ ở hiện tại và trong tương lai gần. Từ những thông tin này, nhà quản trị có thêm cơ sở hoạch định các kế hoạch chiến lược liên quan đến quảng cáo, khuyến mãi, kiểm soát chi phí,... nhằm nâng cao hiệu suất hoạt động của DN. Kế toán đối thủ cạnh tranh đã được đề cập trong nhiều tài liệu nghiên cứu trên thế giới với vai trò là một nội dung trọng tâm của KTQTCL. Tuy nhiên, tại Việt Nam, nội dung này còn khá mới cả dưới góc độ lý luận và thực tiễn. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, áp lực cạnh tranh ngày càng lớn, định hướng DN đặt trọng tâm vào khách hàng và thực hiện các chiến lược hành động liên quan đến khách hàng ngày càng nhiều, KTQT càng trở nên quan trọng để cung cấp thông tin hữu ích cho quá trình quản lý, điều hành hoạt

\* Trường Đại học Thương mại; email: thanhhungnuyent@tmu.edu.vn



động của DN. Việc nghiên cứu và áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh cần được xem xét và áp dụng. Do đó, bài viết đề cập đến 2 nội dung: (1) Tổng quan các nghiên cứu về áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh trên thế giới; (2) Khái quát nội dung của kế toán đối thủ cạnh tranh.

**2. Tổng quan nghiên cứu về áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh**

Khi nền kinh tế thị trường phát triển, marketing và đo lường kết quả hoạt động marketing trở thành là vấn đề các DN quan tâm hướng đến. Trong đó, các biện pháp đo lường, tính toán các chỉ tiêu tài chính phục vụ cho công tác marketing lại chủ yếu đến từ KTQT (Mills & Tsamenyi, 2000). Nhiều nghiên cứu đã khẳng định việc vận dụng các kỹ thuật của KTQT trong hoạt động marketing sẽ góp phần nâng cao được sự hội tụ giữa kế toán và marketing. Việc định hướng các tính toán của kế toán theo các hoạt động marketing đã làm xuất hiện một số thuật ngữ mới “kế toán quản trị chiến lược chi phí” (Cost strategic management accounting) “kế toán khách hàng” (Customer Accounting), “kế toán đối thủ cạnh tranh” (Competitor Accounting)...

Kế toán đối thủ cạnh tranh (Competitor Accounting) đề cập đến phương pháp tiếp cận trọng tâm là đối thủ cạnh tranh, bao gồm việc xác định các giá trị kế toán, đo lường, cung cấp báo cáo kế toán liên quan đến đối thủ cạnh tranh (Guilding và cộng sự, 2000). Thuật ngữ kế toán đối thủ cạnh tranh có thể có các tên gọi khác như “kế toán tập trung vào đối thủ cạnh tranh” (Competitor focused accounting), “kế toán liên quan đến đối thủ cạnh tranh” (Accounting related to the competition), “thông tin kế toán trong cạnh tranh thông minh” (Accounting information in competitive intelligence). Sự ra đời của kế toán đối thủ cạnh tranh xuất phát từ nhu cầu các DN nghiên cứu các khía cạnh khác nhau về các DN hoạt động trong cùng ngành và thực hiện các chiến lược để đạt được vị thế cạnh tranh. Nhưng cho đến nay, số lượng nghiên cứu thực nghiệm về kế toán đối thủ cạnh tranh không quá nhiều, có thể khái quát thành 2 hướng tiếp cận chính: (1) Nghiên cứu về nội dung và mức độ áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh; (2) Nghiên cứu về mối quan hệ giữa áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh và hiệu quả hoạt động/ lợi thế cạnh tranh của DN. Cụ thể như sau:

**Các nghiên cứu nội dung và mức độ áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh trong DN**

Ban đầu, kế toán đối thủ cạnh tranh được đề cập dưới góc độ tính toán chi phí sản xuất tương đối của các đối thủ cạnh tranh và tìm hiểu các chiến lược kinh doanh mà các đối thủ có thể thực hiện, đánh giá những tác động tiềm tàng đến lợi nhuận của DN (Ward và cộng sự, 1992). Cho đến nay, có nhiều quan điểm khác nhau về nội dung, nhưng đa số các quan điểm đều thừa nhận kế toán đối thủ cạnh tranh là một bộ phận trọng tâm của KTQTCL, liên quan đến việc thu thập, tổng hợp, phân tích thông tin kế toán liên quan đến đối thủ cạnh tranh và sử dụng những thông tin đó để: (1) Dự đoán đối thủ cạnh tranh có thể phản ứng như thế nào với các quyết định chiến lược của DN mình; (2) Dự đoán chiến lược tương lai của đối thủ; (3) Đưa ra các quyết định phản ứng để giảm thiểu những bất lợi với DN, gia tăng lợi thế cạnh tranh và nâng cao hiệu suất hoạt động cho DN (Heinen & Hoffjan, 2005).

Qua tổng quan các nghiên cứu đã công bố từ những năm 1990 đến nay (Guilding, 1999; Gruetter-Settele, 1999; Guilding và cộng sự, 2000; Hesford, 2001; Mejer, 2004; Heinen & Hoffjan, 2005; Cadez & Guilding, 2008; Usman & Bello, 2019) cho thấy kế toán đối thủ cạnh tranh gồm 3 kỹ thuật cơ bản là: Đánh giá chi phí của đối thủ cạnh tranh (Competitor Cost Assessment); Giám sát vị thế cạnh tranh (Competitive Position Monitoring); và Đánh giá đối thủ cạnh tranh dựa trên BCTC đã công bố (Competitor Appraisal Based On Published Financial Statements). Tuy nhiên, kết quả các nghiên cứu thực nghiệm cho thấy, có sự khác biệt đáng kể về sự quan tâm và mức độ áp dụng các kỹ thuật này ở mỗi quốc gia. Chẳng hạn, nghiên cứu của Gruetter-Settle (1999) tại Đức cho thấy việc đánh giá đối thủ cạnh tranh dựa trên BCTC được công bố là khía cạnh quan trọng nhất của phân tích cạnh tranh và ảnh hưởng lớn nhất đến việc lập kế hoạch, định hướng chiến lược và các quyết định của DN, đặc biệt là các quyết định về chi phí sản xuất và giá thành. Một nghiên cứu khác được thực hiện bởi Usman & Bello vào năm 2019 với đối tượng nghiên cứu là các DN sản xuất thực phẩm tại 3 Bang (Kano, Jigawa và Bauchi) của Nigeria. Những phát hiện của nghiên cứu cho thấy, cả 3 khía cạnh của kế toán đối thủ cạnh tranh gồm đánh giá chi phí của



đôi thủ cạnh tranh; giám sát vị thế cạnh tranh và đánh giá đôi thủ cạnh tranh dựa trên BCTC đã công bố đều được áp dụng đáng kể tại các DN khảo sát.

***Các nghiên cứu về mối liên hệ giữa áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh và hiệu quả hoạt động/lợi thế cạnh tranh của DN***

Trong 3 thập kỷ gần đây, các nghiên cứu về chủ đề này đều chỉ ra sự ảnh hưởng tích cực của việc áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh và các chỉ tiêu tài chính, hiệu quả hoạt động và lợi thế cạnh tranh của DN. Nghiên cứu của Fong & Wong (2012) đã sử dụng dữ liệu được thu thập từ BCTC của 81 DN ở Sri Lanka để kiểm định mối liên hệ giữa việc đánh giá chi phí của đối thủ cạnh tranh và việc ra quyết định của các DN. Kết quả cho thấy đánh giá chi phí của đối thủ cạnh tranh tác động đáng kể đến việc ra quyết định của các nhà quản lý tại các DN được lựa chọn. Shecderbek (2010) cũng với bối cảnh nghiên cứu tại Sri Lanka, mẫu khảo sát là 113 DN của ngành công nghiệp sản xuất và dịch vụ cũng cho kết quả tương tự như Fong & Wong (2012).

Hesford (2001) đã thực hiện các cuộc phỏng vấn các chuyên gia người Mỹ là thành viên của Hiệp hội các chuyên gia tình báo cạnh tranh (the Society of Competitive Intelligence Professionals - SCIP) để tìm hiểu việc sử dụng thông tin kế toán. Liên quan đến các công cụ sử dụng, nội dung phỏng vấn tập trung vào 2 phương pháp: (1) Đánh giá đối thủ cạnh tranh dựa trên phân tích BCTC hàng năm được công bố; (2) Đánh giá chi phí của đối thủ cạnh tranh. Kết quả các cuộc phỏng vấn chuyên gia cho thấy, trong bối cảnh cạnh tranh thông tin, nhu cầu sử dụng thông tin kế toán ngày càng gia tăng. Thông tin kế toán là nguồn thông tin đáng tin cậy và hữu ích hơn so với một số nguồn thông tin khác, ví dụ như thông cáo báo chí của DN có thể bị ảnh hưởng bởi chính các đối thủ cạnh tranh. Ngoài ra, các chuyên gia cũng kết luận rằng việc tăng cường sử dụng thông tin kế toán có tác động tích cực đến hiệu quả cạnh tranh. Cùng quan điểm này, Fong & Wong (2012) cho rằng, những tổ chức thực hiện kế toán đối thủ cạnh tranh vượt trội có khả năng xác định và xếp hạng năng lực cạnh tranh của mình, đồng thời đạt được một cách xuất sắc các mục tiêu tài chính và phi tài chính.

Akenbor và Okoye (2011) đã thực hiện nghiên cứu về ảnh hưởng của việc áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh đến lợi nhuận của DN. Đối tượng khảo sát là các DN sản xuất niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Nigeria. Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các Báo cáo thường niên của các DN trong nhiều năm khác nhau và Bản tin thống kê của Ngân hàng Trung ương Nigeria (CBN) trong 15 năm (1994-2008). Kết quả phân tích hồi quy cho thấy việc áp dụng kế toán đối thủ cạnh tranh có tác động tích cực đáng kể đến lợi nhuận của các DN.

Tại Việt Nam, từ năm 2010 cho đến nay, có khá nhiều nghiên cứu về KTQTCL cả dưới góc độ lý luận và thực tiễn. Tuy nhiên, các nghiên cứu đã công bố thường tập trung vào một số kỹ thuật chi phí, kế toán khách hàng, đo lường hiệu quả hoạt động. Kế toán đối thủ cạnh tranh còn là một lĩnh vực khá mới và chưa có nhiều tài liệu hướng dẫn triển khai, cũng chưa có nghiên cứu chuyên sâu nào về chủ đề này.

**3. Nội dung kế toán đối thủ cạnh tranh**

Trên quan điểm tiếp cận là một bộ phận của KTQTCL, kế toán đối thủ cạnh tranh liên quan đến việc thu thập, phân tích và cung cấp thông tin kế toán về đối thủ cạnh tranh, giúp các DN có đánh giá cụ thể về tình hình tài chính, xác định vị thế cạnh tranh và dự đoán hành vi chiến lược trong tương lai của đối thủ cạnh tranh để đưa ra các quyết định chiến lược. Với cách tiếp cận này, có thể khái quát những nội dung cơ bản của kế toán đối thủ cạnh tranh gồm:

**3.1. Xác định và phân loại đối thủ cạnh tranh**

Đối thủ cạnh tranh trong kinh doanh là những DN hoạt động trong cùng ngành, cùng kinh doanh những sản phẩm, dịch vụ tương tự hoặc giống nhau và có cùng đối tượng khách hàng mục tiêu. Họ cạnh tranh với nhau trên nhiều khía cạnh nhằm đạt được mục tiêu về doanh số và thị phần trên thị trường. Để có chiến lược cạnh tranh phù hợp, DN cần nhận diện và phân loại được đối thủ cạnh tranh. Theo Kotler & Armstrong (2009) đối thủ cạnh tranh có thể được phân loại theo 2 tiêu chí: theo cấp độ cạnh tranh hoặc theo lực lượng cạnh tranh.

**Theo cấp độ cạnh tranh**, đối thủ cạnh tranh sẽ được chia làm 4 loại:

- Cạnh tranh nhu cầu: các DN cùng phục vụ, nỗ lực cung cấp sản phẩm/dịch vụ để đáp ứng nhu

cầu của khách hàng mục tiêu. Ví dụ, trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ vận chuyển có đa dạng các loại hình phương tiện đáp ứng nhu cầu như đi lại bằng taxi, xe bus, xe khách, máy bay,...

- **Cạnh tranh công dụng:** các DN cung cấp những sản phẩm dịch vụ không giống nhau nhưng có công dụng tương tự, chẳng hạn như các DN sản xuất máy nước nóng lạnh và bình đun siêu tốc.

- **Cạnh tranh trong ngành:** là cạnh tranh giữa các DN trong cùng một ngành hàng hoặc cùng một chủng loại hàng hóa. Ví dụ, Pepsi và Cocacola là những đối thủ cạnh tranh trong ngành sản xuất đồ uống có ga.

- **Cạnh tranh thương hiệu:** Là sự cạnh tranh giữa các DN cung cấp các sản phẩm, dịch vụ tương tự nhau cho cùng đối tượng khách hàng và áp dụng chiến lược Marketing giống nhau. Chẳng hạn Samsung, Oppo, Apple là các hãng sản xuất điện thoại di động cạnh tranh thương hiệu với nhau.

**Theo lực lượng cạnh tranh,** đối thủ cạnh tranh được chia thành 3 loại:

- **Cạnh tranh trực tiếp (Direct Competitors):** đó là những đối thủ có cùng phân khúc khách hàng, cùng dòng cùng dòng sản phẩm, cùng giá bán và có năng lực cạnh tranh tương đương nhau trên cùng phân khúc. Đây là những thương hiệu mà khách hàng của doanh nghiệp có thể đem ra so sánh.

- **Cạnh tranh gián tiếp (Indirect Competitors):** là những đối thủ cung cấp khác sản phẩm, dịch vụ nhưng lại cùng phục vụ một nhu cầu của khách hàng. Sản phẩm/dịch vụ của các đối thủ gián tiếp gọi là sản phẩm/dịch vụ thay thế, có nghĩa là sản phẩm/dịch vụ có thể thay thế nhau dù không cùng loại. Nhiều sản phẩm thay thế mới ra đời làm thay đổi hoàn toàn nhu cầu của khách hàng về sản phẩm dịch vụ (chủ yếu là sản phẩm công nghệ).

- **Cạnh tranh tiềm ẩn (Potential Competitors):** là những đối thủ có khả năng gia nhập và cạnh tranh trong một ngành, phân khúc khách hàng nhưng chưa gia nhập. Họ có thể là đối tác tiềm năng hoặc đối thủ cạnh tranh trong tương lai nếu họ chọn mở rộng kinh doanh.

**3.2. Thu thập thông tin về đối thủ cạnh tranh**

Theo quan điểm truyền thống trong marketing, DN dù theo đuổi chiến lược cạnh tranh nào, thì

tất cả các quyết định đều tập trung vào 4 khía cạnh cơ bản (4P) là: Product - Price - Place - Promotion (Govindarajan, 1988). Sau khi đã xác định và phân loại đối thủ, việc thu thập thông tin về đối thủ cũng tập trung vào 3 yếu tố này: Sản phẩm/dịch vụ của đối thủ, cách định giá của đối thủ, kênh phân phối hoạt động truyền thông của đối thủ. Những thông tin này KTQT không thể thực hiện việc thu thập thông tin một cách độc lập mà cần phối hợp chặt chẽ với các phòng chức năng, các đơn vị trực thuộc. Thông thường, các DN đều có quy định trách nhiệm của các phòng chức năng trong việc cung cấp những thông tin khi kế toán yêu cầu để đảm bảo thông tin cần thu thập luôn sẵn có.

**3.3. Phân tích thông tin kế toán đối thủ cạnh tranh**

Ba nhóm kỹ thuật KTQTCL thường được sử dụng để phân tích thông tin về đối thủ cạnh tranh là:

**Kỹ thuật đánh giá chi phí của đối thủ cạnh tranh (Competitor Cost Assessment - CCA).** Đây là kỹ thuật của kế toán đối thủ cạnh tranh được đề cập rộng rãi nhất. Thông tin về chi phí của đối thủ cạnh tranh rất quan trọng để đối phó với các hành động tiềm ẩn và chiến lược trong tương lai của đối thủ cạnh tranh (Cooper & Slagmulder, 1998). CCA chủ yếu tập trung vào việc đánh giá cấu trúc chi phí của đối thủ cạnh tranh, bao gồm: dự báo cập nhật thường xuyên của đối thủ cạnh tranh trên mỗi nhóm, mặt hàng; xây dựng phương pháp tiếp cận có hệ thống đối với đánh giá chi phí đối thủ cạnh tranh (Simmonds, 1981). Nguồn tài liệu sử dụng để đánh giá chi phí của đối thủ cạnh tranh là quan sát trực tiếp về các nhà cung cấp, khách hàng, chất lượng nguồn nhân lực (Heinen & Hoffjan, 2005). Theo Cadez & Guilding (2008), nội dung đánh giá chi phí của đối thủ cạnh tranh gồm:

- Đánh giá quy mô các cơ sở sản xuất của đối thủ cạnh tranh để hiểu về khả năng sản xuất và cạnh tranh;

- Đánh giá quy trình thiết kế công nghệ sản phẩm của đối thủ cạnh tranh để nhìn nhận các điểm mạnh và điểm yếu trong việc tiết kiệm chi phí sản xuất và cải thiện chất lượng sản phẩm;

- Đánh giá mối quan hệ với cơ quan Nhà nước của đối thủ cạnh tranh dựa trên thông tin đáng tin

cây đề hiệu tác động của chính sách và quy định lên chi phí sản xuất của đối thủ.

Kỹ thuật giám sát vị trí của đối thủ cạnh tranh (Competitive Position Monitoring - CPM). Simmonds (1981) đánh giá giám sát vị trí của đối thủ cạnh tranh là kỹ thuật toàn diện hơn so với đánh giá chi phí của đối thủ cạnh tranh. Kỹ thuật này được thực hiện thông qua việc xử lý các thông tin thu thập được về đối thủ cạnh tranh, DN xác định và định lượng điểm mạnh, điểm yếu tương đối của các đối thủ cũng như vị trí của mình so với các đối thủ và có thể dự đoán được những phản ứng của đối thủ để có giải pháp hiệu quả nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của DN. Các bước thực hiện như sau:

- Xác định (các) đối thủ cạnh tranh;
- Xác định các yếu tố chính có ảnh hưởng quan trọng đến khả năng cạnh tranh của DN trong ngành và xếp hạng các yếu tố đó bằng cách cho mỗi yếu tố một trọng số. Trọng số thể hiện mức độ quan trọng của mỗi yếu tố tới sự thành công trong ngành (tổng của tất cả các trọng số là 1);
- Xếp hạng từng đối thủ cạnh tranh theo từng yếu tố thành công chính bằng cách cho điểm từ 4 đến 1 (4 là phản ứng tốt, 3 là phản ứng trên trung bình, 2 là phản ứng trung bình và 1 là ít phản ứng)
- Điểm số là kết quả của trọng số nhân với xếp hạng. Cộng số điểm của tất cả các yếu tố để xác định tổng số điểm của ma trận.
- So sánh điểm của DN với các đối thủ cạnh tranh để đánh giá khả năng cạnh tranh của DN.

Ví dụ dưới đây mô tả ma trận đánh giá vị trí của đối thủ cạnh tranh của 1 DN so với 2 đối thủ cùng ngành, với các yếu tố được đánh giá là thành công chính của ngành như sau:

**Bảng 1. Ma trận giám sát vị trí của đối thủ cạnh tranh**

Yếu tố	Trọng số	DN		Đối thủ A		Đối thủ B	
		Xếp hạng	Điểm số	Xếp hạng	Điểm số	Xếp hạng	Điểm số
Khả năng cạnh tranh về giá	0.1	4	0.4	4	0.4	3	0.3
Mạng lưới phân phối	0.15	3	0.45	4	0.6	2	0.3
Quản lý bộ phận bán hàng	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15
Chất lượng sản phẩm	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Khả năng tài chính	0.1	4	0.4	4	0.4	2	0.2
Cơ sở vật chất	0.1	3	0.3	4	0.4	2	0.2
Đổi mới sản phẩm	0.1	3	0.3	3	0.3	2	0.2

Yếu tố	Trọng số	DN		Đối thủ A		Đối thủ B	
		Xếp hạng	Điểm số	Xếp hạng	Điểm số	Xếp hạng	Điểm số
Thỏa mãn khách hàng	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Hiệu quả quảng cáo	0.1	4	0.4	3	0.3	1	0.1
<b>Tổng cộng</b>	<b>1</b>		<b>3.65</b>		<b>3.8</b>		<b>2.7</b>

Với những số liệu ở bảng phân tích trên có thể thấy, so với đối thủ B thì DN đang được vị thế cao hơn ở tất cả các yếu tố chính có ảnh hưởng trọng yếu đến khả năng cạnh tranh trong ngành, nhưng so với đối thủ A thì điểm xếp hạng của DN thấp hơn ở một số khía cạnh như: mạng lưới phân phối, cơ sở vật chất. Tổng điểm của các yếu tố cho thấy đối thủ A được đánh giá có vị thế cạnh tranh cao nhất.

Kỹ thuật đánh giá đối thủ cạnh tranh dựa trên các BCTC đã công bố (Competitor Appraisal Based On Published Financial Statements): Sức khỏe tài chính của một DN là vấn đề mà mọi nhà đầu tư và các bên liên quan đều quan tâm. Sức khỏe tài chính của DN được thể hiện bằng hiệu quả kinh tế và quy mô thu nhập của DN và có thể được xem xét thông qua phân tích một số chỉ tiêu: thị phần, doanh thu, khối lượng và chi phí đơn vị, tỷ suất lợi nhuận ròng, tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu, lợi nhuận trên tài sản, thu nhập (cổ tức) trên mỗi cổ phiếu... Hesford (2008) cho rằng, việc phân tích BCTC của đối thủ cạnh tranh là một kỹ thuật mà DN có thể sử dụng nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh và hiệu quả trên cả khía cạnh tài chính và phi tài chính.

### 3.4. Cung cấp thông tin kế toán đối thủ cạnh tranh

Từ những thông tin ban đầu đã thu thập, xử lý và phân tích, KTQT phải căn cứ vào nhu cầu và yêu cầu của các nhà quản trị để thực hiện việc cung cấp thông tin cho phù hợp. Báo cáo phân tích đối thủ cạnh tranh là phương tiện hữu hiệu để kế toán truyền tải những thông tin cần cung cấp cho các nhà quản trị để đánh giá đối thủ cạnh tranh. KTQT phải căn cứ nhu cầu thông tin của nhà quản trị để xác định thời điểm, nội dung và mức độ cung cấp thông tin qua các báo cáo phù hợp và linh hoạt.

Số lượng báo cáo, nội dung thông tin cần thể hiện trên báo cáo và kết cấu biểu mẫu báo cáo rất khác nhau vì phụ thuộc vào đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh của DN, nhu cầu thông tin



của nhà quản trị và trình độ của người làm kế toán. Nhưng nhìn chung, để đạt được mục tiêu cung cấp thông tin hữu ích cho các nhà quản trị, các Báo cáo phân tích đối thủ cạnh tranh cần đảm bảo cung cấp tối thiểu những thông tin sau:

- Tổng quan về đối thủ: Quy mô, Doanh thu, thị phần.
- Thông tin thị trường và ngành.
- So sánh các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp với các đối thủ: giá bán, các tính năng sản phẩm, chất lượng sản phẩm, kênh phân phối, dịch vụ sau bán...
- Phân tích SWOT cạnh tranh.
- Phân tích lợi thế cạnh tranh của công ty so với các đối thủ.

Việc xây dựng Báo cáo kế toán đối thủ cạnh tranh cần đảm bảo những yêu cầu cơ bản là:

- Tổng hợp thông tin theo các tiêu chí rõ ràng, thông tin được phân loại, hệ thống hóa một cách khoa học.
- Dễ dàng phân tích, so sánh giữa doanh nghiệp và đối thủ.
- Dễ dàng tùy biến theo các nhóm tiêu chí để đạt được mục tiêu phân tích.
- Hình thức, kết cấu của các báo cáo đơn giản, các chỉ tiêu trình bày trên báo cáo có quan hệ chặt chẽ với nhau và có thể so sánh được, giúp người sử dụng thông tin dễ dàng theo dõi và nắm bắt được các thông tin phân tích nhanh hơn.

**Bảng 2. Báo cáo phân tích thông tin đối thủ cạnh tranh**

Yếu tố	DN	Đối thủ A	Đối thủ B	Đối thủ C	.....
1. Sản phẩm					
2. Giá					
3. Hoạt động Marketing					
4. Độc đáo					
5. Khách hàng mục tiêu					
6. Mạng lưới phân phối					
7. Điểm mạnh					
8. Điểm yếu					

**4. Kết luận**

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, áp lực cạnh tranh trong kinh doanh ngày càng lớn, các DN cần phải ứng dụng những phương thức quản trị mới để ứng phó hiệu quả với sự biến động của môi trường kinh doanh, nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh bền

vững. Một trong những công cụ quản trị hiện đại đang được các DN tổ chức triển khai là KTQTCL. Việc áp dụng các kỹ thuật KTQTCL, trong đó có các kỹ thuật kế toán đối thủ cạnh tranh đã và đang nhận được sự đồng tình ủng hộ của cả giới nghiên cứu và người làm kế toán trên thế giới. Tuy nhiên, tại Việt Nam, việc ứng dụng KTQT trong các DN chỉ hướng đến các kỹ thuật KTQT truyền thống, điều này làm cho KTQT chưa phát huy hết vai trò quan trọng của một công cụ quản lý kế toán, tài chính trong DN. Do tầm quan trọng với việc ra quyết định chiến lược, các nghiên cứu ngày càng hướng tới đề cập các kỹ thuật KTQTCL, trong đó có nhóm kỹ thuật kế toán đối thủ cạnh tranh. Các nghiên cứu góp phần làm rõ lý thuyết về kế toán đối thủ cạnh tranh và mối liên hệ giữa kế toán đối thủ cạnh tranh với các lợi ích liên quan đến DN. Các trường đại học và cơ sở giáo dục đào tạo về kế toán nên nghiên cứu và bổ sung nội dung KTQTCL nói chung và kế toán đối thủ cạnh tranh nói riêng vào chương trình giảng dạy, nhằm tạo nguồn nhân lực kế toán có thể áp dụng các công cụ kế toán đối thủ cạnh tranh trong tương lai. Điều này sẽ đáp ứng tốt hơn nhu cầu nguồn nhân lực KTQT cho DN trong xu thế kinh doanh luôn đặt trọng tâm tới thị trường.

**Tài liệu tham khảo:**

Akenbor, C. O., & Okoye, E. I. (2011). *Competitor accounting and corporate profitability of manufacturing firms in Nigeria. ESUT Journal of Management Sciences*, 6(1), 1-15.

Alsoboa, S. S., & Alalaya, M. M. (2015). *Practices of competitor accounting and its influence on the competitive advantages: An empirical study in Jordan manufacturing companies. Global Journal of Management and Business Research: Accounting and Auditing*, 15, 13-23.

Al Saedi, A., & Al Timimi, S. A. (2018). *The relationship between financial failure and market value: An empirical study using a sample of industrial firms listed at Qatar Stock Exchange. Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(5), 1-9.

Cadez, S. & Guilding, C. (2008). *An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. Accounting, Organizations and Society*, 33, 836-863.

Cooper, R., & Slagmulder, R. (1998). *The scope of strategic cost management. Management Accounting*, 79(8), 16-18.

Egbuhuzor, C. A., Akoba, D., & Chukwu, G. J. (2021). *Competitor Accounting and Profitability of Listed Financial Institutions in Nigeria.*

Fong, C. C. F., & Wong, J. (2012). *Competitor analysis and accounting of social networking site service companies in China. Journal of Technology Management in China*, 7(3), 243-254.

Govindarajan, V. (1988). *A contingency approach to strategy implementation at the business-unit level: integrating administrative mechanisms with strategy. Academy of management Journal*, 31(4), 828-853.

Gruetter-Settele, A. (1999). *Behavioural effects of information from external accounting. Settle, Augsburg*

Guilding, C. (1999). *Competitor-focused accounting: an exploratory note. Accounting, Organizations and Society*, 24 (7), July, pp. 583-595.



# NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NGUY CƠ PHÁ SẢN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NIÊM YẾT TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM NGÀNH SẢN XUẤT THỰC PHẨM ĐỒ UỐNG

Ths. Nguyễn Thị Thu Hằng\* - Ths. Lê Ngọc Cường\*

Nghiên cứu đã xây dựng mô hình đánh giá các yếu tố tác động đến nguy cơ phá sản của 30 doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam ngành sản xuất thực phẩm - đồ uống giai đoạn 2016 - 2022. Tác giả sử dụng mô hình chỉ số Zscore của Edward I. Altman để đo lường nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Nghiên cứu thực hiện ước lượng mô hình hồi quy theo ba phương pháp: Mô hình bình phương bé nhất Pools OLS; Mô hình tác động cố định FEM và mô hình tác động ngẫu nhiên REM, thực hiện kiểm định về việc lựa chọn mô hình phù hợp, kiểm định về hiện tượng phương sai không đồng nhất và thực hiện khắc phục điểm yếu của mô hình. Kết quả nghiên cứu cho thấy quy mô doanh nghiệp, tỷ suất sinh lời của tài sản, tỷ suất thanh toán hiện hành, đòn bẩy tài chính, tuổi của doanh nghiệp có tác động đến chỉ số Zscore phản ánh nguy cơ phá sản của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm - đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

• Từ khóa: chỉ số Zscore, nguy cơ phá sản, yếu tố ảnh hưởng.

The study has built a model to evaluate factors affecting the bankruptcy risk of 30 businesses listed on the Vietnamese stock market in the food and beverage manufacturing industry in the period 2016 - 2022. Impact The author uses Edward I. Altman's Zscore index model to measure the business bankruptcy risk. The study estimates regression models using three methods: Pools OLS model; FEM model and REM model, testing on appropriate model selection, testing on the phenomenon of heteroskedasticity and overcoming weaknesses of the model. Research results show that business size, return on assets, current ratio, financial leverage, and age of the business have an impact on the Zscore index, which reflects the bankruptcy risk of businesses. Food and beverage manufacturing enterprises listed on the Vietnamese stock market.

• Key words: Zscore index, bankruptcy risk, influencing factors.

Ngày nhận bài: 04/10/2023

Ngày gửi phản biện: 06/10/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 20/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 05/01/2024

động sản xuất, thương mại bị gián đoạn, hàng nghìn doanh nghiệp lao đao do phải gồng gánh một khoản chi phí lớn, hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp vô cùng biến động, tính thanh khoản thấp, nợ xấu tăng cao,... Thực trạng khó khăn được dự báo sẽ còn tiếp diễn cho đến khi trạng thái bình thường mới được thiết lập. Theo công bố của Tổng cục Thống kê về tình hình kinh tế - xã hội trong 11 tháng năm 2023, số lượng doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh là 85.434 doanh nghiệp tăng 21,7% so với cùng kỳ năm 2022, số doanh nghiệp chờ làm thủ tục giải thể là 57.157 doanh nghiệp, tăng 26,3% so với cùng kỳ năm 2022; số doanh nghiệp giải thể là 16.172 doanh nghiệp, giảm 4,0% so với cùng kỳ năm 2022. Theo đó, các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam ngành sản xuất thực phẩm đồ uống cũng không ngoại lệ. Với thực trạng trên đòi hỏi các nhà quản trị tài chính doanh nghiệp cần đo lường và đánh giá được mức độ tác động của các yếu tố đến nguy cơ doanh nghiệp rơi vào vùng nguy hiểm và rủi ro phá sản để có những giải pháp kiểm soát rủi ro phù hợp.

## 1. Giới thiệu

Kể từ đầu năm 2020 đến nay, dịch Covid-19 vẫn đang diễn biến phức tạp và có nhiều tác động về mọi mặt đến nền kinh tế Việt Nam và toàn thế giới. Một loạt các tổn thất nghiêm trọng, như: hoạt

\* Trường Đại học Thương mại; email: hang.ntt1@tmu.edu.vn - cuong.ln@tmu.edu.vn

Hiện nay, đã có một số nghiên cứu về các yếu tố tác động nguy cơ phá sản của DN cũng như các nghiên cứu cụ thể về tác động của các yếu tố đến chỉ số Z - score, tuy nhiên chưa có nhiều nghiên cứu tại Việt Nam, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm đồ uống trong giai đoạn trước và sau đại dịch Covid-19. Vì vậy, bài viết này nghiên cứu các yếu tố tác động đến chỉ số Z - score phản ánh nguy cơ phá sản của 30 doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong bối cảnh Covid giai đoạn 7 năm từ 2016 - 2022, nhằm góp phần giúp các nhà quản trị tài chính xác định được các yếu tố quyết định nguy cơ phá sản, phục vụ cho việc ra quyết định của doanh nghiệp.

Ngoài phần giới thiệu bài viết bao gồm các nội dung: tổng quan nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu và thảo luận.

**2. Tổng quan nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu**

**2.1. Tổng quan nghiên cứu**

Phá sản là một trong những vấn đề quan trọng nhất của doanh nghiệp vì nó đề cập đến tình hình tài chính hoặc sự ổn định của các tổ chức kinh doanh. Vì vậy, doanh nghiệp cần dự báo rủi ro phá sản trong mọi quyết định kinh doanh. Có nhiều quan điểm khác nhau khi đưa ra các tiêu chí của một công ty có nguy cơ phá sản. Beaver (1966) đưa ra tiêu chuẩn xác định các công ty có nguy cơ phá sản là không trả được nợ, thiếu chi trên tài khoản ngân hàng và bỏ qua việc thanh toán cổ tức ưu đãi. Altman (1968) khi thực hiện nghiên cứu tại thị trường Mỹ đã cho rằng, công ty phá sản khi nộp đơn xin phá sản. Theo Pongsatat et al., (2004) phá sản được xác định là việc doanh nghiệp có nghĩa vụ nợ cao nên không có khả năng tiếp tục việc kinh doanh hiện tại. Trong phạm vi của bài viết, nguy cơ phá sản được coi là toàn bộ những tác động ảnh hưởng đến sự tồn tại, làm mất khả năng chi trả, hoạt động bình thường của doanh nghiệp. Nói cách khác, rủi ro phá sản phản ánh một doanh nghiệp không có khả năng đáp ứng các nghĩa vụ nợ của mình dẫn đến vỡ nợ.

Cơ hội “sống sót” của một doanh nghiệp có thể được dự đoán bằng cách sử dụng phân tích báo cáo tài chính để có những cảnh báo sớm về khó khăn tài chính hoặc dự đoán rủi ro phá sản. Từ những năm 60 của thế kỷ trước, nguy cơ phá sản là một trong những vấn đề nhận được sự quan tâm lớn. Nhiều nghiên cứu trên toàn thế giới đã tập trung

manh vào việc xác minh việc phân tích rủi ro phá sản. Trong số đó, nghiên cứu của Beaver (1966) và Altman (1968) được coi là những người tiên phong trong việc ứng dụng các tỷ số tài chính để dự đoán rủi ro phá sản trong các nghiên cứu thực nghiệm. (Beaver, 1966) đã sử dụng phương pháp phân tích đơn biến thông qua việc đánh giá từng chỉ số tài chính riêng lẻ. Tuy nhiên, khi các chỉ số mâu thuẫn nhau thì rất khó để kết luận. Vì vậy, Altman (1968) đã đề xuất phương pháp phân tích đa biến để khắc phục vấn đề này, bao gồm 22 biến tỷ số tài chính tiềm năng và được phân loại thành 5 nhóm biến tỷ số chuẩn bao gồm: tỷ số về tính thanh khoản, tỷ số về lợi nhuận, tỷ số về đòn bẩy tài chính, tỷ số về khả năng thanh toán nợ, và tỷ số về hoạt động. Kết quả của nghiên cứu (Altman, 1968) chọn ra năm biến tỷ số để đưa vào mô hình điểm số Z score dự báo nguy cơ phá sản đối với các doanh nghiệp đã cổ phần hoá, niêm yết trên sàn chứng khoán ngành sản xuất:  $Z = 1,2X1 + 1,4X2 + 3,3X3 + 0,6X4 + X5$ , nếu chỉ số  $Z < 1,81$ , doanh nghiệp có vấn đề nghiêm trọng về tài chính, có nguy cơ phá sản cao. Nếu chỉ số  $Z > 2,99$ , doanh nghiệp nằm trong vùng an toàn, không có nguy cơ phá sản. Nếu  $1,81 < Z < 2,99$ , doanh nghiệp nằm trong vùng cảnh báo, có thể có khả năng phá sản. Mô hình này chỉ áp dụng cho các doanh nghiệp sản xuất, đã cổ phần hóa. Trong các nghiên cứu tiếp theo, Altman đã tiếp tục bổ sung các mô hình cho phù hợp với nhiều loại hình doanh nghiệp và nhiều ngành nghề khác nhau. Mô hình Zscore được đánh giá là dự báo được một cách tương đối chính xác, 94% công ty sẽ bị phá sản trong vòng một năm và 72% trong vòng hai năm. Mô hình này đã trở thành phương pháp nổi tiếng nhất trong nhiều nghiên cứu của các học giả và nhà thực hành trên khắp thế giới nhằm đưa ra dấu hiệu cảnh báo sớm về khó khăn tài chính

Nghiên cứu của Ohlson (1980) đã đề xuất mô hình chỉ số O-score để dự báo nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Trong mô hình, tác giả sử dụng các biến có ý nghĩa thống kê: Quy mô doanh nghiệp, đòn bẩy tài chính, lợi nhuận, tính thanh khoản hiện hành. Các doanh nghiệp có chỉ số O score  $> 0,038$  có nguy cơ rơi vào tình trạng phá sản.

Phương pháp phân tích đa biến thức MDA cũng được Fulmer et al., (1984) sử dụng trong nghiên cứu về rủi ro phá sản của các doanh nghiệp nhỏ. Mô hình này sử dụng chín chỉ số thuộc 5 nhóm nhân tố: Khả năng sinh lời, hiệu quả hoạt động, khả năng thanh toán, cơ cấu nguồn vốn, quy mô tài sản

để đánh giá tác động đến nguy cơ phá sản doanh nghiệp.

Hà & Hương (2016) đã vận dụng mô hình điểm số Z-score trong nghiên cứu với 115 quan sát trong 5 năm từ 2009 - 2013 từ 23 ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam để nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố tới rủi ro phá sản ngân hàng thương mại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy hiệu quả quản lý chi phí và quy mô có tác động thuận chiều đến rủi ro phá sản của ngân hàng; tăng trưởng tín dụng; tỷ lệ dự phòng nợ xấu, tỷ lệ thu nhập lãi thuần, vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản; đa dạng hóa thu nhập; sở hữu nhà nước và số năm hoạt động của ngân hàng, ngân hàng đã niêm yết có mối quan hệ ngược chiều với rủi ro phá sản ngân hàng.

Nhìn chung, các nghiên cứu tổng quan đã chỉ ra tồn tại nhiều nhân tố tài chính có tác động có ý nghĩa thống kê đến các hệ số phản ánh nguy cơ phá sản của các đối tượng doanh nghiệp trên các thị trường khác nhau. Trong bài viết này, tác giả cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về việc đo lường và đánh giá các nhân tố tác động đến chỉ số Z-score phản ánh rủi ro phá sản các doanh nghiệp niêm yết Việt Nam ngành sản xuất thực phẩm - đồ uống trong giai đoạn 2016-2022.

## 2.2. Giả thuyết nghiên cứu

Qua nghiên cứu các công trình khoa học đã công bố và lý thuyết có liên quan, tác giả đã xây dựng các giả thuyết nghiên cứu:

Quy mô doanh nghiệp (Size): Theo kết quả nghiên cứu cho thấy có mối quan hệ giữa nguy cơ phá sản với quy mô của doanh nghiệp. Nếu vốn của doanh nghiệp được hình thành thông qua nguồn vốn tự có và nguồn vốn vay tài trợ chủ yếu thông qua nguồn vốn vay nợ sẽ có ảnh hưởng đến khả năng phá sản của doanh nghiệp nếu doanh nghiệp kinh doanh không hiệu quả (Ohlson, 1980), (Hà & Hương, 2016). Từ đó tác giả đề xuất giả thuyết:

H1: Quy mô của doanh nghiệp có tác động thuận chiều đến chỉ số Zscore làm giảm nguy cơ phá sản của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA): Theo kết quả nghiên cứu của Ohlson (1980), Fulmer et al., (1984), Altman (1968) cho thấy có mối quan hệ giữa nguy cơ phá sản với tỷ suất sinh lời của tài sản. Nếu tỷ suất sinh lời của một doanh nghiệp thấp và kéo dài trong nhiều năm thì nguy cơ phá sản của

doanh nghiệp là rất lớn và sẽ có ảnh hưởng đến khả năng phá sản của doanh nghiệp. Từ đó tác giả đề xuất giả thuyết.

H2: Tỷ suất sinh lời của tài sản có tác động thuận chiều đến chỉ số Zscore làm giảm nguy cơ phá sản của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Tỷ suất thanh toán hiện hành (CR): Theo kết quả nghiên cứu Ohlson (1980), Fulmer et al., (1984) cho thấy có mối tương quan thuận giữa tỷ suất thanh toán hiện hành và nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Nếu tỷ suất thanh toán hiện hành của một doanh nghiệp cao, và được duy trì ổn định thì sẽ giảm thiểu nguy cơ mất cân đối trong thanh toán, giảm nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Từ đó tác giả đề xuất giả thuyết:

H3: Tỷ suất thanh toán hiện hành có tác động thuận chiều đến chỉ số Zscore làm giảm nguy cơ phá sản của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Đòn bẩy tài chính (FL): Theo kết quả nghiên cứu Ohlson (1980), Fulmer et al., (1984) cho thấy có mối tương quan nghịch giữa đòn bẩy tài chính và nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Nếu đòn bẩy tài chính càng lớn, doanh nghiệp có thể gặp rủi ro trong việc trả nợ và nguy cơ phá sản càng cao nếu kinh doanh không hiệu quả. Từ đó tác giả đề xuất giả thuyết

H4: Đòn bẩy tài chính có tác động ngược chiều đến chỉ số Zscore làm tăng nguy cơ phá sản của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Firm\_age: số năm hoạt động của doanh nghiệp từ khi thành lập đến nay. Có hai quan điểm trái ngược nhau, theo Omondi & Muturi (2013), thời gian càng dài hoạt động kinh doanh thì nó càng hiểu rõ hơn về thể mạnh và phát huy hơn nữa để đạt được hiệu quả tối đa. Tuy nhiên, nghiên cứu của Park et al., (2010) cho thấy độ tuổi của doanh nghiệp có tác động tiêu cực đến tăng trưởng doanh nghiệp và khi doanh nghiệp “già đi”, lợi nhuận sẽ giảm. Từ đó tác giả đề xuất giả thuyết:

H5: Số năm hoạt động của doanh nghiệp có tác động thuận chiều đến chỉ số Zscore làm giảm nguy cơ phá sản của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.



**3. Phương pháp nghiên cứu**

**3.1. Mẫu và dữ liệu nghiên cứu**

Mẫu nghiên cứu là 30 doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm - đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2016 - 2022. Dữ liệu được thể hiện dưới dạng doanh nghiệp - năm tương ứng số quan sát là 210. Nguồn dữ liệu trong nghiên cứu là dữ liệu thứ cấp được tác giả thu thập từ các báo cáo tài chính của 30 doanh nghiệp trong khoảng thời gian trên, được lấy từ trang web: <http://finance.vietstock.vn>. Tác giả sử dụng phần mềm Stata 14 trong quá trình phân tích dữ liệu. Nghiên cứu thực hiện ước lượng mô hình hồi quy theo ba phương pháp: Mô hình bình phương bé nhất Pools OLS; Mô hình tác động cố định FEM và mô hình tác động ngẫu nhiên REM để xem xét tác động của các nhân tố đến hệ số Z-score phản ánh nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Đồng thời, nghiên cứu thực hiện kiểm định về việc lựa chọn mô hình phù hợp với bộ dữ liệu nghiên cứu, kiểm định về hiện tượng phương sai sai số thay đổi và tự tương quan, thực hiện khắc phục bằng mô hình GLS (nếu có) nhằm lựa chọn mô hình phù hợp cho việc thảo luận các kết quả nghiên cứu.

**3.2. Mô hình và đo lường các biến trong mô hình**

**Đo lường biến phụ thuộc:** Hệ số nguy cơ phá sản (Z-score)

Nghiên cứu tiến hành đo lường chỉ số Z-score phản ánh rủi ro phá sản của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm - đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong khoảng thời gian 2016 đến 2022 thông qua mô hình của Altman E. I., (1968). Mô hình Zscore của Altman (1968) áp dụng với những công ty niêm yết ngành sản xuất có dạng như sau:  $Zscore = 1,2X1 + 1,4X2 + 3,3X3 + 0,6X4 + 1,0X5$

Trong đó: Z-score: Hệ số nguy cơ phá sản, X1: Vốn lưu động/Tổng tài sản, X2: Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối/Tổng tài sản, X3: Lợi nhuận trước lãi vay và thuế/Tổng tài sản, X4: Vốn chủ sở hữu/Tổng nợ phải trả, X5: Doanh thu thuần/Tổng tài sản.

**Đo lường các biến độc lập trong mô hình**

Mối tương quan của các biến thể hiện trên bảng 2, có thể thấy biến Zscore có tương quan chặt chẽ với hầu hết các biến trong mô hình. Cụ thể biến Zscore có tương quan với Size, ROA, CR, FL ở mức có ý nghĩa thống kê, chiều tương quan giữa

Zscore với các biến đều theo như giả thuyết đặt ra ban đầu. Kiểm định hệ số nhân tử phóng đại phương sai VIF kết quả cho thấy hệ số VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 10, điều này chứng tỏ không có hiện tượng cộng tuyến giữa các biến độc lập. Bảng 2 cho thấy có đủ điều kiện để tiến hành phân tích hồi quy giữa các biến.

**Bảng 1: Đo lường các biến độc lập trong mô hình**

Ký hiệu biến	Tên biến độc lập	Công thức xác định
SIZE	Quy mô doanh nghiệp	$\ln(\text{Tổng tài sản})$
ROA	Tỷ suất sinh lời của tài sản	Lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản
CR	Tỷ suất thanh toán hiện hành	Tổng tài sản ngắn hạn trên tổng nợ ngắn hạn
FL	Đòn bẩy tài chính	Tổng nợ phải trả trên tổng tài sản
Firm <sub>age</sub>	Tuổi doanh nghiệp	2023 - năm thành lập

*Nguồn: Tổng hợp của tác giả*

*Mô hình hồi quy tuyến tính đa biến của nghiên cứu:*

$$Zscore = \beta_0 + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROA + \beta_3 CR + \beta_4 FL + \beta_5 Firm_{age} + e$$

**4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

**4.1. Kiểm định hệ số tương quan và đa cộng tuyến giữa các biến**

**Bảng 2: Ma trận tương quan và đa cộng tuyến giữa các biến**

	Size	ROA	CR	FL	Firm <sub>age</sub>	Zscore	Hệ số VIF
Size	1.0000						1.13
ROA	0.0853	1.0000					1.34
CR	-0.2874***	0.1428**	1.0000				2.26
FL	0.2081***	-0.4243***	-0.7171***	1.0000			2.67
Firm <sub>age</sub>	0.0602	0.0008	0.1125	-0.1271*	1.0000		1.03
Zscore	0.3772***	0.5365***	0.6361***	-0.7138**	0.0843	1.0000	-

\*\*\*với p\_value < 1%, \*\*với p\_value < 5%, \*với p\_value < 10%

*Nguồn: Kết quả phân tích trên phần mềm Stata 17*

**4.2. Kiểm định lựa chọn và xây dựng mô hình**

Nghiên cứu thực hiện ước lượng mô hình bằng 3 phương pháp OLS gộp, FEM, REM. Sau đó kiểm định để lựa chọn mô hình phù hợp.

- Kiểm định F\_test cho kết quả: Prob > F = 0.0000 < 0.05 (Bác bỏ giả thuyết H<sub>0</sub>).

=> Mô hình FEM phù hợp hơn so với mô hình OLS

- Kiểm định Hausman cho kết quả Prob > chi2 = 0.4796 > 0.05 (Chấp nhận giả thuyết H<sub>0</sub>) => Mô hình REM phù hợp hơn so với mô hình FEM. Vậy mô hình tác động ngẫu nhiên REM là mô hình phù hợp nhất.



- Kiểm định phương sai sai số thay đổi và tự tương quan của mô hình REM.

+ Với kiểm định phương sai sai số thay đổi cho kết quả  $Prob > \chi^2_{(2)} = 0.0000 < 0.05 \Rightarrow$  Mô hình có xảy ra hiện tượng phương sai sai số thay đổi.

+ Với kiểm định tự tương quan cho kết quả  $Prob > F = 0.0002 < 0.05 \Rightarrow$  Mô hình có xảy ra hiện tượng tự tương quan.

### 4.3. Mô hình hồi quy

Nghiên cứu tiến hành khắc phục hiện tượng tự tương quan và phương sai sai số thay đổi bằng phương pháp GLS

**Bảng 3: Kết quả hồi quy của mô hình REM sau khi khắc phục**

Zscore	Coefficient	Std. err	P> z
Size	0.1655322	0.0249006	0.000
ROA	6.263951	0.3928384	0.000
CR	0.4809695	0.0493639	0.000
FL	-2.886215	0.2978652	0.000
Firm_age	0.0024957	0.0014327	0.082
_cons	5.138602	0.4116938	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích trên phần mềm Stata 17

### 4.4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Theo kết quả ở bảng 3, các biến quy mô doanh nghiệp, tỷ suất sinh lời của tài sản, tỷ suất thanh toán hiện hành, đòn bẩy tài chính, tuổi của doanh nghiệp có tác động ở mức có ý nghĩa đến chỉ số Zscore phản ánh nguy cơ phá sản của các doanh nghiệp ngành sản xuất thực phẩm - đồ uống niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam với độ tin cậy 90% và 99%. Trong đó biến Size, ROA, CR, FL có tác động ở mức ý nghĩa 1%, biến Firm\_age có tác động ở mức ý nghĩa 10%. Đồng thời, chiều tác động của các nhân tố đều nhất quán với kỳ vọng ban đầu của tác giả. Cụ thể:

- Tỷ suất sinh lời của tài sản (ROA) có tác động cùng chiều đến hệ số Zscore làm giảm nguy cơ phá sản và có mức ảnh hưởng mạnh nhất đến chỉ số Zscore với hệ số  $\beta = 6.263952$ . ROA của một doanh nghiệp đánh giá hiệu quả hoạt động cũng như khả năng quản lý tài sản của doanh nghiệp, Chỉ số ROA càng cao, khả năng sử dụng tài sản của doanh nghiệp càng hiệu quả; Tỷ suất sinh lời của tài sản càng tăng doanh nghiệp tăng khả năng tự chủ tài chính với nguồn vốn tự có nhiều hơn, làm giảm tỷ lệ phụ thuộc vào nguồn vốn vay, giảm thiểu nguy cơ phá sản. Kết quả này cũng phù hợp

với kết quả nghiên cứu của Ohlson (1980), Hà & Hương (2016).

- Đòn bẩy tài chính (FL) có tác động ngược chiều đến chỉ số Zscore làm tăng nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Nếu sử dụng đòn bẩy tài chính hợp lý, sẽ thúc đẩy doanh nghiệp phát triển mạnh mẽ. Ngược lại, nếu doanh nghiệp gia tăng sử dụng nợ sẽ không thể kiểm soát được hoặc sử dụng nợ không hiệu quả khiến doanh nghiệp có nguy cơ rơi vào vùng cảnh báo hoặc vùng nguy hiểm dẫn đến nguy cơ phá sản. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với nghiên cứu (Ohlson, 1980), (Fulmer et al., 1984).

- Tỷ suất thanh toán hiện hành (CR) có tác động cùng chiều đến hệ số Zscore làm giảm nguy cơ phá sản. Nếu khả năng thanh toán của doanh nghiệp tốt thì khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp bằng các tài sản ngắn hạn như tiền mặt, các khoản phải thu và hàng tồn kho. Do đó nguy cơ phá sản của doanh nghiệp sẽ giảm thấp. Kết quả này là hoàn toàn đồng nhất với phát hiện của Ohlson (1980), Fulmer et al. (1984).

- Tuổi của doanh nghiệp (Firm\_age) có tác động cùng chiều đến chỉ số Zscore làm giảm nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Thời gian càng dài hoạt động kinh doanh thì nó càng hiểu rõ hơn về nó thế mạnh và phát huy hơn nữa để đạt được hiệu quả tối đa. Kết quả đồng nhất với (Omondi & Muturi, 2013).

- Quy mô doanh nghiệp (Size) có ảnh hưởng cùng chiều đến chỉ số Zscore làm giảm nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu phù hợp với nghiên cứu (Ohlson, 1980), (Hà & Hương, 2016).

### Tài liệu tham khảo:

- Altman, E. I. (1968). Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy. *The Journal of Finance*, 23(4), 589-609.
- Beaver, W. H. (1966). Financial ratios as predictors of failure. *Journal of Accounting Research*, 71-111.
- Fulmer, J. G., Moon, J. E., Gavin, T. A., & Erwin, M. (1984). A bankruptcy classification model for small firms. *Journal of Commercial Bank Lending*, 66(11), 25-37.
- Hà, N. M., & Hương, N. B. (2016). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến rủi ro phá sản ngân hàng bằng phương pháp Z-Score. *Tạp Chí Kinh Tế & Phát Triển*, 229, 17-25.
- Ohlson, J. A. (1980). Financial ratios and the probabilistic prediction of bankruptcy. *Journal of Accounting Research*, 109-131.
- Omondi, M. M., & Muturi, W. (2013). Factors affecting the financial performance of listed companies at the Nairobi Securities Exchange in Kenya. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(15), 99-104.
- Park, Y., Shin, J., & Kim, T. (2010). Firm size, age, industrial networking, and growth: A case of the Korean manufacturing industry. *Small Business Economics*, 35, 153-168.
- Pongsatit, S., Ramage, J., & Lawrence, H. (2004). Bankruptcy prediction for large and small firms in Asia: a comparison of Ohlson and Altman. *Journal of Accounting and Corporate Governance*, 1(2), 1-13.

# KẾ TOÁN CHI PHÍ MÔI TRƯỜNG TRONG THỨC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI XANH TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Ths. Nguyễn Bá Linh\*

Kế toán môi trường (KTMT) là một công cụ hữu ích trong việc cung cấp các thông tin làm cơ sở cho các nghĩa vụ bảo vệ môi trường của doanh nghiệp. Bài viết khái quát thực trạng áp dụng kế toán môi trường tại các doanh nghiệp, nhận diện một số vấn đề từ đó đưa ra những đề xuất nhằm hoàn thiện kế toán môi trường tại Việt Nam thời gian tới. Kết quả nghiên cứu cho thấy thiếu một khuôn mẫu cho việc thực hiện kế toán quản trị chi phí môi trường trong doanh nghiệp. Bởi đó, chi phí môi trường mặc dù đã được nhận diện tại các doanh nghiệp nhưng lại chưa được ghi nhận riêng biệt trên các tài khoản, sổ kế toán... mà được gộp trong chi phí sản xuất chung. Để nâng cao hiệu quả kế toán môi trường, Nhà nước, doanh nghiệp cùng các bên liên quan cần quán triệt nhận thức về vai trò kế toán môi trường với chuyển đổi xanh, phát triển bền vững doanh nghiệp.

• Từ khóa: chuyển đổi xanh, doanh nghiệp Việt Nam, kế toán môi trường, phát triển bền vững.

Environmental accounting is a useful tool in providing information as a basis for enterprises' environmental protection obligations. The article summarizes the current situation of applying environmental accounting in enterprises, identifies a number of issues and then makes suggestions to improve environmental accounting in Vietnam in the coming time. Research results show that there is a lack of a framework for implementing environmental cost management accounting in enterprises. Although environmental costs have been identified in enterprises, they are not recorded separately in accounts or accounting books but are included in production overhead. In order to improve the effectiveness of environmental accounting, the State, enterprises and related parties need to thoroughly grasp the awareness of the role of environmental accounting in green transformation and sustainable development of businesses.

• Key words: green transformation, Vietnamese enterprises, environmental accounting, sustainable development.

Ngày nhận bài: 11/10/2023

Ngày gửi phản biện: 13/10/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 22/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## Đặt vấn đề

Những năm gần đây, vấn đề phát triển bền vững, cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế với tiến bộ xã hội và bảo vệ môi trường trở thành xu hướng và mục tiêu chung của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Chính phủ các nước đã đặt ra các yêu cầu về bảo vệ môi trường ngày càng chặt chẽ, buộc các doanh nghiệp phải thay đổi cách nhìn nhận về vấn đề môi trường khi tiến hành các hoạt động đầu tư hoặc sản xuất kinh doanh. Chính sách này đòi hỏi các doanh nghiệp phải thể hiện trách nhiệm bảo vệ môi trường như phải hạn chế chất thải, làm sạch chất thải hoặc phải bồi thường thiệt hại khi gây ra sự cố về môi trường.

Trong bối cảnh đó, kế toán môi trường ra đời nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện nghĩa vụ với môi trường trong quá trình sản xuất, kinh doanh. Ngoài sản xuất các sản phẩm để thỏa mãn nhu cầu thị trường, các doanh nghiệp còn phải tạo ra các sản phẩm thân thiện với môi trường, đảm bảo quá trình xử lý các đầu ra khác theo đúng quy định. Đối với Việt Nam, kế toán môi trường còn mới mẻ với một số nghiên cứu tập trung vào nội hàm của phương pháp này, tuy nhiên việc tiếp cận gần với một doanh nghiệp cụ thể chỉ ra những điều kiện, rào cản áp dụng và đề xuất phương hướng giải quyết cho ba nhóm đối tượng: Nhà nước, doanh nghiệp và các bên liên quan còn ít. Vì vậy,

\* Học viện Tài chính

bài viết này nhằm bù đắp những khoảng trống nghiên cứu trước đó theo hướng khái quát hóa thực trạng, nhận diện một số vấn đề trong quy trình thực hiện kế toán chi phí môi trường tại các doanh nghiệp hiện nay. Từ đó, đưa ra một số khuyến nghị đầy mạnh triển khai thực hiện áp dụng kế toán chi phí môi trường trong doanh nghiệp Việt Nam hiện nay nhằm góp phần thúc đẩy chuyển đổi xanh nền kinh tế.

## 1. Khái quát thực trạng áp dụng kế toán môi trường trong các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

### 1.1. Về nhận diện chi phí môi trường

Theo IAS framework và VAS 01, chi phí môi trường (CPMT) được ghi nhận khi: (i) các khoản lợi ích kinh tế tương lai giảm bớt do phát sinh chi phí được xác định qua việc giảm tài sản hay gia tăng các khoản nợ phải trả, (ii) giá trị chi phí được xác định một cách đáng tin cậy. Chi phí môi trường được ghi nhận trong kỳ vào báo cáo kết quả kinh doanh dựa trên cơ sở nguyên tắc phù hợp. Các khoản CPMT được ghi nhận vào kỳ hiện tại, bao gồm: chi phí xử lý chất thải, chi phí kiểm toán môi trường, chi phí quản lý môi trường, tiền phạt do không tuân thủ quy định môi trường, bồi thường cho bên thứ ba do ô nhiễm môi trường... Trong một số trường hợp, CPMT liên quan đến các thiệt hại đã xảy ra ở kỳ trước như chi phí xử lý ô nhiễm môi trường, chi phí xử lý chất thải độc hại...

Doanh nghiệp Việt Nam hiện nay nhận diện chi phí môi trường là các chi phí phát sinh gắn liền với quá trình xử lý chất thải cuối cùng, hoạt động bảo vệ môi trường nhằm tuân thủ Luật Bảo vệ môi trường và giảm thiểu một số chi phí môi trường tự nguyện khác của doanh nghiệp. Hiện nay, các doanh nghiệp chỉ nhận diện các chi phí mang tính hữu hình, nghĩa là những chi phí chỉ thuần túy là chi phí dịch vụ mua ngoài (thuê các đơn vị chức năng thực hiện cung cấp dịch vụ môi trường) và chi phí bằng tiền khác để phục vụ hoạt động môi trường còn những “chi phí ẩn” thì hầu như không được ghi nhận. Mặt khác, một số khoản chi phí phát sinh có liên quan đến bảo vệ môi trường tại các doanh nghiệp nhưng chưa được nhận diện là chi phí môi trường, bao gồm: chi phí nhiên liệu, công cụ đồ dùng phục vụ các thiết bị chuyên dụng cho hoạt động môi trường; chi phí khấu hao thiết

bị, phân xưởng xử lý nước thải, đốt thuốc; chi phí nhân công vệ sinh nhà máy; các chi phí vật liệu và chế biến vật liệu của đầu ra phi sản phẩm.

### 1.2. Về phân loại chi phí môi trường

Hiện nay, có nhiều cách phân loại CPMT khác nhau, tùy theo mỗi tổ chức. USEPA (1995), chia CPMT thành 4 loại: (i) Chi phí truyền thống; (ii) Chi phí tiềm ẩn; (iii) Chi phí dự phòng và (iv) Chi phí hình ảnh và mối quan hệ. UNDSO (2001), cũng chia thành 4 loại: (i) Chi phí xử lý chất thải và khí thải liên quan đến đầu ra phi sản phẩm; (ii) Chi phí phòng ngừa và quản lý môi trường; (iii) Chi phí vật liệu liên quan đến đầu ra phi sản phẩm và (iv) Chi phí chế biến liên quan đến đầu ra phi sản phẩm.

JMOE (2005), chia CPMT thành 7 loại: (i) CPMT trong quá trình SXKD; (ii) Chi phí cho các hoạt động trước và sau quá trình SXKD; (iii) Chi phí cho hoạt động quản lý môi trường; (iv) Chi phí nghiên cứu phát triển; (v) Chi phí hoạt động xã hội; (vi) Chi phí xử lý ô nhiễm môi trường và (vii) Các chi phí khác.

Theo IFAC (2005), CPMT được chia thành 6 loại, bao gồm: (i) Chi phí vật liệu cho đầu ra sản phẩm; (ii) Chi phí vật liệu cho đầu ra phi sản phẩm; (iii) Chi phí kiểm soát khí thải và chất thải; (iv) Chi phí quản lý và phòng ngừa môi trường; (v) chi phí nghiên cứu và phát triển môi trường và (vi) Chi phí vô hình.

Ở Việt Nam, do kế toán môi trường còn rất mới nên hầu hết các doanh nghiệp phân loại chi phí theo chức năng kết hợp với phân loại chi phí theo mục đích và công dụng của chi phí. Theo đó, chi phí trong doanh nghiệp bao gồm: chi phí sản xuất (chi phí nguyên vật liệu trực tiếp, chi phí nhân công trực tiếp, chi phí sản xuất chung) và chi phí ngoài sản xuất (chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, chi phí tài chính). Chi phí bảo vệ môi trường là một bộ phận của chi phí sản xuất chung và được coi là chi phí sản xuất của doanh nghiệp. Để kiểm soát và phân tích chi phí nhằm cung cấp thông tin trợ giúp cho nhà quản trị ra quyết định kinh doanh, tại các doanh nghiệp còn thực hiện phân loại chi phí theo mức độ hoạt động. Tuy nhiên, số lượng các doanh nghiệp thực hiện phân loại chi phí theo mức độ hoạt động còn rất ít theo đó chi phí doanh nghiệp được chia thành 2 loại là định phí và biến phí.



**1.3. Về xây dựng định mức, lập dự toán, kế toán chi phí môi trường**

Theo khảo sát thực tế, hiện nay ở Việt Nam có đến 70% doanh nghiệp không xây dựng định mức và dự toán chi phí môi trường riêng biệt mà vẫn lập chung với chi phí sản xuất kinh doanh của DN. Tuy nhiên, các chi phí liên quan đến xử lý chất thải cuối đường ống đã được nhận diện là chi phí môi trường thì đều được xuất hiện trong kế hoạch hoạt động làm cơ sở để tính toán nhu cầu vốn lưu động và làm căn cứ để phân tích, đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch hoạt động an toàn - sức khỏe - môi trường.

Mặc dù không được hạch toán như một loại chi phí riêng nhưng các DN đã thực hiện ghi nhận một số khoản chi phí môi trường, tạo cơ sở xác định và cung cấp thông tin khi cần thiết. Nhiều doanh nghiệp đã lập một số báo cáo về chi phí môi trường hỗ trợ cho công tác quản lý và điều hành các hoạt động, trong đó có hoạt động bảo vệ môi trường.

**2. Một số hạn chế trong triển khai kế toán chi phí môi trường ở Việt Nam**

**Một là**, cơ quan chức năng của Nhà nước chưa ban hành trong chuẩn mực kế toán và trong chế độ kế toán doanh nghiệp các nội dung liên quan đến kế toán môi trường nói chung và kế toán chi phí môi trường nói riêng; chưa có các tài khoản cần thiết để hạch toán các nội dung này cũng như chưa thể hiện trên báo cáo tài chính của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp Việt Nam, hầu hết chưa quan tâm đến KTMT và cũng chưa có cơ sở pháp lý và những hướng dẫn của Nhà nước về thực hiện KTMT trong thực tế. Điều này khiến những người sử dụng thông tin kế toán môi trường, đặc biệt là các nhà quản lý khó phát hiện quy mô và tính chất của chi phí môi trường nói chung và từng khoản chi phí môi trường nói riêng. Đồng thời, các nhà quản lý khó có được bức tranh toàn cảnh để đánh giá đầy đủ và chính xác hiệu quả hoạt động, cũng như nhìn nhận được trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

**Hai là**, doanh nghiệp Việt Nam phần lớn có quy mô vừa và nhỏ. Do đó, khi so sánh giữa lợi ích và chi phí bỏ ra, họ có xu hướng thiên về các lợi ích trước mắt trong ngắn hạn, hơn là việc tính đến tác động các yếu tố môi trường trong việc lập phương án sản xuất - kinh doanh. Doanh nghiệp

chưa có tầm nhìn vĩ mô trong các hoạt động sản xuất, nhằm giữ gìn môi trường để đạt tới sự phát triển bền vững trong tương lai. Tình trạng doanh nghiệp không lập báo cáo đánh giá tác động môi trường ngày càng phổ biến, kế toán môi trường trong các doanh nghiệp thực sự chưa được coi trọng. Việc khai thác, sử dụng cạn kiệt tài nguyên cùng với lượng chất thải xả ra môi trường trong quá trình sản xuất đang làm cho môi trường bị ô nhiễm nghiêm trọng, đòi hỏi kế hoạch sản xuất phải có sự tham gia của kế toán môi trường nhằm bảo vệ môi trường tốt hơn. Tuy nhiên, trong thực tế, có rất ít doanh nghiệp quan tâm đến thông tin do kế toán môi trường cung cấp, nhất là các doanh nghiệp thuộc các ngành nhạy cảm với môi trường như các doanh nghiệp khai thác khoáng sản, doanh nghiệp sản xuất xi măng, doanh nghiệp sản xuất phân bón, các doanh nghiệp chế biến hải sản... Một lượng lớn là chất thải rắn, bao bì, các loại thức ăn thừa, các vật liệu sử dụng trong công việc vệ sinh và bảo trì...

**Ba là**, công tác đào tạo về kế toán môi trường ở Việt Nam vẫn còn hạn chế, chưa xây dựng được một đội ngũ kế toán viên chuyên nghiệp về lĩnh vực môi trường. Tuy có một số cơ sở đào tạo đã đưa môn học Kế toán quản trị môi trường vào chương trình, nhưng vẫn còn rất đơn giản. Thậm chí nhiều cơ sở đào tạo hiện tại không có môn học này. Trong khi đó, Hiệp hội nghề nghiệp về kế toán chưa phối hợp được với các cơ quan, tổ chức về môi trường để xây dựng nên một quy trình, phương pháp riêng đối với kế toán môi trường. Mặt khác, việc xây dựng một ngân hàng dữ liệu về môi trường quốc gia (tài nguyên nước, khoáng sản, rừng; các công nghệ xử lý chất thải... ở Việt Nam còn bất cập; các bộ tiêu chuẩn môi trường trong từng ngành, lĩnh vực còn hạn chế nhất định...

**3. Khuyến nghị đẩy mạnh thực hiện kế toán môi trường tại Việt Nam**

**3.1. Về phía Nhà nước**

Nhà nước cần tiếp tục bổ sung, hoàn thiện hệ thống pháp lý liên quan đến kế toán xanh. Hoàn thiện, bổ sung Hệ thống Chuẩn mực Kế toán Việt Nam, Hệ thống Chế độ kế toán doanh nghiệp, theo hướng tiếp cận với chuẩn mực kế toán quốc tế và phù hợp với đặc điểm của nền kinh tế Việt Nam đang trong quá trình phát triển. Cơ quan quản lý



về kế toán của các Bộ, ngành cần phối hợp với các Hiệp hội nghề kế toán, kiểm toán hướng dẫn cụ thể trong việc triển khai thực hiện kế toán môi trường tại các DN. Ngoài ra, tăng cường các chế tài xử phạt, thực hiện tốt các chính sách thuế, phí môi trường đối với doanh nghiệp. Qua đó, giúp các doanh nghiệp nâng cao nhận thức cũng như thực hiện trách nhiệm của mình đối với môi trường và bảo vệ môi trường. Ngược lại, cũng có chế độ đãi ngộ, khuyến khích và biểu dương các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội tốt của mình, trên cơ sở đó tuyên truyền sâu rộng về việc áp dụng kế toán xanh trong hoạt động thực tiễn.

### 3.2. Về phía doanh nghiệp

Để triển khai hiệu quả hoạt động kế toán môi trường nói chung và kế toán chi phí môi trường nói riêng, doanh nghiệp cần thay đổi nhận thức và trách nhiệm xã hội của mình đối với vấn đề môi trường. Các nhà quản trị trong DN cần thường xuyên quan tâm cập nhật và thực hiện kế toán môi trường, nhất là đối với các doanh nghiệp thuộc các ngành nhạy cảm với môi trường.

Bên cạnh đó, cần chú trọng đầu tư nguồn lực tài chính cho bộ máy kế toán, trong đó có kế toán môi trường. Các doanh nghiệp xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn có tính đến các tác động của các tiêu chuẩn và quy định môi trường của sản phẩm. Ngoài ra, xây dựng kịch bản phương án triển khai kế toán môi trường theo tình hình nguồn tài chính cùng với chính sách hoạt động của doanh nghiệp. Theo đó, trong giai đoạn đầu, doanh nghiệp Việt Nam - chủ yếu với quy vốn vừa và nhỏ - nên thử nghiệm công tác kế toán môi trường tại một dây chuyền hoặc một bộ phận trước khi tiến hành áp dụng đại trà cho toàn bộ doanh nghiệp cho phù hợp với điều kiện hoạt động của doanh nghiệp mình. Xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn có tính đến các tác động của các tiêu chuẩn và quy định môi trường của sản phẩm. Đồng thời, tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng, cập nhật kiến thức chuyên môn cho đội ngũ kế toán.

### 3.3. Về phía cơ sở đào tạo

Các trường đại học, cao đẳng trong khối ngành kinh tế cần đẩy mạnh việc đưa môn học kế toán môi trường, kế toán quản trị môi trường vào hệ thống giáo dục nghề nghiệp. Kết hợp với các Hội nghề nghiệp, các chuyên gia, các doanh nghiệp

trong việc đổi mới, xây dựng chương trình các môn học liên quan đến môi trường và kế toán, kiểm toán môi trường; tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn và dài hạn cho các doanh nghiệp về vấn đề bảo vệ môi trường, kế toán môi trường. Từ đó giúp cho việc đào tạo được một đội ngũ nguồn nhân lực chất lượng cao về kế toán tài chính và bảo vệ môi trường.

Ngoài ra, tiếp tục bổ sung, chỉnh sửa, cập nhật nhằm nâng cao chất lượng của các giáo trình giảng dạy về kế toán môi trường, trong đó cần gắn với các nội dung mới liên quan đến các chủ trương mới của Đảng và Nhà nước về phát triển xanh bền vững, về đánh thuế bảo vệ môi trường.

### Kết luận

Kế toán môi trường là một bộ phận của tăng trưởng xanh, do con người, vì con người, góp phần tạo sự ổn định cho nguồn lực môi trường, xã hội phát triển. Vận dụng kế toán môi trường, trong đó có kế toán chi phí môi trường cần phải được nghiêm túc thực hiện, nghiên cứu đầu tư để tạo được sự tăng trưởng bền vững. Trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh chuyển đổi mô hình tăng trưởng, hướng đến phát triển nền kinh tế xanh, việc áp dụng kế toán môi trường là rất cần thiết trong sự phát triển bền vững đối với các doanh nghiệp nói riêng và nền kinh tế nói chung.

### Tài liệu tham khảo:

- Chính phủ (2011). Nghị định số 67/2011/NĐ-CP ngày 08 tháng 8 năm 2011 hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Thuế Bảo vệ môi trường.
- Dương Thị Thanh Hiền (2018). Vai trò và định hướng phát triển kế toán môi trường trong các doanh nghiệp thủy điện. Tạp chí Tài chính. Truy cập từ <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/tai-chinh-doanh-nghiep/vai-tro-va-dinh-huong-phat-trien-ke-toan-moi-truong-trong-cac-doanh-nghiep-thuy-dien-137139.html>
- Quốc hội (2010). Luật số 57/2010/QH12 Luật Thuế Bảo vệ môi trường.
- Trần Anh Quang (2019). Kế toán môi trường trong doanh nghiệp sản xuất xi măng Việt Nam hiện nay. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/ke-toan-moi-truong-trong-doanh-nghiep-san-xuat-xi-mang-viet-nam-hien-nay-306004.html>
- Trần Phương Thủy (2020). Kế toán quản trị môi trường tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ khách sạn trên địa bàn tỉnh Nam Định. Tạp chí Công Thương. Truy cập tại: <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/ke-toan-quan-tri-moi-truong-tai-cac-doanh-nghiep-kinh-doanh-dich-vu-khach-san-tren-dia-ban-tinh-nam-dinh-71594.htm>
- IFAC(2005), *International Guidance Document: Environmental management accounting*, New York, USA.
- UNSD (2001), "Environmental accounting principles and procedure"
- Jones, M. J. (2010), "Accounting for the environment: Towards a theoretical perspective for environmental accounting and reporting", In *Accounting Forum*, Vol. 34, No. 2, pp. 123-138.

# THANH KHOẢN VÀ TỶ SUẤT SINH LỢI THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

TS. Đỗ Đoàn Trang\* - Ths. Nguyễn Việt Hằng\* - Ths. Võ Hoàng Oanh\*

Nghiên cứu này kiểm định xem thanh khoản có ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lợi của thị trường chứng khoán Việt Nam hay không khi xét đến tính biến động đồng thời giữa thanh khoản và tỷ suất sinh lợi thị trường. Trong bài, hai chỉ số chứng khoán chính của thị trường Việt Nam - VN\_Index và HNX\_Index - được dùng làm đại diện cho danh mục thị trường. Mẫu nghiên cứu gồm các quan sát hàng ngày của 2 chỉ số này trong giai đoạn 2009-2022. Kết quả từ mô hình hồi quy GARCH-in-mean cho thấy rằng thanh khoản thị trường thực sự có tác động ngược chiều đến tỷ suất sinh lợi thị trường và có tác động cùng chiều đến biến động của tỷ suất sinh lợi thị trường.

• Từ khóa: thanh khoản, thị trường chứng khoán, tỷ suất sinh lợi, Việt Nam, GARCH-in-mean.

*This study investigates the effect of market liquidity on the stock market returns in Vietnam, considering the simultaneous volatility between liquidity and market returns. In this paper, two major stock market indices of Vietnam, VN\_Index and HNX\_Index, are used as proxies for the market portfolio. The study sample consists of daily observations of these two indices over the period 2009-2022. The results from the GARCH-in-mean regression model show that market liquidity has a negative effect on market returns, and a positive effect on the volatility of market returns.*

• Key words: liquidity, stock market, return, Vietnam, GARCH-in-mean.

JEL codes: P 33, P45, Z23

Ngày nhận bài: 22/11/2023

Ngày gửi phân biện: 24/11/2023

Ngày nhận kết quả phân biện: 25/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 06/02/2024

## 1. Giới thiệu

Thanh khoản là điều các nhà đầu tư quan tâm khi quyết định đầu tư vào một cổ phiếu hay danh mục nhất định nhằm mục tiêu tìm kiếm lợi nhuận, bên cạnh biến động giá của cổ phiếu. Sự biến động trong tính thanh khoản sẽ tạo ra rủi ro cho họ nên yếu tố này cần được đánh giá trong quá trình định giá cổ phiếu. Tuy nhiên,

chỉ những rủi ro nào mang tính hệ thống, tức không thể loại trừ bằng cách đa dạng hóa danh mục đầu tư, mới đáng được định giá. Nhiều nghiên cứu trên thế giới đã chứng minh rằng tính thanh khoản của các cổ phiếu có tính tương đồng (commonality) theo nghĩa rằng chúng có xu hướng biến động cùng nhau, từ đó tương quan với thanh khoản của toàn bộ thị trường (Chordia et al., 2000; Hasbrouck & Seppi, 1998; Huberman & Halka, 2001). Điều này dẫn đến câu hỏi rằng liệu rủi ro thanh khoản có phải là một rủi ro hệ thống hay không, theo nghĩa tỷ suất sinh lợi (TSSL) của cổ phiếu có thể hiện phần bù rủi ro cho nhân tố này hay không? Ngoài ra, để có kết quả kiểm tra phù hợp cho mối quan hệ này, cần sử dụng một mô hình kiểm định trong đó thể hiện được sự biến động đồng thời giữa tỷ suất sinh lợi của cổ phiếu và tính thanh khoản của thị trường.

Thông qua việc kiểm định trên chuỗi dữ liệu hàng ngày của 2 chỉ số cổ phiếu chính ở thị trường Việt Nam giai đoạn 2009-2022 bao gồm VN\_Index, HNX\_Index, nghiên cứu hiện tại giúp làm sáng tỏ mối quan hệ giữa thanh khoản thị trường và TSSL chứng khoán. Kết quả nghiên cứu nghiên cứu được kỳ vọng giúp nhà đầu tư nhìn nhận đúng đắn vai trò của nhân tố thanh khoản thị trường đối với TSSL của cổ phiếu, từ đó đưa ra được định giá hợp lý cho các cổ phiếu và có các quyết định giao dịch, đầu tư và quản lý danh mục phù hợp.

## 2. Lược khảo tài liệu nghiên cứu liên quan

Thanh khoản là một khái niệm phức tạp và khó xác định, thông thường dùng để chỉ khả năng mua/bán một khối lượng lớn tài sản một cách nhanh chóng, tổn ít chi

\* Đại học Bình Dương

phí và không bị trượt giá (Pástor & Stambaugh, 2003) hay sự dễ dàng trong giao dịch chứng khoán (Amihud et al., 2005). Một nguyên nhân dẫn đến sự kém thanh khoản là các chi phí chuyển đổi ngoại sinh như chi phí môi giới, chi phí đặt lệnh, tiền hoa hồng hay thuế. Yếu tố khác có thể khiến chứng khoán kém thanh khoản hay khiến tính thanh khoản của nó biến động theo thời gian đến từ rủi ro tồn trữ (inventory risk) và vấn đề bất cân xứng thông tin. Tuy vậy, các mô hình định giá tài sản lại bỏ qua tính thanh khoản bởi vì chi phí và thời gian cần thiết để chuyển đổi tài sản tài chính thành tiền mặt được giả định bằng không.

Đã có nghiên cứu cho thấy thanh khoản của các cổ phiếu có tính tương đồng. Cụ thể, biến động trong tính thanh khoản của các cổ phiếu khác nhau có tương quan với nhau, khiến chúng biến động tương tự với thanh khoản của toàn bộ thị trường (Chordia et al., 2000; Hasbrouck & Seppi, 1998; Huberman & Halka, 2001). Trên góc độ toàn bộ thị trường, các nghiên cứu đo lường thanh khoản của toàn bộ thị trường (aggregate market liquidity) thông qua các thước đo thanh khoản riêng từng cổ phiếu nhưng được mở rộng ra trên góc độ danh mục thị trường, hoặc bằng thước đo sự kém thanh khoản của Amihud (2002) hay Pástor & Stambaugh (2003) hoặc thước đo thanh khoản dựa trên danh mục thị trường (Gibson & Mougeot, 2004).

Đối với thị trường Việt Nam đã có các nghiên cứu về chủ đề thanh khoản của thị trường chứng khoán cũng như phân tích mối quan hệ giữa thanh khoản và TSSL trên thị trường. Các nghiên cứu này đo lường thanh khoản bằng nhiều thước đo khác nhau như khối lượng giao dịch, giá trị giao dịch, chênh lệch giá hỏi mua-giá chào bán, thước đo thanh khoản của Amihud (2002)... và chỉ là các thước đo cho từng cổ phiếu riêng lẻ.

### 3. Phương pháp nghiên cứu và dữ liệu

Để đo lường thanh khoản và TSSL của toàn thị trường, nghiên cứu sử dụng lần lượt khối lượng giao dịch và TSSL của chỉ số chứng khoán thị trường đại diện cho thanh khoản và TSSL của toàn thị trường. Cụ thể, đối với thị trường Việt Nam, chỉ số chứng khoán đại diện đó chính là chỉ số VN\_Index và chỉ số HNX\_Index.

Mức thay đổi trong khối lượng giao dịch hằng ngày của chỉ số chứng khoán được sử dụng là biến đại diện cho thanh khoản thị trường. Khối lượng giao dịch hằng ngày của hai chỉ số được thu thập trong khoảng thời gian từ 1/1/2009 đến 31/12/2020. Giá trị của các chỉ số TSSL là giá trị đóng cửa hằng ngày, những ngày không có giao dịch hoặc nghỉ lễ sẽ được bỏ qua. Nguồn dữ liệu được tổng hợp từ trang web cafe.vn.

TSSL hằng ngày của chỉ số chứng khoán được tính theo công thức số (1) như sau:

$$r_{Mt} = \ln(\text{Index}/\text{Index}_{t-1}) \quad (1)$$

với:  $r_{Mt}$  là TSSL của chỉ số Index (VN\_Index/HNX\_Index) trong ngày giao dịch  $t$  hay TSSL của danh mục thị trường tại ngày giao dịch  $t$

$\text{Index}_t$  là giá trị đóng cửa của chỉ số Index (VN\_Index/HNX\_Index) tại ngày giao dịch  $t$

$\text{Index}_{t-1}$  là giá trị đóng cửa của chỉ số Index (VN\_Index/HNX\_Index) tại ngày giao dịch  $(t-1)$

$\ln$  là hàm logarit tự nhiên

Mức thay đổi hằng ngày của thanh khoản thị trường  $-r_{L,t}$  được tính theo công thức số (2) như sau:

$$r_{L,t} = \ln(\text{vol\_Index}/\text{vol\_Index}_{t-1}) \quad (2)$$

với:  $\text{vol\_Index}_t$  là khối lượng giao dịch của chỉ số Index (VN\_Index/HNX\_Index) tại ngày giao dịch  $t$

$\text{vol\_Index}_{t-1}$  là khối lượng giao dịch chỉ số Index (VN\_Index/HNX\_Index) tại ngày giao dịch  $(t-1)$

$\ln$  là hàm logarit tự nhiên Trong đề tài, lãi suất phi rủi ro là lãi suất trái phiếu kho bạc kỳ hạn 1 năm công bố trên website của Quỹ tiền tệ quốc tế - IMF. Do hiện tại dữ liệu về lãi suất trái phiếu chính phủ của Việt Nam công bố trên IMF chỉ có duy nhất đối với kỳ hạn 1 năm nên mức lãi suất này xem như là đại diện tốt nhất cho lãi suất phi rủi ro.

Nghiên cứu hiện tại sử dụng (1,1) mô hình ước lượng được mô tả trong phương trình số (3) và (4) dưới đây. Trong đó phương trình (3) là phương trình trung bình, phương trình (4) là phương trình phương sai. này giúp thể hiện được TSSL thông qua. Thêm vào đó, nghiên cứu kiểm định dựa trên mô hình ICAPM với dữ liệu của các chỉ số thị trường chứng khoán nên cần thiết phải đưa phương sai của TSSL thị trường vào phương trình trung bình để thể hiện quan hệ rủi ro - TSSL của thị trường. Như vậy việc sử dụng mô hình GARCH(1,1)-in-mean là phù hợp với mục tiêu của đề tài.

$$r_{Me,t} = \mu_{Me} + \lambda_{Me}\sigma_{Me,t}^2 + \lambda_{ML}r_{L,t} + \epsilon_{1,t} \quad (3)$$

$$\sigma_{Me,t}^2 = \lambda_0 + \lambda_1 r_{L,t} + \gamma_0 \epsilon_{t-1} + \gamma_1 \sigma_{Me,t-1}^2 \quad (4)$$

Phương trình trung bình có điều kiện số (3) ước lượng ảnh hưởng của các nhân tố lên TSSL vượt trội của thị trường  $r_{Me,t}$ . Với  $(r_{Me,t} = r_{Mt} - r_{ft})$  là TSSL của chỉ số Index (VN\_Index/HNX\_Index) trong ngày giao dịch  $t$  hay tỷ suất sinh lợi của danh mục thị trường tại ngày giao dịch  $t$ ;  $r_{L,t}$  là mức thay đổi của thanh khoản thị trường ở ngày  $t$ ;  $\sigma_{Me,t}^2$  là phương sai của  $r_{Me,t}$ .

Phương trình phương sai có điều kiện số (4) ước lượng ảnh hưởng của nhân tố thanh khoản thị trường



lên mức biến động của TSSL thị trường  $-\sigma_t^2$ ; với  $\sigma_t^2$  là phương sai có điều kiện của sai số ước lượng  $-\epsilon_t$  từ phương trình (3);  $\ln$  là hàm logarit tự nhiên;  $\lambda_{Me,t}$  là phần bù rủi ro thị trường và  $\lambda_{ML,t}$  là phần bù rủi ro thanh khoản. Ngoài việc kiểm định trên hai chỉ số chứng khoán chính của thị trường Việt Nam, nghiên cứu hiện tại còn kiểm định tính vững của các kết quả qua 2 chỉ số nhỏ hơn là VN30 và HNX30 thuộc giai đoạn 2012-2022 do hai chỉ số này bắt đầu được công bố từ năm 2012.

4. Kết quả

4.1. Thống kê mô tả

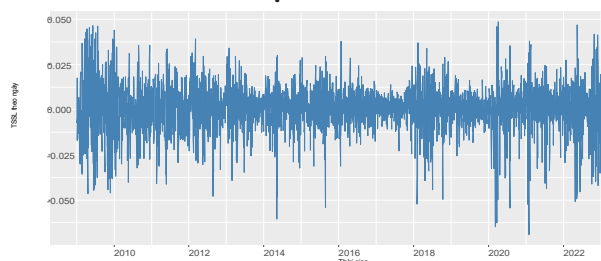
Bảng 1 trình bày một số kết quả thống kê mô tả TSSL (rM) và thanh khoản (rL) hằng ngày của hai chỉ số VN\_Index và HNX\_Index trong giai đoạn 2009-2022. Có thể thấy mức TSSL trung bình của cả hai chỉ số đều dương nhưng giá trị của VN\_Index cao hơn so với HNX\_Index (0,033% so với 0,019%).

Xét về thanh khoản của hai chỉ số trên, các giá trị thống kê cũng có kết quả khá tương đồng. Biến động thanh khoản trung bình hằng ngày của hai chỉ số VN\_Index và HNX\_Index lần lượt là 0,094% và 0,057% đi kèm với độ lệch chuẩn rất lớn (24,92% và 35,82%). Giá trị độ nhọn của phân phối thanh khoản của VN\_Index và HNX\_Index lần lượt là 3,3 và 56,57, cho thấy mức độ xảy ra những mức biến động thanh khoản cực đoan (tiêu cực và tích cực) là rất lớn.

Bảng 1: Thống kê mô tả TSSL (rM) và thanh khoản (rL) hằng ngày của hai chỉ số VN\_Index và HNX\_Index

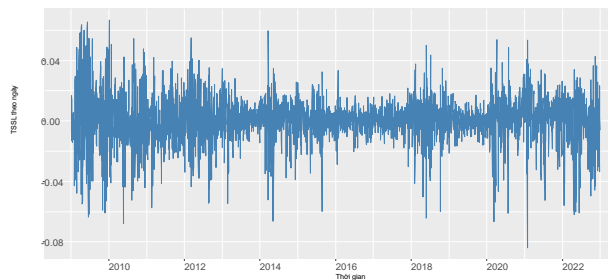
	VN_Index		HNX_Index	
	rM	rL	rM	rL
Mean	0.00033	0.00094	0.00019	0.00057
Standard Error	0.00022	0.00422	0.00026	0.00607
Median	0.00097	0.00354	0.00071	-0.00306
Standard Deviation	0.01293	0.24921	0.01548	0.35824
Sample Variance	0.00017	0.0621	0.00024	0.12833
Kurtosis	2.68558	3.30538	3.06132	56.5736
Skewness	-0.50289	0.02001	-0.3616	0.18299
Range	0.11768	3.31655	0.15045	11.5341
Minimum	-0.06908	-1.5439	-0.0838	-5.40105
Maximum	0.0486	1.77265	0.06669	6.133
Sum	1.16414	3.28461	0.66942	1.96912
Count	3494	3494	3485	3485

Hình 1: TSSL VN\_Index theo ngày - Giai đoạn 2009-2022



Ghi chú: TSSL tính theo công thức:  $R_t = \ln(\text{Index}_t / \text{Index}_{t-1})$

Hình 2: TSSL HNX\_Index theo ngày - Giai đoạn 2009-2022



Ghi chú: TSSL tính theo công thức:  $R_t = \ln(\text{Index}_t / \text{Index}_{t-1})$

Hình 1 và 2 lần lượt minh họa trực quan diễn biến TSSL hằng ngày của hai chỉ số VN\_Index và HNX\_Index trong giai đoạn 2009-2022. Nhìn chung, hai hình này đã cung cấp bằng chứng cho thấy mô hình GARCH phù hợp với dữ liệu nghiên cứu.

4.2. Các kiểm định trước khi ước lượng mô hình

Để đánh giá sự phù hợp của mô hình ước lượng GARCH-in-mean đối với dữ liệu nghiên cứu, các kiểm định cần thiết đã được thực hiện trước khi ước lượng mô hình. Kiểm định ADF và kiểm định Philip-Peron đều được sử dụng để kiểm tra tính dừng trong dữ liệu chuỗi thời gian. Một chuỗi thời gian được coi là dừng nếu giá trị trung bình, phương sai và tự tương quan của chuỗi không đổi theo thời gian.

Kết quả của các kiểm tra ADF và Philip-Peron lần lượt được trình bày trong bảng 2A và bảng 2B. Theo đó, chuỗi TSSL của VN-Index và HNX-Index đều dừng. Đây là một điều kiện phù hợp với mô hình GARCH, vì các mô hình GARCH yêu cầu dữ liệu dừng.

Kết quả của kiểm định tính ARCH (được trình bày trong bảng 3) cho thấy chuỗi TSSL của VN\_Index và HNX\_Index thể hiện tính ARCH với mức ý nghĩa thống kê cao ở độ trễ bậc 1.

Tóm lại, kết quả của các kiểm định ADF, Philip-Peron và kiểm định ARCH cho thấy rằng mô hình GARCH-in-mean phù hợp với dữ liệu nghiên cứu trong bài.

Bảng 2A: Kết quả kiểm định tính dừng theo ADF test

	Độ trễ	p_value	tau
<i>rme</i>			
VN_Index	0	0.000	-38.3112
HNX_Index	0	0.000	-38.4645
<i>rL</i>			
VN_Index	0	0.000	-61.9737
HNX_Index	0	0.000	-38.418

Bảng 2B: Kết quả kiểm định tính dừng theo Philip-Peron test

	Độ trễ	p_value	rho
<i>rme</i>			
VN_Index	9	0.000	-3206.74
HNX_Index	9	0.000	-3487.64
<i>rL</i>			
VN_Index	9	0.000	-3825.14
HNX_Index	9	0.000	-3602.98



**Bảng 3: Kết quả kiểm định tính ARCH**

	Độ trễ	Giá trị thống kê	p_value
<i>Box-Ljung test</i>			
VN_Index	1	228.04	0.000
HNX_Index	1	390.43	0.000
<i>Lagrange Multiplier test</i>			
VN_Index	1	4470.02	0.000
HNX_Index	1	3865.15	0.000

**4.3. Kết quả ước lượng**

Kết quả ước lượng từ mô hình nghiên cứu đề xuất trong bài này được thể hiện trong bảng 4. Theo đó, mô hình GARCH-in-mean phù hợp với dữ liệu cho cả chỉ số VN\_Index và HNX\_Index. Hệ số của thước đo thanh khoản thị trường ( $\lambda_{ML}$ ) là âm và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, cho thấy thanh khoản càng tăng thì TSSL kỳ vọng của chỉ số càng giảm. Nhìn chung, mô hình nghiên cứu đề xuất rất phù hợp với mẫu dữ liệu nghiên cứu trong bài khi giá trị LogLikelihood cho hai chỉ số VN\_Index và HNX\_Index rất cao, lần lượt là 10799.58 và giá trị LogLikelihood cho các chỉ số VN30 và HNX30 lần lượt là 8490.8 và 10359.95.

Từ những kết quả ước tính ở trên có thể thấy rằng mô hình GARCH-in-mean là một công cụ hữu ích để phân tích mối quan hệ giữa thanh khoản thị trường và TSSL thị trường chứng khoán Việt Nam.

**Bảng 4: Kết quả ước lượng ảnh hưởng của thanh khoản đến TSSL VN\_Index và HNX\_Index giai đoạn 2009-2022**

$$r_{Me,t} = \mu_{Me} + \lambda_{Me}\sigma_{Me,t}^2 + \lambda_{ML}r_{L,t} + \epsilon_{1,t},$$

$$\sigma_t^2 = \lambda_0 + \lambda_1 r_{L,t} + \gamma_0 \epsilon_{t-1} + \gamma_1 \sigma_{t-1}^2$$

	Giá trị	Std.Error	t value	p-value	Giá trị	Std.Error	t value	p-value
<i>VN_Index</i>				<i>HNX_Index</i>				
$\mu_{Me}$	0.000	0.000	1.855	0.064	0.001	0.000	3.322	0.001
$\lambda_{Me}$	-1.271	1.799	0.707	0.480	-0.225	0.070	-3.223	0.001
$\lambda_{ML}$	-0.002	0.001	-3.336	0.001	-0.001	0.000	-3.975	0.000
$\lambda_0$	5E-06	0.000	47.594	0.000	3E-06	0.000	0.040	0.968
$\gamma_0$	0.138	0.001	124.145	0.000	0.166	0.064	2.600	0.009
$\gamma_1$	0.832	0.000	1708.533	0.000	0.824	0.372	2.218	0.027
$\lambda_1$	9.2E-05	0.000	18.376	0.000	6E-05	0.000	10.419	0.000
LogLikelihood	10799.58				10359.95			

**4.4. Kiểm tra tính vững trên dữ liệu VN30 và HNX30**

**Bảng 5: Kết quả ước lượng ảnh hưởng của thanh khoản đến TSSL VN30\_Index và HNX30\_Index giai đoạn 2012-2022**

$$r_{Me,t} = \mu_{Me} + \lambda_{Me}\sigma_{Me,t}^2 + \lambda_{ML}r_{L,t} + \epsilon_{1,t},$$

$$\sigma_t^2 = \lambda_0 + \lambda_1 r_{L,t} + \gamma_0 \epsilon_{t-1} + \gamma_1 \sigma_{t-1}^2$$

	Giá trị	Std.Error	t value	p-value	Giá trị	Std.Error	t value	p-value
<i>VN30</i>				<i>HNX30</i>				
$\mu_{Me}$	0.000	0.001	0.105	0.916	0.001	0.000	2.921	0.003
$\lambda_{Me}$	2.870	7.195	0.399	0.690	0.769	1.537	0.500	0.617
$\lambda_{ML}$	-0.001	0.000	-4.579	0.000	0.000	0.000	0.712	0.477
$\lambda_0$	0.000	0.000	1512.584	0.000	0.000	0.000	131.863	0.000
$\gamma_0$	0.115	0.002	48.634	0.000	0.167	0.002	110.067	0.000
$\gamma_1$	0.837	0.001	810.859	0.000	0.794	0.001	1193.603	0.000
$\lambda_1$	0.000	0.000	9.064	0.000	0.000	0.000	179.950	0.000
LogLikelihood	8490.8				7400.603			

Để kiểm tra tính vững của các kết quả thu được từ mẫu nghiên cứu của hai chỉ số VN\_Index và HNX\_Index, bài nghiên cứu hiện tại sử dụng mẫu dữ liệu của hai chỉ số nhỏ hơn tại thị trường chứng khoán Việt Nam là VN30 và HNX30. Kết quả kiểm định được trình bày trong bảng 5 dưới đây. Dựa trên các số liệu trên bảng 5, có thể nhận thấy kết quả ước lượng khá tương đồng so với những gì đã được thể hiện trong bảng 4. Giá trị LogLikelihood rất cao thể hiện sự phù hợp rất cao của mô hình so với dữ liệu. Đa phần các hệ số ước lượng đều có ý nghĩa thống kê cao ở mức 1%.

**5. Kết luận và kiến nghị**

Kết quả từ mô hình hồi quy GARCH-in-mean cho thấy rằng thanh khoản thị trường thực sự có tác động ngược chiều đến tỷ suất sinh lợi thị trường và có tác động cùng chiều đến biến động của tỷ suất sinh lợi thị trường. Điều này có nghĩa là các cổ phiếu có tính thanh khoản cao hơn thường có lợi nhuận cao hơn.

Những phát hiện này có một số ý nghĩa đối với các nhà đầu tư như: Nên nhận thức được tính biến động của thị trường chứng khoán Việt Nam trước khi đầu tư; Có thể muốn tránh đầu tư vào thị trường chứng khoán Việt Nam trong thời kỳ biến động cao; Có thể muốn cân nhắc đầu tư vào các cổ phiếu có biến động thấp hơn và tính thanh khoản cao hơn; Có thể sử dụng mô hình GARCH-in-mean để dự báo biến động của TSSL VN\_Index và HNX\_Index.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số kiến nghị đối với các nhà hoạch chính sách như: Nên thực hiện các bước để cải thiện tính thanh khoản thị trường ở Việt Nam. Điều này có thể được thực hiện bằng cách giảm chi phí giao dịch, cải thiện cơ sở hạ tầng thị trường và khuyến khích nhiều nhà đầu tư tổ chức tham gia tích cực hơn; Có thể cân nhắc thực hiện các biện pháp để giảm thiểu tính biến động đồng thời giữa thanh khoản và lợi nhuận thị trường.

**Tài liệu tham khảo:**

Fama, E.F. and French, K. R. (1992). The Cross-Section of Expected Stock Returns. *Journal of Finance*, 47(2), 427-465.

Gibson, R., & Mougeot, N. (2004). The pricing of systematic liquidity risk: Empirical evidence from the US stock market. *Journal of Banking and Finance*, 28, 157-178. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(02\)00402-8](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(02)00402-8).

Hasbrouck, J., & Seppi, D. J. (1998). Common Factors in Prices, Order Flows and Liquidity. <https://doi.org/10.2139/ssrn.159698>.

Ho, T., & Chang, S. (2015). The pricing of liquidity risk on the Shanghai stock market. *International Review of Economics and Finance*, 38, 112-130. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2014.12.006>.

Jarrow, R. (2018). Asset market equilibrium with liquidity risk. *Annals of Finance*, 14(2), 253-288. <https://doi.org/10.1007/s10436-017-0316-x>.

Jean, W. H. (1971). The Extension of Portfolio Analysis to Three or More Parameters. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 6(1), 505-515.

Pástor, L., & Stambaugh, R. F. (2003). Liquidity Risk and Expected Stock Returns. *Journal of Political Economy*, 111(3), 642-685. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1086/374184>.

Phong, N. A. (2012). Tác động của thanh khoản đến tỷ suất sinh lời các cổ phiếu niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 264(10), 33-39.

Samuelson, P. A. (1970). The Fundamental Approximation Theorem of Portfolio Analysis in terms of Means, Variances and Higher Moments. *The Review of Economic Studies*, 37(4), 537-542. <https://doi.org/10.2307/2296483>.

Shih, Y., & Su, X.-Q. (2016). Liquidity in Up and Down Markets for Asset Pricing: Evidence from the Taiwan Stock Market. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 45, 729-754. <https://doi.org/10.1111/ajfs.12150>.

Võ, X. V., & Bui, H. T. (2012). Liquidity, liquidity risk and Stock Returns - Evidence from Vietnam. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2500689> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2500689>.

# ĐÁNH GIÁ ẢNH HƯỞNG CỦA CẤU TRÚC SỞ HỮU TỚI KHẢ NĂNG SINH LỜI CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

TS. Nguyễn Thế Anh\*

**Bài báo tập trung phân tích tác động của cấu trúc sở hữu đến khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại Việt Nam; Nghiên cứu mối quan hệ giữa sở hữu nhà nước, sở hữu trong nước, sở hữu nước ngoài và sở hữu tập trung với hiệu suất tài chính. Kết quả sẽ cung cấp thông tin hữu ích cho các nhà quản trị ngân hàng và các nhà nghiên cứu trong việc cải thiện quản trị tài chính và kiểm soát rủi ro.**

• Từ khóa: tác động, cấu trúc sở hữu, khả năng sinh lời, ngân hàng thương mại.

*This paper focuses on analyzing the influence of ownership structure on the profitability of Vietnamese commercial banks. The study examines the relationship between state ownership, domestic ownership, foreign ownership, and concentrated ownership with financial performance. The findings will provide valuable insights for bank managers and researchers in enhancing financial management and risk control.*

• Key words: impact, ownership structure, profitability, commercial banks.

JEL codes: E59, G24, G32

Ngày nhận bài: 14/9/2023

Ngày gửi phản biện: 20/8/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 02/11/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh phức tạp của nền kinh tế hiện nay, vai trò của ngân hàng thương mại (NHTM) ngày càng trở nên quan trọng hơn trong việc hỗ trợ sự phát triển kinh tế của một quốc gia. Trong bối cảnh này, cấu trúc sở hữu của NHTM có thể có ảnh hưởng đáng kể đến khả năng sinh lời, đồng thời cũng đặt ra các thách thức về quản lý rủi ro. Bài báo này tập trung vào việc đánh giá ảnh hưởng của cấu trúc sở hữu đến khả năng sinh lời của NHTM Việt Nam, với mục tiêu xác định mối liên hệ giữa sự tập trung sở hữu và hiệu suất tài chính của các ngân hàng trong bối cảnh kinh tế đất nước.

Bằng cách sử dụng dữ liệu phân tích từ các báo cáo tài chính, bài báo này tiến hành phân tích chi tiết về các biến cấu trúc sở hữu, bao gồm sở hữu nhà nước, sở hữu nhà đầu tư trong nước, sở hữu nước ngoài và sở hữu tập trung, và cách chúng tác động đến khả năng sinh lời của các NHTM Việt Nam. Qua việc xem xét cụ thể về tương quan giữa các yếu tố này và hiệu suất tài chính của ngân hàng, bài báo đề xuất những nhận định quan trọng về mối quan hệ giữa cấu trúc sở hữu và khả năng sinh lời của NHTM Việt Nam.

Trong bối cảnh ngày càng biến đổi của môi trường kinh doanh và tài chính, việc hiểu rõ tương quan giữa cấu trúc sở hữu và khả năng sinh lời có vai trò quan trọng trong việc định hình chiến lược quản lý của NHTM. Chính vì vậy, bài báo này mong muốn đóng góp kiến thức quý báu cho cộng đồng nghiên cứu và quản lý ngân hàng, đồng thời hướng tới việc cải thiện quản lý tài chính và kiểm soát rủi ro trong lĩnh vực NHTM Việt Nam.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Mô hình nghiên cứu

#### 2.1.1. Mô tả biến phụ thuộc

Đến nay, đã có nhiều công trình lý thuyết và thực nghiệm nói về các chỉ số đo lường khả năng sinh lời của doanh nghiệp. Trong trường hợp của NHTM, những chỉ số thông thường bao gồm ROA (tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản) và ROE (tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu) được sử dụng. ROA cho thấy mối liên hệ giữa lợi nhuận và tài sản của công ty, biểu thị hiệu quả sử dụng tài sản và khả năng đầu tư lãi. Điều này cho biết mức lãi mà công ty thu được cho mỗi đơn vị tài sản đầu tư. ROA càng cao, tài sản càng được sử dụng hiệu quả. Mức

\* Học viện Tài chính; email: nguyentheanh@hvtc.edu.vn

ROE cao cho thấy việc sử dụng vốn từ cổ đông của ngân hàng diễn ra một cách hiệu quả.

2.1.2. Mô tả biến độc lập

a. Cấu trúc sở hữu (OWN)

**SO (State Ownership):** Tỷ lệ sở hữu nhà nước là tỷ lệ cổ phần nắm giữ bởi nhà nước hoặc người đại diện nhà nước trên tổng số cổ phần phát hành, được đo lường bằng tỷ lệ sở hữu của nhà nước (gồm DNNN và NN sở hữu trực tiếp) trên tổng vốn chủ sở hữu.

**DO (Domestic Ownership):** Tỷ lệ sở hữu nhà đầu tư trong nước được đo lường bằng tỷ lệ sở hữu cá nhân và tổ chức trong nước trên tổng vốn chủ sở hữu.

**FO (Foreign Ownership):** Tỷ lệ sở hữu nước ngoài là tỷ lệ sở hữu cổ phần, phần vốn góp có quyền biểu quyết của tất cả các nhà đầu tư nước ngoài; được đo lường bằng tỷ lệ sở hữu cá nhân và tổ chức nước ngoài trên tổng vốn chủ sở hữu.

**CO (Concentrate Ownership):** Mức độ sở hữu tập trung được đo lường qua tỷ lệ sở hữu cổ đông lớn trên tổng vốn chủ sở hữu. Cổ đông lớn là cổ đông nắm giữ từ 5% tổng số cổ phiếu đang lưu hành của ngân hàng.

b. Biến kiểm soát (CONTROL)

Các biến kiểm soát là những yếu tố đặc thù của ngân hàng có thể ảnh hưởng đến khả năng sinh lời và rủi ro của NHTM, và có liên quan đến cấu trúc sở hữu. Để loại bỏ ảnh hưởng chi phối của các biến đặc thù này đến mối liên hệ giữa cấu trúc sở hữu và khả năng sinh lời, cũng như rủi ro của NHTM, tác giả kiểm soát những biến này trong mô hình hồi quy để phân tách ảnh hưởng của biến cấu trúc sở hữu đối với khả năng sinh lời và rủi ro của ngân hàng thương mại.

Nếu không bao gồm các biến kiểm soát đặc thù ngân hàng trong mô hình, hệ số ước lượng cho biến cấu trúc sở hữu trong mô hình hồi quy sẽ phản ánh ảnh hưởng của những biến kiểm soát này, thay vì chỉ của biến cấu trúc sở hữu. Đồng thời, nếu bỏ qua các biến kiểm soát này, nghiên cứu có thể mắc phải vấn đề về việc kiểm soát không đầy đủ khi xây dựng mô hình. Các biến kiểm soát đặc thù ngân hàng được dựa trên nhiều nghiên cứu trước đây như Saunders và cộng sự (1990); Bonin và cộng sự (2005); Micco và cộng sự (2007); Berger và cộng sự, Za (2008); Barry và cộng sự (2011), Westman (2011)... Tác giả đề xuất các biến: Quy mô của

ngân hàng (SIZE), Tỷ lệ tiền gửi (DEP), Tỷ lệ cho vay (LOA), Tỷ lệ thanh khoản (LIQ).

**Bảng 1: Bảng tổng hợp các biến**

STT	Biến	Ký hiệu	Công thức tính	Dấu kỳ vọng
<b>Biến phụ thuộc</b>				
1	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản	ROA	(Lợi nhuận sau thuế/ Tổng tài sản)	
2	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng vốn chủ sở hữu	ROE	(Lợi nhuận sau thuế/ Tổng vốn chủ sở hữu)	
<b>Biến độc lập</b>				
1	Sở hữu nhà nước	SO	Tỷ lệ sở hữu của nhà nước (gồm DNNN và NN sở hữu trực tiếp)/ Tổng VCSH	+/-
2	Sở hữu nước Ngoài	FO	Tỷ lệ sở hữu cá nhân và tổ chức nước ngoài/ Tổng VCSH	+/-
3	Sở hữu nhà đầu tư trong nước	DO	Tỷ lệ sở hữu cá nhân và tổ chức trong nước/ Tổng VCSH	+/-
4	Sở hữu tập trung	CO	Tỷ lệ sở hữu của các cổ đông lớn/ Tổng VCSH	+/-
<b>Biến kiểm soát</b>				
1	Quy mô của ngân hàng	SIZE	Log(Tổng tài sản)	+/-
2	Tỷ lệ tiền gửi	DEP	Tổng tiền gửi/ Tổng nợ của ngân hàng	+/-
3	Tỷ lệ cho vay	LOA	Dư nợ cho vay/ tổng tài sản	+/-
6	Tỷ lệ thanh khoản	LIQ	Tổng dư nợ cho vay/ Tổng tiền gửi	+

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

**Mô hình đề xuất:**

$$Profit_{it} = \beta_0 + \beta_1 OWN_{it-1} + \beta_2 CONTROL_{it} + i + \delta_t + \varepsilon_{it}$$

Trong đó:

**Profit<sub>it</sub>:** Biến phụ thuộc là khả năng sinh lời của NHTM được đo lường thông qua chỉ số tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA), tỷ suất lợi nhuận trên tổng vốn chủ sở hữu (ROE).

**OWN<sub>it</sub>:** Biến độc lập, cấu trúc sở hữu đo lường thông qua tỷ lệ sở hữu theo các tiêu chí, bao gồm sở hữu nhà nước (SO), sở hữu nước ngoài (FO), sở hữu nhà đầu tư trong nước (DO) và sở hữu tập trung (CO).

**CONTROL<sub>it</sub>:** Các biến kiểm soát đặc thù ngân hàng bao gồm quy mô của ngân hàng (SIZE), tỷ lệ tiền gửi (DEP), tỷ lệ vốn chủ sở hữu (EQU), tỷ lệ cho vay (LOA), tỷ lệ dự phòng rủi ro tín dụng (LLP), hiệu quả hoạt động (EFF).

**i:** ảnh hưởng cố định của ngân hàng

**δ<sub>t</sub>:** ảnh hưởng cố định năm

**ε<sub>it</sub>:** sai số ước tính của mô hình

**i:** ngân hàng i; **t:** năm t

Mô hình hồi quy cũng bao gồm ảnh hưởng cố định của NH (i) nhằm kiểm soát tác động chi phối



của mỗi ngân hàng và ảnh hưởng cố định năm ( $\delta$ ) nhằm kiểm soát tác động chi phối của thời gian (cụ thể ảnh hưởng của mỗi năm lên mẫu) lên tác động của cấu trúc sở hữu đến khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại.

**2.2. Dữ liệu nghiên cứu**

Nguồn thông tin trong nghiên cứu này là thông tin thứ cấp thu thập từ báo cáo tài chính được kiểm toán, báo cáo thường niên, bản cáo bạch và điều lệ hoạt động của các NHTM Việt Nam trong khoảng thời gian 2010- 2022. Tính đến thời điểm cuối năm 2022 có 31 NHTM cổ phần Việt Nam đang hoạt động, tuy nhiên do nhiều ngân hàng không công bố dữ liệu đặc biệt là dữ liệu khi chưa cổ phần hóa hoặc một số NHTM công bố thông tin thiếu tính thống nhất và toàn diện. Do đó, tác giả không thể thu thập được đầy đủ dữ liệu của toàn bộ các NHTM cổ phần Việt Nam đang hoạt động. Dữ liệu sử dụng trong bài nghiên cứu này là dữ liệu bảng không cân bằng của 26 ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam trong giai đoạn 13 năm từ 2010 đến 2022, bao gồm 338 quan sát.

**3. Kết quả nghiên cứu**

**Bảng 2: Ma trận hệ số tương quan**

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
(1) ROE	1.000									
(2) ROA	0.670	1.000								
(3) SO	0.233	0.055	1.000							
(4) FO	0.158	-0.012	-0.201	1.000						
(5) DO	-0.295	-0.051	-0.919	-0.199	1.000					
(6) CO	0.209	0.080	0.851	0.031	-0.866	1.000				
(7) SIZE	0.278	-0.210	0.248	0.384	-0.402	0.215	1.000			
(8) DEP	-0.167	-0.240	0.021	0.107	-0.064	0.003	0.274	1.000		
(9) LIQ	0.010	-0.021	-0.013	0.033	-0.001	-0.010	0.046	-0.025	1.000	
(10) LOA	0.001	-0.140	0.266	0.000	-0.266	0.176	0.230	0.511	0.217	1.000

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

Bảng 2 trình bày ma trận hệ số tương quan Pearson giữa các biến trong mô hình nghiên cứu. Như thấy ở bảng 2, biến đo lường khả năng sinh lời như ROA và ROE có mức tương quan dương khá cao. Các biến đo lường sở hữu nhà nước (SO), sở hữu nước ngoài (FO) và sở hữu tập trung (CO) tương quan dương với khả năng sinh lời, trong khi sở hữu của NĐT trong nước (DO) có mức tương quan âm với khả năng sinh lời. Những kết quả này tóm tắt quan hệ giả thuyết giữa các biến cấu trúc sở hữu và khả năng sinh lời. Tổng thể, tương quan giữa các biến độc lập là thấp, loại trừ khả năng của đa cộng tuyến trong phân tích hồi quy. Theo kinh nghiệm, đa cộng tuyến không gây vấn đề nghiêm trọng nếu hệ số tương quan giữa các biến độc lập dưới 0.8 (Gujarati, 2003).

**3.1. Tác động của sở hữu nhà nước đến khả năng sinh lời của các NHTM Việt Nam**

**Bảng 3: Sở hữu nhà nước và khả năng sinh lời của NHTM Việt Nam**

Biến	(1) ROA	(2) ROE
SO	0,004** (2,59)	0,045*** (3,20)
SIZE	-0,002*** (-2,92)	0,044*** (6,36)
DEP	-0,009** (-2,55)	-0,131*** (-4,10)
LOA	-0,003 (-0,69)	0,005 (0,12)
LIQ	0,000 (0,75)	0,003 (0,67)
Hằng số	0,048*** (4,70)	-0,427*** (-4,62)
Số quan sát	318	318
Ảnh hưởng cố định năm	Có	Có
R <sup>2</sup> được điều chỉnh	7,7%	19,8%

Ký hiệu \*\*\*, \*\*, \* thể hiện các mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%.

Bảng 3 trình bày kết quả hồi quy của mô hình nghiên cứu về tác động của sở hữu nhà nước lên khả năng sinh lời của các NHTM Việt Nam. Trong bảng này, mô hình bao gồm sở hữu nhà nước, tỷ suất lợi nhuận trên tài sản, tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu và các biến kiểm soát. Kết quả cho thấy sở hữu nhà nước có ảnh hưởng tích cực đến khả năng sinh lời, có nghĩa là khi sở hữu nhà nước tăng, khả năng sinh lời cũng tăng. Cụ thể, trong mô hình tác động của sở hữu nhà nước lên tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA), hệ số ước lượng cho biến sở hữu nhà nước là 0.004 (t-statistic= 2.59) với mức ý nghĩa 5%. Tương tự, hệ số ước lượng cho biến sở hữu nhà nước trong tương quan với tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu là 0.045 (t-statistic= 3.20) với mức ý nghĩa 1%.

**3.2. Tác động của sở hữu nhà đầu tư trong nước đến khả năng sinh lời của các NHTM Việt Nam**

**Bảng 4: Sở hữu NĐT trong nước và khả năng sinh lời của NHTM Việt Nam**

Biến	(3) ROA	(4) ROE
DO	-0,006*** (-3,89)	-0,056*** (-3,80)
SIZE	-0,003*** (-3,83)	0,037*** (5,00)
DEP	-0,008** (-2,41)	-0,129*** (-4,07)
LOA	-0,004 (-0,92)	0,005 (0,13)
LIQ	0,000 (0,74)	0,002 (0,60)
Hằng số	0,066*** (5,65)	-0,286*** (-2,69)



Biến	(3) ROA	(4) ROE
Số quan sát	317	317
Ảnh hưởng cố định năm	Có	Có
R <sup>2</sup> được điều chỉnh	10,15%	20,80%

Ký hiệu \*\*\*, \*\*, \* thể hiện các mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%.

Trong trường hợp của sở hữu nhà đầu tư trong nước, như thể hiện trong bảng 4, giá trị ước lượng hệ số hồi quy của biến sở hữu nhà đầu tư trong nước là âm với mức ý nghĩa 1%. Điều này cho thấy mối liên hệ nghịch biến giữa sở hữu nhà đầu tư trong nước và khả năng sinh lời. Ảnh hưởng này cũng thể hiện tính nhất quán trên cả hai biến đo lường khả năng sinh lời là ROA và ROE. Cụ thể, trong mô hình tác động của sở hữu NĐT trong nước đến tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA), hệ số ước lượng cho biến sở hữu trong nước là -0.0060 (t-statistic = -3.89) với mức ý nghĩa 1%. Tương tự, trong mô hình tác động của sở hữu NĐT trong nước lên tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), hệ số ước lượng cho biến sở hữu trong nước là -0.056 (t-statistic = -3.80) với mức ý nghĩa 1%.

### 3.3. Tác động của sở hữu nước ngoài đến khả năng sinh lời của các NHTM Việt Nam

**Bảng 5: Sở hữu nước ngoài và khả năng sinh lời của NHTM Việt Nam**

Biến	(5) ROA	(6) ROE
FO	0,011*** (2,73)	0,042 (1,14)
SIZE	-0,003*** (-3,26)	0,046*** (6,12)
DEP	-0,011*** (-3,27)	-0,153*** (-4,79)
LOA	0,002 (0,42)	0,047 (1,22)
LIQ	0,000 (0,20)	0,001 (0,22)
Hằng số	0,053*** (4,91)	-0,461*** (-4,61)
Số quan sát	317	317
Ảnh hưởng cố định năm	Có	Có
R <sup>2</sup> được điều chỉnh	7,98%	17,47%

Ký hiệu \*\*\*, \*\*, \* thể hiện các mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%.

Kết quả từ mô hình (5) và (6) trong bảng 5 cho thấy hệ số ước lượng của biến sở hữu nước ngoài (FO) có tương quan dương với ROA và ROE. Cụ thể, ước lượng hệ số sở hữu nước ngoài trong tương quan với tỷ suất lợi nhuận trên tài sản (ROA) là 0.011 (thống kê t = 2.73) với mức ý nghĩa 1%, trong khi ước lượng hệ số sở hữu nước ngoài trong tương quan với tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) đạt 0.042 và không có ý nghĩa thống kê. Vì vậy, có thể kết luận có mối quan hệ thuận giữa sở hữu nước ngoài và khả năng sinh lời của

NHTM; nói cách khác, khi sở hữu nước ngoài tăng, khả năng sinh lời cũng tăng.

### 3.4. Tác động của mức độ sở hữu tập trung đến khả năng sinh lời của các NHTM Việt Nam

**Bảng 6: Sở hữu tập trung và khả năng sinh lời của NHTM Việt Nam**

Biến	(5) ROA	(6) ROE
CO	0,003** (2,05)	0,031** (2,04)
SIZE	-0,002*** (-2,95)	0,044*** (6,16)
DEP	-0,011*** (-2,84)	-0,155*** (-4,53)
LOA	-0,001 (-0,14)	0,036 (0,89)
LIQ	0,000 (0,36)	0,001 (0,21)
Hằng số	0,049*** (4,75)	-0,430*** (-4,53)
Số quan sát	291	291
Ảnh hưởng cố định năm	Có	Có
R <sup>2</sup> được điều chỉnh	0,084	0,177

Ký hiệu \*\*\*, \*\*, \* thể hiện các mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%.

Đối với sở hữu tập trung, bảng 6 chỉ ra tác động tích cực của nó đối với khả năng sinh lời. Kết quả này xác nhận rằng khi tỷ lệ sở hữu tập trung tăng, khả năng sinh lời cũng tăng. Cụ thể, trong mô hình tác động của sở hữu tập trung lên tỷ lệ lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA), hệ số ước lượng cho biến sở hữu tập trung là 0.0030 (t-statistic = 2.05) với mức ý nghĩa 5%. Tương tự, trong mô hình tác động của sở hữu tập trung đến tỷ lệ lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), hệ số ước lượng cho biến sở hữu tập trung là 0.031 (t-statistic = 2.04) với mức ý nghĩa 5%.

### 3.5. Kiểm định tính bền vững của kết quả nghiên cứu

**Bảng 7: Cấu trúc sở hữu và khả năng sinh lời của NHTM Việt Nam**

Biến	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	ROA	ROE	ROA	ROE	ROA	ROE	ROA	ROE
SO <sub>t-1</sub>	0,003** (2,18)	0,039*** (2,70)	-0,005*** (-2,90)	-0,043*** (-2,86)				
DO <sub>t-1</sub>					0,003* (1,69)	0,032** (2,06)		
CO <sub>t-1</sub>							0,006 (1,49)	0,010 (0,27)
FO <sub>t-1</sub>								
SIZE	-0,001 (-0,94)	0,052*** (7,08)	-0,001 (-1,57)	0,047*** (6,04)	-0,001 (-1,15)	0,051*** (6,63)	-0,001 (-0,89)	0,057*** (7,24)
DEP	-0,001*** (-3,08)	-0,147*** (-4,27)	-0,011*** (-3,04)	-0,148*** (-4,30)	-0,013*** (-3,22)	-0,165*** (-4,42)	-0,013*** (-3,66)	-0,166*** (-4,84)
LOA	0,000 (0,01)	0,024 (0,57)	-0,000 (-0,11)	0,026 (0,63)	0,002 (0,51)	0,045 (1,04)	0,004 (0,87)	0,059 (1,46)
LIQ	0,000 (0,59)	0,003 (0,81)	0,000 (0,51)	0,003 (0,67)	0,000 (0,34)	0,002 (0,60)	0,000 (0,09)	0,002 (0,42)
Hằng số	0,027** (2,53)	-0,538*** (-5,43)	0,039*** (3,25)	-0,439*** (-3,89)	0,029*** (2,71)	-0,527*** (-5,15)	0,027** (2,40)	-0,603*** (-5,77)
Số quan sát	292	292	291	291	265	265	291	291
R <sup>2</sup> được điều chỉnh	5,56%	23,54%	6,82%	23,79%	5,38%	21,46%	4,81%	21,63%

Bảng trình bày kết quả của mô hình hồi quy có dạng như sau:  $Profit_{it} = \beta_0 + \beta_1 OWN_{it-1} + \beta_2 CONTROL_{it} + i + \delta_i + \varepsilon_{it}$

Trong đó,  $Profit_{it}$  là khả năng sinh lời được đo lường bởi ROA, ROE;  $OWN_{it-1}$  là cấu trúc sở hữu được đo lường bởi tỷ lệ sở hữu nhà nước (SO), tỷ lệ sở hữu nước ngoài (FO), tỷ lệ sở hữu trong nước (DO); mức độ sở hữu tập trung (CO);  $Control_{it}$  là các biến kiểm soát bao gồm: SIZE, DEP, LOA, LIQ. Mô hình hồi quy cũng bao gồm hiệu ứng cố định của ngân hàng ( $i$ ) và hiệu ứng cố định năm ( $\delta_t$ ). Tất cả các biến đại diện cho cấu trúc sở hữu được đưa vào mô hình hồi quy với giá trị trễ. Sai số chuẩn robust được sử dụng và được ước lượng theo cụm mỗi ngân hàng. \*, \*\*, \*\*\* thể hiện mức ý nghĩa tương ứng với 10%, 5%, và 1%.

Bảng 7 trình bày kết quả phân tích sử dụng giá trị trễ tương ứng với tác động của cấu trúc sở hữu lên khả năng sinh lời. Kết quả ước lượng từ mô hình (1) và (2) cho thấy hệ số ước lượng của biến sở hữu nhà nước duy trì giá trị dương và có ý nghĩa thống kê. Sự ảnh hưởng này thể hiện tính nhất quán trên cả hai biến đo lường khả năng sinh lời là ROA và ROE. Cụ thể, trong mô hình tác động của sở hữu nhà nước đến tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA), hệ số ước lượng cho biến sở hữu nhà nước là 0.003 với mức ý nghĩa 5%. Trong mô hình tác động của sở hữu nhà nước lên tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), hệ số ước lượng cho biến sở hữu nhà nước là 0.039 với mức ý nghĩa 1%.

Đối với sở hữu NĐT trong nước, tác động vẫn duy trì giá trị âm và có ý nghĩa thống kê trong mô hình (3) và (4). Cụ thể, hệ số ước lượng cho biến sở hữu nhà đầu tư trong nước lần lượt đạt giá trị -0.005 và -0.043, với ý nghĩa thống kê tại mức thông thường 1%.

Kết quả ước lượng từ mô hình (5) và (6) cũng cho thấy ước lượng hệ số của sở hữu tập trung không thay đổi về mặt định tính, vẫn duy trì giá trị dương và có ý nghĩa thống kê. Cụ thể, trong mô hình tác động của sở hữu tập trung đến tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA), hệ số ước lượng cho biến sở hữu tập trung là 0.003 với mức ý nghĩa 10%. Trong mô hình tác động của sở hữu tập trung đến tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE), hệ số ước lượng cho biến sở hữu tập trung là 0.032 với mức ý nghĩa 5%.

Trong khi đó, kết quả ước lượng từ mô hình (7) và (8) cho thấy tác động dương của sở hữu nước ngoài vẫn tồn tại, nhưng không có ý nghĩa thống kê.

#### 4. Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu, có thể rút ra một số điểm chính sau đây:

- Sở hữu nhà nước: Phân tích sở hữu nhà nước trong NHTM Việt Nam từ 2010 - 2022 thể hiện xu hướng giảm, tương quan thuận với khả năng sinh lời. Tác động của sở hữu nhà nước đến khả năng sinh lời yếu hơn trong các ngân hàng có cơ chế quản trị công ty mạnh.

- Sở hữu NĐT trong nước: Tỷ lệ sở hữu NĐT trong nước cao và tương quan nghịch với khả năng sinh lời. Cơ chế quản trị công ty cũng ảnh hưởng, đặc biệt ở ngân hàng với cơ chế mạnh.

- Sở hữu nước ngoài: Tăng dần qua các năm, tương quan thuận với khả năng sinh lời. Tuy nhiên, cơ chế tác động chưa có cơ sở thống kê.

- Sở hữu tập trung: Tương quan thuận với khả năng sinh lời. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy chưa có cơ sở để xác định sở hữu tập trung thông qua cơ chế quản trị tác động đến khả năng sinh lời các NHTM Việt Nam.

Tóm lại, NHTM sẽ cần tập trung vào hai khía cạnh. Thứ nhất, NHTM có thể điều chỉnh cấu trúc sở hữu, ví dụ như tăng vốn thông qua phát hành cổ phiếu, thúc đẩy quá trình cổ phần hóa để giảm tỷ lệ sở hữu nhà nước, hoặc triển khai các chính sách hấp dẫn để thu hút đầu tư nước ngoài hoặc tiến hành thâm tóm cổ phiếu để tăng sự tập trung. Thứ hai, tận dụng ưu thế và khắc phục hạn chế của từng loại cấu trúc sở hữu, nhằm nâng cao khả năng sinh lời và năng lực kiểm soát rủi ro trong hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại.

#### Tài liệu tham khảo:

- Andres, P. de, & Vellido, E. (2008). Corporate governance in banking: The role of the board of directors. *Journal of Banking and Finance*, 32(12), 2570-2580. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2008.05.008>
- Berger, A. N., Clarke, G. R. G., Cull, R., Klapper, L., & Udell, G. F. (2005). Corporate governance and bank performance: A joint analysis of the static, selection, and dynamic effects of domestic, foreign, and state ownership. *Journal of Banking and Finance*, 29(8-9 SPEC. ISS.), 2179-2221. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2005.03.013>
- Ciancanelli, P., & Reyes-Gonzalez, J. A. (2003). Corporate Governance in Banking: A Conceptual Framework. *FRBNY Economic Policy Review*, 9, 91-107. <https://doi.org/10.2139/ssrn.253714>
- Laeven, L., & Levine, R. (2009). Bank governance, regulation and risk taking. *Journal of Financial Economics*, 93(2), 259-275. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.09.003>
- Micco, A., Panizza, U., & Yañez, M. (2007). Bank ownership and performance. Does politics matter? *Journal of Banking and Finance*, 31(1), 219-241. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.02.007>
- Nguyen Thi Tuyet Nga. (2016). Tác động của vốn chủ sở hữu đến rủi ro tín dụng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. *Tạp Chí Tài Chính*, 23-30.
- Phạm Quốc Việt & Nguyễn Dân An. (2020). Tác động của cấu trúc sở hữu đến mức độ rủi ro của các ngân hàng thương mại Việt Nam. *Tạp Chí Tài Chính*, 1(1), 98-92.
- Vo Hoang Diem Trinh (2019). Tác động của cấu trúc sở hữu tới khả năng sinh lời, Đại học Đà Nẵng.
- Yeyati, E. L., & Micco, A. (2007). Concentration and foreign penetration in Latin American banking sectors: Impact on competition and risk. *Journal of Banking & Finance*, 31, 1633-1647. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.11.003>
- Zhu, W., & Yang, J. (2016). State ownership, cross-border acquisition, and risk-taking: Evidence from China's banking industry. *Journal of Banking and Finance*, 71, 133-153. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2016.05.004>

# VAI TRÒ CỦA VỐN CON NGƯỜI TRONG VIỆC HÌNH THÀNH Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN KINH TẾ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Ths. Nguyễn Minh Hiếu\* - Ths. Nguyễn Thị Bích Duyên\* - TS. Nguyễn Thị Hồng Nguyệt\*

*Nghiên cứu nhằm khám phá các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên khối ngành Kinh tế tại Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu bao gồm hai giai đoạn; nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định tính dùng để khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên khối ngành Kinh tế tại Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu định lượng được thực hiện bằng hình thức khảo sát 397 sinh viên khối ngành kinh tế. Phương pháp phân tích hệ số tin cậy Cronbach alpha, phân tích nhân tố khám phá (CFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA), và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được áp dụng để đánh giá thang đo và mô hình nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy, giáo dục khởi nghiệp và đặc điểm tính cách có ảnh hưởng quan trọng đến sự tự tin, tính khả thi và ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên. Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị được đề xuất nhằm khuyến khích và thúc đẩy hành vi khởi nghiệp của sinh viên.*

• Từ khóa: vốn con người, ý định khởi nghiệp, kinh doanh trực tuyến.

*The study aims to explore factors affecting the economics student's entrepreneurial intention in Ho Chi Minh City. The study consisted of two phases; qualitative research and quantitative research. Qualitative research is used to explore factors affecting the economics student's entrepreneurial intention in Ho Chi Minh City. Quantitative research was conducted by surveying 397 economics student. Cronbach alpha reliability coefficient analysis, exploratory factor analysis (CFA), confirmatory factor analysis (CFA), and linear structural model (SEM) analysis were applied to evaluate the measurement and test research model. Research results show that entrepreneurship education and personality traits have an important influence on students' confidence, feasibility and student's online entrepreneurial intention. Based on the research results, some management implications are proposed to encourage and promote student's entrepreneurial behavior.*

• Key words: human capital, entrepreneurial intention, online business.

JEL codes: L8, L84

Ngày nhận bài: 24/10/2023

Ngày gửi phản biện: 26/10/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 22/ 2/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## 1. Giới thiệu

Khởi nghiệp đang là chủ đề được xã hội, các bên liên quan và nhà nghiên cứu quan tâm, đặc biệt là sau khi đề án 1665 “Hỗ trợ học sinh sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025” của Thủ tướng Chính phủ ban hành và giao cho Bộ Giáo dục và Đào tạo chủ trì thực hiện để hỗ trợ và thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp trong sinh viên. Nhằm có cơ sở để thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp trong sinh viên, đã có nhiều nghiên cứu về chủ đề này. Có rất nhiều nghiên cứu về khởi nghiệp trong sinh viên được thực hiện trong những năm gần đây như nghiên cứu của Định và Sen (2021) nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên trường Đại học Nam Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên bao gồm đặc điểm tính cách, thái độ đối với hành vi khởi nghiệp, môi trường giáo dục, nhận thức kiểm soát hành vi và nguồn vốn. Trong khi nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành kỹ thuật tại trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh của Cường và Anh (2022) cho thấy sự tác động trực tiếp của ba yếu tố (1) thái độ đối với hành vi khởi nghiệp, (2) chuẩn mực chủ quan và (3) kiểm soát nhận thức hành vi đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Bên cạnh đó yếu tố giáo dục

\* Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Thành phố Hồ Chí Minh; email: ntbduyen@hcmunre.edu.vn



khởi nghiệp được xem là biến tiền đề có tác động gián tiếp đến ý định khởi nghiệp của sinh viên qua ba yếu tố thái độ đối với hành vi khởi nghiệp, chuẩn mực chủ quan và kiểm soát nhận thức hành vi (Cường và Anh, 2022). Ngoài ra, cũng có nhiều nghiên cứu khác về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp sinh viên trong những điều kiện nhau như Linh và cộng sự (2023) cho trường hợp sinh viên Đại học Kiên Giang, Nghĩa và cộng sự (2021) cho sinh viên Trường Đại học Tài chính - Marketing, Chau và Huynh (2020) cho Trường Đại học An Giang, hay nghiên cứu của Hà (2023) về ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành du lịch,... Tuy nhiên, rất ít nghiên cứu về vai trò của vốn con người đối với sự tự tin về tính khả thi và ý định khởi nghiệp của sinh viên đặc biệt là khởi nghiệp kinh doanh trên các nền tảng kinh doanh trực tuyến. Vì vậy, nghiên cứu này sẽ tiếp cận khám phá vai trò của vốn con người trong mối quan hệ với ý định khởi nghiệp của sinh viên trên các nền tảng kinh doanh trực tuyến nhằm góp phần đa dạng lý thuyết cũng như có cơ sở đề xuất các giải pháp thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp của sinh viên.

**2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu**

Khởi nghiệp là việc tạo ra một doanh nghiệp kinh doanh mới (Bygrave, 1989) nhằm tạo ra cơ hội phát triển kinh tế (Barot, 2015). Theo quan điểm của Bruyat và Julien (2001) cho rằng khởi nghiệp có thể bao hàm nghĩa hẹp và nghĩa rộng; nghĩa hẹp là bắt đầu công việc khởi nghiệp riêng và nghĩa rộng là đề cao tính tích cực sẵn sàng tiên phong, sáng tạo, biết nắm bắt cơ hội và chấp nhận rủi ro.

Ý định khởi sự kinh doanh đề cập đến định hướng thành lập doanh nghiệp mới bắt đầu hoạt động kinh doanh (Ozyilmaz, 2011). Kuckertz và Wagner (2010) cho rằng ý định khởi nghiệp là việc tập trung nguồn lực sẵn có của một cá nhân để tạo dựng doanh nghiệp. Theo Souitaris và cộng sự (2007) ý định khởi nghiệp là sự chuẩn bị của cá nhân trong quá trình tạo lập doanh nghiệp và bắt đầu hoạt động kinh doanh (Gupta & Bhawe, 2007). Ý định khởi nghiệp là một trong những dự báo tốt để ước lượng hành vi kinh doanh (Ajzen và Fishbein, 1975). Dựa trên các phân tích trên, khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên trong nghiên cứu này được hiểu là sự sẵn sàng dần thân chấp nhận rủi ro để bắt đầu cung ứng ra thị trường một sản phẩm hoặc một dịch vụ cụ thể.

Vốn con người được cho là có liên quan quan trọng đến hành vi khởi nghiệp kinh doanh (Unger và cộng sự, 2011). Theo Ployhart và Moliterno (2011) chia vốn con người thành hai thành phần: (1) vốn con người nhận thức và (2) vốn con người không nhận thức. Theo đó, vốn con người nhận thức có thể nhìn thấy như giáo dục và kinh nghiệm trong khi vốn con người không nhận thức thường ẩn và khó quan sát như tính cách, đặc điểm cá nhân. Vì vậy, vốn con người trong nghiên cứu này đề cập đến cả vốn con người nhận thức và vốn con người không nhận thức bao gồm hai yếu tố là giáo dục khởi nghiệp và đặc điểm tính cách cá nhân.

**Mô hình nghiên cứu**

***Giáo dục khởi nghiệp***

Giáo dục khởi nghiệp đề cập đến các khóa học chương trình, bài giảng cung cấp cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng và thái độ về tạo lập và khởi sự kinh doanh (Ekpoh và Edet, 2011; Ooi và cộng sự, 2012). Có nhiều nghiên cứu đã chứng minh vai trò quan trọng của giáo dục khởi nghiệp đến ý định khởi nghiệp của sinh viên (Ambad và Damit, 2016). Nghiên cứu về khởi nghiệp trong các trường đại học tại Việt Nam, các nghiên cứu cũng cho thấy giáo dục khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp của sinh viên (Thùy & Trúc, 2020). Vì vậy, giả thuyết được đề xuất là:

*H1: Giáo dục khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến sự tự tin về tính khả thi khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên.*

*H2: Giáo dục khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên.*

***Đặc điểm tính cách cá nhân***

Đặc điểm tính cách cá nhân liên quan đến tính cách của nhân trong xu hướng lựa chọn nghề nghiệp. Wilbard (2009) cho rằng đặc điểm tính cách của cá nhân hướng đến khởi sự kinh doanh bao gồm (1) sự tự tin, (2) sự nhạy bén, năng động, (3) có hoài bão, (4) mong muốn tự do, (5) và chấp nhận rủi ro. Scott (2010) thì cho rằng đặc tính của người muốn khởi sự kinh doanh thường có là (1) ước muốn thành công, (2) sự tự tin, và (3) sẵn sàng chấp nhận rủi ro. Bên cạnh đó, các đặc tính về khả năng chịu đựng, niềm tin vào bản thân, có đam mê, có tầm nhìn cũng là những đặc điểm quan trọng có liên quan đến khởi sự kinh doanh (Shane, Locke, & Collins, 2003).



Trong đó, sẵn sàng chấp nhận rủi ro là đặc trưng cơ bản trong tính cách của người muốn khởi sự kinh doanh (Bui và cộng sự 2011). Đặc điểm tính cách cá nhân là nhân tố đóng vai trò quan trọng có tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp của sinh viên (Ambad và Damit, 2016; Luthje và Franke, 2003). Vì vậy, giả thuyết được đề xuất là:

*H3: Đặc điểm tính cách cá nhân có ảnh hưởng tích cực đến sự tự tin về tính khả thi khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên.*

*H4: Đặc điểm tính cách cá nhân có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên.*

Sự tự tin về tính khả thi liên quan đến sự tin tưởng vào khả năng của cá nhân trong việc tạo lập và vận hành thành công doanh nghiệp. Theo Ajzen (1991) cho rằng ý định hành vi chính là tiền đề dẫn đến hành vi thực sự. Khi cá nhân tin tưởng vào năng lực bản thân sẽ khởi nghiệp thành công thì họ sẽ có ý định khởi nghiệp (Jones và cộng sự, 2018). Các nghiên cứu trong nước gần đây cũng cho thấy có mối quan hệ tích cực giữa sự tự tin về tính khả thi và ý định khởi nghiệp kinh doanh (Chau & Huynh, 2020). Vì vậy, giả thuyết được đề xuất là:

*H5: Sự tự tin về tính khả thi có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên.*

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định lượng được áp dụng với hình thức khảo sát trực tiếp sinh viên khối ngành kinh tế tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh để thực hiện nghiên cứu này. Dựa trên tổng quan lý thuyết các nghiên cứu trước, bảng câu hỏi sơ khai được điều chỉnh, bổ sung để hoàn thiện bảng câu hỏi khảo sát định lượng phù hợp với điều kiện và hoàn cảnh nghiên cứu. Bảng câu hỏi sau khi hoàn thiện được gửi trực tiếp đến sinh viên đang theo học khối ngành Kinh tế tại Thành phố Hồ Chí Minh theo hình thức phỏng vấn trực tiếp kết hợp với gửi trực tuyến. Bảng trả lời thu về được làm sạch và mã hóa để chuẩn bị cho quá trình phân tích hệ số tin cậy Cronbach alpha, phân tích nhân tố khám phá, phân tích nhân tố khẳng định và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.

Thang đo nghiên cứu được kế thừa từ các nghiên cứu trước. Thang đo của khái niệm đặc điểm tính cách cá nhân bao gồm ba biến quan sát ký hiệu là TCCN được phát triển trên thang đo

của Lüthje & Franke (2003). Đối với khái niệm giáo dục khởi sự kinh doanh, các thang đo được kế thừa từ thang đo của Walter & Block (2016) bao gồm năm biến quan sát ký hiệu là GDKS. Thang đo cho khái niệm sự tự tin về tính khả thi được điều chỉnh từ thang đo của Chau và Huynh (2020) bao gồm bốn biến quan sát ký hiệu TTKT. Khái niệm ý định khởi nghiệp kinh doanh được dựa trên thang đo của Liñán & Chen (2009) và Autio & cộng sự (2001) bao gồm bốn biến quan sát ký hiệu là YDKN.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### 4.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Kết quả phân tích thống kê cho thấy, nữ chiếm tỷ trọng lớn trong mẫu nghiên cứu, chiếm 64,232% và nam chiếm tỷ trọng 35,768%. Tỷ lệ này cho thấy có sự phù hợp với thực tế các lớp về khối ngành Kinh tế đặc biệt là các ngành Kinh doanh, Thương mại, Marketing thường là nữ chiếm tỷ trọng lớn. Các ngành khảo sát chiếm tỷ trọng lớn trong mẫu nghiên cứu lần lượt là ngành marketing (27,959%), Quản trị kinh doanh (25,945%), Thương mại (24,181%) và các Ngành kinh tế liên quan khác (21,914%). Trong đó, số lượng sinh viên năm thứ hai tham gia khảo sát nhiều nhất (31,234%), kế đến là sinh viên năm nhất (29,723%), sinh viên năm ba (23,426%), và cuối cùng là sinh viên năm tư chiếm 15,617%.

**Bảng 1. Thống kê đặc điểm mẫu nghiên cứu**

	Đặc điểm	Tần suất	Tỷ lệ %
Giới tính	Nam	142	35,768
	Nữ	255	64,232
Chuyên ngành	Quản trị kinh doanh	103	25,945
	Thương mại	96	24,181
	Marketing	111	27,959
	Khác	87	21,914
Thứ năm học	Năm nhất	118	29,723
	Năm hai	124	31,234
	Năm ba	93	23,426
	Năm tư	62	15,617

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát*

### 4.2. Đánh giá thang đo

Các khái niệm nghiên cứu được đánh giá độ tin cậy Cronbach alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Kết quả phân tích cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy, giá trị phân biệt, giá trị hội tụ và tính đơn nguyên. Cụ thể, kết quả phân tích dữ liệu được thể hiện qua bảng 2 và bảng 3.

**Bảng 2: Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các khái niệm**

Tương quan giữa các khái niệm	r	1- r	Se(r)	CR	P
TCCN <-> GDKN	0.591	0.409	0.0405	10.076	0.000
TCCN <-> TTKT	0.636	0.364	0.0388	9.3747	0.000
GDKN <-> TTKT	0.815	0.185	0.0291	6.3452	0.000
TCCN <-> YDKN	0.603	0.397	0.0401	9.8907	0.000
GDKN <-> YDKN	0.713	0.287	0.0352	8.1350	0.000
TTKT <-> YDKN	0.726	0.274	0.0346	7.9186	0.000

Nguồn: kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

**Bảng 3. Bảng tóm tắt kết quả kiểm định thang đo**

Thang đo và biến quan sát	Trung bình	Hệ số tải
<b>Đặc điểm tính cách cá nhân: Cronbach alpha= 0,912</b>		
Tôi luôn mong ước có một doanh nghiệp của riêng mình	5,1461	0,903
Tôi sẵn sàng chấp nhận rủi ro, thử thách để khởi nghiệp kinh doanh	5,0932	0,810
Tôi có đam mê khởi nghiệp kinh doanh mặc dù đã thất bại nhiều lần	5,1033	0,937
<b>Giáo dục khởi sự kinh doanh: Cronbach alpha= 0,924</b>		
Giáo dục khởi nghiệp trong trường đại học đã cho tôi niềm đam mê khởi nghiệp	5,3224	0,843
Giáo dục khởi nghiệp trong trường đại học giúp tôi có nhiều kiến thức, kỹ năng liên quan để khởi nghiệp kinh doanh	5,4005	0,891
Giáo dục khởi nghiệp trong trường đại học cung cấp cho tôi những ý tưởng sáng tạo về khởi nghiệp	5,5113	0,902
Giáo dục khởi nghiệp trong trường đại học khuyến khích tôi tham gia các hoạt động khởi nghiệp trong sinh viên	5,4861	0,865
Giáo dục khởi nghiệp trong trường đại học là nơi giúp tôi phát triển ý tưởng khởi nghiệp của mình	5,6297	0,725
<b>Sự tự tin về tính khả thi: Cronbach alpha= 0,938</b>		
Tôi có nhiều ý tưởng kinh doanh độc đáo	5,4156	0,865
Tôi tin rằng tôi có thể tập trung nguồn lực tốt để bắt đầu khởi sự kinh doanh	5,3426	0,900
Tôi tin rằng tôi có thể thành lập và vận hành tốt một doanh nghiệp mới	5,3275	0,917
Tôi tin rằng tôi nhất định sẽ thành công khi khởi nghiệp	5,3526	0,881
<b>Ý định khởi nghiệp kinh doanh: Cronbach alpha= 0,933</b>		
Tôi luôn nghĩ về việc bắt đầu khởi nghiệp kinh doanh	5,3501	0,886
Tôi sẵn sàng làm bất cứ điều gì cần thiết, liên quan đến việc bắt đầu khởi nghiệp	5,3350	0,887
Tôi luôn nỗ lực để có thể bắt đầu hoạt động khởi nghiệp càng sớm càng tốt	5,3879	0,893
Tôi sẽ bắt đầu kinh doanh của riêng mình ngay khi có thời điểm phù hợp	5,4710	0,863

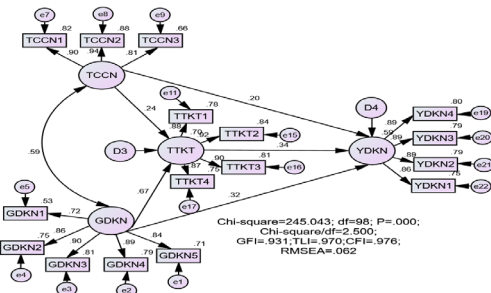
Nguồn: kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

**4.2. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu**

Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy các chỉ số đáp ứng tốt yêu cầu về sự phù hợp của mô hình nghiên cứu với dữ liệu thị trường. Cụ thể, hệ số Chi-square = 245,043 (p = 0,000); Chi-square/df = 2,500; GFI = 0,931; TLI = 0,970; CFI = 0,976;

RMSEA = 0,062 đáp ứng yêu cầu; khẳng định mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thị trường.

**Hình 1. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính chuẩn hóa**



Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính cho thấy các giả thuyết nghiên cứu đều có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 99%. Cụ thể, giả thuyết H1, H2 giáo dục khởi nghiệp có tác động có ý nghĩa đến tự tin khả thi và ý định khởi nghiệp kinh doanh được khẳng định với mức ý nghĩa 1%. Điều này cho thấy giáo dục khởi nghiệp có vai trò quan trọng trong việc khơi gợi cảm hứng và tạo sự tự tin cho cá nhân trong hình thành thái độ và hành vi khởi sự kinh doanh.

Giả thuyết H3 và H4 đề cập đến đặc điểm tính cách cá nhân có tác động tích cực đến tự tin khả thi và ý định khởi sự kinh doanh với mức ý nghĩa 1% tương đương độ tin cậy 99%. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với lý thuyết hành động hợp lý; khi một cá nhân có đặc điểm tính cách cá nhân phù hợp với hoạt động khởi nghiệp như dám nghĩ dám làm, sẵn sàng đương đầu với rủi ro, thử thách và kiên trì với mong muốn thực hiện khởi nghiệp mặc dù đã có trải nghiệm và thất bại nhưng vẫn có sự tự tin và ý chí sẵn sàng muốn khởi nghiệp lại.

Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy giả thuyết H5 đạt mức ý nghĩa về mặt thống kê với mức ý nghĩa 1% và độ tin cậy 99%. Điều này có nghĩa là giả thuyết H5 cũng được chấp nhận. Điều này có nghĩa là khi một cá nhân có sự tự tin về tính khả thi của dự án, ý tưởng, bản thân trong hoạt động khởi nghiệp thì họ sẽ có nhiều khả năng có ý định khởi nghiệp.

Như vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất bao gồm bốn khái niệm nghiên cứu (1) giáo dục khởi nghiệp, (2) đặc điểm tính cách cá nhân, (3) sự tự tin khả thi, và (4) ý định khởi nghiệp. Trong đó, biến giáo dục khởi nghiệp và đặc điểm tính cách cá nhân là hai biến tiền đề có tác động đến ý định

khởi nghiệp một cách trực tiếp và gián tiếp thông qua biến trung gian là sự tự tin khả thi. Kết quả ước lượng của mô hình phân tích cho thấy giáo dục khởi nghiệp có tác động mạnh đến sự tự tin khả thi và ý định khởi nghiệp ở mức 0,627 và 0,315 tương đương mức 62,7% và 31,5%. Kế đến là biến tự tin khả thi được ước lượng ở mức 0,362 tương ứng 36,2% có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên khối ngành Kinh tế.

**Bảng 4. Hệ số ước lượng của mô hình nghiên cứu**

Giả thuyết nghiên cứu	r	Se(r)	CR	P	Kết luận
GDKN → TTKT	0,627	0,044	14,119	***	Chấp nhận
GDKN → YDKN	0,315	0,071	4,435	***	Chấp nhận
TCCN → TTKT	0,192	0,035	5,570	***	Chấp nhận
TCCN → YDKN	0,171	0,043	3,946	***	Chấp nhận
TTKT → YDKN	0,362	0,080	4,531	***	Chấp nhận

Nguồn: kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Ghi chú: GDKN: giáo dục khởi nghiệp, TCCN: đặc điểm tính cách cá nhân,

TTKT: tự tin khả thi, YDKN: ý định khởi nghiệp, \*\*\* < 0,001

## 5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy vốn con người đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên sự tự tin về tính khả thi và ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên khối ngành Kinh tế. Trong đó, giáo dục khởi nghiệp có mức độ ước lượng tác động đến sự tự tin về tính khả thi và ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên (62,7% và 31,5%) lớn hơn so với đặc điểm tính cách cá nhân (19,2% và 17,1%). Ước lượng tác động của sự tự tin về tính khả thi lên ý định khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến của sinh viên cũng ở mức khá cao, đạt tỷ lệ 36,2% với độ tin cậy 99% về mặt thống kê. Kết quả nghiên cứu có phần giống với các kết quả nghiên cứu trước đó khi khẳng định vai trò quan trọng của giáo dục khởi nghiệp, đặc điểm tính cách cá nhân và sự tự tin về tính khả thi đối với ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên (Thùy & Trúc, 2020; Chau & Huynh, 2020; Ambad và Damit, 2016; Luthje và Franke, 2003).

Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số đề xuất nhằm thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp trong sinh viên được đề cập. Thứ nhất, thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp, sinh viên cần bắt đầu tập trung vào giáo dục khởi nghiệp. Theo đó, cần có chính sách hoặc chủ trương đưa nội dung giáo dục về khởi nghiệp vào chương trình đào tạo chính khóa của

các cấp học đặc biệt là ở cấp học đại học. Nội dung chương trình đào tạo khởi nghiệp cần có sự kết hợp giữa lý thuyết và thực tiễn cũng như có các chương trình hội thảo, cuộc thi có ý nghĩa hấp dẫn sinh viên tham gia. Bên cạnh đó, cũng nên lưu ý đối với đội ngũ tham gia giảng dạy về khởi nghiệp cần có sự truyền cảm hứng, niềm tin cho sinh viên. Thứ hai, nhà quản lý nên xem xét bồi dưỡng tố chất và củng cố tinh thần cho sinh viên phát triển nội lực, tự tin vào năng lực bản thân, sáng tạo, cố gắng, tinh thần sẵn sàng chấp nhận rủi ro vượt qua khó khăn, thử thách để khởi nghiệp.

## Tài liệu tham khảo:

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior: Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen I., Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and research*. Addison-Wesley, Reading, MA.
- Ambad, S. N. A and Ag Damit, D. H. D. (2016). *Determinants of Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students in Malaysia*. *Procedia Economics and Finance*, 37, 108 – 114.
- Autio, E., H. Keeley, R., Klofsten, M., GC Parker, G., và Hay, M. (2001). *Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA*. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
- Barot, H. (2015). *Entrepreneurship-A key to success*. *The International Journal of Business and Management*, 3(1), 163-165.
- Bruyat, C. and Julien, P.A. (2001). *Defining the field of research in entrepreneurship*. *Journal of Business Venturing*, 16 (2), pp.165–180.
- Bui, D. H. T., Le, L. T., Dao, D. T. X., & Nguyen, H. T. (2011). *Impact of personal characteristics on students, entrepreneurial potential*. *VNUHCM Journal of Science and Technology Development*, 14(3), 68-82.
- Bygrave, W. D. (1989). *Venture capital investing: a resource exchange perspective*. Boston University.
- Chau, T. T. N., & Huynh, T. L. T. (2020). *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Trường Đại học An Giang [Factors affecting the intention to start a business of An Giang University students]*. *Tạp chí Công Thương*, 17.
- CƯỜNG, N. Q., & ANH, N. M. T. (2022). *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành kỹ thuật tại trường đại học công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh*. *Journal of Science and Technology-IUH*, 58(04).
- Định, N. V., & Sen, C. T. (2022). *Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Trường Đại học Nam Cần Thơ*. *Tạp chí khoa học đại học mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và quản trị kinh doanh*, 17(2), 52-68.
- Ekpoh, U. I., & Edet, A. O. (2011). *Entrepreneurship education and career intentions of tertiary education students in Akwa Ibom and Cross River States, Nigeria*. *International Education Studies*, 4(1), 172- 178. doi: 10.5539/ies.v4n1p172
- Gupta, V. K., & Bhawe, N. M. (2007). *The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions*. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 73-85.
- Hà, T. T. (2023). *Ảnh hưởng của các yếu tố giáo dục khởi nghiệp và niềm tin vào năng lực bản thân đến ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành du lịch*. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và quản trị kinh doanh*, 18(3), 18-33.
- Jones, P., Maas, G., Dobson, S., Newbery, R., Agyapong, D., & Matlay, H. (2018). *Entrepreneurship in Africa, part 2: Entrepreneurial education and ecosystems*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(4), 550-553.
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). *The Influence of Sustainability Orientation on Entrepreneurial Intentions-Investigating the Role of Business Experience*. *Journal of Business Venturing*, 25, 524-539.
- Liñán, F., và Chen, Y. W. (2009). *Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions*. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617



# VAI TRÒ CỦA CÁC BÊN VỀ HỖ TRỢ VIỆC LÀM CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

Đoàn Thị Yến\*

*Chuyển đổi số đã và đang tạo ra sự thay đổi đáng kể về số lượng và chất lượng việc làm của người lao động. Sự thay đổi này tác động đến số lượng việc làm, hình thức việc làm, tiền lương thu nhập, điều kiện làm việc và quan hệ lao động trong bối cảnh mới. Để người lao động có thể thích nghi và ứng phó với sự thay đổi đó, ngoài việc bản thân người lao động cần tự trau dồi, rèn luyện các kỹ năng phù hợp thì sự hỗ trợ của các bên như các cơ sở đào tạo, giáo dục nghề nghiệp, công đoàn các cấp, hiệp hội doanh nghiệp và chính doanh nghiệp là vô cùng quan trọng. Sử dụng phương pháp điều tra xã hội học tại 48 doanh nghiệp và cơ sở sản xuất kinh doanh tại khu vực chính thức và phi chính thức, bài viết đã tập trung đánh giá thực trạng vai trò các bên về hỗ trợ việc làm cho người lao động trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam; từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao vai trò của các bên trong việc hỗ trợ việc làm cho người lao động trong bối cảnh chuyển đổi số ở Việt Nam.*

• Từ khóa: chuyển đổi số, hỗ trợ việc làm, người lao động, vai trò các bên, việc làm.

The digital transformation is significantly impacting both the quantity and quality of employment. This change influences the number of jobs, types of employment, income levels, working conditions, and labor relations in a new context. To adapt and cope with this change, it is crucial that they not only personally enhance and develop relevant skills but also receive support from various entities such as training institutions, vocational education, labor unions at all levels, business associations, and the businesses themselves. Using a sociological survey method in 48 enterprises and production facilities operating in both formal and informal sectors, the article has focused on evaluating the current roles of various entities in supporting employment for employees amidst the digital transformation in Vietnam. From this evaluation, the article proposes several solutions aimed at enhancing the roles of these entities in supporting employment for employees in the context of digital transformation in Vietnam.

• Key words: digital transformation, employment support, workers, roles of entities, employment.

## 1. Đặt vấn đề

Việt Nam sau hơn 30 năm thực hiện đổi mới, đã đạt được nhiều thành tựu lớn về kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, so với các nước phát triển, nước ta vẫn là nước có mức thu nhập trung bình, mức độ cạnh tranh của nền kinh tế chưa cao. Theo báo cáo phân tích từ số liệu của Tổng cục Thống kê (2021), năng suất lao động bình quân của một người Việt Nam bằng 1/23 người Singapore, bằng 1/6 người Malaysia, bằng 1/3 người Thái Lan. Nguyên nhân chính của được cho là năng lực của người lao động (kiến thức, kỹ năng) và mức độ ứng dụng khoa

Ngày nhận bài: 24/10/2023

Ngày gửi phản biện: 26/10/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 22/02/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

học công nghệ trong sản xuất kinh doanh còn hạn chế.

Có khá nhiều văn bản, chính sách được ban hành nhằm thúc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số tại Việt Nam và nhiều chính sách hỗ trợ việc làm, cũng như các giải pháp làm thay đổi nhận thức của doanh nghiệp, người lao động về chuyển đổi số. Tuy nhiên, việc triển khai các giải pháp từ cấp trung ương đến địa phương chưa đồng bộ, thiếu sự liên kết với vai trò và trách nhiệm các bên.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

**Dữ liệu thứ cấp:** Các báo cáo từ Tổng Cục Thống kê, Viện Chiến lược Thông tin và Truyền thông, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, ... và các công trình nghiên cứu khoa học đã được công bố trong thời gian gần đây liên quan đến việc làm, mức độ đáp ứng về kỹ năng của người lao động, mức độ sẵn sàng chuyển đổi số...

**Dữ liệu sơ cấp:** Được thu thập thông qua khảo sát bằng bảng hỏi và phỏng vấn sâu, cụ thể: (1) Khảo sát điển hình 48 doanh nghiệp/CSSXKD tại Hà Nội, số phiếu phát ra 480 phiếu (mỗi lĩnh vực 8 doanh nghiệp/CSSXKD, mỗi doanh nghiệp/CSSXKD 10 phiếu); thu về 465 phiếu hợp lệ. Thời gian khảo sát là tháng 4-5/2022; (2) Phỏng vấn sâu các chuyên gia trong bộ máy quản lý nhà nước từ Trung ương đến địa phương, các Viện nghiên cứu/Trung tâm về lĩnh vực lao động, việc làm. Số lượng cán bộ phỏng vấn là 5 người. Thời gian phỏng vấn là tháng 6-7/2022.

\* Trường Đại học Lao động - Xã hội



### 3. Kết quả nghiên cứu

#### 3.1. Thực trạng vai trò của các cơ sở đào tạo, giáo dục nghề nghiệp

Số liệu thống kê cho thấy, trong giai đoạn từ năm 2011-2020, hệ thống giáo dục nghề nghiệp tuyển sinh đạt 103% so với kế hoạch. Theo lộ trình thực hiện, dự kiến đến năm 2025, cả nước sẽ có tổng 70 trường cao đẳng chất lượng cao, trong đó 40 trường tiếp cận trình độ các nước ASEAN-4 và 3 trường tiếp cận trình độ các nước phát triển trong G20 (Thủ tướng Chính phủ, 2019). Mặc dù các cơ sở đào tạo, giáo dục nghề nghiệp đã luôn không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo, cũng như có những sự đóng góp, hỗ trợ doanh nghiệp trong việc nâng cao kiến thức, kỹ năng nghề cho người lao động (thông qua tăng cường sự gắn kết 2 bên). Qua đó, góp phần nâng cao kỹ năng, đảm bảo việc làm cho người lao động. Tuy nhiên, hiện còn nhiều cơ sở đào tạo, giáo dục nghề nghiệp chưa thực sự chú trọng vai trò này. Doanh nghiệp cũng chưa khai thác và tận dụng tốt mối quan hệ gắn kết với cơ sở đào tạo, giáo dục nghề nghiệp.

#### 3.2. Vai trò của công đoàn các cấp

##### Đối với khu vực chính thức

Công đoàn có vị trí, vai trò quan trọng đối với người lao động trong doanh nghiệp. Trong bối cảnh chuyển đổi số, vai trò của công đoàn càng quan trọng hơn nữa.

**Bảng 1. Đánh giá các hoạt động của công đoàn cơ sở trong việc hỗ trợ việc làm cho người lao động**

Đơn vị tính: Lượt chọn

Hoạt động của công đoàn các cấp	Mức độ tích cực				
	1	2	3	4	5
Tuyên truyền nâng cao nhận thức của NLD về chuyển đổi số	7	46	104	68	30
Tham gia xây dựng chính sách đào tạo kỹ năng nghề nghiệp cho người lao động	9	55	123	56	12
Tham gia xây dựng các tiêu chí tuyển dụng và ký kết hợp đồng lao động	12	73	109	42	19
Tham gia xây dựng chính sách thù lao cho người lao động	5	48	129	60	13
Tham gia giải quyết các tranh chấp lao động	6	61	117	53	18
Hỗ trợ, tư vấn pháp luật của Nhà nước cho người lao động	15	59	114	48	19

Như vậy, trong khu vực chính thức, bên cạnh những doanh nghiệp có có công đoàn thể hiện đúng vai trò, sức mạnh của mình thì cũng có không ít những doanh nghiệp có công đoàn tồn tại một cách hình thức. Chính vì vậy, một số hoạt động của công đoàn cấp cơ sở chưa thực sự được đánh giá cao.

##### Đối với khu vực phi chính thức

Đề tài nghiên cứu “Mô hình tổ chức và hoạt động của nghiệp đoàn trong khu vực phi chính thức” do TS. Vũ Minh Tiến - Viện trưởng Viện Công nhân và Công đoàn làm chủ nhiệm đã chỉ rõ, nhiều năm qua, các cấp công đoàn đã triển khai thành lập nghiệp đoàn trên quy mô rộng để tập hợp, đại diện và bảo vệ cho nhiều nhóm

lao động phi chính thức (đang làm việc ở cả khu vực chính thức và khu vực phi chính thức). Tuy nhiên, quy mô thực hiện vẫn còn khiêm tốn và giới hạn trong một số ít hình thức lao động nhất định.

Đối với khu vực phi chính thức, hoạt động công đoàn, nghiệp đoàn tuy có sự thay đổi tích cực nhưng vẫn chưa đem lại hiệu quả cao trong việc bảo đảm quyền lợi cho người lao động. Hoạt động của nghiệp đoàn còn nhiều hạn chế và khó khăn. Một trong những khó khăn lớn nhất đó là chưa tạo dựng được niềm tin của người lao động. Từ đó, dẫn đến mức độ hỗ trợ việc làm cho người lao động chưa hiệu quả. Đặc biệt là các chế độ, chính sách tiền lương, an sinh xã hội của lao động khu vực phi chính thức chưa được đảm bảo.

#### 3.3. Thực trạng vai trò của Hiệp hội doanh nghiệp

##### Đối với khu vực chính thức

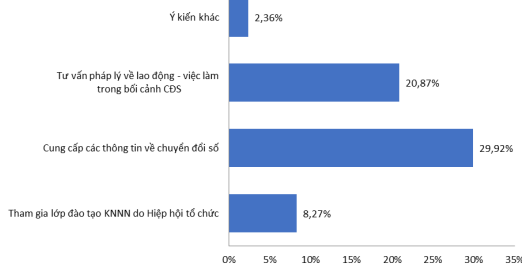
Hiện có nhiều tổ chức hiệp hội đại diện người sử dụng lao động như VCCI, Các Hiệp hội theo ngành (Hiệp hội Dệt May, Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam, Các Hiệp hội chế biến gỗ, Hiệp hội Doanh nghiệp điện tử Việt Nam,...), Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ và vừa; Hiệp hội Doanh nghiệp Đầu tư nước ngoài,... Một số tổ chức Hiệp hội đã kết nối với các trung tâm đào tạo kỹ năng và kỹ năng số cho người lao động, đưa thông tin kịp thời đến doanh nghiệp và người lao động, đề cử người tham gia đào tạo nhằm duy trì và đảm bảo việc làm.

Đối với doanh nghiệp, khi được hỏi “Công ty của Anh/Chị đã nhận được sự hỗ trợ nào từ phía Hiệp hội nhằm bảo đảm việc làm cho người lao động?” thì có 10/26 doanh nghiệp cho biết họ đã nhận được sự tư vấn, kết nối với đối tác nhằm đảm bảo duy trì ổn định sản xuất kinh doanh (chiếm 38,46%); 7/26 doanh nghiệp cho biết nhận được sự hỗ trợ trong việc tìm kiếm cơ sở đào tạo, nâng cao chất lượng nhân lực của doanh nghiệp (chiếm 26,92%); 3/26 doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ tài chính trong giai đoạn Covid-19 (chiếm 11,54%); 6/22 doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ về công nghệ thông tin và internet (chiếm 27,27%). Như vậy, các hoạt động hỗ trợ của Hiệp hội đối với doanh nghiệp chủ yếu đến từ các hoạt động nhằm ổn định và đảm bảo hoạt động sản xuất, kinh doanh, duy trì đơn hàng. Từ đó, gián tiếp góp phần đảm bảo việc làm cho người lao động.

Đối với người lao động, khi được hỏi “Anh/Chị đã nhận được sự hỗ trợ nào từ phía Hiệp hội doanh nghiệp nhằm bảo đảm việc làm?” thì có sự lựa chọn khác nhau của 254 người lao động. Có 21/254 người cho biết họ được tham gia các lớp đào tạo kỹ năng nghề nghiệp do Hiệp hội tổ chức (chiếm 8,27%); 76/254 người cho biết họ được cung cấp các thông tin về chuyên đổi số từ Hiệp hội (chiếm 29,92%); 53/254 người được tư vấn

pháp lý về lao động - việc làm trong bối cảnh chuyển đổi số (chiếm 20,87%) và 6/254 người lao động có ý kiến khác như: hỗ trợ tài chính đi đào tạo, chính sách khuyến khích nâng cao kỹ năng nghề nghiệp... (chiếm 2,36%).

**Hình 1. Hỗ trợ của Hiệp hội doanh nghiệp đối với người lao động**

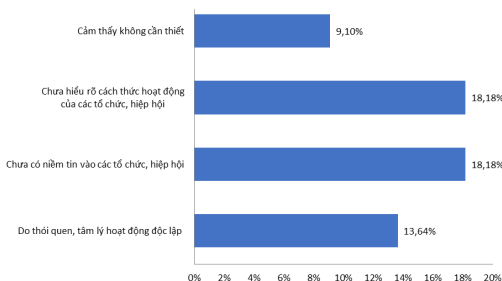


**Đối với khu vực phi chính thức**

Tương tự như công đoàn, nghiệp đoàn, các cơ sở sản xuất kinh doanh chưa có nhiều sự liên kết với nhau. Theo nhận định của một cán bộ quản lý nhà nước về lao động: “Sự liên kết giữa các chủ cơ sở sản xuất kinh doanh còn khá manh mún và chưa hoạt động theo một nguyên tắc. Về cơ bản, các chủ cơ sở sản xuất kinh doanh thường thành lập một nhóm khoảng 4-5 cơ sở theo lĩnh vực hoạt động và địa bàn kinh doanh (phạm vi hẹp)”.

Khảo sát 22 chủ cơ sở sản xuất kinh doanh cho thấy, có khá nhiều chủ cơ sở bày tỏ mong muốn có tổ chức, hiệp hội trong khu vực phi chính thức và hoạt động như khu vực chính thức. Khi được hỏi “Anh/Chị có mong muốn cơ sở mình được tham gia vào các tổ chức, hiệp hội đại diện người sử dụng lao động không?” thì có đến 17/22 cơ sở trả lời là có (chiếm 77,27%) và có 5/22 cơ sở trả lời là không cần thiết (chiếm 22,73%). Với các chủ cơ sở sản xuất kinh doanh trả lời là không, nhóm nghiên cứu tìm hiểu lý do không muốn tham gia thì có các lý do chủ yếu sau (Hình 2).

**Hình 2. Lý do các chủ cơ sở sản xuất không muốn tham gia các tổ chức, Hiệp hội đại diện người sử dụng lao động**



Có thể nói, việc chưa có hoặc có ít tổ chức, hiệp hội liên kết giữa các cơ sở sản xuất kinh doanh, nên từ việc sản xuất kinh doanh đến quản lý lao động hoàn toàn xuất phát từ ý muốn chủ quan của chủ cơ sở sản xuất.

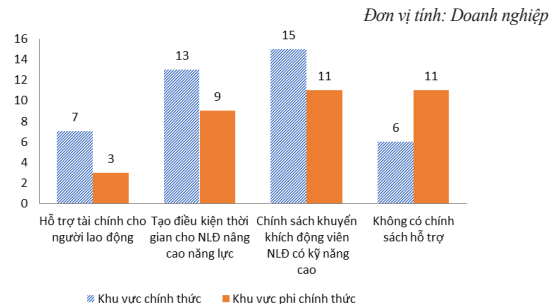
Đây cũng chính là một trong những nguyên nhân dẫn đến việc bảo đảm việc làm cho người lao động trong khu vực phi chính thức còn khá thấp.

**3.4. Thực trạng vai trò của doanh nghiệp**

Doanh nghiệp có vai trò quan trọng trong việc đảm bảo việc làm cho người lao động của doanh nghiệp mình trong bối cảnh chuyển đổi số. Việc đào tạo bồi dưỡng, nâng cao năng lực, kỹ năng số cho người lao động còn có sự tham gia chủ động từ nhiều doanh nghiệp trong nước như: Tập đoàn Microsoft Việt Nam, Tập đoàn FPT,... Chẳng hạn, tập đoàn Microsoft Việt Nam đã khởi động sáng kiến Kỹ năng Toàn cầu nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của thị trường lao động trong kỷ nguyên Cách mạng công nghệ 4.0. Chỉ sau 1 năm triển khai, tính đến đầu năm 2021, Microsoft đã giúp hơn 60.000 lao động Việt Nam tiếp cận được các kỹ năng số.

Bên cạnh những doanh nghiệp chủ động, tích cực nâng cao kỹ năng cho người lao động bằng các chính sách đào tạo, hỗ trợ đào tạo thì cũng còn nhiều doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm đến việc cải thiện kỹ năng cho người lao động (Hình 3).

**Hình 3. Chính sách hỗ trợ của doanh nghiệp trong việc đảm bảo việc làm cho người lao động**



Với cơ sở kinh doanh thường ít chú trọng đến các chính sách đào tạo, hỗ trợ người lao động nâng cao năng lực. Một chủ cơ sở trong lĩnh vực lưu trú, ăn uống cho biết: “Chúng tôi kinh doanh, nhỏ lẻ, vì vậy, khi tuyển dụng, chúng tôi tuyển dụng những lao động đáp ứng và phù hợp với yêu cầu, trả lương theo năng lực làm việc của họ nên chưa có các chính sách hỗ trợ cho người lao động như đào tạo, tài chính, thời gian... để người lao động nâng cao trình độ”.

Như vậy, có thể thấy, một số doanh nghiệp vẫn chưa thực sự chủ động hỗ trợ người lao động thích ứng với bối cảnh chuyển đổi số (đặc biệt là các cơ sở sản xuất kinh doanh nhỏ). Để đảm bảo việc làm cho người lao động, trước tiên doanh nghiệp phải đảm bảo ổn định và không ngừng nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Đồng thời, doanh nghiệp cũng cần có những chính sách hỗ trợ người lao động nâng cao kỹ năng để đảm bảo việc làm như chính sách đào tạo, hỗ trợ tài chính, tạo điều kiện về thời gian,...

### 3.5. Thực trạng vai trò của Nhà nước

Đánh giá của 255 lãnh đạo, cán bộ quản lý và người lao động trong doanh nghiệp cũng cho thấy thực trạng vai trò của nhà nước trong việc hoàn thiện hành lang pháp lý, chính sách đầu tư, chính sách ưu đãi để khuyến khích chuyển đổi số. Kết quả khảo sát như sau: Có 158/255 người cho rằng hệ thống văn bản pháp lý về chuyển đổi số chưa đầy đủ (chiếm 62%); có 167/255 người cho rằng chính sách hỗ trợ doanh nghiệp chưa đầy đủ và một số nội dung không phù hợp (chiếm 65,5%) và có 139/255 người cho rằng các chính sách hỗ trợ việc làm cho người lao động chưa đầy đủ (chiếm 54,5%).

Những phân tích, lập luận trên chỉ ra rằng mặc dù rất quan tâm sát sao để giúp doanh nghiệp và người lao động nhanh chóng thích nghi với bối cảnh chuyển đổi số, nhưng doanh nghiệp và người lao động cần nhiều hơn nữa sự hỗ trợ của nhà nước trong việc tạo môi trường pháp lý an toàn, rõ ràng để họ có thể yên tâm triển khai các phương án kinh doanh mới, đầu tư công nghệ số và để người lao động có thể có được sự kết nối thông tin thị trường lao động linh hoạt, hiệu quả.

### 4. Hàm ý chính sách

Thông qua việc phân tích thực trạng, một số giải pháp liên quan đến việc tăng cường vai trò của các bên trong việc hỗ trợ việc làm cho người lao động thích ứng với bối cảnh chuyển đổi số như sau:

**Cơ sở giáo dục nghề nghiệp:** Các cơ sở giáo dục nghề nghiệp cần tiếp tục đổi mới nội dung, phương pháp đào tạo để phát triển kỹ năng nghề cho người học ngay trong nhà trường, theo hướng mở và linh hoạt. Chuyển từ đào tạo chuyên sâu sang đào tạo diện rộng, chuyên từ chú trọng kiến thức, kỹ năng hẹp sang đa kỹ năng, bao gồm cả các kỹ năng mềm, kỹ năng số. Hình thành năng lực tự học, tự thích ứng cho người học trong bối cảnh chuyển đổi số. Chuyển đổi, nâng cao năng lực quản trị nhà trường theo hướng quản trị số.

Xây dựng và thực hiện các chương trình mục tiêu phát triển kỹ năng nghề nghiệp; ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thông tin trong hoạt động đào tạo, phát triển kỹ năng, quản lý hoạt động đào tạo nghề nghiệp trong nhà trường. Mở và phát triển ngành công nghệ thông tin trong các trường đại học, cơ sở giáo dục nghề nghiệp; Đầu tư nâng cao năng lực đội ngũ giảng viên có kỹ năng phù hợp môi trường số để đáp ứng yêu cầu trong đào tạo.

**Với các hiệp hội, công đoàn, các tổ chức chính trị - xã hội:** Các Hiệp hội doanh nghiệp cần chú trọng tập hợp, gắn kết các doanh nghiệp, thể hiện vai trò cầu nối để các doanh nghiệp hỗ trợ nhau trước những cơ hội và thách thức trong bối cảnh chuyển đổi số; là ngôi nhà chung của cộng đồng các doanh nghiệp, bảo vệ quyền lợi hợp pháp cho các doanh nghiệp; tăng cường hỗ trợ các doanh nghiệp trong kết nối đào tạo, phát triển

kỹ năng cho người lao động; khuyến khích các doanh nghiệp nâng cao chất lượng hoạt động, tích cực tham gia các hoạt động xã hội để thông qua đó, góp phần đảm bảo việc làm, thu nhập cho người lao động trong bối cảnh doanh nghiệp chuyển đổi số.

**Với Nhà nước:** Chính phủ cần bổ sung giải pháp về hiện đại hóa hạ tầng CNTT; dữ liệu lớn, tăng cường kết nối liên ngành; tăng cường bảo mật dữ liệu cá nhân, an ninh mạng. Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành trong việc hoàn thiện sửa đổi chính sách, pháp luật về quản lý nhà nước đối với TMĐT, trong đó tăng cường chế tài xử lý hành vi vi phạm về lưu trữ và cung cấp thông tin theo quy định quản lý nhà nước về TMĐT đối với các chủ thể của hoạt động TMĐT. Tăng cường giải pháp đột phá liên quan đến đầu tư, khởi nghiệp liên quan đến việc làm trong nền kỹ thuật số và giải pháp đột phá về đào tạo nhân lực số. Nghiên cứu, xây dựng các tiêu chí, tiêu chuẩn để đánh giá chất lượng nguồn nhân lực, thay vì chỉ có các tiêu chí liên quan đến bằng cấp, chứng chỉ... như hiện nay.

**Với các doanh nghiệp:** Chú trọng chính sách sử dụng, đãi ngộ nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực có kỹ năng, kỹ năng số, chuyên gia. Một mặt khuyến khích người lao động tự nguyện nâng cao năng lực, mặt khác góp phần giúp doanh nghiệp thu hút cũng như ổn định nguồn nhân lực chất lượng cao, nguồn nhân lực kỹ năng số. Thu hút nhân tài, nguồn nhân lực chất lượng cao, nguồn nhân lực ở lĩnh vực phát triển công nghệ AI, Big data, RPA, API, IoT... Xây dựng hợp lý các chính sách tuyển dụng, sử dụng nhân lực, chính sách tiền lương... theo vị trí việc làm để duy trì và không ngừng nâng cao chất lượng đội ngũ, cũng như tạo động lực lao động, nâng cao năng suất lao động, hiệu quả làm việc; gắn đào tạo với sử dụng nguồn nhân lực hiện tại.

Doanh nghiệp cần chủ động, tăng cường kết hợp với các trường đại học, cơ sở giáo dục nghề nghiệp trong việc đào tạo nguồn nhân lực để cập nhật các kiến thức, kỹ năng thực tiễn, kỹ năng số mà doanh nghiệp cần, cũng như đóng góp trách nhiệm của doanh nghiệp cho sự nghiệp đào tạo nguồn nhân lực tại các cơ sở giáo dục đào tạo. Có cơ chế cho phép giáo viên và học sinh, sinh viên, người học ở các cơ sở giáo dục đào tạo tiếp cận một phần các tài liệu kỹ thuật, công nghệ của doanh nghiệp để nâng cao chất lượng đào tạo trong các cơ sở giáo dục đào tạo.

### Tài liệu tham khảo:

- Tổng cục Thống kê (2021), Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội Quý III và 9 tháng đầu năm 2021.  
 Thủ tướng Chính phủ (2019), Quyết định số 1363/QĐ-TTg ngày 11/10/2019 phê duyệt điều chỉnh, bổ sung Đề án "Phát triển trường cao đẳng chất lượng cao đến năm 2025".  
 Vũ Minh Tiến (2022), Mô hình tổ chức và hoạt động của nghiệp đoàn trong khu vực phi chính thức, Đề tài NCKH cấp Tổng Liên đoàn, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam.  
 Nguyễn Văn Anh (2022), Đào tạo kỹ năng số cho lao động - Con đường đi đến thành công chuyển đổi số quốc gia, Tạp chí con số và sự kiện, truy cập ngày 11/3/2023, <https://consosukien.vn/dao-tao-ky-nang-so-cho-lao-dong-con-duong-di-den-thanh-cong-chuyen-doi-so-quoc-gia.htm>.  
<https://ems.com.vn/tin-tuc/thong-tin-huu-ich/loi-the-va-thach-thuc-cua-doanh-nghiep-viet-nam-ghi-tham-gia-chuyen-doi-so-truy-cap-ngay-28/03/2023>.



# KHẢ NĂNG ÁP DỤNG CHUẨN MỤC KẾ TOÁN QUỐC TẾ VÀO HỆ THỐNG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY: THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

PGS.TS. Trương Thị Thủy\* - TS. Đào Ngọc Hà\*

Trong bối cảnh FTA giữa Việt Nam và Liên minh kinh tế Á - Âu đã có hiệu lực từ năm 2016 đến nay, quan hệ hợp tác thương mại Việt Nam - Nga trên thực tế đã tăng mạnh trong những năm gần đây. Theo đánh giá, nếu như giai đoạn 2011 - 2015 khi chưa có hiệp định VN - EAEU, tăng trưởng kim ngạch thương mại trung bình hằng năm giữa hai bên chỉ đạt khoảng 5% nhưng kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, con số này hiện đạt gần 30%. Bài viết chỉ ra những cam kết về thương mại hàng hoá trong hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và EAEU, đồng thời phân tích thực trạng xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang thị trường Nga trong bối cảnh thực thi hiệp định này.

• Từ khóa: xuất khẩu, hàng hoá, quan hệ thương mại, Việt Nam, Liên bang Nga.

*In the context that the FTA between Vietnam and the Eurasian Economic Union has been in effect since 2016, trade cooperation between Vietnam and Russia has actually increased sharply in recent years. According to assessments, in the period 2011 - 2015 when there was no VN - EAEU agreement, the average annual trade turnover growth between the two sides was only about 5%. However, since the Agreement took effect, the figure has reached nearly 30%. The article points out the commitments on trade in goods in the free trade agreement between Vietnam and the EAEU, and analyzes the current status of Vietnam's export of goods to the Russian market in the context of implementing this agreement.*

• Key words: export, goods, trade cooperation, Vietnam, Russian Federation.

Ngày nhận bài: 25/01/2024

Ngày gửi phản biện: 26/01/2024

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/02/2024

Ngày chấp nhận đăng: 06/02/2024

## 1. Giới thiệu chung

Vì vai trò quan trọng và sự cần thiết của các thông tin kế toán tại DNNVV, Ủy ban Chuẩn mực Kế toán quốc tế (IASB) đã ban hành hệ thống chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế đối với các doanh

nh nghiệp nhỏ và vừa (IFRS for SME). Mục đích của hệ thống chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa là đưa ra các quy định thông tin kế toán có chất lượng, dễ hiểu và có khả năng so sánh, nhằm giúp các đối tượng tham gia trên thị trường chứng khoán và các đối tượng khác đưa ra các quyết định chính xác; đưa ra hướng dẫn về sự áp dụng chuẩn thông tin đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

IFRS for SME tập trung vào các loại giao dịch, sự kiện khác và các phát sinh đối với các doanh nghiệp có khoảng 50 nhân viên, nhằm đáp ứng nhu cầu của hơn 95% các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên toàn thế giới. So với chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế nói chung, trong IFRS for SME, các vấn đề không xảy ra đến doanh nghiệp nhỏ và vừa đều bị loại bỏ hoặc đơn giản hóa, như:

- Bỏ nội dung thu nhập trên cổ phiếu, báo cáo tài chính giữa niên độ và báo cáo bộ phận

- Đơn giản hóa việc lựa chọn các chính sách kế toán

- Đơn giản hóa các nguyên tắc kế toán trong việc đo lường và ghi nhận Tài sản, Nợ phải trả, Thu nhập và chi phí: khấu hao lợi thế thương mại, chi phí đi vay và vốn hóa chi phí đi vay, kế toán các khoản đầu tư liên kết và liên doanh, công cụ tài chính không sẵn sàng để bán hoặc nắm giữ đến ngày đáo hạn, chuẩn mực được viết rõ ràng, đơn giản hóa...

\* Học viện Tài chính



- Đơn giản hóa các yêu cầu công bố với các chính sách kế toán được sử dụng tại các DNNVV.

Việc áp dụng IFRS for SME mang đến cho các DNNVV những lợi ích như:

**(1) Sử dụng được ngôn ngữ tài chính chung toàn cầu:** IFRS for SME đã được sử dụng như là ngôn ngữ chung trong giới tài chính toàn cầu. Nhờ cùng sử dụng một ngôn ngữ mà các DNNVV, nhà đầu tư có thể giao tiếp một cách hiệu quả hơn. IFRS for SME đặt ra các quy tắc chung nhằm đảm bảo báo cáo tài chính được thống nhất, minh bạch và có thể do sánh trên phạm vi toàn thế giới qua ngôn ngữ kế toán không còn phân biệt giữa các quốc gia, vùng lãnh thổ.

**(2) Nâng cao vị thế doanh nghiệp khi hội nhập quốc tế:** Thông qua áp dụng IFRS for SME, DNNVV Việt Nam được hưởng lợi từ hội nhập kinh tế: tiếp cận nguồn vốn nước ngoài; phát triển bền vững và tăng năng lực cạnh tranh; phát triển đội ngũ nhân sự kiểm toán, kế toán, v.v. Nhờ đó vị thế của doanh nghiệp Việt ngày càng nâng cao hơn trên thị trường quốc tế.

**(3) Đánh giá chính xác giá trị của doanh nghiệp:** Việc áp dụng IFRS for SME sẽ giúp DNNVV đánh giá tốt hơn về giá trị doanh nghiệp; đặc biệt là trong các trường hợp mua bán, sáp nhập, thêm nhà đầu tư, cổ đông,... Bởi IFRS for SME phản ánh tình hình tài chính của doanh nghiệp gần với giá trị vốn hóa tại thời điểm hiện tại và ghi nhận các khoản tổn thất tài chính ngay khi xuất hiện nguy cơ tổn thất, việc trình bày báo cáo tài chính theo chuẩn mực IFRS for SME cũng chặt chẽ, chi tiết hơn so với VSA, nhờ đó việc lập và trình bày báo cáo tài chính được rõ ràng và chính xác hơn.

**(4) Tăng cường tính cạnh tranh của doanh nghiệp:** Báo cáo tài chính của DNNVV thiết lập theo IFRS for SME sẽ cung cấp thông tin toàn diện, chính xác và kịp thời hơn, DNNVV sẽ có cơ sở để so sánh với đối thủ cạnh tranh; từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh bằng cách tăng cường ưu thế dựa vào việc phát triển những điểm mạnh và khắc phục các điểm yếu.

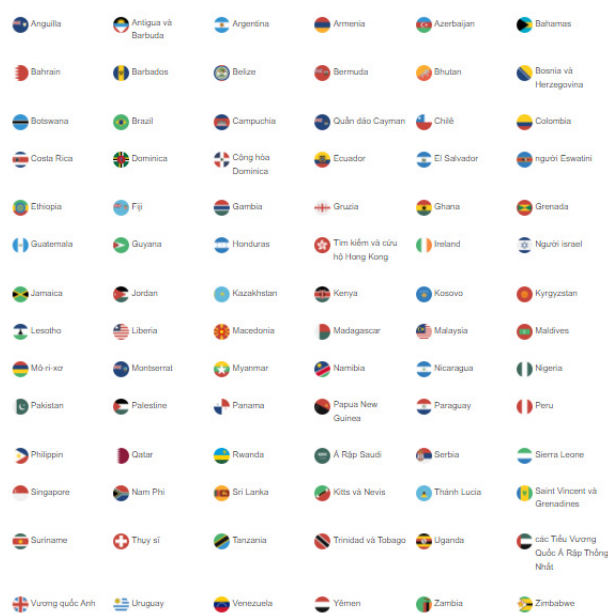
Theo báo cáo mới nhất của IASB (2023), trong số 168 quốc gia có liên quan đến việc áp dụng IFRS for SME, hiện có tới 97 quốc gia có yêu cầu bắt buộc hoặc cho phép, hoặc xem xét áp dụng IFRS for SME vào hệ thống kế toán của DNNVV và có 71 quốc gia hiện không áp dụng IFRS for SME, trong đó có Việt Nam.

**Bảng 1: Tổng hợp các quốc gia có liên quan đến IFRS for SME**

Cách thức áp dụng IFRS for SME	Số quốc gia
Các quốc gia hiện đã bắt buộc DNNVV áp dụng IFRS for SME hoặc cho phép được lựa chọn áp dụng IFRS for SME.	85
Các quốc gia hiện đang xem xét áp dụng IFRS for SME vào DNNVV	12
Các quốc gia hiện chưa áp dụng IFRS for SME vào DNNVV	71
<b>TỔNG CỘNG</b>	<b>168</b>

Nguồn: Ifrs.org (Báo cáo tháng 10 năm 2023)

**Hình 1: Các quốc gia hiện đã bắt buộc DNNVV áp dụng IFRS for SME hoặc cho phép được lựa chọn áp dụng IFRS for SME**



Nguồn: Ifrs.org (Báo cáo tháng 10 năm 2023)

Xu hướng chung cho thấy, số lượng quốc gia bắt buộc áp dụng hoặc ban hành IFRS for SME và để các DNNVV tự lựa chọn ngày càng tăng dần vì lợi ích rõ rệt của quá trình áp dụng này, do đó, Việt Nam cần cân nhắc để tận dụng ưu thế mà IFRS for SME mang lại cho các DNNVV.

**2. Khó khăn trong áp dụng chuẩn mực kế toán quốc tế vào hệ thống các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam hiện nay**

Hiện nay, Việt Nam không có riêng bộ CMKT dành cho DNNVV, do đó, DNNVV áp dụng chung như các doanh nghiệp khác, chỉ có một vài điểm khác biệt nhất định trong chế độ kế toán dành cho DNNVV. Chuẩn mực kế toán Việt Nam đang áp dụng cho DNNVV có nhiều điểm khác biệt so với IFRS for SME dẫn đến việc lập và trình bày BCTC của các DNNVV Việt Nam chưa phù hợp với thông lệ quốc tế. Vì vậy, việc áp dụng IFRS for SME tại

Việt Nam hoặc thiết lập VFRS for SME dựa trên IFRS for SME là một bước tiến quan trọng để nâng cao chất lượng BCTC, tăng tính so sánh của BCTC trong khu vực, nâng cao uy tín của doanh nghiệp, khuyến khích thương mại quốc tế, dễ tiếp cận nguồn tài chính bên ngoài, tạo cơ hội thu hút vốn từ nước ngoài, niềm tin nhà đầu tư được nâng lên, góp phần thúc đẩy hội nhập của nền kinh tế Việt Nam với khu vực và thế giới. Tuy nhiên, việc áp dụng IFRS for SME hiện gặp phải rất nhiều khó khăn, thách thức như:

**Một là, quá trình chuyển đổi là một quá trình phức tạp,** gây ra những xáo trộn đáng kể đối với DNNVV, ảnh hưởng tới mọi mặt hoạt động của DNNVV. Vì hiện có sự khác biệt tương đối lớn giữa VAS và IFRS for SME. Theo một số khảo sát về việc chuyển đổi sang IFRS for SME ở nhiều quốc gia trên thế giới, nhiều DNNVV đã bị thất bại hoặc gặp rất nhiều khó khăn trong giai đoạn chuyển đổi, mà một trong các nguyên nhân chính là DNNVV thường cho rằng việc chuyển đổi sang IFRS chỉ là việc thay đổi chính sách kế toán và là trách nhiệm của bộ phận kế toán. Tuy nhiên, trên thực tế, IFRS for SME cần rất nhiều sự thay đổi của DNNVV và đòi hỏi phải có sự hiểu biết và hợp tác của nhiều bộ phận khác nhau trong DNNVV thực hiện cung cấp thông tin cho việc chuyển đổi, hay sửa đổi, cập nhật các trường dữ liệu, thông tin mới trong hệ thống công nghệ thông tin để có thể cung cấp đầy đủ dữ liệu cho công tác hạch toán kế toán theo IFRS.

**Hai là, sự thiếu hụt về nguồn nhân lực.** Nguồn nhân lực ở đây không chỉ giới hạn ở đội ngũ các nhân viên kế toán mà còn bao gồm cả lãnh đạo và các phòng ban liên quan tại DNNVV. Như vậy sẽ cần một lượng lớn các nhân lực được đào tạo chuyên sâu về IFRS for SME và có trình độ Tiếng Anh tốt để sử dụng được các hướng dẫn và các lần cập nhật của IFRS for SME. Tuy nhiên, thực tế hiện nay, rào cản ngôn ngữ tiếng Anh và các thuật ngữ khó hiểu mang tính học thuật, ước lệ của từ vựng chuyên ngành kế toán gây ra không ít khó khăn cho các kế toán viên, bởi vì hiện nay nhìn chung đội ngũ kế toán viên đang thiếu nguồn nhân lực trình độ cao. Ngoài ra, về vấn đề đào tạo, mới chỉ có một vài trường đại học lớn trong cả nước đã mạnh dạn triển khai dạy các khoá về kế toán quốc tế theo nội dung của IFRS, hầu như chưa đào tạo về IFRS for SME

**Ba là, khó khăn về chi phí đầu tư, ứng dụng công nghệ.** Các DNNVV khi áp dụng IFRS for

SME sẽ phải thiết lập và duy trì một hệ thống phần mềm và sổ sách kế toán theo IFRS for SME. Tuy nhiên các phần mềm kế toán hiện nay đang được thiết kế theo VAS của Bộ Tài chính, do vậy sẽ tồn kém đáng kể chi phí của doanh nghiệp cho việc thay thế, cải tiến phần mềm.

**Bốn là, ảnh hưởng tiêu cực đến báo cáo tài chính khi áp dụng IFRS for SME lần đầu tiên.** Khi lập báo cáo tài chính năm đầu tiên theo IFRS for SME, nhiều DNNVV sẽ phải đối mặt với những ảnh hưởng tiêu cực đến báo cáo tài chính do có sự khác biệt lớn giữa VAS hiện tại và IFRS for SME, đặc biệt là tính thận trọng của IFRS for SME rất cao so với VAS hiện tại

**Năm là, thách thức về thời gian và nguồn lực cho việc ban hành IFRS for SME:** Việc soạn thảo và ban hành IFRS for SME mất rất nhiều thời gian, từ việc xây dựng tiêu chí xác định DNNVV áp dụng, sự cân nhắc về chi phí và lợi ích, cũng như cách thức tiếp cận và lựa chọn phương thức áp dụng IFRS for SME cho DNNVV.

Như vậy, với những điều kiện hiện tại của Việt Nam, việc áp dụng ngay IFRS for SME vào DNNVV chưa thực sự khả thi, so với việc áp dụng theo lộ trình từng bước. Trước mắt nên xây dựng một bộ chuẩn mực kế toán áp dụng riêng cho DNNVV dựa trên IFRS for SME, sau đó, đến thời điểm thích hợp, khi các DNNVV đã thực sự quen thuộc và tuân thủ chuẩn mực một cách tự giác, cơ chế quản lý của Nhà nước đã có những điều chỉnh phù hợp và các DNNVV đã hội nhập một cách bền vững với thị trường quốc tế, khi đó việc áp dụng toàn bộ IFRS for SME cho DNNVV sẽ trở nên khả thi hơn.

### 3. Một số khuyến nghị

Rõ ràng, việc có hệ thống CMKT cho loại hình DNNVV là hoàn toàn cần thiết trên thế giới cũng như đối với từng quốc gia riêng biệt. Tuy nhiên, việc ban hành và áp dụng cần được xem xét trên cơ sở những điều kiện hiện tại của Việt Nam.

**Thứ nhất, xác định rõ đối tượng DNNVV áp dụng IFRS for SME**

Cần xác định rõ các tiêu chí định tính, định lượng như quy mô, hình thức pháp lý... để xác định DNNVV áp dụng IFRS for SME phù hợp. IFRS for SME chỉ dùng tiêu chuẩn định tính để thiết lập phạm vi áp dụng. Các quốc gia áp dụng chuẩn mực sẽ tự lựa chọn, quy định tiêu chí định lượng cho quốc gia mình tùy thuộc vào môi trường kinh tế,

xã hội và đặc điểm của SME (Anh, Hồng Kông, Philippines kết hợp tiêu chí định là công ty không niêm yết và tiêu chí định lượng như doanh thu, tổng tài sản...; Úc, Malaysia, Thái Lan chỉ xét tiêu chí định tính). Đối với Việt Nam, quy định về quy mô SME đã ban hành. Trong thời gian qua, SME Việt Nam đã áp dụng chung bộ chuẩn mực với các DN lớn khác, nhưng có một số giảm trừ; chế độ kế toán cho SME cũng giản lược về số lượng tài khoản sử dụng và biểu mẫu BCTC cũng đơn giản hơn. Tuy nhiên, cần phải thực hiện đánh giá lại việc áp dụng các quy định hiện hành, đồng thời phải khảo sát sâu rộng hơn để khám phá nhu cầu của SME đối với IFRS for SME, từ đó, xác định tiêu chí định tính cũng như định lượng có cơ sở một cách thuyết phục hơn, gắn với đối tượng thông tin, nhu cầu thông tin và cả khả năng cung cấp thông tin của SME. Dựa trên cơ sở đó, đánh giá liệu có nên áp dụng IFRS for SME, lựa chọn cách thức áp dụng và tiêu chí xác định SME phù hợp để áp dụng.

#### **Thứ hai, xác định chi phí và lợi ích khi áp dụng IFRS for SME**

Chi phí áp dụng IFRS for SME thường gồm các chi phí cho việc đào tạo, huấn luyện, chi phí để thiết lập hệ thống phần mềm, chi phí phân tích dữ liệu... Lợi ích liên quan đến việc áp dụng IFRS for SME là lợi ích về BCTC đạt độ tin cậy cao hơn, lợi ích thông tin hữu ích trong việc ra các quyết định kinh doanh. Các chi phí và lợi ích này cần được phân tích trong mối liên quan với các nguyên tắc ghi nhận, đo lường và cả yêu cầu công bố nhằm xác định nguyên tắc ghi nhận, đo lường và yêu cầu công bố, theo IFRS for SME phù hợp với đặc điểm của DNNVV của Việt Nam.

#### **Thứ ba, xác định cách thức tiếp cận khi áp dụng IFRS for SME**

Cách thức tiếp cận khi áp dụng IFRS for SME khác biệt phổ biến là theo khuynh hướng tách biệt (xây dựng riêng IFRS for SME, như Anh, Hồng Kông, Malaysia...) hay tích hợp (SME áp dụng chung bộ chuẩn mực với các CTNY nhưng có một số điểm khác biệt giảm trừ, như Úc, Mỹ). IFRS for SME theo khuynh hướng tách biệt với các quy định liên quan đến ghi nhận, đo lường và công bố giảm nhẹ hơn so với IFRS. Các quốc gia trên thế giới thực hiện CMBCTC khác biệt từ sau khi IFRS for SME ban hành thường đi theo các hướng: (1) Áp dụng hoàn toàn IFRS for SME không điều chỉnh như Philippines; (2) Xây dựng CMKT quốc gia dựa trên IFRS for SME như Anh, Hồng Kông,

Malaysia; hoặc (3) Tự xây dựng CMKT quốc gia và điều chỉnh cho gần với IFRS for SME như Mỹ. Như vậy, khi áp dụng IFRS for SME cũng như ban hành các quy định kế toán riêng cho DNNVV, cần cân nhắc đến vấn đề nên giảm trừ về số lượng chuẩn mực, yêu cầu công bố hay các nguyên tắc ghi nhận và đo lường.

**Thứ tư,** tăng cường công tác bồi dưỡng và đào tạo nguồn nhân lực giảng viên của các cơ sở đào tạo cũng có vai trò rất lớn trong việc cập nhật và phổ biến IFRS for SME. Do đó, các cơ sở đào tạo cần thiết phải có chính sách đãi ngộ, thu hút nhân tài hơn nữa đối với giảng viên bằng cách cử họ tham gia các dự án, các khóa học, các chuyến đi thực tế nước ngoài tìm hiểu IFRS for SME. Đồng thời, khi xây dựng Chương trình đào tạo phải bổ sung môn học liên quan.

**Thứ năm,** khuyến khích các DNNVV, tổ chức nghiên cứu và áp dụng IFRS for SME: Để tăng cường áp dụng IFRS for SME ở Việt Nam, các cơ quan quản lý nhà nước cần có chính sách hỗ trợ các DNNVV, tổ chức nghiên cứu và áp dụng IFRS for SME. Bên cạnh đó, Bộ Tài chính cần phối kết hợp với các đơn vị tổ chức nhiều chương trình tập huấn, hướng dẫn các DNNVV và tiến hành áp dụng IFRS for SME vào quá trình lập báo cáo tài chính; Tăng cường đối thoại với các DNNVV để khuyến khích chuyển sang áp dụng IFRS for SME. Bên cạnh đó, đẩy mạnh các hỗ trợ kỹ thuật cần thiết để giúp DNNVV nhanh chóng chuyển đổi sang áp dụng IFRS; đẩy mạnh tuyên truyền phổ biến IFRS for SME để xã hội hiểu về nội dung, nhận thức được lợi ích của việc áp dụng IFRS for SME.

**Kết luận:** Mặc dù việc áp dụng ngay IFRS for SME cho các DNNVV của Việt Nam hiện nay chưa thực sự khả thi, Song trong bối cảnh các quốc gia trên thế giới thời gian qua đang tích cực hội tụ mạnh mẽ với IFRS for SME để tìm tiếng nói chung cho tất cả các DN trên toàn thế giới, Việt Nam cần đưa ra lộ trình với những hướng đi thích hợp, cùng những chính sách để hỗ trợ DNNVV từng bước tham gia vào thị trường thế giới./.

#### **Tài liệu tham khảo:**

- AASB, 2010-2. Amendments to Australian Accounting Standards arising from reduced disclosure requirements. <http://www.aasb.gov.au>.  
Harvey, D. & Walton, P., 1996. Differential reporting- an analysis. Foundation for Manufacturing and Industry, London.  
HKICPA, 2005. Small and Medium-sized Entity Financial Reporting Framework and Financial Reporting Standard. <http://app1.hkicpa.org.hk>.  
IASplus, 2010. Philippines has adopted the IFRS for SME. <http://www.iasplus.com>.  
IASB, 2023: iGAAP in Focus - Financial Reporting: IASB publishes amendments to 'IFRS for SME' for OECD tax reform  
IFRS Foundation, 2023: Analysis of the IFRS profiles for the IFRS for SME Accounting Standard (Updated October 2023).



# GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY THƯƠNG MẠI HÓA SẢN PHẨM OCOP TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NAM ĐỊNH

TS. Nguyễn Anh Đức\* - PGS.TS. Nguyễn Tuấn Sơn\*

Nam Định là tỉnh có tiềm năng và thế mạnh để phát triển các sản phẩm có thương hiệu của địa phương, làm tiền đề cho việc triển khai thực hiện chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP). Thời gian qua để thúc đẩy việc thực hiện chương trình OCOP, tỉnh đã ban hành nhiều cơ chế chính sách hỗ trợ có hiệu quả. Kết quả là số lượng sản phẩm OCOP tăng mạnh, tuy nhiên để việc phát triển sản phẩm OCOP mang tính bền vững, tỉnh cần quan tâm nhiều hơn đến vấn đề thương mại hóa sản phẩm OCOP. Từ nguồn số liệu thứ cấp và sơ cấp đa dạng, bài viết sử dụng kết hợp các phương pháp định tính và định lượng nhằm phân tích kết quả thực hiện chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh Nam Định giai đoạn 2019-2021 và thực trạng thương mại hóa sản phẩm OCOP của các chủ thể tham gia chương trình OCOP. Kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn các chủ thể OCOP vẫn chủ yếu tiếp cận theo hướng cung cấp mà chưa thực sự quan tâm đến nhu cầu thị trường. Để thúc đẩy quá trình thương mại hóa sản phẩm thì bên cạnh vai trò của các chính sách hỗ trợ của Nhà nước, thì tỉnh Nam Định cần có những khuyến cáo các chủ thể OCOP tiếp tục hoàn thiện, nâng tầm chất lượng sản phẩm, đăng ký sở hữu trí tuệ để chiếm được niềm tin của người tiêu dùng.

• Từ khóa: thương mại hóa, mỗi xã một sản phẩm, Nam Định.

Nam Dinh province has potential and strength to develop local branded products, as a premise for the implementation of the one-commune-one-product (OCOP) program. In recent years, the local government has issued many effective supporting mechanisms and policies to promote the implementation of the OCOP program. As a result, the number of OCOP products has increased sharply. However, the province needs to pay more attention to the commercialization of OCOP products for the sustainable development of the OCOP program. From diverse primary and secondary data sources, the article uses a combination of qualitative and quantitative methods to analyze the results of the implementation of the OCOP program in Nam Dinh province during 2019-2021 and the current situation of the commercialization of OCOP participants. Research results show that the majority of OCOP participants still approach the supply direction without really paying attention to market demand. To promote the commercialization of products, besides the role of the State's supporting policies, Nam Dinh province should recommend OCOP participants to continue to improve product quality, register intellectual property to gain the consumers' trust.

• Key words: commerciality, one commune one product, Nam Dinh.

JEL codes: D23; M12, L89, F15, F19

Ngày nhận bài: 14/9/2023

Ngày gửi phản biện: 20/8/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 02/11/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## 1. Đặt vấn đề

Chương trình Quốc gia “Mỗi xã một sản phẩm”, gọi tắt là chương trình OCOP, là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và gia tăng giá trị, với trọng tâm là phát triển các sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, và dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị. Tính đến đầu năm 2022, cả nước có 5.401 sản phẩm OCOP được công nhận đạt tiêu chuẩn 3 sao trở lên, trong đó các tỉnh thuộc khu vực đồng bằng sông Hồng đang dẫn đầu về số lượng với 1.759 sản phẩm (Dung Quỳnh, 2022). Chủ thể tham gia chương trình OCOP là các thành phần kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất) và kinh tế tập thể, hợp tác xã. Cả nước hiện có 2.439 tổ chức kinh tế tham gia sản xuất sản phẩm OCOP được xếp hạng, trong đó khu vực kinh tế tư nhân chiếm 59% (27,5% là doanh nghiệp), còn lại là kinh tế tập thể, hợp tác xã chiếm 41% (Nhật Bắc, 2021). Kết quả đánh giá chương trình OCOP của các địa

\* Học viện Nông nghiệp Việt Nam



phương cũng cho thấy, 60,7% số chủ thể OCOP đạt từ 3 sao trở lên có doanh thu tăng bình quân 17,6%/năm, giá bán các sản phẩm sau khi có chứng nhận OCOP tăng bình quân 12,2% (Vũ Long, 2021). Điều đó cho thấy việc tham gia chương trình OCOP sẽ giúp gia tăng giá trị sản xuất cho các chủ thể kinh tế địa phương, đóng góp tích cực trong việc phát triển kinh tế khu vực nông thôn.

Chương trình OCOP bước đầu đã thu được một số kết quả tốt, tuy nhiên để chương trình có tính bền vững thì cần phải khắc phục một số điểm bất cập còn tồn tại. Các sản phẩm OCOP là đặc sản vùng miền quy mô nhỏ, sản lượng phụ thuộc vào thời tiết nên nguồn cung không ổn định, dẫn đến sản xuất chưa đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng (Linh, T.N. & cộng sự, 2018). Các chủ thể tham gia OCOP là các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất có quy mô sản xuất nhỏ nên rất khó kết nối với các siêu thị và chuỗi bán lẻ hiện đại. Sản phẩm OCOP đang được tiêu thụ chủ yếu ở địa phương, chưa tiếp cận được với người tiêu dùng ở khu vực đô thị, trong khi đây lại là khu vực có sức tiêu thụ lớn và mức thu nhập cao. Ngoài ra mặc dù được đánh giá tốt về chất lượng, song khâu làm thương hiệu còn nhiều bất cập, bao bì, nhãn mác chưa bắt mắt thậm chí ghi nhãn thiếu thông tin theo quy định làm cho người tiêu dùng chưa thực sự yên tâm hoàn toàn về chất lượng của các sản phẩm OCOP. Do vậy để sản phẩm OCOP đạt được thành công trong thực tế, cần có cơ chế, chính sách khuyến khích, tạo điều kiện cho các chủ thể OCOP đầu tư phát triển sản xuất sản phẩm theo mô hình chuỗi, và đẩy mạnh hoạt động kết nối tiêu thụ sản phẩm giữa các chủ thể OCOP với các đơn vị bán lẻ.

Thời gian qua cùng với nhiều địa phương trong cả nước, tỉnh Nam Định đã ban hành hàng loạt văn bản nhằm hướng dẫn các địa phương, đơn vị trong tỉnh triển khai thực hiện Chương trình OCOP một cách hiệu quả theo đúng lộ trình của Chính phủ đã ban hành. Ủy ban nhân dân tỉnh (UBND) đã giao Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (Sở NN-PTNT) chủ trì phối hợp với các sở, ngành, địa phương xây dựng Kế hoạch triển khai chương trình OCOP. Tính đến hết năm 2021, tỉnh Nam Định có 255 sản phẩm OCOP

đạt chứng nhận 3 sao trở lên, trong đó sản phẩm OCOP đạt 4 sao chiếm 15,3%.

Có một số nghiên cứu gần đây đã phân tích thực trạng trong tiêu thụ sản phẩm OCOP ở Hải Phòng (Phùng Thị Thủy, 2021) và Chí Linh, Hải Dương (Bùi Xuân Hồng & Hà Quang Trung, 2021). Nghiên cứu của Linh, T.N. và cộng sự (2018) tập trung phân tích bài học phát triển OCOP trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh trong giai đoạn bắt đầu của chương trình OCOP. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chưa chỉ ra được sự khác biệt của các chủ thể trước và sau khi tham gia chương trình OCOP. Ngoài ra, cho đến nay cũng chưa có nghiên cứu nào phân tích về kết quả thực hiện chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh Nam Định. Vì vậy, bài viết này nhằm phân tích kết quả thực hiện chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh Nam Định giai đoạn 2019-2021 và thực trạng thương mại hóa các sản phẩm OCOP của các chủ thể, từ đó đề xuất các giải pháp thúc đẩy thương mại hóa sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Nam Định trong thời gian tới.

## 2. Tổng quan nghiên cứu

Khái niệm “Một làng một sản phẩm (One Village One Product - OVOP)” được bắt nguồn từ Nhật Bản từ những năm 1970, với bản chất là giải pháp để phát triển kinh tế từ các sản phẩm nông nghiệp, truyền thống văn hoá nhằm nâng cao đời sống và phát huy được các thế mạnh của địa phương (Claymone & Jaiborisudhi, 2011). Chương trình “Một làng, mỗi xã một sản phẩm” đóng vai trò quan trọng trong việc gắn kết khu vực thành thị và nông thôn ở các nước đang phát triển (Linh, T.N. & cộng sự, 2018). Cộng đồng ở khu vực nông thôn có thể cải thiện đáng kể cuộc sống, đặc biệt là thoát khỏi nghèo đói. Điểm mấu chốt của thành công là chương trình này nhấn mạnh vào sự tự cường và phát triển nội sinh của cộng đồng (Denpai boon & Amatasawatdee, 2012). Chương trình đề xuất mỗi làng (xã) phát triển sản xuất một sản phẩm thế mạnh và bán sản phẩm đó trên thị trường bằng cách sử dụng các nguồn lực ở địa phương, từ đó tăng thu nhập cho người dân và nâng cao kinh tế địa phương (Stenning & Koichi, 2008). Ngoài ra, chương trình cũng góp phần thay đổi hình ảnh của nông thôn, khiến nó trở nên hấp dẫn hơn với du khách (Claymone &

Jaiborisudhi, 2011). Điều đó sẽ giúp cho các địa phương phát triển du lịch cộng đồng và tạo ra được một nguồn thu nhập ổn định.

Thương mại hóa là quá trình đưa sản phẩm hoặc dịch vụ mới ra thị trường. Quá trình này bao gồm việc chuyển từ mức độ thương mại hóa thấp đến mức độ cao theo các chiều khác nhau (Goletti & cộng sự, 2003). Ở mức độ thấp, có một số lượng lớn nông dân tự cung tự cấp và thặng dư thị trường nhìn chung là nhỏ, ngoại trừ một số mặt hàng có giá trị cao. Khi mức độ thương mại hóa tăng lên, người sản xuất hướng tới việc sử dụng công nghệ cao hơn, các quy trình được chính thức hóa, tích hợp thông tin và tài chính. Sản phẩm đầu ra được đi qua các kênh có tổ chức và được sản xuất để làm thương mại. Thị trường tiêu thụ được mở rộng, bao gồm cả thị trường xuất khẩu. Một số tác giả cũng đồng ý rằng thương mại hóa dẫn đến chuyên môn hóa hơn cả ở cấp khu vực và hộ gia đình, đồng thời dẫn đến đa dạng hóa hơn ở cấp quốc gia (Pingali & cộng sự, 2005; Smale & Olwande, 2014).

Thương mại hóa là con đường tất yếu để tăng trưởng kinh tế và phát triển cho hầu hết các nước đang phát triển dựa vào ngành nông nghiệp. Kể từ những năm 1980, thương mại hóa nông hộ nhỏ đã được chú ý nhiều hơn như một phần của quá trình chuyển đổi nông nghiệp (Pingali, 2001). Thương mại hóa nông nghiệp là một phương tiện quan trọng để nâng cao năng suất cây trồng, thu nhập, an ninh lương thực, dinh dưỡng và giảm nghèo (Smale & Olwande, 2014; Pingali & cộng sự, 2005). Theo Pingali (2001), thương mại hóa nông nghiệp không chỉ là tiếp thị đầu ra nông sản mà nó còn xem xét đồng thời cả hai mặt đầu vào và đầu ra của sản xuất, và hành vi ra quyết định của nông hộ trong sản xuất và tiếp thị.

Việc thương mại hóa thành công đòi hỏi phải chuyển từ cách tiếp cận theo hướng cung cấp sang hướng tiếp cận theo nhu cầu (Francesco Goletti & cộng sự, 2003). Cách tiếp cận dựa vào nguồn cung, điển hình của hầu hết các dự án phát triển khó có thể thành công trong việc mang lại các liên kết cần thiết và chuyển đổi nông nghiệp cần thiết cho nông nghiệp thương mại. Cách tiếp cận theo hướng cung cấp ngụ ý rằng các chuyên gia, các nhà hoạch định chính sách biết những vấn đề

và giải pháp của nông nghiệp thương mại là gì hơn các bên liên quan khác. Cách tiếp cận này thường không thành công trong quá khứ bởi tốc độ tăng trưởng nông nghiệp thấp hoặc các hoạt động không bền vững. Phương pháp tiếp cận theo hướng nhu cầu thừa nhận rằng các bên liên quan thương mại cần phát triển năng lực ra quyết định đầu tư của họ để học cách thích nghi và đổi mới tốt nhất trong một môi trường thay đổi. Cụ thể, đây là cách tiếp cận theo định hướng thị trường và nhấn mạnh vào lập kế hoạch và phân cấp có sự tham gia.

Mức độ thương mại hóa các sản phẩm nông nghiệp nói chung và sản phẩm OCOP nói riêng của Việt Nam hiện ở mức trung bình. Các nhà sản xuất vẫn chủ yếu sử dụng cách tiếp cận theo hướng cung cấp, nghĩa là sản xuất sản phẩm rồi nghĩ cách để tiêu thụ mà ít quan tâm đến thị hiếu của người tiêu dùng. Lý luận và thực tiễn đã cho thấy cách tiếp cận này là kém hiệu quả. Để thương mại hóa thành công (đạt đến trình độ cao và tiên tiến) đòi hỏi phải chuyển từ cách tiếp cận theo hướng cung cấp sang hướng tiếp cận theo nhu cầu. Cách tiếp cận dựa trên nhu cầu là một cách tiếp cận theo định hướng thị trường và nó nhấn mạnh đến việc lập kế hoạch và phân cấp có sự tham gia. Cách tiếp cận này sẽ đáp ứng sự cạnh tranh ngày càng tăng giữa các nhà sản xuất và yêu cầu ngày càng khắt khe của người tiêu dùng.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Số liệu

Số liệu thứ cấp được sử dụng trong nghiên cứu này bao gồm các số liệu về quá trình triển khai, tổ chức thực hiện, tiêu chí và tổ chức phân loại xếp hạng sản phẩm OCOP, quá trình tổ chức tiêu thụ sản phẩm, và kết quả thực hiện Chương trình OCOP của tỉnh Nam Định. Số liệu thứ cấp được thu thập từ các cơ quan quản lý nhà nước cấp tỉnh và huyện, ngoài ra các báo cáo về kết quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp và các đơn vị có liên kết trong tiêu thụ các sản phẩm ở địa phương, và các công trình nghiên cứu khoa học trong và ngoài nước có liên quan.

Từ số liệu thứ cấp, nhóm nghiên cứu chọn ra 3 huyện điển hình để nghiên cứu là Hải Hậu,

Giao Thủy và Trục Ninh. Số liệu sơ cấp trong nghiên cứu được thu thập thông qua các cuộc tọa đàm, thảo luận nhóm, điều tra xã hội học với các tác nhân có liên quan đến Chương trình OCOP (Bảng 1). Nhóm nghiên cứu đã tiến hành 4 cuộc tọa đàm với đại diện cơ quan nhà nước từ tỉnh đến xã nơi có các cơ sở tham gia Chương trình OCOP, đại diện các đơn vị tham gia và có các sản phẩm OCOP tiêu biểu đã được công nhận đạt chuẩn 3 sao và 4 sao trong các năm từ 2019 đến 2021, và tổ chức 8 cuộc thảo luận nhóm với các chủ thể đại diện cho các loại hình sản xuất sản phẩm OCOP về nội dung thương mại hóa sản phẩm và xây dựng thương hiệu cho sản phẩm OCOP. Ngoài ra, nhóm đã sử dụng phương pháp điều tra xã hội học sử dụng bộ câu hỏi đã chuẩn bị tại 3 huyện nghiên cứu.

**Bảng 1. Các hoạt động thu thập số liệu sơ cấp**

TT	Tên hoạt động	Doanh nghiệp	Hợp tác xã	Cơ sở/hộ kinh doanh	Cơ quan quản lý NN	Tổng số
1	Thảo luận nhóm	4	2	2		8
2	Phỏng vấn sâu					
a	Số cuộc	3	1	3	1	8
b	Số người tham gia	9	3	9	10	31
3	Điều tra xã hội học					
a	Số đơn vị	15	3	4	3	22
b	Số người tham gia	90	18	24	16	148

Nguồn: Tổng hợp số liệu điều tra, 2022

### 3.2. Phương pháp phân tích

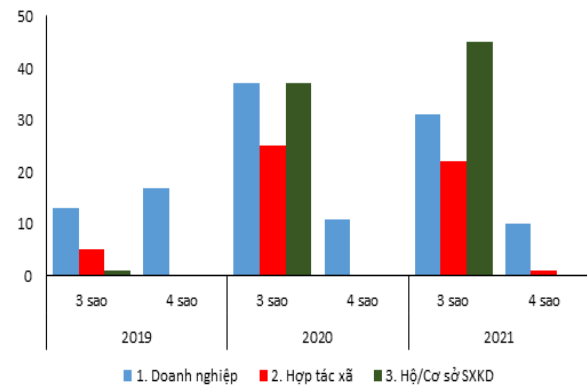
Nghiên cứu này sử dụng kết hợp các phương pháp phân tích định tính và định lượng. Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để phân tích thực trạng thương mại hóa sản phẩm OCOP và các yếu tố ảnh hưởng đến thương mại hóa sản phẩm OCOP của các nhóm chủ thể tham gia chương trình OCOP trên ở tỉnh Nam Định thông qua việc sử dụng các chỉ tiêu số tuyệt đối, số tương đối và số bình quân để biểu diễn các số liệu thu thập được thông qua các bảng thống kê và các đồ thị. Nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp so sánh để đối chiếu các chỉ tiêu, các hiện tượng kinh tế đã được lượng hóa cùng nội dung và tính chất tương tự như nhau thông qua tính toán các tỷ số, so sánh theo thời gian và so sánh theo không gian giữa các nhóm chủ thể khác nhau (doanh nghiệp, HTX, hộ/cơ sở sản xuất) tham gia Chương trình

OCOP tại các địa phương của tỉnh Nam Định. Về phương pháp định tính, nhóm đã sử dụng phương pháp phân tích nội dung (content analysis) sử dụng phần mềm chuyên dụng MaxQDA nhằm phân tích nội dung của các đoạn phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm, và kết hợp với các phương pháp thống kê để xử lý số liệu sơ cấp.

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

### 4.1. Kết quả thực hiện chương trình OCOP tỉnh Nam Định giai đoạn 2019 - 2021

**Hình 1. Kết quả xếp hạng sản phẩm OCOP của tỉnh Nam Định giai đoạn 2019 - 2021**  
(Phân loại theo chủ thể sản xuất)



Hình 1 cho thấy số lượng sản phẩm OCOP đạt tiêu chuẩn 3 sao, 4 sao của nhóm doanh nghiệp chiếm tỷ lệ lớn, tiếp theo là hộ cơ sở sản xuất kinh doanh, và hợp tác xã (HTX). Xét theo giai đoạn có thể thấy giai đoạn 2020 - 2021, số lượng sản phẩm OCOP 3 sao có sự gia tăng đáng kể cho cả 3 nhóm chủ thể, trong khi số lượng sản phẩm OCOP 4 sao lại có chiều hướng giảm dần. Điều này cũng cho thấy việc nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP (nâng hạng sản phẩm) cũng đang gặp những khó khăn nhất định.

**Bảng 2. So sánh số lượng sản phẩm OCOP tỉnh Nam Định qua các năm theo huyện**

TT	Huyện/ thành phố	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		So sánh (%)		
		SL (SP)	CC (%)	SL (SP)	CC (%)	SL (SP)	CC (%)	20/19	21/20	BQ
1	Hải Hậu	14	38,89	53	48,18	15	13,76	378,57	28,30	103,51
2	Tp Nam Định	12	33,33	5	4,55	6	5,50	41,67	120,00	70,71
3	Giao Thủy	3	8,33	6	5,45	49	44,95	200,00	816,67	404,15
4	Trục Ninh	3	8,33	9	8,18	7	6,42	300,00	77,78	152,75



TT	Huyện/ thành phố	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		So sánh (%)		
		SL (SP)	CC (%)	SL (SP)	CC (%)	SL (SP)	CC (%)	20/19	21/20	BQ
5	Ý Yên	4	11,11	14	12,73	3	2,75	350,00	21,43	86,60
6	Mỹ Lộc	0	0,00	2	1,82	4	3,67	-	200,00	-
7	Vụ Bản	0	0,00	7	6,36	8	7,34	-	114,29	-
8	Nghĩa Hưng	0	0,00	5	4,55	6	5,50	-	120,00	-
9	Nam Trực	0	0,00	4	3,64	4	3,67	-	100,00	-
10	Xuân Trường	0	0,00	5	4,55	7	6,42	-	140,00	-
<b>Tổng cộng</b>		<b>36</b>	<b>100</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>305,56</b>	<b>99,09</b>	<b>174,01</b>

Nguồn: QĐ số 1736/QĐ-UBND ngày 21/8/20; QĐ số 847/QĐ-UBND ngày 14/4/2020; QĐ số 2624/QĐ-UBND ngày 29/10/2020 và QĐ số 2700/QĐ-UBND ngày 13/12/2021 của UBND tỉnh Nam Định

Về tốc độ phát triển của các sản phẩm OCOP qua các năm phân loại theo địa giới hành chính được thể hiện chi tiết trong bảng 2. Có thể thấy huyện Hải Hậu là đơn vị tiên phong, đi đầu trong việc tham gia chương trình OCOP của tỉnh Nam Định trong giai đoạn 2019-2020. Nhờ có chính sách đột phá nên huyện Giao Thủy có bước tiến lớn trong năm 2021, với 49 sản phẩm được công nhận (chiếm 45% số lượng sản phẩm OCOP cả tỉnh), tốc độ tăng trưởng bình quân 3 năm đạt 404,15%.

**Bảng 3. So sánh số lượng sản phẩm OCOP tỉnh Nam Định qua các năm theo nhóm SP**

TT	Nhóm sản phẩm	2019		2020		2021		So sánh (%)		
		SL (SP)	CC (%)	SL (SP)	CC (%)	SL (SP)	CC (%)	20/19	21/20	BQ
1	Thực phẩm	34	94,44	91	82,73	92	84,40	267,65	101,10	164,50
2	Đồ uống	1	2,78	6	5,45	7	6,42	600,00	116,67	264,58
3	Thảo dược	1	2,78	9	8,18	7	6,42	900,00	77,78	264,58
4	Vải & may mặc	0	0,00	0	0,00	1	0,92	-	-	-
5	Lưu niệm - nội thất - trang trí	0	0,00	2	1,82	1	0,92	-	50,00	-
6	DV du lịch NT, bán hàng	0	0,00	2	1,82	1	0,92	-	50,00	-
<b>Tính chung</b>		<b>36</b>	<b>100</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>305,56</b>	<b>99,09</b>	<b>174,01</b>

Nguồn: QĐ số 1736/QĐ-UBND ngày 21/8/20; QĐ số 847/QĐ-UBND ngày 14/4/2020; QĐ số 2624/QĐ-UBND ngày 29/10/2020 và QĐ số 2700/QĐ-UBND ngày 13/12/2021 của UBND tỉnh Nam Định

Về tốc độ phát triển của các sản phẩm OCOP qua các năm phân loại theo 6 nhóm sản phẩm

được thể hiện cụ thể trong bảng 3. Có thể thấy thực phẩm là nhóm chính tham gia OCOP với trên 82% tổng số sản phẩm thuộc nhóm này, tốc độ phát triển bình quân 3 năm đạt 165%. Tỉnh bắt đầu khai thác tốt hơn nhóm đồ uống và thảo dược, tốc độ phát triển bình quân đạt 265%. Có thể nhận định 3 nhóm: Vải và may mặc, Lưu niệm - nội thất - trang trí, Dịch vụ du lịch nông thôn & bán hàng không phải là thế mạnh của tỉnh. Có thể thấy các sản phẩm OCOP của tỉnh Nam Định hiện đang tập trung chủ yếu vào các nhóm thực phẩm, đồ uống và thảo dược, do vậy số liệu điều tra cũng tập trung vào các chủ thể OCOP có các sản phẩm thuộc các nhóm này.

**4.2. Thực trạng quá trình thương mại hóa sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Nam Định**

Kết quả khảo sát với 22 doanh nghiệp, HTX và hộ/cơ sở là các chủ thể tham gia chương trình OCOP của tỉnh Nam Định cho thấy cả ba nhóm chủ thể trên đều tiến hành thu thập thông tin thị trường, trong đó nhóm các doanh nghiệp làm tốt nhất, nhóm HTX và hộ/cơ sở có tỷ lệ thấp hơn. Điều này là phù hợp thực tế vì các doanh nghiệp có kiến thức tốt hơn về hoạt động kinh doanh, và có tiềm lực để đầu tư bài bản hơn.

Các nguồn chính mà các chủ thể OCOP đã sử dụng để thu thập thông tin thị trường, đó là (i) Lấy thông tin qua các đại lý/cửa hàng tiêu thụ sản phẩm của đơn vị mình; (ii) Lấy thông tin thông qua các hội chợ/triển lãm; (iii) Lấy thông tin qua các phương tiện thông tin đại chúng. Trong các nguồn này, chủ yếu và lớn nhất là thông tin được lấy từ các đơn vị trung gian (đại lý/cửa hàng) với 94,74% số chủ thể khẳng định như vậy. Những nội dung nghiên cứu thị trường mà các chủ thể OCOP đã thực hiện bao gồm: (i) Thông tin về chủng loại sản phẩm ưa chuộng; (ii) Mẫu mã và kích cỡ đóng gói sản phẩm; (iii) Xác định nhóm khách hàng thường mua sản phẩm của đơn vị (nghiên cứu phân khúc thị trường người tiêu dùng). Đây là những thông tin rất quan trọng vì nó quyết định đến việc tung sản phẩm ra thị trường có thành công hay không. Có 57,89% số chủ thể OCOP quan tâm tới nghiên cứu phân khúc thị trường, tuy nhiên nhóm hộ/cơ sở chưa quan tâm tới vấn đề này. Nếu xét theo nhóm sản

phẩm OCOP thì có thể thấy trong khi 100% đồ uống và thảo dược đã được nghiên cứu phân khúc thị trường thì chỉ có 62% số sản phẩm thực phẩm đã làm điều này. Đây là một hạn chế lớn dẫn đến những khó khăn trong tiếp cận thị trường bên ngoài của các chủ thể OCOP, đặc biệt là với chủ thể sản xuất thực phẩm.

Các phương pháp nghiên cứu thị trường mà các chủ thể đã sử dụng là: (i) Đi khảo sát thực tế (trực tiếp); (ii) Thông qua phản hồi từ các đại lý (gián tiếp); (iii) Thông qua phản hồi từ khách hàng (gián tiếp). Chủ yếu các chủ thể đã sử dụng các phương pháp gián tiếp thông qua phản hồi từ đại lý hoặc khách hàng. Nếu xét theo nhóm sản phẩm thì đồ uống và thảo dược có tỷ lệ đi khảo sát thực tế cao do chủ yếu là các sản phẩm mới và có liên quan tới sức khỏe người tiêu dùng nên việc khảo sát trực tiếp là quan trọng. Kết quả điều tra cũng cho thấy các chủ thể đã có nghiên cứu các thị trường ngoài tỉnh. Cụ thể, với nhóm thực phẩm và thảo dược thì chủ yếu nghiên cứu thị trường ngoài tỉnh thông qua các đại lý/cửa hàng. Ngược lại, nhóm đồ uống thì chủ yếu nghiên cứu thị trường ngoài tỉnh thông qua các hội chợ/triển lãm.

Trong sản xuất kinh doanh, bất kỳ một sản phẩm nào muốn được nhiều người tiêu dùng biết và sử dụng thường xuyên, bên cạnh việc nâng cao chất lượng, mẫu mã thì công tác quảng bá, xúc tiến thương mại là không thể thiếu và sản phẩm OCOP cũng không là ngoại lệ. Trong số các hoạt động xúc tiến thương mại, đi hội chợ, triển lãm để quảng bá giới thiệu sản phẩm là một cách làm hiệu quả và được nhiều chủ thể OCOP áp dụng. Tuy nhiên, với nhóm hộ/cơ sở vì quy mô sản xuất còn nhỏ, thiếu nguồn nhân lực và đặc biệt là sau khi đạt OCOP thì xảy ra dịch bệnh nên họ chưa có cơ hội tham gia các hội chợ. Một vấn đề khác là số lượng các hội chợ được tổ chức trong tỉnh Nam Định trong những năm gần đây còn ít, phần lớn các chủ thể tham dự các hội chợ ở địa phương khác, chủ yếu là Hà Nội.

Về thực trạng ký hợp đồng mua bán, các chủ thể là doanh nghiệp có tỷ lệ ký được hợp đồng cao nhất với 85% đơn vị, hộ/cơ sở có tỷ lệ thấp nhất với 25%. Lý do không ký được hợp đồng là

do khối lượng giao dịch ít và do thói quen giao dịch. Về thị trường tiêu thụ sản phẩm, các loại hình sản xuất khác nhau có những phân khúc thị trường tiêu thụ khác nhau, không bị cạnh tranh, xung đột với nhau. Thị trường khá đa dạng, tuy nhiên việc tiêu thụ sản phẩm trong hệ thống siêu thị còn rất hạn chế.

Việc tham gia các hội chợ để quảng bá sản phẩm là một phương pháp khá hiệu quả và được nhiều chủ thể áp dụng, tuy vậy do ảnh hưởng của dịch Covid cũng như chưa có nhiều hội chợ trong tỉnh được tổ chức nên các chủ thể chủ yếu tham gia hội chợ ở ngoại tỉnh. Việc bán sản phẩm trực tuyến đã được các đơn vị sản xuất quan tâm, phần lớn bán hàng thông qua mạng xã hội và website. Về những khó khăn trong thương mại hóa sản phẩm hiện nay được các đơn vị nhận định là nhận thức của người tiêu dùng về chương trình OCOP và sản phẩm OCOP còn hạn chế, thông tin về sản phẩm OCOP trên các phương tiện thông tin đại chúng/trên các website của Chương trình OCOP còn thiếu.

#### **4.3. Ảnh hưởng của việc xây dựng nhãn hiệu đến sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP ở tỉnh Nam Định**

Để quá trình thương mại hóa sản phẩm diễn ra thuận lợi, việc xây dựng và bảo hộ nhãn hiệu là rất cần thiết. Nhãn hiệu là một trong những vấn đề chính mà khách hàng quan tâm khi lựa chọn sản phẩm. Tâm lý chung của người tiêu dùng thông minh hiện nay là lựa chọn những sản phẩm có “nhãn mác”, có nguồn gốc xuất xứ. Có thể nói đây chính là một trong những yếu tố tác động mạnh vào tâm lý người tiêu dùng. Việc xây dựng nhãn hiệu sẽ khiến cho sản phẩm trở nên chuyên nghiệp hơn, uy tín hơn trong mắt người tiêu dùng. Tuy nhiên, khi một sản phẩm được nhiều người tiêu dùng biết đến, có một vị trí và có tầm ảnh hưởng nhất định thì không thể tránh khỏi việc các đối thủ khác có dấu hiệu cạnh tranh không lành mạnh.

Kết quả khảo sát các chủ thể OCOP trên địa bàn tỉnh Nam Định cho thấy, có tỷ lệ khá lớn các chủ thể đã xây dựng nhãn hiệu cho sản phẩm của mình. Tuy nhiên, việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu

tại cục sở hữu trí tuệ vẫn còn hạn chế, cụ thể chỉ có 31,82% số chủ thể đã xây dựng và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa của sản phẩm OCOP. Việc xây nhãn hiệu cũng chủ yếu là các chủ thể có quy mô sản xuất lớn, kinh nghiệm lâu năm trong lĩnh vực và loại sản phẩm mà họ sản xuất. Đa số các chủ thể đã xây dựng nhãn hiệu cho các sản phẩm OCOP đều có chung nhận thức đây là một quá trình lâu dài, bền bỉ, nhất quán và đòi hỏi nhận thức cao của người tiêu dùng, các chủ thể OCOP và chính quyền địa phương. Song song với đó là yêu cầu tham gia của nhiều bên đối tác liên quan, cùng với các chuyên gia phù hợp, có trách nhiệm và có tầm nhìn. Xây dựng nhãn hiệu cho sản phẩm OCOP sẽ góp phần quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội địa phương mà trước hết là nâng cao đời sống vật chất cho người sản xuất, điều này không chỉ mang lại lợi ích thiết thực cho chính quyền, mà còn tạo ra những hiệu ứng tốt về hiệu quả đầu tư và thị trường từ bên ngoài, kích thích những nội lực bên trong.

#### **4.4. Một số khuyến nghị giải pháp nhằm thúc đẩy thương mại hóa sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Nam Định**

*Thứ nhất, đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho các chủ thể OCOP về thương mại hóa sản phẩm.* Trong bối cảnh cạnh tranh như hiện nay, các chủ thể OCOP không những cần quan tâm tới nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn cần đặt trọng tâm tới người tiêu dùng cuối cùng, bao gồm nhu cầu số lượng, sở thích, mong muốn, giá cả của người tiêu dùng và sẵn lòng phản hồi tới người tiêu dùng để tạo ra giá trị cho họ. Các vấn đề liên quan tới thương mại hóa sản phẩm OCOP mà các chủ thể còn ít quan tâm, thông qua nghiên cứu này, chúng tôi phát hiện như sau:

- Mặc dù các chủ thể OCOP đều khẳng định nghiên cứu thị trường là một trong hai lý do chính để đơn vị tiến hành sản xuất, song khi tìm hiểu thị trường, các chủ thể dường như chưa thật sự quan tâm thông tin về nhu cầu, mong muốn của người tiêu dùng cuối cùng. Họ là ai, ở đâu, đặc điểm của họ là gì? Và khi tiếp nhận các phản hồi ý kiến thì họ phản hồi và thay đổi như thế nào để mang lại giá trị cho người tiêu dùng.

- Đối thủ cạnh tranh của họ trên thị trường là ai? Sản phẩm của đối thủ cạnh tranh có đặc điểm gì về chất lượng, mẫu mã, giá bán, kênh phân phối, các hình thức quảng cáo...?

- Nhãn hiệu hàng hóa và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa có ý nghĩa quan trọng trong tiêu thụ sản phẩm và giúp chủ thể OCOP ngăn chặn các rủi ro pháp lý liên quan, được bảo vệ cá nhân, tổ chức trong quá trình được sử dụng nhãn hiệu và chủ động trong các hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Do đó, giải pháp tuyên truyền, nâng cao nhận thức, kiến thức của các chủ thể về các vấn đề trên tập trung vào các bản tin, các câu chuyện thành công, các lớp tập huấn dành cho các chủ thể OCOP. Cũng có thể thực hiện qua nền tảng Zalo, Facebook với các thành viên trong nhóm là các chủ thể OCOP. Thông qua các nhóm này, các văn bản, chủ trương chính sách cũng có thể được phổ biến nhanh nhất tới các chủ thể OCOP. Ngoài ra, cần tuyên truyền nâng cao nhận thức của các chủ thể sản xuất, chủ thể OCOP về cơ hội để nâng tầm sản phẩm của họ về mọi mặt, và trách nhiệm biến cơ hội thành hành động phải thuộc về bản thân doanh nghiệp, HTX, hộ sản xuất chứ không phải là trách nhiệm của nhà nước, dự án của nhà nước. Nhà nước chỉ đóng vai trò hỗ trợ, thuận lợi hóa các nỗ lực hiện tại của các chủ thể này chứ không làm thay toàn bộ.

*Thứ hai, khuyến khích, hỗ trợ các chủ thể OCOP qui mô nhỏ liên kết với nhau và liên kết với các doanh nghiệp qui mô lớn trong thương mại hóa sản phẩm.* Thực tế cho thấy các hộ/cơ sở sản xuất và các HTX nhìn chung năng lực thương mại hóa sản phẩm chưa chuyên nghiệp như các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp với thị trường tiêu thụ rộng rãi có thể là đối tượng liên kết lý tưởng với các chủ thể sản xuất quy mô nhỏ hơn song muốn phát triển thị trường sản phẩm. Cách liên kết như một số chủ thể đã làm và thành công cho thấy việc tận dụng các thị trường sẵn có của các doanh nghiệp/chủ thể OCOP lớn hơn sẽ có tác dụng giúp quảng bá và tiêu thụ sản phẩm với các chủ thể OCOP nhỏ, và cũng có thể giúp giảm chi phí, tăng doanh số của các chủ thể liên kết và phát triển thương hiệu sản phẩm địa phương.



Thứ ba, hỗ trợ các chủ thể OCOP trong tăng cường xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm OCOP địa phương. Mặc dù các chủ thể OCOP trong quảng bá giới thiệu sản phẩm, tuy nhiên qua điều tra chúng tôi thấy có một số vấn đề: (i) người tiêu dùng, thậm chí nhiều người tiêu dùng trong tỉnh không biết rõ về sản phẩm OCOP của địa phương; (ii) các chủ thể ít tham gia vào các hội chợ trong và ngoài tỉnh. Do đó, hỗ trợ các chủ thể này trong tăng cường xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm địa phương là rất cần thiết. Các hoạt động cụ thể bao gồm:

- Tổ chức thêm nhiều điểm trưng bày và bán sản phẩm OCOP của tỉnh trên địa bàn các huyện, thành phố, các trung tâm thương mại và chợ đầu mối. Một trong những bài học thành công của Nhật Bản trong phong trào mỗi làng một sản phẩm là “Điểm dừng xe ven đường”. Thông qua các điểm thuận tiện mà khách du lịch, người dân hay dừng chân để quảng bá và tiêu thụ sản phẩm.

- Hỗ trợ các chủ thể OCOP tham gia hội chợ. Trong khuôn khổ của hội chợ, Sở Công Thương phối hợp với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) tổ chức hội nghị kết nối, hỗ trợ, hướng dẫn các đơn vị, doanh nghiệp thương mại, dịch vụ tham gia thương mại điện tử trên toàn quốc.

- Xây dựng bộ cẩm nang sản phẩm OCOP của Nam Định để quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP rộng khắp hơn, tạo thuận tiện cho việc triển khai đưa sản phẩm OCOP đến khách hàng trong và ngoài nước.

## 5. Kết luận

Tỉnh Nam Định có điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội thuận lợi để phát triển hệ sinh thái đa dạng và bền vững, đặc biệt là các ngành nông, thủy sản và các ngành nghề tiểu thủ công nghiệp. Đây chính là cơ sở cho sự đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm, phát huy lợi thế so sánh và các yếu tố sinh thái của tỉnh để triển khai thực hiện chương trình OCOP. Thời gian qua để thúc đẩy việc thực hiện chương trình, tỉnh Nam Định đã ban hành nhiều cơ chế chính sách hỗ trợ có hiệu quả. Việc đẩy mạnh thương mại hóa sản phẩm OCOP là cần thiết để hướng đến nền sản xuất hàng hóa

hiện đại mang lại giá trị tăng cao. Bên cạnh các chính sách hỗ trợ của Nhà nước, ngành chức năng, chính quyền các địa phương cần khuyến cáo các hộ sản xuất, HTX, doanh nghiệp phải tiếp tục hoàn thiện, nâng tầm chất lượng sản phẩm OCOP, đăng ký sở hữu trí tuệ để chiếm được niềm tin của người tiêu dùng, tạo tiền đề thúc đẩy Chương trình OCOP của tỉnh tiếp tục phát triển.

## Tài liệu tham khảo:

- Bùi Xuân Hồng, Hà Quang Trung (2021). 'Đánh giá thực trạng một số sản phẩm tiềm năng tham gia chương trình OCOP thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương'. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Thái Nguyên*, 17, 58-65.
- Claymore, Y., & Jaiborisudhi, W. (2011). 'A study on one village one product project (OVOP) in Japan and Thailand as an alternative of community development in Indonesia'. *Thai Journal of East Asian Studies*, 16(1), 51-60.
- Denpaiboon, C., & Amatasawatdee, C. (2012). 'Similarity and difference of one village one product (OVOP) for rural development strategy in Japan and Thailand'. *Japanese Studies Journal Special Issue: Regional Cooperation for Sustainable Future in Asia (Thammasat, 2012)*.
- Dung Quỳnh (2022). 'Cà nước phân hạng và công nhận 5.320 sản phẩm OCOP', truy cập ngày 8 tháng 8 năm 2022 từ <https://hanoimoi.com.vn/tin-tuc/Nong-nghiep/1024676/nam-2022-phan-dau-co-khoang-6500-san-pham-dat-chuan-ocop>.
- Goletti, F., Purcell, T., & Smith, D. (2003). 'Concepts of commercialization and agricultural development'. *AgriFood Consulting International Discussion Paper Series*, (8).
- Linh, T. N., Long, H. T., Chi, L. V., Tam, L. T., & Lebailly, P. (2019). 'Access to rural credit markets in developing countries, the case of Vietnam: A literature review'. *Sustainability*, 11(5), 1468.
- Nhật Bắc (2021). 'OCOP là một chương trình phát triển kinh tế nông thôn trọng tâm', truy cập ngày 8 tháng 8 năm 2022 từ <https://www.gso.gov.vn/tin-tuc-khac/2021/03/ocop-la-mot-chuong-trinh-phat-trien-kinh-te-nong-thon-trong-tam/>
- Pingali, P. L. (2001). 'Environmental consequences of agricultural commercialization in Asia'. *Environment and Development Economics*, 6(4), 483-502.
- Pingali, P., Khwaja, Y., & Meijer, M. (2005). 'Commercializing small farms: Reducing transaction cost'. *ESA Working Paper No. 05-08*
- Phùng Thị Thủy (2021). 'Gắn kết sản phẩm OCOP với thị trường tiêu thụ sản phẩm của thành phố Hải Phòng'. *Tạp chí Công Thương*, 19(8), 62-64.
- Smale, M., & Olwande, J. (2014). 'Demand for maize hybrids and hybrid change on smallholder farms in Kenya'. *Agricultural economics*, 45(4), 409-420.
- Stenning, N., & Koichi, M. (2008). 'Knowledge and networking strategies for community capacity development in Oyama-machi: An archetype of the OVOP movement'. *Journal of OVOP Policy*, 1(6), 5-20.
- UBND tỉnh Nam Định (2019). Quyết định số 1736/QĐ-UBND ngày 21 tháng 8 năm 2019 về việc "Phê duyệt kết quả đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP tỉnh Nam Định đợt I năm 2019".
- UBND tỉnh Nam Định (2020). Quyết định số 847/QĐ-UBND ngày 14 tháng 4 năm 2020 về việc "Phê duyệt kết quả đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP đợt I năm 2020".
- UBND tỉnh Nam Định (2020). Quyết định số 16/2020/QĐ-UBND ngày 14 tháng 5 năm 2020 về việc "Ban hành Quy định mức chi phí hỗ trợ triển khai, thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm trên địa bàn tỉnh Nam Định năm 2020".
- Vũ Long (2021). 'Chương trình OCOP 2021-2025: Tạo sức bật mới cho kinh tế nông thôn', truy cập ngày 8 tháng 8 năm 2022, từ <https://laodong.vn/kinh-doanh/chuong-trinh-ocop-2021-2025-tao-suc-bat-moi-cho-kinh-te-nong-thon-976827.ldo>

# QUẢN LÝ PHÁT TRIỂN NHÂN LỰC NGÀNH NGÂN HÀNG Ở VIỆT NAM

PGS.TS. Nguyễn Xuân Trung\* - Nguyễn Hoài Phương\*\*

Bài viết nhằm phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động quản lý nguồn nhân lực ngân hàng ở Việt Nam trong thời gian qua. Qua phân tích cho thấy công tác quản lý phát triển nhân lực ngân hàng đã được quan tâm và thực hiện ở tầm định hướng vĩ mô. Tuy nhiên, việc thực hiện các chính sách, qui định đối với những đối tượng cụ thể còn hạn chế. Việc phát triển nhân lực ngành ngân hàng chưa chú trọng vào những hướng trọng tâm của ngành này trong bối cảnh chuyển đổi số và những yêu cầu khắt khe của một ngành dịch vụ. Các hoạt động tuyển dụng, đào tạo vẫn còn khác biệt xa giữa các đơn vị với nhau. Vì thế, bài viết nhấn mạnh đến tầm quan trọng của việc chi tiết hóa các chiến lược phát triển nhân lực ngân hàng, chú trọng đến công tác đào tạo chuyên sâu phù hợp với cách tiếp cận của quốc tế.

• Từ khóa: quản trị nhân lực; ngân hàng; chính sách nhân lực; Việt Nam.

The article aims to analyze and evaluate the current status of banking human resource management activities in Vietnam in recent times. Through analysis, it shows that the management and development of bank human resources has been paid attention to and implemented at a macro-oriented level. However, the implementation of policies and regulations for specific subjects is still limited. Human resource development in the banking industry has not focused on the key directions of this industry in the context of digital transformation and the strict requirements of a service industry. Recruitment and training activities still differ widely between units. Therefore, the article emphasizes the importance of detailing banking human resource development strategies, focusing on in-depth training in accordance with international approaches.

• Key words: managing human resource; bank; human resource policy; Vietnam.

Ngày nhận bài: 12/9/2023

Ngày gửi phản biện: 19/9/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 05/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

mà còn phải có ngoại hình phù hợp với vị trí công việc (ví dụ như nhân viên giao dịch không những có kiến thức chuyên môn, kỹ năng mềm mà cần có khuôn mặt ưa nhìn, chiều cao phù hợp và sức khỏe tốt). Ngoài ra, nhân lực trong ngành ngân hàng cần nắm chắc hệ thống luật pháp về tín dụng và có khả năng chịu áp lực công việc. Ngoài áp lực về thời gian, nhân lực ngân hàng còn chịu áp lực lớn từ các chỉ tiêu công việc mà mình đảm nhận. Vì vậy các chính sách phát triển nhân lực cũng như công tác quản lý nhân lực ngành ngân hàng đều rất được chú trọng.

Do khuôn khổ nghiên cứu có hạn, bài viết này chỉ tập trung đánh giá các hoạt động quản lý phát triển nhân lực ngành ngân hàng bao gồm: hoạch định nhân lực; tuyển dụng nhân lực; sử dụng; đào tạo, bồi dưỡng; đãi ngộ và kiểm tra, giám sát. Từ đó, bài viết sẽ đề xuất một số định hướng giải pháp để hoàn thiện công tác quản lý nhân lực ngân hàng ở tầm vĩ mô.

Phương pháp nghiên cứu chủ yếu phân tích tài liệu thứ cấp kết hợp với phân tích dữ liệu khảo sát từ các nhà quản lý làm việc tại hệ thống ngân hàng. Tác giả chọn mẫu nghiên cứu được lấy ngẫu nhiên phân tầng với kích thước mẫu là 110 nhà

## 1. Giới thiệu

Ngân hàng là lĩnh vực dịch vụ quan trọng trong nền kinh tế với số lượng nhân lực tương đối lớn. Yêu cầu đối với nhân lực ngành ngân hàng cao hơn so với các ngành khác. Nhân lực không chỉ đáp ứng về chuyên môn (được đào tạo tại các cơ sở giáo dục uy tín), có kỹ năng mềm (khả năng giao tiếp, khả năng giải quyết vấn đề, ngoại ngữ, tin học,...)

\* Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam

\*\* Tập đoàn Geleximco

quản lý của Ngân hàng Trung ương, các ngân hàng thương mại có vốn Nhà nước như: Vietinbank, Vietcombank, BIDV, Agribank. Các dữ liệu khảo sát này được phân tích thống kê theo các tỷ lệ phần trăm đánh giá của người được khảo sát.

## 2. Một số chính sách quản lý và phát triển nhân lực ngành ngân hàng

Trong Chiến lược phát triển ngành ngân hàng Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt bằng Quyết định số 986/QĐ-TTg ngày 08 tháng 08 năm 2018, nhấn mạnh: cần phải đổi mới mạnh mẽ công tác cán bộ, xây dựng các tiêu chuẩn nghề nghiệp, áp dụng các chứng chỉ hành nghề đối với một số vị trí cốt lõi trong ngân hàng; tăng cường hợp tác giữa đơn vị đào tạo và đơn vị sử dụng lao động trong ngành ngân hàng; chú trọng đào tạo nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển ngành ngân hàng và hội nhập kinh tế quốc tế; đào tạo lực lượng cán bộ nắm bắt được tiến bộ khoa học công nghệ và ứng dụng vào thực tiễn của ngành; tăng cường hợp tác, tận dụng hỗ trợ, chuyển giao kỹ thuật và đào tạo nghiệp vụ chuyên sâu từ các tổ chức quốc tế như Ngân hàng Thế giới, Quỹ Tiền tệ quốc tế, Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản...

Trên cơ sở đó, Ngân hàng Nhà nước cũng đã ban hành kế hoạch hành động với nhiều nội dung ưu tiên phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Trong đó, nhấn mạnh tới việc tăng cường hợp tác giữa các ngân hàng và các trường đào tạo để bồi dưỡng nguồn nhân lực ngay từ sớm. Để thực hiện chính sách phát triển nhân lực ngành ngân hàng trong bối cảnh mới, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) ban hành Quyết định số 1537/QĐ-NHNN phê duyệt kế hoạch triển khai Chương trình hành động của ngành Ngân hàng thực hiện Chiến lược phát triển ngành Ngân hàng Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 trong lĩnh vực phát triển nguồn nhân lực. Theo đó, kế hoạch bao gồm các nội dung: Xây dựng các tiêu chuẩn nghề nghiệp, áp dụng chứng chỉ hành nghề đối với một số vị trí cốt lõi trong ngành Ngân hàng; tăng cường hợp tác giữa đơn vị đào tạo và đơn vị sử dụng lao động trong ngành Ngân hàng; chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển của hệ thống ngân hàng Việt Nam và hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là đội ngũ lãnh đạo, chuyên gia đầu ngành để đạt trình độ ngang tầm khu vực và quốc tế. Bồi dưỡng, đào

tạo đội ngũ chuyên gia, chuyên sâu trong các lĩnh vực của ngành Ngân hàng như: Chính sách tiền tệ, quản lý dự trữ ngoại hối, thanh toán, thanh tra, giám sát ngân hàng, phân tích, dự báo, quản trị rủi ro... Trong Kế hoạch, chính sách phát triển nhân lực của Ngân hàng sẽ tập trung vào hoạt động đào tạo nhằm giúp lực lượng cán bộ nắm bắt được tiến bộ khoa học công nghệ và ứng dụng vào thực tiễn của Ngành. Đặc biệt, nhấn mạnh hoạt động trang bị, đào tạo kỹ năng mới cho đội ngũ cán bộ hiện hữu, đảm bảo các cán bộ nghiệp vụ của NHNN có khả năng ứng dụng công nghệ thông tin, phương thức làm việc tiên tiến, có năng lực đề xuất, tham mưu xây dựng chính sách, thực hiện quản lý Nhà nước về hoạt động tiền tệ, tín dụng, ngân hàng, phù hợp với những đòi hỏi của nền kinh tế trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng và sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ; tăng cường tính tự chủ và trách nhiệm của cá nhân.

Tại Quyết định số 1964/QĐ-NHNN ngày 08/12/2021, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã ban hành Kế hoạch đào tạo phát triển nguồn nhân lực bảo đảm an toàn thông tin NHNN giai đoạn 2021-2025 (Kế hoạch). Kế hoạch hướng tới mục tiêu cụ thể hóa các nhiệm vụ tổ chức triển khai Quyết định số 1907/QĐ-TTg ngày 23/11/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tuyên truyền, nâng cao nhận thức và phổ biến kiến thức về an toàn thông tin giai đoạn 2021-2025”, Quyết định số 21/QĐ-TTg ngày 06/01/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực an toàn thông tin giai đoạn 2021-2025”. Trong đó nhấn mạnh sự chất lượng, sự chuyên nghiệp của quá trình xây dựng nguồn nhân lực để đảm bảo an toàn, an ninh và làm chủ hệ thống ứng dụng công nghệ thông tin của NHNN. Đồng thời nâng cao nhận thức về quy định pháp luật về an toàn thông tin của đội ngũ nhân lực.

## 3. Đánh giá hoạt động quản lý nhân lực ngành ngân hàng

### 3.1. Hoạch định nhân lực ngành ngân hàng

Các mảng hoạt động chính mang tính trụ cột của Ngân hàng Nhà nước, cần có nhân lực chất lượng cao. Số lượng mỗi mảng hoạt động khoảng từ 40-60 người: Điều hành chính sách tiền tệ; Quản lý kinh tế vĩ mô, dự báo và phân tích chính sách; Hoạt động thanh tra, giám sát ngân hàng. Cấu trúc lại hệ thống các tổ chức tín dụng; Trung tâm thanh toán;



Nghiệp vụ NHTW: tái cấp vốn, quản lý tiền mặt, phát hành tiền, quản lý dự trữ ngoại hối quốc gia.

Tổ chức thực thi chính sách là quá trình phức tạp, diễn ra trong một thời gian dài, vì thế chúng cần được lập kế hoạch, lên chương trình để các cơ quan nhà nước triển khai thực hiện một cách chủ động. Kế hoạch triển khai thực thi chính sách được xây dựng trước khi đưa chính sách vào cuộc sống. Các cơ quan triển khai thực thi chính sách từ trung ương đến địa phương đều phải xây dựng kế hoạch, chương trình thực hiện. Kế hoạch triển khai thực thi chính sách bao gồm những nội dung cơ bản sau:

Hệ thống căn cứ xây dựng, thực hiện chính sách phát triển nhân lực ngành ngân hàng phải kể đến đó là: các chiến lược phát triển kinh tế - xã hội mười năm của quốc gia; Đề án “Mục tiêu, giải pháp phát triển ngành ngân hàng Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020” đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 112/2006/QĐ-TTg ngày 24/05/2006; Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (46/2010/QH12), Luật các Tổ chức tín dụng (47/2010/QH12); Quyết định số 1216/QĐ-TTg ngày 22/07/2011 của Thủ tướng Chính phủ về “Phê duyệt Quy hoạch phát triển nhân lực Việt Nam giai đoạn 2011-2020”; Quyết định số 579/QĐ-TTg ngày 19/04/2011 của Thủ tướng Chính phủ về “Phê duyệt chiến lược phát triển nhân lực Việt Nam thời kỳ 2011-2020”; Quyết định số 219/QĐ-NHNN ngày 09 tháng 02 năm 2012 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước về Quy hoạch phát triển nhân lực ngành Ngân hàng giai đoạn 2011 - 2020; Quyết định số 986/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Về việc phê duyệt Chiến lược phát triển ngành Ngân hàng Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; Quyết định số 1033/QĐ-NHNN Kế hoạch của ngành Ngân hàng triển khai Đề án “Nâng cao nhận thức, phổ cập kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chuyên đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

Việc đánh giá kết quả thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực thời kỳ trước cũng khá quan trọng. Xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực đạt hiệu quả sẽ không nên chỉ phụ thuộc vào ý chí chủ quan của riêng lãnh đạo hay bộ phận nhân lực. Cần những sự thảo luận dân chủ và sâu rộng để phát huy được trí tuệ tập thể, cũng như kích hoạt người lao động hăng hái tham gia các chương trình ngay từ ban đầu. Mặt khác, xây dựng chiến lược có thể cần đến sự tư vấn của các chuyên gia, đặc biệt về yếu tố kỹ thuật xây dựng chiến lược.

**Bảng 1. Đánh giá của nhà quản lý về công tác hoạch định nhân lực ngành ngân hàng (%)**

TT	Tiêu chí đánh giá	Rất đồng ý	Bình thường	Không đồng ý
1	Ngân hàng luôn tiến hành đánh giá nhân lực hiện có và dự báo nhu cầu nhân lực qua từng giai đoạn	84,4	13,4	1,1
2	Ngân hàng cân đối giữa khả năng đáp ứng nhu cầu nhân lực hợp lý và nhu cầu thực tế	59,7	38,5	1,8
3	Ngân hàng luôn có kế hoạch cụ thể về nhân lực trong dài hạn	70,9	25,1	3,0
4	Phương pháp dự báo nhu cầu nhân lực của ngân hàng áp dụng khoa học, phù hợp với thực tiễn	29,6	50,1	20,3

*Nguồn: khảo sát của tác giả, 2022*

Qua khảo sát, những nhìn nhận và đánh giá về việc xây dựng chiến lược phát triển nhân lực ngành ngân hàng khá tốt, được thực hiện kịp thời.

**3.2. Tuyển dụng nhân lực ngành ngân hàng**

Tuyển dụng nhân lực là quá trình tuyển người đáp ứng với yêu cầu công việc và bố trí vào những vị trí công việc cụ thể trong tổ chức, tức là các quyết định của nhà quản lý để bổ sung nhân lực cho tổ chức một cách chính thức và giao quyền đúng mức cho người được tuyển dụng để phát huy năng lực, sở trường của họ. Giai đoạn 2011-2015, bình quân tuyển mới hàng năm khoảng 12.500 người, trong đó đại học và cao đẳng khoảng 10.500 người, trung cấp khoảng 1.200 người, còn lại là chưa qua đào tạo. Giai đoạn 2016-2020, bình quân tuyển mới hàng năm khoảng 12.000 người, cơ cấu tuyển dụng theo trình độ đào tạo cũng tương tự như giai đoạn 2011-2015, trong đó đại học và cao đẳng khoảng 10.000 người, trung cấp khoảng 1.200 người, còn lại là chưa qua đào tạo.

Đối với ngành ngân hàng, để đạt mục tiêu tuyển được người có năng lực phù hợp, người có tài năng thực sự và sử dụng vào những vị trí công việc cụ thể nhằm hình thành nguồn nhân lực chất lượng cao thực thi công vụ, nhà quản lý cần thiết phải xây dựng chính sách tuyển dụng nhân lực, ở đây có thể là chính sách tuyển dụng nguồn nhân lực chất lượng cao của ngành ngân hàng, trong đó, xác định mục tiêu, nguồn tuyển dụng, cách thức tuyển dụng phù hợp với tình hình thực tế của ngân hàng.

Do đó, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về chính sách tuyển dụng nguồn nhân lực chất lượng cao của ngành ngân hàng phải coi là tổng thể các quan điểm, mục tiêu và phương thức hành động của cơ quan quản lý có thẩm quyền để tuyển chọn

những người có năng lực đáp ứng tốt nhất yêu cầu của công việc và bố trí vào những vị trí công việc cụ thể phù hợp với năng lực sở trường nhằm thực thi nhiệm vụ quản lý, kinh doanh của ngân hàng một cách tốt nhất.

**Bảng 2. Đánh giá của nhà quản lý về công tác tuyển dụng của ngân hàng (%)**

STT	Tiêu chí	Mức độ thực hiện		
		Tốt	Bình thường	Chưa tốt
1	Quá trình tuyển dụng được ngân hàng triển khai và thực hiện đúng quy định pháp luật và khách quan	44,4	25,5	30,1
2	Nhân lực trúng tuyển dụng đáp ứng được nhu cầu tuyển dụng của ngân hàng	45,2	32,4	22,4
3	Thông tin tuyển dụng của ngân hàng có thể tiếp cận từ nhiều nguồn thông tin khác nhau và thực hiện công khai	48,7	38,6	12,6
4	Đối tượng được ngân hàng tuyển dụng hiểu được rõ về công việc và bản mô tả công việc	70,5	26,6	2,9
5	Phương pháp tuyển dụng của ngân hàng áp dụng phù hợp với từng vị trí và tính chất công việc	47,6	31,6	10,8

*Nguồn: Tính toán từ kết quả khảo sát của tác giả, 2022*

### 3.3. Sử dụng nhân lực ngành ngân hàng

Giai đoạn 2017 -2022, sử dụng nhân lực ngành ngân hàng có những bước tiến lớn so với giai đoạn trước đó. Ngoài việc bố trí công việc theo chuyên môn nghiệp vụ, năng lực thực hiện công việc thì ngân hàng đã bắt đầu đẩy mạnh số hóa trong quản lý nhân sự và quy trình vận hành quản lý nhân lực ngành ngân hàng phù hợp với bối cảnh mới. Mỗi nhân lực của ngành ngân hàng để cần có kiến thức chuyên môn nghiệp vụ phù hợp với vị trí công việc được giao và có khả năng giải quyết vấn đề tốt, linh hoạt, đưa ra quyết định dựa trên dữ liệu (data-driven decision), hiểu biết về pháp lý và các kỹ năng số như phân tích dữ liệu, bảo vệ dữ liệu, quản lý dự án, quản lý quy trình... Theo báo cáo RPA ngành tài chính - ngân hàng tại Việt Nam 2021 - 2025 cho biết: “100% nhân viên nghiệp vụ ngân hàng nói rằng tỷ lệ thủ công trong công việc hàng ngày đạt mức trung bình tới cao; 62,5% nhân viên nghiệp vụ có mức hài lòng thấp tới trung bình đối với việc thực hiện các tác vụ thủ công hằng ngày”. Việc sử dụng Dự đoán trong giai đoạn 2022 - 2025, việc tối ưu vận hành bằng công nghệ là nhu cầu tất yếu của hầu hết các doanh nghiệp ngân hàng.

Như vậy, quá trình sử dụng nhân lực vào các vị trí công việc linh hoạt hơn và có sự luân chuyển cán bộ nhằm phát triển nhân lực quản trị. Nhân lực ở mỗi vị trí đều phải hướng đến việc nghiên

cứu, phát triển nhằm cung ứng các sản phẩm dịch vụ mang tính cá nhân hóa, nâng cao trải nghiệm khách hàng... Việc quản lý hiệu suất làm việc của mỗi thành viên trong công ty sát sao hơn, kết hợp với số hoá bộ máy có khả năng tối ưu một khoản chi phí khổng lồ cho tổ chức mỗi tháng, mỗi quý và hàng năm đã được hệ thống các ngân hàng thực hiện trong đối hiệu quả trong những năm gần đây.

### 3.4. Đào tạo bồi dưỡng nhân lực ngành ngân hàng

Trong giai đoạn 2017-2022 công tác bồi dưỡng đào tạo nhân lực ngành ngân hàng được chú trọng đầu tư và sử dụng nguồn kinh phí lớn, đào tạo nhân lực toàn diện. Hoạt động đào tạo bồi dưỡng nhân lực ngành ngân hàng được chú trọng thực hiện và nhận được sự đánh giá cao của các nhà quản trị về nội dung này.

**Bảng 3. Đánh giá của nhà quản lý về hoạt động đào tạo và phát triển nhân lực của ngân hàng (%)**

STT	Tiêu chí	Mức độ thực hiện		
		Tốt	Bình thường	Chưa tốt
1	Các chương trình đào tạo ngắn hạn và dài hạn bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn, lý luận chính trị và kỹ năng được ngân hàng triển khai thường xuyên và định kỳ	72,5	27,5	0
2	Nhân viên của ngân hàng được đào tạo ngay sau khi được tuyển dụng	91,9	8,0	0,1
3	Nhân viên ngân hàng tham gia các khóa học được hỗ trợ kinh phí	69,1	30,0	0,9
4	Chương trình đào tạo được ngân hàng thiết kế có hiệu quả cao	59,2	38,5	3,3
5	Các hình thức đào tạo của ngân hàng triển khai rất đa dạng, linh hoạt, phù hợp với từng đối tượng và công việc	48,5	49,3	2,2
6	Công tác đào tạo phù hợp với mong muốn và nguyện vọng của nhân viên ngân hàng	48,6	49,9	1,5

*Nguồn: tính toán từ kết quả khảo sát của tác giả, 2022*

Nội dung đào tạo bao gồm 03 mảng kiến thức: chuyên môn sâu, tin học, ngoại ngữ và kỹ năng xử lý công việc. Số lượng tùy theo quy mô từng ngân hàng nhưng mỗi chi nhánh, mỗi mảng nghiệp vụ có từ 2-3 cán bộ. Đặc biệt lưu ý tới đối tượng quy hoạch lãnh đạo và quản lý. Số lượng mỗi vị trí khoảng 2-3 người, tùy theo từng đơn vị. Nội dung, chương trình đào tạo hướng tới theo chuẩn quy định cho vị trí quản lý đó; bao gồm nghiệp vụ chuyên môn lĩnh vực quản lý, tin học, ngoại ngữ và kỹ năng xử lý công việc.

Đối với các cơ sở đào tạo, tập trung phát huy 02 cơ sở đào tạo thuộc hệ thống giáo dục quốc dân là Học viện Ngân hàng và trường Đại học Ngân hàng TP HCM, giảng viên kiêm chức trong ngành cho các trường, trung tâm đào tạo. Nguồn giảng viên tương lai là những người đang làm việc trong ngành có trình độ chuyên môn cao, những người thuộc đối tượng đào tạo nhân lực chất lượng cao, có kinh nghiệm công tác và có khả năng sư phạm. Số lượng toàn hệ thống khoảng 750 người, ở các lĩnh vực và chuyên môn khác nhau.

**3.5. Đãi ngộ và thái độ nhân lực ngành ngân hàng**

Theo báo cáo của công ty tư vấn nhân sự First Alliances, ngành tài chính - ngân hàng vẫn là lĩnh vực có thu nhập cao nhất tại Việt Nam năm 2022. Có những vị trí nhận lương lên đến 40.000 USD/tháng, tức gần 900 triệu/tháng như Giám đốc điều hành. Những vị trí khác sẽ có thu nhập dựa trên nơi làm việc, số năm kinh nghiệm tích lũy. Đây là lý do ngành tài chính - ngân hàng luôn thu hút các nhân sự ứng tuyển cũng như được rất nhiều sinh viên lựa chọn hướng tới. Mức lương của nhân viên ngân hàng có sự khác nhau theo hệ số theo quy định của Ngân hàng Nhà nước.

**Bảng 4. Mức lương của nhân viên ngân hàng theo hệ số (1.000 đồng)**

Nhóm ngành	Bậc 1	Bậc 2	Bậc 3	Bậc 4	Bậc 5	Bậc 6	Bậc 7	Bậc 8	Bậc 9	Bậc 10	Bậc 11	Bậc 12
<i>Kiểm soát viên cao cấp (Công chức loại A3, nhóm 1)</i>												
Hệ số lương	6.20	6.56	6.92	7.28	7.64	8.00						
Mức lương	.238	9.7744	10.3108	10.8472	11.3836	11.92						
<i>Kiểm soát viên chính (Công chức loại A2, nhóm 1)</i>												
Hệ số lương	4.40	4.74	5.08	5.42	5.76	6.10	6.44	6.78				
Mức lương	6.556	7.0626	7.5692	8.0758	8.5824	9.089	9.5956	10.1022				
<i>Kiểm soát viên (Công chức loại A1)</i>												
Hệ số lương	2.34	2.67	3.00	3.33	3.66	3.99	4.32	4.65	4.98			
Mức lương	3.4866	3.9783	4.47	4.9617	5.4534	5.9451	6.4368	6.9285	7.4202			
<i>Thủ kho (Công chức loại B)</i>												
Hệ số lương	1.86	2.06	2.26	2.46	2.66	2.86	3.06	3.26	3.46	3.66	3.86	4.06
Mức lương	2.7714	3.0694	3.3674	3.6654	3.9634	4.2614	4.5594	4.8574	5.1554	5.4534	5.7514	6.0494
<i>Thủ quỹ, kiểm ngân (Công chức loại B)</i>												
Hệ số lương	1.86	2.06	2.26	2.46	2.66	2.86	3.06	3.26	3.46	3.66	3.86	4.06
Mức lương	2.7714	3.0694	3.3674	3.6654	3.9634	4.2614	4.5594	4.8574	5.1554	5.4534	5.7514	6.0494

Nguồn: Ngân hàng Nhà nước

Trong bối cảnh dịch bệnh Covid -19 và ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, mức lương của nhân lực ngành ngân hàng vẫn duy trì mức độ cao so với các ngành dịch vụ khác như dịch vụ hàng không, dịch vụ du lịch... Tuy nhiên, có thể thấy mức lương cho nhân lực ngành ngân hàng phụ thuộc nhiều vào kinh nghiệm và vị trí công tác.

Không chỉ có mức lương hấp dẫn, nhân lực ngành ngân hàng còn được hưởng chế độ đãi ngộ tương đối tốt như cơ hội thăng tiến, sử dụng KPI đánh giá kết quả thực hiện công việc để thực hiện trả lương và thưởng, chế độ khen thưởng và các phúc lợi được thực hiện công bằng, khách quan và là động lực quan trọng trong thúc đẩy nhân viên ngân hàng gắn bó và đóng góp cho sự phát triển chung của ngân hàng. Điều này có thể thấy rõ qua đánh giá của đội ngũ quản trị về chế độ đãi ngộ mà ngân hàng xây dựng và tổ chức thực hiện trong giai đoạn 2017-2022.

**Bảng 5. Đánh giá của nhà quản lý về chế độ đãi ngộ của ngân hàng (%)**

STT	Tiêu chí đánh giá	Mức độ thực hiện		
		Tốt	Bình thường	Chưa tốt
1	Chế độ đãi ngộ của công ty được thực hiện tương xứng với hiệu quả công việc và năng lực của từng người	38,9	61,1	0
2	Cơ chế khen thưởng, kỷ luật của công ty được thực hiện công khai, minh bạch, có tiêu chí cụ thể và rõ ràng	23,2	70,6	6,2
3	Công ty thực hiện các tuân thủ của Nhà nước về chế độ tiền lương và các khoản trích theo lương	50,4	49,6	0
4	Công đoàn của công ty thể hiện sự quan tâm đến cán bộ, nhân viên về cả vật chất và tinh thần	45,1	54,2	0,7
5	Công ty thực hiện cơ chế thăng tiến, phát triển nghề nghiệp cho cán bộ, nhân viên	10,7	69,9	19,4

Nguồn: Tính toán từ kết quả khảo sát của tác giả, 2022

**3.6. Kiểm tra giám sát**

Nhằm đảm bảo cho thực hiện chính sách phát triển nhân lực ngành ngân hàng hiệu quả. Công tác kiểm tra thực hiện được Các cơ quan quản lý và chủ thể thực hiện chú trọng và quan tâm. Quá trình kiểm tra thực hiện chính sách phát triển nhân lực ngành ngân hàng dựa trên việc xem xét biện chứng mọi mặt, mọi nội dung của một thể thống nhất là đối tượng kiểm tra. Hoạt động kiểm tra xuất phát từ khâu lập chương trình, kế hoạch và xây dựng tiêu chuẩn, tiêu chí... Cho đến hậu kiểm tra. Hoạt động kiểm tra tập trung vào nội dung thực hiện, tiêu chí đánh giá và quá trình kiểm tra được loại bỏ thành kiến (Định kiến, chủ kiến) cá nhân trong quá trình đo lường, đánh giá. Kiểm tra, đo lường phải phù hợp với chức năng, nhiệm vụ của người (cơ quan) thực hiện công việc, phản ánh đúng thực tế. Bên



cạnh đó, quá trình kiểm tra luôn tuân thủ đúng kế hoạch, đúng thời gian, không được chậm trễ. Kiểm tra, hành động phải tìm ra nguyên nhân và đề xuất ngay các biện pháp xử lý sau khi đo lường, đánh giá kết quả... Kiểm tra phải xác định được kết quả, không có kết luận chung chung, phải rõ ràng, minh bạch, công khai, đầy đủ và chính xác.

#### 4. Một số hàm ý

**Thứ nhất**, cần phải đổi mới xây dựng kế hoạch thực hiện chính sách phát triển nhân lực ngành ngân hàng, theo hướng đổi mới cơ chế quản lý tại NHNN, hoàn thiện hệ thống quy trình, chính sách quản lý lao động đi đôi với xây dựng môi trường làm việc thân thiện, lành mạnh và cơ chế khuyến khích bằng vật chất và cơ hội nghề nghiệp nhằm bảo đảm thu hút lực lượng cán bộ giỏi. Cơ chế đãi ngộ, khen thưởng cùng với các biện pháp khuyến khích phi vật chất khác phải được đổi mới căn bản để thực sự trở thành động lực thúc đẩy các đơn vị và cá nhân nâng cao trình độ, phát huy lòng nhiệt tình, hăng hái thi đua, cống hiến năng lực và trí tuệ, nâng cao chất lượng, hiệu quả công việc và gắn bó lâu dài với NHNN.

**Thứ hai**, hoàn thiện các văn bản để thực hiện chính sách phát triển nhân lực ngành ngân hàng. Theo đó, về nhiệm vụ xây dựng, hoàn thiện thể chế, văn bản để thực hiện chính sách phát triển nhân lực ngành ngân hàng,

**Thứ ba**, đổi mới nội dung, chương trình đào tạo ở các cơ sở giáo dục đại học về ngành ngân hàng theo hướng hội nhập quốc tế.

**Thứ tư**, xây dựng chính sách đãi ngộ phù hợp với năng lực của nhân viên ngân hàng. Việc thực hiện chế độ chính sách nhằm góp phần làm tốt công tác quản lý phát triển nhân lực ngành ngân hàng, tạo động lực để giảng viên phấn khởi, tự giác cùng nhau tham gia phát triển nâng cao chất lượng nhân viên ngành ngân hàng, nâng cao chất lượng phục vụ của các ngân hàng, đáp ứng nhu cầu của công cuộc phát triển đất nước. Đầu tiên cần xây dựng kế hoạch đánh giá và hướng dẫn sử dụng kết quả đánh giá cho việc điều chỉnh tăng thu nhập, tuyên truyền rộng rãi cho đội ngũ nhân viên ngành ngân hàng để họ phấn đấu được hưởng chính sách, tiếp đến ban hành các mức phụ cấp nghề nghiệp cho nhân viên ngành ngân hàng trong các ngân hàng cụ thể. Ngoài ra, tạo cơ hội thăng tiến cho nhân viên ngành ngân hàng; xây dựng môi trường làm việc hiệu quả, hình thành văn hóa của tổ chức.

#### Kết luận

Phát triển nguồn nhân lực cho ngành ngân hàng đã được coi trọng ở Việt Nam bằng những chính sách, những quy định từ chính phủ cho đến ngành và các ngân hàng thương mại. Về cơ bản Việt Nam có khá đầy đủ những định hướng lớn, tuy nhiên, việc thực hiện còn nhiều hạn chế và chưa bám sát vào những quy định đề ra. Vì thế chất lượng nguồn nhân lực ở ngành ngân hàng còn những hạn chế, chưa theo kịp với đòi hỏi của một ngành dịch vụ đi đầu trong nền kinh tế. Hiện nay, công tác đào tạo cán bộ tại nhiều ngân hàng vẫn mang tính hình thức, chưa thực chất. Công tác đào tạo cần phải gắn liền với kiểm tra, tổng kết, phải thực sự mang lại lợi ích cho ngân hàng. Việc xây dựng chế độ đãi ngộ để thu hút nhân lực chất lượng và “giữ chân” được những người có năng lực đang rất được quan tâm. Các ngân hàng căn cứ vào điều kiện và quy mô của mình để xây dựng các chế độ đãi ngộ tương xứng, tuy nhiên, đó cũng là chiến lược của các ngân hàng. Đối với các trường đào tạo ngành ngân hàng cần xây dựng lại khung chương trình giảng dạy phù hợp hơn với thực tế, để làm được điều này, các trường cần phải có sự phối hợp với các ngân hàng. Do các ngân hàng có nhiều vị trí tuyển dụng, cần có khung đào tạo riêng đối với từng vị trí để sau này ra trường các sinh viên có thể đảm nhận được công việc ngân theo nhu cầu của nhà tuyển dụng.

#### Tài liệu tham khảo:

Phạm Thanh Bình (chủ nhiệm), “Khảo sát nhân lực ngành ngân hàng Việt Nam”, Đề tài khoa học số 95.10.02

Lê Chi (2017), Ngân hàng ở at tuyển dụng nhân sự, truy cập tại <http://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/ebank/ngan-hang/ngan-hang-o-at-tuyen-dung-nhan-su-3560313.html> [truy cập: 18h ngày 12/2/2017]

Nguyễn Văn Hiếu (2009), Đào tạo nguồn nhân lực với chiến lược phát triển dịch vụ bán lẻ tại các NHTM, Hội thảo khoa học “Phát triển dịch vụ bán lẻ tại các NHTM Việt Nam” do Vietinbank tổ chức tháng 11 năm 2009.

Minh Khoa (2017), Cách mạng công nghiệp 4.0 tác động đến các ngân hàng Việt thế nào?, truy cập tại <http://vietq.vn/cuoc-cach-mang-cong-nghe-40-tac-dong-den-nganh-ngan-hang-the-nao-d126487.html> [truy cập: 15h ngày 10 tháng 5 năm 2017]

Lê Thị Phương Liên (2007), “Biến động nhân lực ngành ngân hàng tại VN - thực trạng và giải pháp”, Tạp chí Thương mại số 28/2007

Lê Thị Mỹ (2014), Phát triển nguồn nhân lực trong ngành NHTM ở Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế, Luận văn thạc sĩ quản lý công, Học viện Hành chính Quốc gia, tr.39

Ngân hàng Nhà nước (2014), Đề án giai đoạn 2 tăng cường năng lực, xây dựng bồi dưỡng cán bộ ngân hàng, Hà Nội,

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2014), Báo cáo nhân sự tại Ngân hàng NNTW về thực hiện đề án nhân lực đến năm 2020 .tr.22-25

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2016), Đề án Xây dựng bộ tiêu chuẩn kỹ năng nghề nghiệp ngân hàng, xác định rõ ràng theo chức danh, cán bộ chuyên môn phù hợp với thông lệ quốc tế và đạt tiêu chuẩn của các nước tiên tiến trong khu vực, Hà Nội, tr.20-23

Lê Đình Thu (chủ nhiệm), “Nhu cầu nhân lực của ngành ngân hàng Việt Nam thời điểm đầu thế kỷ XXI”, Đề tài khoa học số 95.10.01

# MỘT SỐ GIẢI PHÁP CƠ CẤU LẠI KINH TẾ DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH QUẢNG NINH ĐẾN NĂM 2030

PGS.TS. Đỗ Huy Hà\* - Ths. Lê Hữu Phương\*

Quảng Ninh là một trung tâm du lịch lớn của Việt Nam và thế giới. Những năm qua, Tỉnh đã tận dụng những lợi thế sẵn có của địa phương để thực hiện cơ cấu kinh tế du lịch, bước đầu đã mang đến nhiều kết quả khởi sắc và nổi bật. Tuy nhiên, trước những diễn biến phức tạp thời gian qua, đặc biệt là ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 đã tác động nghiêm trọng đến du lịch tỉnh Quảng Ninh. Điều đó đòi hỏi các chủ thể trong Tỉnh phải thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp cơ cấu lại ngành du lịch, giúp cho quá trình này ngày càng hợp lý, đạt hiệu quả và thành công hơn. Bài viết đề cập đến lý luận và thực tiễn về cơ cấu kinh tế du lịch, đồng thời đề xuất, kiến nghị một số giải pháp cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh, nhằm hướng đến mục tiêu phát triển du lịch Quảng Ninh đến năm 2030 trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và bền vững.

• Từ khóa: giải pháp, cơ cấu, cơ cấu lại, kinh tế du lịch, kinh tế mũi nhọn.

Quang Ninh is a major tourist center of Vietnam and the world. In recent years, the Province has taken advantage of the local advantages to implement the tourism economic structure, initially bringing many prosperous and outstanding results. However, in the face of complicated developments recently, especially the impact of the Covid-19 pandemic, it has seriously impacted tourism in Quang Ninh province. That requires entities in the Province to synchronously implement many solutions to restructure the tourism industry, making this process more reasonable, effective and successful. The article addresses the theory and practice of tourism economic structure, and also proposes and recommends a number of solutions to restructure the tourism economy in Quang Ninh province, aiming at development goals Quang Ninh tourism by 2030 becomes a key and sustainable economic sector.

• Key words: solution, structure, restructure, tourism economy, spearhead economy.

JEL codes: Z30, Z32, Z33, Z39

Ngày nhận bài: 11/10/2023

Ngày gửi phản biện: 13/10/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 22/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

du lịch của người dân ở mọi quốc gia, mọi địa phương đều gia tăng, làm cho du lịch trở thành một ngành kinh tế mang lại nhiều việc làm, lợi nhuận cho các quốc gia và địa phương biết khai thác tài nguyên du lịch của mình. Ở tỉnh Quảng Ninh, du lịch được xem như là ngành “công nghiệp không khói”, một ngành kinh tế mũi nhọn nằm trong kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội (KT-XH) và là một trong những ngành dịch vụ quan trọng trong cơ cấu kinh tế của địa phương. Do đó, những năm qua, cùng với các địa phương trong cả nước, tỉnh Quảng Ninh luôn quan tâm đến việc xây dựng một cơ cấu kinh tế hợp lý nói chung, cơ cấu kinh tế du lịch (KTDL) hợp lý nói riêng, nhằm vừa tăng cường khai thác tiềm năng, thế mạnh về du lịch, gia tăng tỷ trọng ngành dịch vụ du lịch trong cơ cấu kinh tế, vừa đảm bảo cho sự phát triển KT-XH và quốc phòng, an ninh trên địa bàn Tỉnh. Điều đó nói lên tầm quan trọng của việc xây dựng cơ cấu KTDL hợp lý đối với sự phát triển toàn diện của nền kinh tế. Do đó, để có một cơ cấu được sắp xếp, bố trí hợp lý và thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp nhiều hơn nữa vào sự phát triển KT-XH của Tỉnh trong thời gian tới thì đòi hỏi ngành du lịch tỉnh Quảng Ninh phải tiến hành cơ cấu lại. Để quá trình cơ cấu lại thành công thì yêu cầu đặt ra là cần tiếp tục làm sáng tỏ các vấn đề lý luận và thực tiễn, đồng thời đề xuất các giải pháp cơ cấu lại KTDL trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh phù hợp,

## 1. Mở đầu

Du lịch là một hoạt động xuất hiện từ rất lâu trong lịch sử nhân loại. Trải qua nhiều giai đoạn phát triển, cho đến nay du lịch đã trở thành nhu cầu không thể thiếu trong đời sống sinh hoạt của con người. Thời gian qua, cùng với sự tăng trưởng về kinh tế, nhu cầu đi

\* Học viện Chính trị, Bộ Quốc phòng

nhằm nâng cao hiệu quả, đảm bảo cho quá trình đó luôn đi đúng hướng, đáp ứng năng lực và yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn.

## 2. Lý luận và thực tiễn về cơ cấu kinh tế du lịch và cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh

Cơ cấu kinh tế là tổng thể những mối quan hệ về số lượng và chất lượng giữa các bộ phận cấu thành nền kinh tế trong không gian, thời gian và những điều kiện KT-XH nhất định. Thông qua những cách hiểu, quan niệm khác nhau, tác giả cho rằng: Cơ cấu kinh tế du lịch là tổng thể những mối quan hệ về số lượng và chất lượng giữa các bộ phận cấu thành ngành du lịch trong không gian, thời gian và những điều kiện kinh tế - xã hội nhất định. Từ nghiên cứu quan niệm này, dưới góc độ tiếp cận cơ cấu KTDL theo ngành, vùng và thành phần kinh tế trong phạm vi, cấp độ địa phương là tỉnh Quảng Ninh, tác giả quan niệm: Cơ cấu kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh là tổng thể những mối quan hệ về số lượng và chất lượng giữa các bộ phận cấu thành ngành du lịch trong không gian, thời gian và những điều kiện kinh tế - xã hội nhất định của Tỉnh ở từng thời kỳ.

Kinh tế du lịch muốn phát triển bền vững thì cơ cấu KTDL phải hợp lý, đáp ứng nhu cầu đặt ra của thời đại. Do đó, để cơ cấu KTDL hợp lý, hiện đại và hiệu quả thì phải tiến hành quá trình cơ cấu lại. Cho đến nay, chưa có nhà khoa học hay công trình nghiên cứu nào đưa ra quan niệm về cơ cấu lại KTDL một cách rõ ràng, mà mới chỉ đề cập ở những khía cạnh và lát cắt khác nhau thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, các hội thảo hay trong các đề án của Chính phủ. Trên cơ sở kế thừa có chọn lọc những điểm hợp lý từ các quan niệm khác nhau về KTDL và cơ cấu lại kinh tế. Đồng thời, từ sự nhận thức, cách hiểu của cá nhân thông qua việc nghiên cứu các khía cạnh và lát cắt khác nhau về cơ cấu lại KTDL, tác giả cho rằng: *Cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh là hoạt động có chủ đích của các chủ thể thông qua việc điều chỉnh, bố trí, sắp xếp lại các yếu tố cơ bản của lực lượng sản xuất và các mặt quan hệ sản xuất trong ngành du lịch của Tỉnh, nhằm hình thành một cơ cấu kinh tế du lịch mới theo hướng hợp lý, hiện đại và hiệu quả, giúp cho du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có giá trị gia tăng cao.*

Thực tiễn những năm qua, tỉnh Quảng Ninh đã quán triệt, triển khai thực hiện nhiều kế hoạch, đề án quan trọng, trong đó có đề án “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”; Nghị quyết số 07-NQ/TU của Ban Chấp hành Đảng bộ Tỉnh về phát triển du lịch Quảng Ninh giai đoạn 2013-2020, định hướng đến năm 2030;

đề án “Cơ cấu lại ngành du lịch Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn” của Thủ tướng Chính phủ theo Quyết định phê duyệt số 1685/QĐ-TTg, ngày 05 tháng 12 năm 2018;... Theo đó, trong giai đoạn 2016-2022, du lịch Quảng Ninh đã gặt hái được nhiều thành công với những kết quả lớn, nổi bật, như: cơ cấu các loại hình du lịch luôn có số lượng và tỷ trọng các sản phẩm thế mạnh chiếm ưu thế lớn; cơ cấu vùng được hình thành với bốn vùng không gian du lịch, các vùng mang đầy đủ đặc trưng, bản sắc và thương hiệu du lịch của Tỉnh; cơ cấu thành phần vận động theo định hướng phát triển của bốn thành phần kinh tế, có vai trò quan trọng và đóng góp ngày càng lớn vào sự phát triển của KTDL Tỉnh nhà. Những kết quả đó đã từng bước góp phần vào việc xây dựng cơ cấu KTDL hợp lý và ngày càng hoàn thiện hơn, trở thành địa chỉ du lịch hàng đầu, đón hàng triệu du khách trong nước và quốc tế đến tham quan, nghỉ dưỡng, cụ thể: tổng lượng khách du lịch đến Quảng Ninh năm 2022 đạt 11,6 triệu lượt, tăng 1,4 lần so với năm 2016; doanh thu du lịch năm 2022 đạt 22.600 tỷ đồng, tăng 1,7 lần so với năm 2016.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được, vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, yếu kém ở cả cơ cấu loại hình du lịch, cơ cấu vùng và thành phần kinh tế so với yêu cầu xây dựng cơ cấu KTDL hợp lý, hiện đại và hiệu quả, như: cơ cấu theo loại hình du lịch còn dàn trải, mất cân đối; cơ cấu theo vùng chưa tạo được dấu ấn riêng để khai thác có hiệu quả tiềm năng, thế mạnh của từng vùng; cơ cấu theo thành phần kinh tế vẫn còn nhiều bất cập,... Vì vậy, đòi hỏi phải có những giải pháp cơ cấu lại KTDL trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh một cách toàn diện, đồng bộ và cụ thể, để hướng tới xây dựng cơ cấu KTDL của Tỉnh hợp lý và thành công.

## 3. Giải pháp cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh

Trên cơ sở thực trạng cơ cấu KTDL trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh thời gian qua. Đồng thời, để phát huy những ưu điểm, khắc phục những tồn tại, hạn chế bất cập, góp phần thúc đẩy quá trình cơ cấu lại KTDL trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh đến năm 2030, tác giả đề xuất kiến nghị một số giải pháp như sau:

**Một là, xây dựng, bổ sung, hoàn thiện đề án cơ cấu lại kinh tế du lịch cho tỉnh Quảng Ninh một cách đồng bộ, chặt chẽ, hiệu quả và thành công trong thực tiễn**

Đây là giải pháp đặc biệt quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp, toàn diện đến quá trình thực hiện cơ cấu lại KTDL ở nhiều góc độ khác nhau, trong đó phương diện bố trí, sắp xếp các loại hình du lịch, vùng du lịch và sự phát triển của các thành phần kinh tế tham gia phát triển KTDL, quyết định đến kết quả, sự thành



công của quá trình cơ cấu lại KTDL trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh.

Tuy quá trình cơ cấu lại KTDL đã được thực hiện nhằm hướng đến sự lớn mạnh và phát triển của ngành du lịch Tỉnh nhà, nhưng cho đến nay, Quảng Ninh chưa xây dựng cho địa phương một đề án cơ cấu lại KTDL trên địa bàn Tỉnh một cách riêng biệt, cụ thể và đồng bộ để bổ sung, nâng cao hiệu quả thực hiện của quá trình này trong thực tiễn. Xây dựng, hoàn thiện một đề án cơ cấu lại KTDL của Tỉnh là hết sức cần thiết, quan trọng và mang nhiều ý nghĩa to lớn, bởi: Quảng Ninh đã xác định vai trò mũi nhọn, quan trọng của du lịch trong cơ cấu kinh tế của Tỉnh; cùng với đó, nó cũng là phù hợp với bối cảnh mới của thực tiễn ngành du lịch trong và sau đại dịch Covid-19 vừa qua; đồng thời, đó cũng là để quán triệt, triển khai thực hiện và vận dụng hiệu quả hơn đề án “Cơ cấu lại ngành du lịch Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn” theo Quyết định phê duyệt số 1685/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ký và ban hành năm 2018. Do đó, đòi hỏi cấp ủy Đảng, chính quyền và các cơ quan chuyên môn, các nhà quản lý du lịch trong Tỉnh cần nghiêm túc nghiên cứu và tổ chức thực hiện, để có thể kịp thời bổ sung trong thực tiễn, nhằm giúp cho quá trình này được thực hiện đồng bộ, chặt chẽ và hiệu quả hơn. Để thực hiện hiệu quả giải pháp này, cần làm tốt các biện pháp cụ thể như: *Thứ nhất*, xác định các căn cứ cho việc xây dựng đề án cơ cấu lại kinh tế du lịch tỉnh Quảng Ninh để bổ sung và ban hành thực hiện trong thực tiễn; *Thứ hai*, tiếp tục hoàn thiện quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, đảm bảo cơ sở vững chắc để xây dựng đề án cơ cấu lại phù hợp, đáp ứng yêu cầu của quá trình này trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh trong thực tiễn; *Thứ ba*, rà soát, đánh giá lại thực trạng của các hoạt động kinh doanh du lịch trên địa bàn Tỉnh để nghiên cứu, tiến hành xây dựng đề án cơ cấu lại cho phù hợp và kịp thời;....

**Hai là, đẩy mạnh xây dựng và hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch, ứng dụng khoa học công nghệ, tạo nền tảng và động lực đẩy nhanh quá trình cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh**

Đây là giải pháp đột phá, có ý nghĩa tạo nền tảng, động lực thúc đẩy phát triển và quá trình cơ cấu lại KTDL nói chung, cơ cấu lại KTDL trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh nói riêng. Thời gian qua, sự tác động của kết cấu hạ tầng và những thành tựu của KHCN đã có những ảnh hưởng nhất định đến đời sống KT-XH của Tỉnh, trong đó có KTDL. Nhiều chủ trương, chính sách về những nội dung này trong ngành du lịch đã được tỉnh Quảng Ninh ban hành và thực hiện trong thời gian qua. Những chủ trương, chính sách đó đã được các địa phương trong Tỉnh tiếp cận, triển khai

thực hiện triệt để, chặt chẽ. Đặc biệt, trước bối cảnh ảnh hưởng toàn diện, sâu sắc của đại dịch Covid-19 lên ngành du lịch Quảng Ninh vừa qua thì vai trò của việc đẩy mạnh xây dựng, hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch và ứng dụng KHCN trong ngành du lịch lại càng trở nên cấp thiết, trở thành vấn đề mang tính chiến lược. Đây là khâu đột phá, đồng thời là vấn đề cốt lõi để thúc đẩy quá trình cơ cấu lại và phát triển bền vững ngành du lịch. Để triển khai hiệu quả giải pháp này, trong thời gian tới cần thực hiện tốt các biện pháp cụ thể như: *Thứ nhất*, tiếp tục đẩy mạnh hình thức đối tác công - tư để xây dựng và hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch, nhất là hệ thống các công trình giao thông trọng điểm, chiến lược trên địa bàn Tỉnh; *Thứ hai*, huy động mọi nguồn lực cho việc xây dựng và hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch trên địa bàn Tỉnh; *Thứ ba*, tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế, các tầng lớp nhân dân về vai trò, tầm quan trọng của khoa học công nghệ đối với quá trình cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn Tỉnh; *Thứ tư*, tăng cường đầu tư xây dựng, hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch thông minh, du lịch số nhằm ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào ngành du lịch một cách triệt để, toàn diện và đồng bộ hơn; *Thứ năm*, tăng cường, đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại nhằm hỗ trợ ngành du lịch tỉnh Quảng Ninh trên phạm vi, quy mô và địa bàn rộng lớn hơn;...

**Ba là, tiếp tục huy động, sử dụng có hiệu quả nguồn lực tài chính trong các doanh nghiệp du lịch, tạo động lực thúc đẩy nhanh quá trình cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh**

Đây là giải pháp rất quan trọng, có ý nghĩa lớn đối với việc cơ cấu lại KTDL. Nguồn lực tài chính cùng vốn đầu tư đều có ảnh hưởng, tác động lớn đến cơ cấu, chất lượng của các doanh nghiệp du lịch và tiến độ, hiệu quả thực hiện quá trình cơ cấu lại KTDL trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh.

Tài chính là nguồn lực quan trọng của các doanh nghiệp du lịch. Nó bao gồm toàn bộ những nguồn quỹ được doanh nghiệp dùng để duy trì hoạt động, vận hành kinh doanh du lịch; nguồn lực này được cấu thành bằng nhiều phương thức khác nhau, thông qua: vốn chủ sở hữu, vốn tích lũy, vốn vay, nguồn tài trợ từ các đối tác, nhà đầu tư hoặc ngân hàng,... Nguồn lực tài chính trong các doanh nghiệp hoạt động, kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh hiện nay có sự phân cấp, quản lý từ trung ương tới các địa phương. Các nguồn lực này hiện nay chủ yếu lấy từ một số nguồn chính như: vốn từ ngân sách nhà nước, vốn vay, vốn chủ sở hữu,... (đối với khu vực nhà nước); vốn của HTX, của tổ chức doanh nghiệp, vốn chủ sở hữu,

vốn vay,... (khu vực kinh tế tập thể, tư nhân); vốn của các tổ chức, các doanh nghiệp, các quốc gia,... (khu vực đầu tư trực tiếp nước ngoài). Tuy nhiên, so với thực trạng của ngành du lịch vừa qua thì nguồn lực này trong các doanh nghiệp du lịch còn thiếu và yếu, quy mô nhỏ; nhiều doanh nghiệp chưa có tiềm lực tài chính thực sự đủ mạnh, chưa có các nguồn vốn huy động tốt, để có thể duy trì, vận hành hoạt động của doanh nghiệp mình thường xuyên, ở cường độ cao, có thể đứng vững trước những khó khăn, trước mọi hoàn cảnh, đặc biệt là trước những biến động của KT-XH trong tỉnh, trong nước và quốc tế vừa qua. Để quá trình cơ cấu lại KTDL trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh đạt hiệu quả thiết thực, cần quán triệt và thực hiện một số biện pháp cụ thể sau như: *Thứ nhất*, tăng cường ban hành các chính sách hỗ trợ của Nhà nước cho các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Tỉnh; *Thứ hai*, mở rộng khả năng tiếp cận vốn cho các doanh nghiệp du lịch; *Thứ ba*, tăng cường sự hợp tác giữa các doanh nghiệp du lịch với ngân hàng để hướng tới ổn định dòng vốn vay và hiệu quả trong sử dụng:....

**Bốn là, tăng cường đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn Tỉnh**

Đây là giải pháp cơ bản, đặc biệt quan trọng, có ý nghĩa quyết định đến tiến độ, chất lượng và hiệu quả của quá trình cơ cấu lại KTDL, bởi nhân lực du lịch là nguồn lực chính, chi phối đến mọi hoạt động, từ quản lý, sản xuất, đầu tư, kinh doanh đến phân phối, điều tiết du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh. Cùng với đó, từ thực trạng của nguồn lực này sau hai năm gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 nên nhân lực du lịch hiện nay cũng chưa thể phục hồi và trở lại được như thời điểm trước dịch. Đa số các doanh nghiệp đang gặp khó khăn trong tuyển dụng nhân sự, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao. Nhiều nhân sự trước đây làm du lịch giờ đã chuyển sang ngành nghề mới. Nhiều người chưa sẵn sàng quay trở lại vì đã tìm được việc tốt hơn, hoặc lo ngại thị trường du lịch chưa phục hồi toàn bộ; nguồn nhân lực đào tạo mới trong hai năm qua cũng gặp nhiều khó khăn,... Do đó, chưa thể đáp ứng được ngay yêu cầu của quá trình cơ cấu lại KTDL trên địa bàn Tỉnh. Để đáp ứng được yêu cầu này, đòi hỏi phải tăng cường đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch trong thời gian tới. Thực hiện giải pháp này, cần làm tốt các biện pháp cụ thể như: *Thứ nhất*, tiếp tục điều chỉnh, hoàn thiện công tác đào tạo, bồi dưỡng nhằm đảm bảo chất lượng nguồn nhân lực trong các doanh nghiệp du lịch; *Thứ hai*, hoàn thiện chương trình phát triển nguồn nhân lực du lịch; *Thứ ba*, triển khai và thực hiện chặt chẽ, cụ thể kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng

nguồn nhân lực; *Thứ tư*, ưu tiên phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh

**Năm là, tăng cường liên kết hợp tác trong quá trình cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh**

Đây là giải pháp cơ bản, cần thiết bởi liên kết phát triển kinh tế được coi là phương tiện, động lực quan trọng nhằm khắc phục không gian kinh tế bị chia cắt địa giới hành chính, sự phát triển lỏng lẻo, thiếu liên kết giữa các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, phát huy tối đa lợi thế so sánh của vùng miền và địa phương. Thời gian qua, sự liên kết kinh tế để phát triển du lịch là một xu thế tất yếu. Trong đó, tăng cường liên kết vùng, nội vùng, liên kết doanh nghiệp, kết nối và khai thác có hiệu quả khu vực có vốn đầu tư nước ngoài với các khu vực trong nước có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với quá trình cơ cấu lại KTDL. Để thúc đẩy nhanh quá trình cơ cấu lại KTDL, cần quán triệt và thực hiện các biện pháp cụ thể như: *Thứ nhất*, tăng cường phát triển cụm liên kết ngành để đẩy nhanh quá trình cơ cấu lại kinh tế du lịch trên địa bàn Tỉnh; *Thứ hai*, tăng cường quan hệ hợp tác du lịch giữa tỉnh Quảng Ninh với các địa phương trong vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ; *Thứ ba*, tiếp tục mở rộng, tăng cường liên kết, hợp tác phát triển du lịch để khai thác mạnh mẽ thị trường nội địa, tạo sức hút đối với thị trường khách quốc tế;....

Các giải pháp trên cần phải thực hiện một cách toàn diện, đồng bộ, trong đó: xây dựng, bổ sung, hoàn thiện đề án cơ cấu lại KTDL cho tỉnh Quảng Ninh là vấn đề cấp bách, đồng thời là động lực to lớn, nền móng quan trọng và then chốt; đẩy mạnh xây dựng và hoàn thiện kết cấu hạ tầng du lịch, ứng dụng khoa học công nghệ là một bước đột phá lớn; các giải pháp khác là những đòn bẩy quan trọng của quá trình cơ cấu lại KTDL tỉnh nhà.

### Tài liệu tham khảo:

Ban Cán sự Đảng UBND tỉnh Quảng Ninh (2019), *Tình hình thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016-2020; định hướng phát triển kinh tế - xã hội giai đoạn 2021-2025*, Báo cáo, số 723-BC/BCSD, 31/12/2019, Quảng Ninh.

Bộ Chính trị (2017), *Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017, Hà Nội.

Cục Thống kê tỉnh Quảng Ninh (2021), *Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh năm 2020*, Nxb Thống kê, Hà Nội.

Cục Thống kê tỉnh Quảng Ninh (2023), *Niên giám thống kê tỉnh Quảng Ninh năm 2022*, Nxb Thống kê, Hà Nội.

Đảng bộ tỉnh Quảng Ninh (2020), *Văn kiện Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ XV, nhiệm kỳ 2020-2025*, Quảng Ninh.

Hội đồng Nhân dân tỉnh Quảng Ninh (2022), *Thông qua quy hoạch tỉnh Quảng Ninh thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Nghị quyết, số 108/NQ-HĐND, ngày 09/7/2022, Quảng Ninh.

Thủ tướng Chính phủ (2018), *Cơ cấu lại ngành du lịch Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn*, Đề án cấp Quốc gia, Quyết định số 1685/QĐ-TTg ngày 05/12/2018, Hà Nội.

Thủ tướng Chính phủ (2023), *Quy hoạch tỉnh Quảng Ninh thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Quyết định phê duyệt, số 80/QĐ-TTg, ngày 11/02/2023, Hà Nội.

UBND tỉnh Quảng Ninh (2014), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Đề án cấp Tỉnh, Quảng Ninh.

UBND tỉnh Quảng Ninh (2023), *Đánh giá kết quả thực hiện Chương trình hành động của Chính phủ nhiệm kỳ 2021 - 2025 thực hiện Nghị quyết của Quốc hội về Kế hoạch phát triển KT-XH 5 năm 2021-2025*, Báo cáo, Số 195/BC-UBND, ngày 31/7/2023, Quảng Ninh.

# XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC DỮ LIỆU NÂNG CAO LỢI THẾ CẠNH TRANH BỀN VỮNG CỦA DOANH NGHIỆP

TS. Nguyễn Văn Thủy\*

*Nghiên cứu này thực hiện phân tích về chiến lược dữ liệu doanh nghiệp thông qua xác định các thành phần cơ bản của chiến lược dữ liệu, mô hình chiến lược dữ liệu và quy trình xây dựng chiến lược dữ liệu doanh nghiệp. Nghiên cứu phân tích thách thức của các doanh nghiệp trong việc xây dựng chiến lược dữ liệu và đề xuất các khuyến nghị xây dựng mô hình chiến lược dữ liệu nâng cao lợi thế cạnh tranh bền vững của các doanh nghiệp hiện nay.*

• Từ khóa: chiến lược dữ liệu; quản trị dữ liệu; mô hình chiến lược dữ liệu; lợi thế cạnh tranh bền vững.

*This study conducts an analysis of enterprise data strategy by identifying the basic components of data strategy, data strategy model, and the process of building an enterprise data strategy. The study analyzes the challenges of businesses in building data strategies and proposes recommendations for building a data strategy model to enhance the sustainable competitive advantage of today's businesses.*

• Key words: data strategy; data management; data strategy model; sustainable competitive advantage.

JEL codes: C81, D80, M15, Q01

Ngày nhận bài: 11/10/2023

Ngày gửi phản biện: 13/10/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 22/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh quá trình chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, dữ liệu đang trở thành một tài nguyên quan trọng, một nhân tố đột phá cho mọi hoạt động của doanh nghiệp (DN). Dữ liệu hiện nay đang thực sự làm thay đổi cách thức hoạt động. Dữ liệu đang chuyển đổi mô hình các DN đang hoạt động và sẽ tiếp tục gia tăng vị thế trong tương lai. Do đó, các DN hiểu rằng dữ liệu là một tài sản chiến lược có vai trò không kém các nguồn tài sản khác như nguồn nhân lực, vật lực và tài lực thì sẽ phát triển mạnh mẽ và bền vững hơn. Cùng với sự bùng nổ của công nghệ, lượng dữ liệu sinh ra cũng tăng trưởng mạnh mẽ và không ngừng cách mạng hóa hoạt động kinh doanh của DN.

Dữ liệu là nguồn nguyên liệu đầu vào giúp cung cấp thông tin quan trọng để nâng cao năng suất hoạt động, tối ưu chi phí, đánh giá hiệu quả kinh doanh và nâng cao trải nghiệm khách hàng hiệu quả của DN.

Quá trình chuyển đổi số đã chuyển DN hướng tới DN số. Và khi đó, dữ liệu trở thành tài sản kinh doanh chính, là trung tâm cho sự thành công của các DN số. Bối cảnh số đòi hỏi DN phải nhanh hơn, tối ưu hơn, hiệu quả hơn và thông minh hơn. Dữ liệu là một trong những chìa khóa để các DN số có được lợi thế cạnh tranh bền vững. DN cần kết nối được giữa chiến lược, kiến trúc kinh doanh và dữ liệu nhằm tạo ra hiệu quả cao nhất cho DN. Theo Bernard Marr (2017), DN cần phải nhìn nhận dữ liệu như một tài sản chiến lược thì mới có thể tồn tại và phát triển bền vững. Chiến lược dữ liệu (CLDL) trong DN là một chủ đề được cả các nhà nghiên cứu và thực tiễn quan tâm. Nghiên cứu của Bernard Marr (2017), DalleMule và cộng sự (2017) đã tập trung vào nghiên cứu về khái niệm CLDL, cách các tổ chức xây dựng và triển khai CLDL. Nghiên cứu đã đưa ra cách thức để DN có thể xác định rõ mục tiêu, xác định các nguồn dữ liệu, xây dựng cơ sở hạ tầng dữ liệu, và quản lý dữ liệu để đạt được lợi ích kinh doanh. Trong tập hợp các nghiên cứu của Fleckenstein và cộng sự (2018) về CLDL hiện đại đã xác định quy trình để điều chỉnh CLDL với chiến lược kinh doanh của tổ chức đồng thời mô tả cấu trúc và triển khai quản lý dữ liệu, khung quản lý dữ liệu trong tổ chức. Nghiên cứu của Bhargava và cộng sự (2020), đã nghiên cứu về nền tảng CLDL bao gồm tất cả các quy tắc liên quan đến dữ liệu do nền tảng thực hiện, nhằm mục đích thúc đẩy lợi thế cạnh tranh bền vững của DN. Các nghiên cứu khác tập trung vào vai trò lợi ích của CLDL trong DN trong gia tăng lợi thế cạnh tranh (Medeiros và cộng sự (2020), Grassi và cộng sự

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



(2022)), cách thức triển khai CLDL (Balakrishnan và cộng sự (2020), Fleckenstein và cộng sự (2018)). Tại Việt Nam, nghiên cứu của Thảo D.T.T và Công N.C (2020) đã có nghiên cứu cơ bản ban đầu về vai trò của kế toán trong CLDL lớn của DN, nghiên cứu của Lê Nguyễn Trường Giang (2023) về vai trò của CLDL trong chuyển đổi số.

Thông qua tổng quan các nghiên cứu trên đây có thể thấy các nghiên cứu về CLDL trong DN đã bắt đầu được công bố trong những năm gần đây cùng với sự phát triển bùng nổ của dữ liệu trong DN. Ở Việt Nam, chưa có nhiều các nghiên cứu chuyên sâu về CLDL trong DN. Nghiên cứu này tập trung phân tích về CLDL với các thành phần, mô hình và quy trình triển khai trong DN đồng thời đề xuất xây dựng mô hình CLDL nâng cao lợi thế cạnh tranh bền vững của các DN Việt Nam hiện nay.

## 2. Cơ sở lý luận về chiến lược dữ liệu

### 2.1. Chiến lược dữ liệu và vai trò của chiến lược dữ liệu

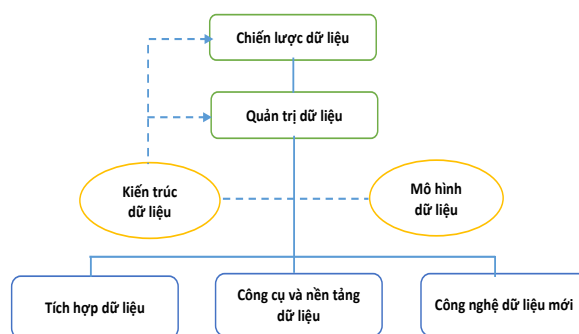
Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ đã thúc đẩy sự tăng trưởng đột phá về dữ liệu lớn (BigData) và Internet vạn vật kết nối (IoT), kết hợp với các công nghệ nền tảng phân tích và xử lý dữ liệu lớn đã gia tăng vai trò của dữ liệu trong hoạt động của mọi tổ chức nói chung và DN nói riêng. Dữ liệu đóng vai trò là chìa khóa then chốt để mọi hoạt động của tổ chức, DN trở nên nhanh hơn, hiệu quả hơn và thông minh hơn. Tuy nhiên, để hướng tới dữ liệu trở thành tài sản kinh doanh chính và là trung tâm cho sự thành công của DN đòi hỏi các DN cần có CLDL.

Có hai khái niệm về CLDL và quản trị dữ liệu có mức độ tương đồng về quản lý và hoạch định nhưng khác nhau về quy mô. Theo Dama (2017), “Quản trị dữ liệu là sự phát triển, thực thi, và theo dõi các kế hoạch, chính sách, chương trình và ứng dụng thực tế liên quan đến việc trao đổi, kiểm soát, bảo vệ và cải thiện giá trị của tài sản dữ liệu và dòng chảy thông tin xuyên suốt hoạt động của DN” và “Chiến lược dữ liệu là chiến lược dữ liệu tương ứng với bản kế hoạch chiến lược về Quản trị dữ liệu. Bản kế hoạch này là để việc duy trì và liên tục cải tiến chất lượng của dữ liệu, sự minh bạch hóa thông tin, kết nối và bảo mật, đồng thời giảm thiểu các rủi ro đã biết và tiềm tàng”. CLDL đóng vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi số chuyên đổi mô hình DN truyền thống sang DN số thông qua số hóa quy trình kinh doanh và chuyển đổi mô hình kinh doanh. CLDL tạo một lộ trình phát triển bền vững cho hoạt động kinh doanh của DN trong kỷ nguyên công nghệ thông qua cách tạo ra một

mô hình kinh doanh với dòng chảy doanh thu và các hoạt động được giám sát và điều hành bởi các quyết định từ dữ liệu. CLDL của DN là một kế hoạch dài hạn xác định công nghệ, quy trình, con người và quy tắc cần có để quản lý tài sản dữ liệu của DN, trong đó thể hiện tầm nhìn dài hạn của DN trong các hoạt động thu thập, lưu trữ, chia sẻ và sử dụng dữ liệu.

CLDL có mối quan hệ chặt chẽ với quản trị dữ liệu, kiến trúc dữ liệu, mô hình dữ liệu và các nền tảng dữ liệu khác theo mối quan hệ phân cấp như sau:

Hình 1. Mối quan hệ giữa chiến lược dữ liệu và quản trị, kiến trúc và mô hình dữ liệu



Nguồn: Tác giả tổng hợp

CLDL đóng vai trò quan trọng giúp các DN định hình, phát triển và duy trì các hoạt động hướng tới tính phù hợp, đổi mới sáng tạo và gia tăng lợi thế cạnh tranh một cách bền vững trong môi trường công nghệ phát triển không ngừng. Vai trò của CLDL trong DN được thể hiện bao gồm liên kết quá trình quản lý dữ liệu với chiến lược kinh doanh và quản trị dữ liệu.

### 2.2. Thành phần cơ bản của chiến lược dữ liệu

Chiến lược dữ liệu DN bao gồm nhiều thành phần cơ bản để xác định cách DN quản lý và sử dụng dữ liệu. Các thành phần quan trọng của chiến lược dữ liệu DN bao gồm:

**Mục tiêu và tầm nhìn dữ liệu:** Xác định mục tiêu dữ liệu dài hạn của DN và tầm nhìn về cách dữ liệu sẽ được sử dụng để hỗ trợ sự phát triển và thành công của DN.

**Quy trình thu thập và lưu trữ dữ liệu:** Xác định cách DN sẽ thu thập, lưu trữ và quản lý dữ liệu. Điều này bao gồm cả quyết định về việc sử dụng lưu trữ truyền thống hoặc trên nền tảng đám mây, quản lý cơ sở dữ liệu, và quy trình sao lưu dữ liệu.

**Bảo mật và tuân thủ:** CLDL cần đảm bảo tính bảo mật của dữ liệu và tuân thủ các quy định liên quan đến quyền riêng tư và an ninh thông tin.

**Kiến thức và nguồn nhân lực:** Xác định nhu cầu về kiến thức và nguồn nhân lực để thực hiện CLDL. Điều này có thể bao gồm đào tạo nhân viên, tuyển dụng chuyên gia dữ liệu, và phát triển năng lực trong lĩnh vực dữ liệu.

**Công nghệ và hạ tầng:** Định rõ các công nghệ và hạ tầng cần thiết để hỗ trợ việc quản lý và phân tích dữ liệu, bao gồm các công cụ phân tích dữ liệu, cơ sở dữ liệu, và hệ thống lưu trữ dữ liệu DN.

**Quy trình và quy tắc:** Xác định các quy trình và quy tắc về việc thu thập, xử lý, và chia sẻ dữ liệu trong DN. Điều này giúp đảm bảo tính nhất quán và chất lượng của dữ liệu.

**Phân tích dữ liệu và sử dụng:** Xác định cách DN sẽ phân tích và sử dụng dữ liệu để đạt được mục tiêu kinh doanh. Điều này bao gồm cách DN sẽ trích xuất thông tin hữu ích từ dữ liệu và áp dụng nó vào quyết định kinh doanh.

**Đánh giá hiệu suất:** Thiết lập các chỉ số hiệu suất và cách đánh giá tiến triển đối với mục tiêu dữ liệu trong chiến lược của DN.

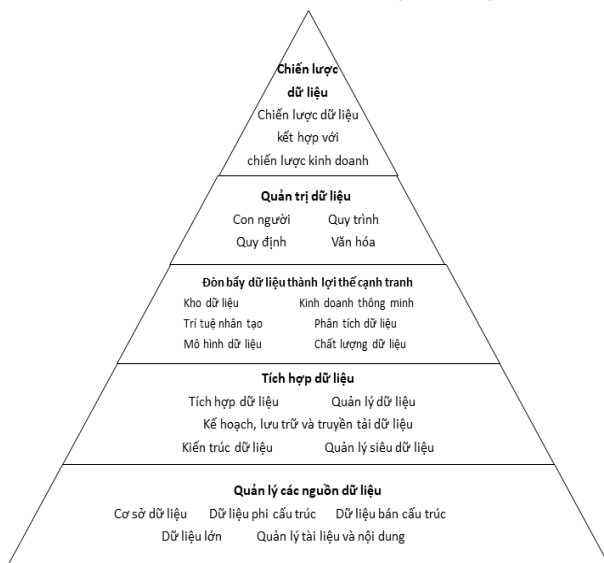
**Tài chính và nguồn lực:** Xác định nguồn tài chính và nguồn lực cần thiết để triển khai và duy trì CLDL của DN.

**Tối ưu hóa và thích nghi:** Chiến lược dữ liệu DN cần có các khả năng tối ưu hóa và thích nghi với sự thay đổi trong môi trường kinh doanh và công nghệ.

Tất cả những thành phần này cùng đóng góp vào việc xây dựng một CLDL mạnh mẽ và hiệu quả giúp DN tận dụng tối đa giá trị từ dữ liệu của mình.

2.3. Mô hình hóa chiến lược dữ liệu DN

Hình 2. Mô hình chiến lược dữ liệu



Nguồn: Global Data Strategy (2021)

Theo Global Data Strategy (2021), chiến lược dữ liệu DN cần liên kết chặt chẽ với chiến lược kinh doanh và các giải pháp công nghệ là cấp độ cao nhất của CLDL. CLDL có 05 cấp độ.

**Cấp độ 1: Quản lý các nguồn dữ liệu:** Ở cấp độ này DN thực hiện quản lý các nguồn dữ liệu từ các dữ liệu có cấu trúc, dữ liệu phi cấu trúc, dữ liệu bán cấu trúc và lưu trữ các văn bản, nội dung. Ở cấp độ 1 DN quan tâm đến hạ tầng công nghệ thu thập, lưu trữ dữ liệu.

**Cấp độ 2: Tích hợp dữ liệu:** Ở cấp độ này DN thực hiện ở mức độ cao hơn đó là tích hợp dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau với các công nghệ tiền xử lý dữ liệu, tích hợp, quản lý các nguồn dữ liệu. Ở cấp độ này chiến lược dữ liệu DN tập trung vào xây dựng kiến trúc dữ liệu DN, tích hợp và quản lý siêu dữ liệu.

**Cấp độ 3: Đòn bẩy dữ liệu thành lợi thế cạnh tranh:** Ở cấp độ này DN đã sử dụng dữ liệu với các công nghệ phân tích dữ liệu lớn, kinh doanh thông minh, trí tuệ nhân tạo kết hợp với các kho dữ liệu để tạo thành các đòn bẩy gia tăng lợi thế cạnh tranh của DN. Ở cấp độ này chiến lược dữ liệu DN tập trung vào mô hình hóa dữ liệu và chất lượng dữ liệu.

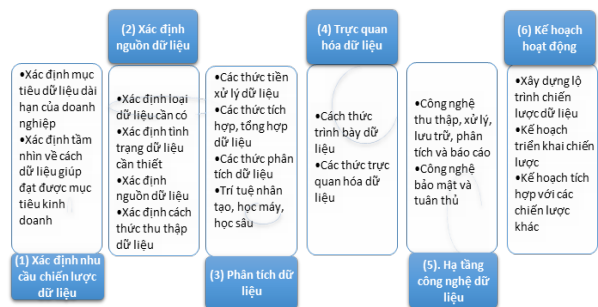
**Cấp độ 4: Quản trị dữ liệu:** Ở cấp độ này chiến lược dữ liệu DN đóng vai trò kết nối các nguồn lực trong DN cả con người, quy trình, quy định, văn hóa hướng tới các nguồn lực được sử dụng tối ưu và vận hành cùng nhau. Ở cấp độ này chiến lược dữ liệu DN tập trung vào tối ưu về mặt công nghệ, hệ thống dữ liệu và định hình văn hóa dữ liệu trong DN.

**Cấp độ 5: Chiến lược dữ liệu liên kết với chiến lược kinh doanh:** Là cấp độ cao nhất của CLDL DN. Chiến lược dữ liệu DN là một phần trong chiến lược kinh doanh tổng thể của DN.

3. Xây dựng chiến lược dữ liệu DN

3.1. Quy trình xây dựng chiến lược dữ liệu DN

Hình 3. Quy trình xây dựng chiến lược dữ liệu



Nguồn: Tổng hợp từ Bernard Marr (2017)

Theo Bernard Marr (2017), dữ liệu là nguồn tài sản quan trọng của DN, được DN sử dụng để cải thiện

tình hình kinh doanh hiện tại, hỗ trợ ra quyết định kinh doanh và chuyển đổi mô hình kinh doanh. Nghiên cứu cũng chỉ ra 06 bước để xây dựng chiến lược dữ liệu DN bao gồm: Xác định nhu cầu CLDL; Xác định các nguồn dữ liệu; Xác định các công nghệ trong phân tích dữ liệu; Xác định các công nghệ trực quan hóa dữ liệu; Hạ tầng công nghệ dữ liệu; Xác định các kế hoạch hoạt động của CLDL.

### 3.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến chiến lược dữ liệu DN

Có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến CLDL của DN, và chúng cần được xem xét để đảm bảo sự thành công của chiến lược. Một số nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến chiến lược dữ liệu DN bao gồm:

**Mục tiêu kinh doanh:** Mục tiêu và chiến lược kinh doanh của DN có ảnh hưởng lớn đến CLDL. Dữ liệu cần liên kết chặt chẽ với mục tiêu kinh doanh để tạo ra giá trị thực sự. Mục tiêu kinh doanh định hướng toàn bộ CLDL của DN.

**Nhu cầu của khách hàng:** Hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng là quan trọng để xác định loại dữ liệu cần thu thập và cách sử dụng để nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

**Công nghệ và hạ tầng:** Năng lực hạ tầng công nghệ của DN định hình cách DN có thể thu thập, lưu trữ, và xử lý dữ liệu. Việc xác định và đầu tư vào các công nghệ thu thập, xử lý, lưu trữ, phân tích, sử dụng phù hợp là nhân tố quan trọng trong chiến lược dữ liệu DN.

**Người dùng cuối:** Người sử dụng cuối, bao gồm cả nhân viên và khách hàng, ảnh hưởng đến việc thu thập và sử dụng dữ liệu. CLDL nên được thiết kế để đáp ứng nhu cầu của họ. Chiến lược dữ liệu DN cần định hướng hình thành và phát triển văn hóa dữ liệu của DN.

**Nguồn nhân lực:** Nguồn nhân lực chất lượng cao có đủ kiến thức, kỹ năng để thực hiện chiến lược dữ liệu là nhân tố quan trọng. Doanh nghiệp cần xây dựng cả các chiến lược đào tạo, tuyển bổ sung nguồn nhân lực đáp ứng CLDL.

**Bảo mật và tuân thủ:** Bảo mật dữ liệu và tuân thủ các quy định liên quan đến quyền riêng tư và an ninh thông tin là yếu tố không thể thiếu trong chiến lược dữ liệu DN.

**Thay đổi trong môi trường kinh doanh:** Sự thay đổi liên tục trong môi trường kinh doanh và công nghệ có thể yêu cầu điều chỉnh và tối ưu hóa CLDL.

**Ngân sách và tài chính:** Khả năng đầu tư vào CLDL và duy trì nó phụ thuộc vào ngân sách và tài chính của DN.

**Đối thủ và cơ hội thị trường:** Thị trường và đối thủ cũng có ảnh hưởng đến cách DN sử dụng dữ liệu để

cạnh tranh và tạo ra cơ hội kinh doanh.

**Chính trị và pháp lý:** Các yếu tố chính trị và pháp lý có thể ảnh hưởng đến việc thu thập và sử dụng dữ liệu, vì vậy cần tuân thủ và điều chỉnh theo các quy định hiện hành.

**Thách thức công nghệ:** Các thách thức công nghệ như thất bại hệ thống, sự cố bảo mật, và sự phức tạp trong việc tích hợp dữ liệu, phân tích, xử lý dữ liệu cũng cần được xem xét và đối phó trong CLDL.

Tất cả các nhân tố này phải được cân nhắc khi xây dựng và triển khai CLDL để đảm bảo rằng nó phản ánh mục tiêu kinh doanh và sẵn sàng thích nghi với môi trường biến đổi.

## 4. Chiến lược dữ liệu nâng cao lợi thế cạnh tranh bền vững của DN

### Bối cảnh chiến lược dữ liệu tại các DN

Với sự phát triển bùng nổ của công nghệ đã tạo ra một lượng dữ liệu bùng nổ theo cấp số nhân. Thế giới tràn ngập dữ liệu, tình trạng dữ liệu bị dư thừa và phân mảnh ngày càng nhiều. Đến năm 2025, theo diễn đàn kinh tế thế giới, ước tính mỗi ngày sẽ có 463 exabyte dữ liệu (mỗi exabyte bằng 1 triệu terabyte) được tạo ra trên toàn cầu - tương đương với 92,6 lần tổng số lượng từ ngữ trên toàn cầu. Với lượng dữ liệu được tạo ra tăng khoảng 40% mỗi năm, các DN phải đối mặt với các thách thức để quản lý dữ liệu tăng trưởng đó một cách hiệu quả phục vụ cho cải thiện quy trình kinh doanh và tăng trưởng bền vững của DN. Các DN phải đối mặt với năm thách thức lớn đến từ dữ liệu:

**Thứ nhất là quản lý tăng trưởng dữ liệu:** Dữ liệu tăng trưởng gần gấp đôi mỗi năm do nguồn dữ liệu ngày càng đa dạng, sự tăng trưởng về dữ liệu phi cấu trúc, dữ liệu về khách hàng,... tạo ra thách thức lớn cho DN trong việc tổ chức thu thập, lưu trữ và xử lý. CLDL của DN vừa phải chủ động đáp ứng được sự tăng trưởng quy mô dữ liệu vừa phải giảm chi phí liên quan đồng thời thích ứng tối đa với chiến lược của DN.

**Thứ hai là thách thức về quản lý đa dạng dữ liệu:** Sự gia tăng mạnh mẽ từ các nguồn dữ liệu bên ngoài DN đến từ các dữ liệu phi cấu trúc (chiếm đến hơn 80% dữ liệu DN hiện nay). Điều này tạo ra một thách thức lớn cho chiến lược dữ liệu DN có thể thích ứng với việc quản lý và phân tích hiệu quả các nguồn dữ liệu này.

**Thứ ba là thách thức về vấn đề tiền xử lý dữ liệu:** Dữ liệu tăng trưởng nhanh đồng nghĩa với các dữ liệu rác cũng tăng trưởng đồng thời. CLDL của DN phải giải quyết thách thức lớn với dữ liệu rác như trùng lặp, khuyết thiếu không đầy đủ, không chính xác, không cập nhật, không đúng định dạng, ...



*Thứ tư là DN đối mặt với áp lực tạo ra những giá trị mới kịp thời:* DN đối diện với thách thức trong việc làm thế nào để có thể sử dụng dữ liệu và phân tích một cách hiệu quả để đạt được những hiểu biết có giá trị cần thiết trong việc định hướng các quyết định kinh doanh quan trọng, giúp tăng năng suất và gia tăng lợi thế cạnh tranh của DN.

*Thứ năm là tuân thủ dữ liệu:* Các quy định về bảo vệ dữ liệu nói chung và dữ liệu cá nhân ngày càng nhiều đòi hỏi các doanh nghiệp phải tuân thủ. Ngoài ra việc bảo vệ dữ liệu nhất là các dữ liệu nhạy cảm về cá nhân khách hàng, dữ liệu tài chính,... cũng là những rủi ro ảnh hưởng lớn đến DN. Rủi ro tuân thủ dữ liệu là một thách thức lớn trong xây dựng chiến lược dữ liệu DN.

### **Khuyến nghị với các DN Việt Nam**

Các DN Việt Nam đang trong quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ. Chuyển đổi số tạo ra một loại tài nguyên mới là dữ liệu. Kinh tế số là nền kinh tế dựa trên dữ liệu. Tỷ lệ đóng góp của kinh tế số trong GDP đã tăng từ 11,91% năm 2021 lên 14,26% trong năm 2022 và 6 tháng đầu năm 2023 đã đạt gần 15%. Mục tiêu kinh tế số Việt Nam chiếm tối thiểu 20% GDP vào năm 2025, đến năm 2030 đạt tối thiểu 30% như Chiến lược quốc gia về phát triển kinh tế số, xã hội số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ ký ban hành. Để đạt được mục tiêu đó cần có các giải pháp đột phá từ chính phủ, ban ngành, địa phương đến từng DN. Các DN muốn tạo lập được lợi thế cạnh tranh bền vững trong bối cảnh nền kinh tế số cần xây dựng được chiến lược dữ liệu DN phù hợp với chiến lược DN. Một số khuyến nghị đối với các DN Việt Nam trong xây dựng CLDL hướng tới gia tăng lợi thế cạnh tranh trong nền kinh tế số là:

*Thứ nhất là xác định rõ tầm nhìn, mục tiêu chiến lược dữ liệu DN cần đạt được.* CLDL hỗ trợ cho chiến lược kinh doanh của DN. Dựa trên chiến lược kinh doanh phù hợp với bối cảnh phát triển nền kinh tế số và các thách thức mà DN đang đối mặt để xây dựng CLDL của DN.

*Thứ hai là chiến lược dữ liệu DN cần cân bằng tất cả các yếu tố kỹ thuật và phi kỹ thuật.* Kế hoạch và ngân sách cho thực thi CLDL cần phải đảm bảo toàn diện ngoài các vấn đề về kỹ thuật bao gồm hạ tầng công nghệ cho thu thập, xử lý phân tích và sử dụng còn phải tính toán đến đào tạo nguồn nhân lực thu thập dữ liệu phù hợp và hiểu các yêu cầu về chất lượng dữ liệu đến việc phát triển văn hóa DN nơi các quyết định dựa trên dữ liệu thay vì dựa trên kinh nghiệm và trực giác.

*Thứ ba là các DN cần xây dựng bộ chỉ số đo lường đánh giá thành công trong lộ trình thực thi chiến lược dữ liệu.* Đo lường đánh giá kết hợp với mục tiêu cụ thể

DN đã xây dựng sẽ hỗ trợ DN kiểm soát tiến trình thực thi chiến lược của mình từ đó DN có thể theo dõi tiến độ và đánh giá được mức độ đạt được mục tiêu đề ra.

*Thứ tư là DN cần cân bằng cả dữ liệu có cấu trúc và phi cấu trúc.* Hầu hết các DN Việt Nam trong CLDL mới chỉ chú trọng đến các dữ liệu cấu trúc từ các hệ thống thông tin của DN đang có chưa coi trọng các dữ liệu phi cấu trúc đang tăng trưởng mạnh và có ảnh hưởng nhiều đến lợi thế cạnh tranh bền vững của DN. DN cần xây dựng CLDL vững chắc cân bằng cả dữ liệu có cấu trúc và không cấu trúc để mang lại những hiểu biết sâu sắc gia tăng lợi thế cạnh tranh bền vững.

*Thứ năm là chiến lược dữ liệu DN phải xem xét đến các vấn đề về pháp lý, đạo đức và quyền riêng tư của dữ liệu.* CLDL phải xây dựng và đồng bộ các giải pháp quản trị dữ liệu phù hợp và cân nhắc đến các vấn đề pháp lý, đạo đức và quyền riêng tư của dữ liệu. DN cần đánh giá cao tầm quan trọng của việc xác định quyền truy cập dữ liệu, bảo mật, đạo đức, quyền riêng tư và cách đảm bảo chất lượng dữ liệu.

### **5. Kết luận**

Xây dựng chiến lược dữ liệu DN dựa trên kết hợp chiến lược DN đóng vai trò quan trọng cho DN trong kỷ nguyên số và gia tăng lợi thế cạnh tranh bền vững. Thực thi CLDL như là một phần của chiến lược tổng thể của DN. Xây dựng CLDL thành công là định hình một lộ trình chuyển đổi số thành công hướng mọi hoạt động, mô hình kinh doanh của DN theo định hướng văn hóa dữ liệu. Thông qua xác định mục tiêu, tầm nhìn CLDL kết hợp lộ trình phát triển hạ tầng công nghệ thu thập, xử lý và sử dụng dữ liệu theo định hướng chiến lược kinh doanh của DN. Ngoài ra việc phát triển hình thành văn hóa định hướng dữ liệu kết hợp đào tạo phát triển nguồn nhân lực, thiết lập hệ thống kiểm soát đo lường đánh giá thành công trong lộ trình thực hiện CLDL là những yếu tố then chốt để đảm bảo cho CLDL của DN thành công.

### **Tài liệu tham khảo:**

- Amber Lee Dennis (2021), *Data Management vs. Data Strategy: A Framework for Business Success*, Dataversity truy cập tại <https://www.dataversity.net/data-management-vs-data-strategy-a-framework-for-business-success/>
- Bernard Marr (2017), *Data strategy: How to profit from a world of big data, analytics and the internet of things*, Kogan Page Publishers.
- Bhargava, H. K., Rubel, O., Altman, E. J., Arora, R., Boehnke, J., Daniels, K., ... & Pattabhiramaiah, A. (2020), *Platform data strategy*, *Marketing Letters*, 31, 323-334.
- Balakrishnan, R., Das, S., & Chattopadhyay, M. (2020), *Implementing Data Strategy*, *Australasian Journal of Information Systems*, 24.
- DalleMule, L., & Davenport, T. H. (2017), *What's your data strategy*, *Harvard business review*, 95(3), 112-121.
- DAMA International (2017), *DAMA-DMBOK: data management body of knowledge*, Technics Publications, LLC.
- Đỗ Thị Thu Thảo, Nguyễn Chí Công (2020), *Vai trò của kế toán trong chiến lược dữ liệu lớn của các DN Việt Nam*, *Tài chính Kế toán* 3/2020, Tr. 95-97.
- Fleckenstein, M., Fellows, L., & Ferrante, K. (2018), *Modern data strategy*, Springer International Publishing.
- Global Data Strategy (2021), *Data Strategy: Business Innovation through Strategic Use of Data* truy cập tại <https://globaldatastrategy.com/our-services/data-strategy/>
- Grassi, L., Figini, N., & Fedeli, L. (2022), *How does a data strategy enable customer value? The case of FinTechs and traditional banks under the open finance framework*, *Financial Innovation*, 8(1), 1-34.
- Medeiros, M. M. D., Maçada, A. C. G., & Freitas Junior, J. C. D. S. (2020), *The effect of data strategy on competitive advantage*, *The Bottom Line*, 33(2), 201-216.
- Lê Nguyễn Trường Giang (2023), *Nhận thức đúng về chiến lược dữ liệu để thúc đẩy tiến trình chuyển đổi số đúng hướng và hiệu quả*, *Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam*, truy cập tại <https://chuyendoiso.dangcongsoan.vn/xa-hoi-so/nhan-thuc-dung-ve-chien-luoc-du-lieu-de-thuc-day-tien-trinh-chuyen-doi-so-dung-huong-va-hieu-qua-229.html>

# CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ XE CÔNG NGHỆ CỦA GIỚI TRẺ TRÊN ĐỊA BÀN TP. HÀ NỘI

TS. Nguyễn Bảo Ngọc\*

**Bài viết nhằm tìm ra và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ xe công nghệ của giới trẻ trên địa bàn TP. Hà Nội thông qua kết quả khảo sát 362 người trẻ tuổi đang sinh sống trên địa bàn TP. Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ xe công nghệ của giới trẻ trên địa bàn TP. Hà Nội, gồm: (1) Nhận thức sự hữu ích; (2) Giá trị, giá cả; (3) Chất lượng dịch vụ; (4) Nhận biết thương hiệu; (5) Phương tiện cá nhân.**

• Từ khóa: quyết định sử dụng, dịch vụ xe công nghệ, giới trẻ, TP. Hà Nội.

The article aims to find and evaluate the factors that influence young people's decision to use technology vehicle services in the Hanoi city approved the results of a survey of 362 young people living in the Hanoi city. Research results show that there are 5 factors that influence young people's decision to use technology vehicle services in the city. Hanoi, including: (1) Perception of usefulness; (2) Value, price; (3) Service quality; (4) Brand recognition; (5) Personal vehicle.

• Key words: usage decision, technology vehicle services, young people, Hanoi city.

JEL codes: F14, B23

Ngày nhận bài: 11/10/2023

Ngày gửi phản biện: 13/10/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 22/12/2023

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## Giới thiệu

Hiện nay, nhiều người, trong đó có giới trẻ cần các hình thức di chuyển an toàn, nhanh chóng, tiện lợi. Trong đó, không thể không nhắc đến ngành dịch vụ xe công nghệ với sự ra đời của các ứng dụng đặt xe trực tuyến, tích hợp với định vị toàn cầu (GPS) như các thương hiệu: Grab, Be, Gojek... Tại Hà Nội - thủ đô của đất nước, một thành phố phát triển về mọi mặt, số lượng giới trẻ khá nhiều, chính vì vậy, nhu cầu sử dụng xe ô tô công nghệ của họ cũng càng đặc biệt cao hơn ở các thành phố khác.

Nhờ sự phát triển mạnh mẽ cùng với tốc độ phát

triển vượt trội, ngành dịch vụ xe công nghệ đã nhanh chóng thu hút được lượng khách hàng trung thành và có tiềm năng dồi dào, đặc biệt là giới trẻ. Vậy đâu là những nhân tố ảnh hưởng chính đến quyết định sử dụng dịch vụ xe ô tô công nghệ của giới trẻ? Đây chính là lý do, tác giả quyết định lựa chọn nghiên cứu về đề tài “Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ xe công nghệ của giới trẻ trên địa bàn TP. Hà Nội”, từ đó tìm ra các giải pháp khắc phục các hạn chế cho doanh nghiệp.

## Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### Cơ sở lý thuyết

Lưu Chí Danh, Trần Nguyễn Phương Loan, Lưu Mỹ Linh (2021) đã kiểm định với 511 giới trẻ nam, nữ tại các trường đại học đang và đã sử dụng dịch vụ xe ô tô công nghệ, đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ xe ô tô công nghệ của giới trẻ các trường đại học tại TP. Hồ Chí Minh bao gồm: Chất lượng dịch vụ, giá trị giá cả, giao dịch thuận tiện, mức độ dễ sử dụng, sự hữu ích, thói quen, nhận thức thương hiệu. Trong đó, yếu tố quan trọng nhất là Nhận thức sự hữu ích, tác động kém nhất là Thương hiệu.

Đỗ Đình Nam (2018) đã kiểm định 221 người đang sinh sống tại Hà Nội có hiểu biết về dịch vụ Uber thông qua bảng khảo sát, đã chỉ ra, Ý định sử dụng dịch vụ Uber ảnh hưởng bởi 5 yếu tố, sắp xếp theo thứ tự giảm dần đó là (1) Giá trị giá cả, (2) Rào cản kỹ thuật, (3) Sự hấp dẫn của PTCN, (4) Nhận thức sự hữu ích và cuối cùng là (5) Chuẩn mực chủ quan.

F.Sam, Kofi Adu-Boahen, Kwaku Kissah-Korsah (2014) đã chỉ ra, các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn phương tiện công cộng và bảo

\* Trường Đại học Thương mại

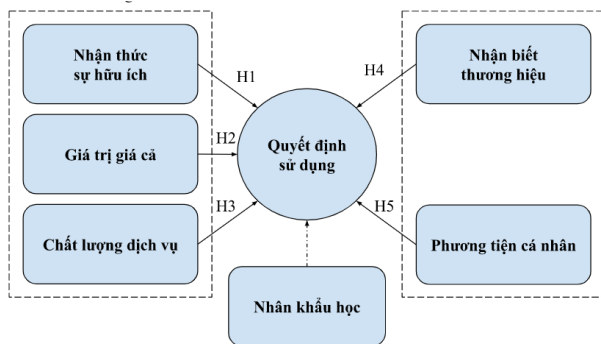
trợ bao gồm: Độ tin cậy của xe buýt/nhà cung cấp dịch vụ; chất lượng trải nghiệm trên xe; khả năng cung cấp dịch vụ; nhận thức sự an toàn của xe buýt/hồ sơ tai nạn, chất lượng tiện nghi phương tiện; khả năng chi trả giá vé. Trong đó, Khả năng chi trả giá vé là yếu tố có tác động mạnh mẽ nhất.

Nur Elfi Husda và Nuramalialitrah (2020) đã xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của người tiêu dùng tại Đại học Putera Batam, giới trẻ sử dụng dịch vụ Go-Jek, cũng như xác định các yếu tố chi phối trong quyết định sử dụng dịch vụ Go-Jek của người tiêu dùng. Kết quả cho thấy, các yếu tố chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ vận chuyển của giới trẻ dựa trên đơn đặt hàng dịch vụ “Xe ôm” bao gồm 6 yếu tố: dịch vụ, lái xe đầy đủ, an ninh, lòng tin, đáp ứng và độ tin cậy, trong đó yếu tố chi phối mạnh nhất là yếu tố dịch vụ.

Kết quả nghiên cứu của Anggi Gumilar, Dionisius W. D., Ivan Oliver, Jeanifer Gunawan, Sfenrianto Sfenrianto (2019) chỉ ra, “nhận thức về tính dễ sử dụng” được lựa chọn bởi phần lớn người tham gia lựa chọn và công nhận là yếu tố có tác động lớn nhất đến quyết định lựa chọn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ (GOJECK; Grab) của họ. Các biến “Nhận thức về tính dễ sử dụng”, “Nhận thức sự hữu ích” và “Nhận thức rủi ro” cũng hỗ trợ tác động đến quyết định hành vi của người tham gia khảo sát. Tuy nhiên “Nhận thức rủi ro” thực tế lại không có nhiều tác động đáng kể đến biến “Nhận thức sự hữu ích”. Đồng thời biến “Tính đổi mới của cá nhân” lại không có tác động lớn đến biến “Nhận thức rủi ro”.

**Mô hình nghiên cứu đề xuất**

Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Đề xuất của tác giả

Từ các nghiên cứu trước đây, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình với biến phụ thuộc là Quyết định sử dụng dịch vụ xe công nghệ của giới trẻ trên địa bàn TP. Hà Nội và 5 biến độc lập

là (1) Nhận thức sự hữu ích; (2) Giá trị giá cả; (3) Chất lượng dịch vụ; (4) Nhận biết thương hiệu; (5) Phương tiện cá nhân; cùng với biến Nhân khẩu học là biến phụ.

Các giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

H1: Nhận thức sự hữu ích ảnh hưởng đến quyết định sử dụng xe ôm công nghệ của giới trẻ trên địa bàn Cầu Giấy.

H2: Giá cả giá trị ảnh hưởng đến quyết định sử dụng xe ôm công nghệ của giới trẻ trên địa bàn Cầu Giấy.

H3: Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến quyết định sử dụng xe ôm công nghệ của giới trẻ trên địa bàn Cầu Giấy.

H4: Nhận biết thương hiệu ảnh hưởng đến quyết định sử dụng xe ôm công nghệ của giới trẻ trên địa bàn Cầu Giấy.

H5: Phương tiện cá nhân ảnh hưởng đến quyết định sử dụng xe ôm công nghệ của giới trẻ trên địa bàn Cầu Giấy.

H6: Nhân khẩu học tạo nên sự khác biệt đến quyết định sử dụng xe ôm công nghệ của giới trẻ trên địa bàn Cầu Giấy.

**Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp thực hiện khảo sát trực tiếp và gửi qua email. Việc khảo sát trực tiếp được thực hiện với đối tượng là giới trẻ trên địa bàn TP. Hà Nội từ ngày 29/09/2022 đến ngày 15/02/2023. Bảng hỏi phục vụ cho việc khảo sát qua email được thiết kế trên Google Docs, sau đó, bảng khảo sát sẽ được đính kèm trong email gửi tới từng người tham gia. Khảo sát được thực hiện đối với 360 mẫu được gửi gồm 360 mẫu gửi qua email. Trong số 385 mẫu gửi đi thì có 362 phiếu hợp lệ, chiếm 94%. Tất cả số phiếu hợp lệ đều được xử lý bằng phần mềm SPSS 20 để tiến hành phân tích tương quan, độ tin cậy, phân tích hồi quy, phân tích nhân tố và cuối cùng là kiểm định lại giả thuyết nghiên cứu. Nghiên cứu này sử dụng thang đo Likert 5 cấp độ: (1) Hoàn toàn không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Trung lập, (4) Đồng ý, (5) Hoàn toàn đồng ý.

**Kết quả nghiên cứu**

**Kiểm định Cronbach's Alpha**

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha ở Bảng 1 cho thấy, nhóm yếu tố “Chuẩn mực chủ quan” - biến phụ thuộc, có hệ số  $\alpha > 0.8$  và 5 nhóm yếu tố còn lại đều đáp ứng yêu cầu hệ số  $\alpha > 0.6$ . Vì vậy, qua kết quả kiểm định Cronbach's Alpha, không có biến nào được loại bỏ.



**Bảng 1: Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha**

Nhóm yếu tố	Cronbach's Alpha
Nhận thức sự hữu ích	0,873
Giá trị, giá cả	0,889
Chất lượng dịch vụ	0,879
Nhận biết thương hiệu	0,718
Phương tiện cá nhân	0,782
Quyết định sử dụng dịch vụ xe ô tô công nghệ	0,858

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả

**Kiểm định EFA**

**Bảng 2: Kiểm định KMO và Bartlett**

KMO		.763
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3771.359
	df	153
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả

Sau khi thực hiện kiểm định Cronbach's Alpha, không có biến nào được loại bỏ. Tiếp tục thực hiện kiểm định EFA, có 18 biến quan sát được đưa vào phân tích với tiêu chuẩn Eigenvalue lớn hơn 1 thì không có nhân tố nào được rút ra.

Kiểm định KMO and Bartlett's cho thấy, kết quả KMO = 0.763 (có trị số thuộc đoạn từ 0,5 đến 1) và giả thuyết  $H_0$  bị loại bỏ với mức ý nghĩa thống kê 0% (Sig. = 0.000), thực ra là một số rất nhỏ (Bảng 2).

**Phân tích hồi quy**

Phân tích hồi quy được thực hiện với 5 biến độc lập bao gồm: (1) Nhận thức sự hữu ích (ký hiệu: HI), (2) Giá trị, giá cả (ký hiệu: GTGC), (3) Chất lượng dịch vụ (ký hiệu: CLDV), (4) Nhận biết thương hiệu (ký hiệu: TH), (5) Phương tiện cá nhân (ký hiệu: PTCN).

Bảng 3 cho thấy, mô hình hồi quy đưa ra tương đối phù hợp với ý nghĩa 1%. Hệ số R hiệu chỉnh = 0.175 cho thấy, mô hình có thể giải thích được 17,5% cho tổng thể về mối liên hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến Quyết định sử dụng dịch vụ xe ô tô công nghệ, còn lại 82,5% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên.

Kết quả kiểm định Durbin - Watson = 1.737 nằm trong khoảng 1.5 đến 2.5, nên kết quả không vi phạm giả định tương quan chuỗi bậc nhất.

**Bảng 3: Bảng đánh giá độ phù hợp của mô hình theo R<sup>2</sup> và Durbin - Watson**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	0.431 <sup>a</sup>	0.186	0.175	0.71151	1.737

a. Biến độc lập (Constant): HI, GTGC, CLDV, TH, PTCNmean  
b. Biến phụ thuộc: QD

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu

Kiểm định F sử dụng bảng phân tích phương sai (ANOVA) là phép kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể.

Bảng 4 đưa ra kết quả phân tích ANOVA cho thấy Sig rất nhỏ (Sig = 0.000) nên mô hình hồi quy phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

**Bảng 4: Kết quả kiểm định ANOVA**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40.756	5	8.151	16.101	.000 <sup>b</sup>
Residual	178.199	352	0.506		
Total	218.955	357			

a. Biến độc lập (Constant): HI, GTGC, CLDV, TH, PTCNmean

b. Biến phụ thuộc: QD

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu

Kết quả phân tích hồi quy được trình bày ở Bảng 5 cho thấy, hệ số VIF của các biến độc lập đều < 10, thậm chí còn < 2, do đó mà hiện tượng đa cộng tuyến không ảnh hưởng đến kết quả giải thích của mô hình. Bên cạnh đó, tất cả các giá trị Sig đều < 0.05, nên tất cả các biến độc lập trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê và có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc với mức ý nghĩa 5%.

**Bảng 5: Kết quả hồi quy theo phương pháp Enter**

Model	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	1.219	.265		4.599	.000		
HI	.045	.052	-.043	.865	.388	.924	1.082
GTGC	.077	.048	.089	1.620	.106	.771	1.296
CLDV	-.052	.054	-.050	-.972	.332	.865	1.155
TH	.170	.057	.176	2.995	.003	.671	1.490
PTCN	.330	.054	.308	6.113	.000	.910	1.099

a. Biến độc lập (Constant): HI, GTGC, CLDV, TH, PTCNmean

b. Biến phụ thuộc: QD

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu

Từ kết quả hồi quy, Quyết định sử dụng dịch vụ xe ô tô công nghệ được biểu diễn thông qua công thức sau đây:

$$QD = 1.219 - 0.043*HI + 0.089*GTGC - 0.05*CLDV + 0.176*TH + 0.308*PTCN$$

Kết quả phương trình trên cho thấy, có 5 yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ xe công nghệ của giới trẻ trên địa bàn TP. Hà Nội, gồm: (1) Nhận thức sự hữu ích; (2) Giá trị, giá cả; (3) Chất lượng dịch vụ; (4) Nhận biết thương hiệu; (5) Phương tiện cá nhân. Trong đó, Nhận thức sự hữu ích và Chất lượng dịch vụ.

**Kiểm định sự khác biệt của các biến định tính**

Mục đích của việc nghiên cứu sự khác biệt của

các biến định tính là tìm ra sự khác biệt giữa quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ giữa các nhóm, được phân biệt dựa trên các yếu tố về nhân khẩu học, bao gồm giới tính, giới trẻ năm, thu nhập trung bình, phương tiện cá nhân.

Đối với kiểm định sự khác biệt giữa 2 nhóm phương tiện cá nhân, bài nghiên cứu sử dụng phép kiểm định giả thuyết về trị trung bình của 2 tổng thể. Còn các yếu tố còn lại về giới tính, giới trẻ năm, thu nhập trung bình là các yếu tố có từ 3 nhóm mẫu trở lên nên sẽ được áp dụng phương pháp phân tích phương sai ANOVA. Đây là một phương pháp phù hợp, vì nó có thể kiểm định tất cả nhóm mẫu cùng một lúc với khả năng phạm sai lầm chỉ 5%.

**Kiểm định quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ giữa nhóm người sở hữu phương tiện cá nhân và nhóm người không sở hữu phương tiện cá nhân**

Kiểm định Levene Test được tiến hành với giả thuyết  $H_0$  rằng phương sai của hai tổng thể bằng nhau. Kết quả kiểm định cho thấy giá trị Sig. = 0.221 > 0.05 cho thấy phương sai giữa hai nhóm người sở hữu phương tiện cá nhân và không sở hữu phương tiện cá nhân không khác nhau, vì thế nhóm nghiên cứu sử dụng kết quả kiểm định t ở hàng Equal Variances Assumed. Ta có Sig. kiểm định t bằng 0.198 (> 0.05), nên kết luận không có sự khác biệt giữa nhóm người sở hữu phương tiện cá nhân và nhóm người không sở hữu phương tiện cá nhân về quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.

**Kiểm định quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ giữa các nhóm nhân khẩu học khác**

**Bảng 6: Kết quả kiểm định sự khác biệt của các biến định tính**

Chỉ tiêu	Mức độ đồng nhất phương sai	ANOVA	
	Sig.	F	Sig.
Giới tính	0.462	2.054	0.130
Giới trẻ năm	0.271	0.106	0.956
Thu nhập trung bình	0.042	0.894	0.485

*Quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của giới trẻ trên địa bàn quận Cầu Giấy*

*Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm nghiên cứu*

Theo kết quả kiểm định mức độ đồng nhất phương sai (Test of Homogeneity of Variances), với mức ý nghĩa Sig. của các chỉ tiêu đều > 0.05, có thể nói phương sai về quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ với các nhóm giới tính, giới trẻ năm và thu nhập trung bình là không khác nhau. Do đó mà kết quả phân tích ANOVA có thể sử dụng được.

Với kết quả kiểm định ANOVA thì với tất cả các nhóm chỉ tiêu đều có giá trị Sig. > 0.05, nên có thể

kết luận không có sự khác biệt trong đánh giá quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của giới trẻ trên địa bàn quận Cầu Giấy xét về tất cả các yếu tố nhân khẩu học.

**Đề xuất giải pháp**

Dựa vào kết quả đã nghiên cứu; dự báo về môi trường, thị trường và định hướng phát triển của các hãng dịch vụ xe ôm công nghệ đang kinh doanh dịch vụ này; nhóm nghiên cứu có đề xuất các giải pháp để giải quyết một số các hạn chế cũng như tác động mạnh mẽ hơn tới quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của giới trẻ.

**Thứ nhất**, về nhóm nhân tố “Nhận thức sự hữu ích”. Từ kết quả thống kê và thực tế cho thấy, “hữu ích, tiện lợi” chính là mấu chốt để giới trẻ sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Tuy nhiên, các khách hàng vẫn gặp một số vấn đề như tài xế đến muộn giờ, xe đang chờ khách thì hết nhiên liệu, tài xế gần nhất ở quá xa vị trí khách hàng,... gây tốn thời gian và không đáp ứng tiêu chí “tiện lợi”, bởi họ không nhận được sự hỗ trợ nhanh chóng nhất như họ mong muốn. Chính vì vậy, các doanh nghiệp cần phải bố trí lại mạng lưới nhân viên của mình một cách hợp lý hơn để có thể thỏa mãn nhu cầu cấp bách của khách hàng một cách tối đa. Cùng với đó, theo kết quả phân tích nhân tố, biến quan sát HI2 - Tôi thấy sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ an toàn được lựa chọn nhiều nhất. Do đó, việc duy trì chất lượng dịch vụ, sự minh bạch về thông tin, danh tính tài xế; lộ trình đường đi và phản hồi cũ từ khách hàng đóng vai trò vô cùng quan trọng.

**Thứ hai**, về nhóm nhân tố “Giá trị giá cả”. Theo kết quả nhóm thu được, khách hàng đang khá hài lòng với mức giá hiện tại với hệ số trả trong khoảng 0,8. Hiện tại, các hãng xe ôm công nghệ trong nước phải cạnh tranh rất gay gắt với các hãng nước ngoài, đặc biệt là về giá. Cụ thể Theo đại diện hãng Mai Linh, để có thể cạnh tranh với dịch vụ xe ôm GrabBike và UberMoto, Mai Linh đưa ra tỷ lệ ăn chia doanh thu với tài xế M.Bike là 0% trong hai tháng đầu tiên kể từ khi tài xế đăng ký. Ở những tháng tiếp theo, tỷ lệ ăn chia doanh thu sẽ là 15%, thấp hơn mức chiết khấu 20-25% mà các dịch vụ xe ôm công nghệ khác đang áp dụng. Đồng thời, dịch vụ cũng cam kết giữ giá cước ổn định và không tăng giá giờ cao điểm. Điều này khác với GrabBike và UberMoto, bởi cả hai đều áp dụng chính sách giá cước linh hoạt. Cước phí sẽ thay đổi tùy theo nhu cầu, tăng giá vào những giờ kẹt xe hoặc ít xe phục vụ.

Chính vì vậy, các hãng trước hết cần có những chính sách giá minh bạch, công khai cho khách hàng; linh hoạt về giá trong giờ cao điểm cũng như hỗ trợ giá khi tình hình chính trị, xã hội có nhiều biến động (giá xăng dầu tăng quá cao,...). Bên cạnh đó, biến quan sát GTGC2 Dịch vụ xe ôm công nghệ mang đến nhiều giá trị hơn so với chi phí bỏ ra mang hệ số cao nhất. Từ đó cho thấy các hãng xe ôm công nghệ cần tập trung vào việc mang lại nhiều giá trị hơn cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ như đào tạo văn hóa đối xử của tài xế với khách hàng, dịch vụ chăm sóc tốt hơn,... để mang lại cảm giác thỏa mãn cho khách hàng với chi phí đã bỏ ra.

**Thứ ba**, về biến “Chất lượng dịch vụ”. Đây là biến có mức tác động cao thứ 2 chỉ sau biến “Nhận thức sự hữu ích”. Tại đây, biến quan sát DVI- Tội lỗi lòng với dịch vụ chăm sóc khách hàng của các thương hiệu xe ôm công nghệ có hệ số thấp nhất. Điều này cho thấy các hãng xe cần cải thiện và nâng cao dịch vụ chăm sóc khách hàng như cải thiện hệ thống hỗ trợ, công khai sửa đổi những thiếu sót, ghi nhận góp ý từ khách hàng, giải quyết thỏa đáng những vấn đề khách hàng gặp phải. Thời gian vừa qua, cảnh sát giao thông tại Thành phố Hồ Chí Minh đã xử phạt những trường hợp tài xế xe ôm công nghệ liên tục sử dụng thiết bị di động khi chờ khách, thậm chí chờ ba, không đội mũ bảo hiểm, chạy ngược chiều...

Điều này không chỉ tác động đến mức độ an toàn mà còn gây ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ của hãng. Chính vì vậy, các hãng xe phải chú trọng đào tạo kỹ năng trình độ, yêu cầu tài xế tuân thủ nghiêm những quy định đối với khách hàng để mang lại dịch vụ có chất lượng tốt nhất. Các lực lượng chức năng cũng cần xử phạt những trường hợp vi phạm một cách quyết liệt hơn nữa.

**Thứ tư**, về nhóm nhân tố “Nhận biết thương hiệu”. Đây là nhóm có hệ số thấp nhất trong các nhóm nhân tố, chứng tỏ nhân tố này chưa có tác động quá nhiều đối với quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Đây vừa là lỗ hổng cũng vừa là cơ hội cho các hãng xe. Độ nhận diện phải được các hãng chú trọng hơn nữa, đặc biệt trong bối cảnh công nghệ và mạng xã hội bùng nổ như ngày nay. Các chiến dịch Marketing cần phải tiếp cận nhiều đối tượng hơn, ấn tượng hơn, tần suất nhiều hơn để xây dựng sự hiện diện trong tâm trí khách hàng.

Bên cạnh đó, giữa bối cảnh cạnh tranh gay gắt, các hãng cũng phải có được cho mình điểm sáng,

điểm khác biệt (Unique selling point) trong chất lượng dịch vụ, thông điệp,... để khách hàng nhớ đến thương hiệu khi muốn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Các hãng cũng có thể tích hợp nhiều hình thức để tiếp cận khách hàng trên nhiều khía cạnh hơn như tích hợp xe ôm công nghệ với giao đồ ăn nhanh, giao hàng, chuyên phát nhanh. Điều này sẽ làm tăng độ nhận diện thương hiệu, kết hợp với chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng phù hợp sẽ tạo ra sự trung thành thương hiệu rất lớn.

**Cuối cùng** là nhóm nhân tố “Phương tiện cá nhân”. Về yếu tố này, những người tham gia khảo sát phần lớn đều cho rằng phương tiện cá nhân rất thuận tiện. Chính điều này gây ra sự hạn chế sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Đây cũng là yếu tố các hãng có thể tác động ít nhất. Tuy nhiên, các hãng vẫn có thể tác động đến nhóm khách hàng đã có phương tiện cá nhân bằng cách khơi gợi sự tò mò, trải nghiệm cái mới thông qua sử dụng KOL làm gương mặt đại diện, chiến dịch Marketing đột phá với mức độ viral cao; đặt booth trực tiếp quảng bá ở các trường đại học,... Kết hợp với đó là các phiếu giảm giá, ưu đãi,... thường xuyên để họ có thể trải nghiệm dịch vụ lần đầu - bởi đây chính là cơ hội để hãng gây ấn tượng về độ tiện lợi và thấu hiểu tâm lý khách hàng của các hãng xe ôm công nghệ. Đây là giải pháp một số hãng như Gojek, Grab,... đã triển khai được một thời gian và đã có kết quả. Tuy nhiên, rất nhiều hãng vẫn chưa cập nhật và triển khai giải pháp này, dẫn tới giảm mức độ cạnh tranh./.

#### Tài liệu tham khảo:

Danh, L. T., Loan, T. N. P. & Linh, L. M. (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của giới trẻ các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Công Thương*, 2-3.

Đỗ Đình Nam (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ Uber tại Hà Nội. *Luận văn thạc sĩ, trường đại học Kinh tế, Đại học quốc gia Hà Nội*.

Luu, T. M. N., Đào, P. Q., Nguyễn, P. M. (2021). Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến chấp nhận sử dụng mạng xã hội của doanh nghiệp bán lẻ tại Việt Nam. *Trong Quản trị thông minh trong môi trường phức hợp toàn cầu: Lý luận và thực tiễn. Hà Nội, 2021*.

Anggi Gumilar, Dionisius W. D., I. Oliver, J. Gunawan & Sfenrianto. (2019). Factors affecting the actual use of ride-hailing services (GOJEK/Grab) in Indonesia (Jabodetabek-region). *International Quality Conference*.

F.Sam, K. Adu-Boahen, K. Kissah-Korsah (2014). Assessing the factors that influence public transport mode preference and patronage: Perspectives of students of University of Cape Coast (UCC), Ghana. *International Journal of Development and Sustainability*

Nur, Husda & N. Fitriah. (2020). Factors Affecting Decisions to Choose Application Based Transportation. *Jurnal Manajemen Indonesia*



# KẾ TOÁN SÁNG TẠO TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở VIỆT NAM

TS. Hoàng Đình Hương\*

**Kế toán sáng tạo đang ngày càng trở nên phổ biến và được nhiều doanh nghiệp quan tâm. Việc áp dụng kế toán sáng tạo có thể là tích cực hoặc tiêu cực tùy thuộc vào mức độ và mục đích sử dụng của doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam. Kế toán sáng tạo là một chủ đề nghiên cứu thu hút nhiều sự quan tâm vì nó liên quan đến việc điều chỉnh số liệu kế toán thực tế theo cách ban điều hành mong muốn thông qua việc lợi dụng các quy định kế toán hiện hành hoặc phớt lờ các quy định này. Bằng phương pháp tổng thuật tài liệu các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam nghiên cứu này đánh giá xu hướng và mức độ áp dụng kế toán sáng tạo tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam.**

• Từ khóa: kế toán sáng tạo, doanh nghiệp, Việt Nam.

*Creative accounting is becoming increasingly popular and is of interest to many businesses. The application of creative accounting can be positive or negative depending on the level and purpose of use by small and medium-sized enterprises in Vietnam. Creative accounting is a research topic that has attracted a lot of interest because it involves adjusting actual accounting data in a way desired by management through taking advantage of existing accounting regulations or ignore these regulations. Using the method of synthesizing documents of small and medium-sized enterprises in Vietnam, this study evaluates the trend and level of application of creative accounting in small and medium-sized enterprises in Vietnam.*

• Key words: creative accounting, business, Vietnam.

JEL codes: H50, H52

Ngày nhận bài: 25/01/2024

Ngày gửi phân biện: 26/01/2024

Ngày nhận kết quả phân biện: 05/02/2024

Ngày chấp nhận đăng: 06/02/2024

## Đặt vấn đề

Ở Việt Nam, nền kinh tế đang phát triển với thị trường vốn còn non trẻ, trong xu thế hội nhập kinh tế toàn cầu, các hành vi kế toán sáng tạo cần được kiểm soát chặt chẽ nhằm đáp ứng yêu cầu về minh bạch và chất lượng công bố thông tin. Có nhiều quan điểm khác nhau về kế toán sáng tạo. Nhiều

người ủng hộ áp dụng kế toán sáng tạo nhưng cũng không ít người phản đối. Điều đó xuất phát từ tác động hai mặt của kế toán sáng tạo. Nó có thể mang đến ảnh hưởng tích cực nhưng cũng có thể có những tác động tiêu cực đến các bên liên quan. Trong thực tế hiện nay xuất hiện nhiều hành vi cố tình thao túng báo cáo tài chính để đạt được mục đích riêng. Đó hoàn toàn không phải là kế toán sáng tạo mà là gian lận. Nhiều người nguy hiểm cho hành vi gian lận của mình là áp dụng kế toán sáng tạo nhưng điều đó là hoàn toàn không đúng. Ranh giới giữa kế toán sáng tạo với gian lận dường như rất mong manh. Kế toán sáng tạo không phải là phạm pháp nhưng nó lại dễ bị rơi vào vùng nguy hiểm. Nếu khi những giá trị thật bị thổi phồng, bóp méo quá nhiều về tổng thể thì sẽ bị coi là phạm pháp. Chính vì vậy khi áp dụng kế toán sáng tạo cần phải nghiên cứu kỹ lưỡng, thực hiện thận trọng để tránh vướng vào những hành vi vi phạm với quy định của pháp luật.

## 1. Kế toán sáng tạo trên thế giới

Thực tế trên thị trường chứng khoán toàn cầu và Việt Nam cho thấy, những người chịu trách nhiệm đối với sự minh bạch của báo cáo tài chính (BCTC) gồm: Nhà quản lý cấp cao, kế toán trưởng, thậm chí cả kiểm toán viên của hãng kiểm toán đã thông đồng bao che cho các sai phạm diễn ra, nhằm che giấu tình hình tài chính thực đang sa sút của công ty, lừa gạt công chúng và các nhà đầu tư thông qua việc “làm đẹp” các BCTC. Đây chính là một trong những ví dụ điển hình về việc nhà quản trị doanh nghiệp (DN) lạm dụng kế toán sáng tạo (KTST) vào hoạt động bất hợp pháp, thông qua việc thay đổi tính xác thực các con số trong các BCTC.

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

Hiện nay, trong lĩnh vực tài chính - kế toán tồn tại nhiều định nghĩa khác nhau về KTST. Theo Naser, K. (1993), KTST là sự biến hóa các con số trong BCTC từ thực chất của chúng sang những con số mà người thực hiện mong muốn bằng cách lợi dụng các quy định có sẵn và/hoặc phớt lờ một số hay tất cả những quy định đó. Charles W. Mulford và Eugene E. Comiskey (2002) lại cho rằng, KTST là sự lựa chọn có chủ ý các quy định kế toán, nhằm thao túng lợi nhuận, hướng tới mục tiêu làm lợi nhuận trở nên đẹp hơn, dù có thể kết quả không phải như vậy. Do vậy, KTST luôn cố gắng “thối phồng” giá trị trong BCTC.

Theo Scott D., L., (2003), KTST là việc sử dụng kiến thức kế toán để tác động đến số liệu BCTC, nhằm phản ánh tình hình tài chính và kết quả kinh doanh của DN theo cách mà lãnh đạo DN mong muốn, thay vì trình bày trung thực các số liệu này, trong khung khổ pháp luật và các quy tắc kế toán cho phép.

*Kế toán sáng tạo giúp tác động tích cực đến việc kinh doanh của doanh nghiệp và chỉ đúng hướng đầu tư cho các nhà đầu tư trong tương lai. Tùy thuộc vào từng quy định kế toán được ban hành, nó có thể ngăn chặn cũng như mở ra một cách mới để nhà quản trị đạt được mục tiêu lợi nhuận.*

Theo Từ điển Kinh doanh Collins (2007), KTST được hiểu là “dùng sự tự do trong ứng dụng khái niệm kế toán để đưa ra báo cáo lợi nhuận, cũng như tài sản có lợi cho DN. Bằng cách sử dụng khôn khéo các phương pháp giảm giá khác nhau cho tài sản cố định hoặc các phương pháp định giá cổ phiếu khác nhau, thậm chí sử dụng các nghiệp vụ ngoại bảng... nhà quản trị DN có thể “nhào nặn” các khoản lợi nhuận của DN để gây ấn tượng với các cổ đông”. Mặc dù, các cơ quan chức năng đã công bố các chuẩn mực kế toán nhằm giảm bớt cơ hội thực hiện KTST, vẫn tồn tại một khoảng cách đáng kể giữa sự can thiệp vào dữ liệu kế toán và việc báo cáo kết quả kế toán.

Hussein và cộng sự (2013) cho rằng, động cơ thực hiện KTST phụ thuộc vào đặc thù của mỗi DN trong từng thời kỳ nhất định. Thông thường, các công ty cổ phần thực hiện KTST nhằm cải thiện kết quả kinh doanh hấp dẫn hơn đối với nhà đầu tư, đẩy giá cổ phiếu tăng, từ đó làm tăng giá trị DN. Trong khi đó, các công ty TNHH và DN tư nhân áp dụng KTST nhằm tối thiểu hóa số thuế phải nộp trong kỳ...

Theo định nghĩa trong Từ điển Tài chính Farlex (2017), KTST là hành vi ghi nhận thu nhập theo cách riêng, làm cho BCTC của DN trở nên đẹp hơn thực chất của nó, trong khi hành vi này vẫn tuân thủ theo các chuẩn mực kế toán. KTST luôn cố gắng thổi

phồng giá trị trong BCTC, ví dụ như bán tài sản vào thời điểm cuối năm nhằm tạo một khoản lợi nhuận để bù đắp cho một khoản thua lỗ trước đó. Một số người cho rằng, KTST nhằm che giấu thực chất tài chính của một DN nhưng “KTST về cơ bản là hợp pháp”.

Theo Daniel Liberto (2019), KTST bao gồm các nghiệp vụ kế toán tuân theo các luật và quy định bắt buộc, nhưng sai lệch so với những gì các chuẩn mực đó dự định đạt được. KTST lợi dụng những kẽ hở trong các chuẩn mực kế toán để vẽ nên hình ảnh tốt hơn và sai lệch về công ty.

Thực tiễn cho thấy, một số kỹ thuật hợp pháp có thể được sử dụng, khi phải ước tính một số khoản mục nhất định trên BCTC. Điều này khiến cho việc phân biệt giữa ranh giới hợp pháp và không hợp pháp đối với KTST càng trở nên khó khăn. Chính sự mơ hồ không rõ ràng này mà có nhiều ý kiến trái chiều về KTST, có thể kể đến hai quan điểm trái ngược, đó là chấp thuận và phản bác. Những người chấp thuận KTST cho rằng, các nguyên tắc kế toán chung được thừa nhận đưa ra nhiều phương thức kế toán khác nhau để lựa chọn. Vậy nên, khi áp dụng, DN có quyền lựa chọn những phương pháp nhất định mà họ đánh giá là phù hợp nhất cho BCTC của họ. Trong khi đó, luồng phản ứng bác bỏ lại khẳng định KTST chính là sự thao túng trong kế toán, đi cùng sự thao túng là tính thiếu minh bạch, bóp méo sự thật, tất cả chỉ nhằm có được kết quả như mong muốn trong thời gian ngắn mà không hướng đến làm tăng giá trị thực của DN...

Có nhiều cách định nghĩa và quan điểm khác nhau về kế toán sáng tạo (Creative Accounting). Theo Từ điển Kinh doanh Collins (2007), kế toán sáng tạo là việc ứng dụng khéo léo các phương pháp và công cụ kế toán để đưa ra báo cáo tài chính có lợi cho doanh nghiệp. Với các kỹ thuật nghiệp vụ nhất định, kế toán sáng tạo mang đến ấn tượng tốt cho người xem báo cáo tài chính đặc biệt là các cổ đông. Chuẩn mực kế toán ban hành nhằm giảm bớt việc thực hiện kế toán sáng tạo nhưng thực tế vẫn tồn tại khoảng trống để có thể thực hiện sự can thiệp vào dữ liệu và thông tin kế toán.

Theo từ điển Tài chính Farlex, kế toán sáng tạo được hiểu là hành vi ghi nhận lợi nhuận theo cách riêng khiến cho báo cáo tài chính của doanh nghiệp trở nên đẹp hơn so với thực chất trong khi hành vi đó vẫn đảm bảo tuân thủ theo chuẩn mực kế toán. Như vậy, có thể thấy về cơ bản kế toán sáng tạo vẫn hợp pháp vì nó vẫn tuân thủ chuẩn mực. Về thực tế thì kết quả phản ánh trên báo cáo tài chính đã được biến hóa và thổi phồng hơn so với giá trị thực.

Naser, K. (1993) định nghĩa về kế toán sáng tạo là sự biến hóa các con số thực trong báo cáo tài chính sang những con số mà người thực hiện mong muốn bằng việc lợi dụng các quy định có sẵn và hoặc phớt lờ một số hay tất cả những quy định đó.

Charles W. Mulford và Eugene E. Comiskey (2011) đưa ra khái niệm về kế toán sáng tạo là sự lựa chọn có chủ ý các quy định kế toán nhằm thao túng lợi nhuận để nó trở nên đẹp hơn thực tế và đáp ứng nhu cầu của các nhà quản lý.

Ở Việt Nam, hành vi này thường được gọi là quản trị lợi nhuận. Đây được hiểu như là việc áp dụng một cách sáng tạo và linh hoạt các kỹ thuật trong kế toán hay còn gọi là thủ thuật để biến tấu thông tin trên báo cáo tài chính nhằm mang đến những điều có lợi hơn cho doanh nghiệp.

Theo Hussein và cộng sự (2013), việc thực hiện kế toán sáng tạo sẽ có động cơ khác nhau tùy thuộc vào đặc thù của mỗi doanh nghiệp trong từng thời kỳ nhất định. Thông thường, các công ty cổ phần thường áp dụng kế toán sáng tạo để cải thiện kết quả kinh doanh hấp dẫn hơn đối với nhà đầu tư, đẩy giá cổ phiếu cao hơn từ đó làm tăng giá trị của doanh nghiệp. Còn đối với các công ty TNHH và doanh nghiệp tư nhân thì thường thực hiện kế toán sáng tạo với mục tiêu nhằm giảm thiểu số thuế phải nộp.

Như vậy, tựu chung lại có thể hiểu kế toán sáng tạo là một quá trình trong đó kế toán thực hiện việc điều chỉnh các con số trên báo cáo tài chính của doanh nghiệp để làm thay đổi số liệu lợi nhuận thông qua hành vi điều chỉnh chi phí, doanh thu bằng các công cụ kế toán. Để thực hiện được điều đó kế toán sẽ phải vận dụng linh hoạt các kiến thức và kinh nghiệm có được về các chuẩn mực, nguyên tắc, phương pháp kế toán.

## 2. Bản chất của kế toán sáng tạo

Về lý thuyết, KTST là việc vận dụng linh hoạt và sáng tạo các kỹ thuật trong kế toán, hay còn gọi là các “thủ thuật”, để “biến tấu” thông tin trên BCTC, nhằm tác động đến nhận thức của người đọc BCTC. KTST là một quá trình, trong đó kế toán sử dụng các kiến thức về các nguyên tắc, chuẩn mực, phương pháp kế toán, để điều chỉnh các con số được trình bày trên BCTC của một DN. Điểm đặc trưng của KTST là nhằm thổi phồng hoặc làm giảm đi tình trạng kinh doanh sa sút kéo dài. Khi đó, KTST sẽ tiến gần hơn đến ranh giới phá bỏ rào cản pháp luật, nhà quản lý có thể mất đi tầm nhìn của mình, không còn nhận ra ranh giới giữa tuân thủ và phạm pháp, cuối cùng có thể trở thành ban giám đốc có hành vi gian lận, lừa đảo.

Trên thực tế, KTST không phải là hoạt động bất hợp pháp. Tùy thuộc vào từng quy định kế toán được ban hành, KTST có thể ngăn chặn, cũng như mở ra một cách mới để nhà quản trị đạt được mục tiêu lợi nhuận. Việc kết luận KTST có lợi hay gây hại cho DN, phần lớn tùy thuộc vào lý do, động cơ, cách thức sử dụng, bản chất và sự kiểm soát hành vi kế toán của DN. Nó chỉ mang ý nghĩa tiêu cực khi động cơ của việc thực hiện là nhằm tạo ra thông tin sai lệch để đánh lừa những người quan tâm đến BCTC của DN. KTST có thể rơi vào vùng nguy hiểm, bị coi là phạm pháp nếu những giá trị thật bị “bóp méo”, “thổi phồng” quá nhiều xét về tổng thể. Do vậy, hiện nay, dù còn có nhiều quan điểm khác nhau về KTST song về cơ bản, các thủ thuật trong KTST thường được thể hiện qua 4 hoạt động gồm: Kế toán cứng, quản lý lợi nhuận, làm mềm lợi nhuận và gian lận báo cáo. Trong đó:

- Kế toán cứng là những sự lựa chọn có chủ ý các hoạt động kế toán dựa trên các nguyên lý kế toán nhằm đạt được kết quả mong muốn, dựa trên nguyên tắc kế toán tổng hợp được chấp nhận.

- Quản lý lợi nhuận là những thao túng lợi nhuận để hướng tới mục tiêu đã được thực hiện bởi các cấp quản lý và các nhà phân tích của công ty, hoặc để làm lợi nhuận trở nên đẹp hơn.

- Làm mềm lợi nhuận là một dạng của quản lý lợi nhuận được tạo ra, để tránh những lên xuống bất thường của thu nhập, nói cách khác là làm đẹp thu nhập, hoặc làm giảm thu nhập những năm thu nhập cao nhằm dự trữ cho những năm thu nhập kém.

- Gian lận báo cáo là cố ý sai sót trọng yếu hoặc thiếu sót trong các BCTC nhằm đánh lừa người sử dụng báo cáo.

## 3. Tác động của kế toán sáng tạo

Kế toán sáng tạo sẽ tác động đáng kể đến các bên liên quan trong đó có cả tác động tích cực và tiêu cực.

*Xét về góc độ tích cực:* Về bản chất thì kế toán sáng tạo không phải là hành vi tiêu cực. Nó được thực hiện với mong muốn mang đến cái nhìn tốt đẹp hơn về lợi nhuận của công ty, từ đó giúp cho các nhà đầu tư có thể đưa ra được các quyết định hiệu quả. Bên cạnh đó, kế toán sáng tạo cũng mở ra cách nhìn mới để các nhà quản trị có thể đạt được mục tiêu mong muốn của mình. Kế toán sáng tạo nếu được áp dụng tích cực thì nó phản ánh khả năng sáng tạo và linh hoạt của kế toán, vừa đảm bảo tính hợp pháp mà vẫn hướng tới được mong muốn của doanh nghiệp. Tuy nhiên, nếu nó được thực hiện với động cơ nhằm tạo ra thông tin



sai lệch để đánh lừa người khác thì nó sẽ trở nên tiêu cực.

*Xét về góc độ tiêu cực:* Nếu kế toán sáng tạo được thực hiện với mục đích không tích cực thì nó sẽ là công cụ cho những kẻ tham nhũng hoặc những người đang muốn giấu thực tế tình hình sản xuất kinh doanh của đơn vị. Một số hành vi tiêu cực có thể kể đến như doanh nghiệp cố ý khai khống chi phí, giảm bớt doanh thu để giảm lợi nhuận từ đó giảm số thuế phải nộp cho nhà nước. Hành vi này sẽ tác động tiêu cực đến việc thu thuế của nhà nước, lợi nhuận được hưởng của các cổ đông, việc đưa ra quyết định của các nhà đầu tư và còn ảnh hưởng đến cả người lao động... từ đó tác động xấu đến nền kinh tế đất nước nói chung. Ngoài ra, khi doanh nghiệp che giấu kết quả kinh doanh thực tế để các nhà đầu tư tin tưởng nhưng sau đó nếu không hoạt động hiệu quả thì sự thua lỗ sớm muộn cũng sẽ bị lộ tẩy. Khi đó, doanh nghiệp sẽ đánh mất niềm tin đối với những người quan tâm đến đơn vị và sẽ giảm uy tín của doanh nghiệp.

#### 4. Một số thủ thuật kế toán sáng tạo

*Đối với báo cáo thu nhập:* Báo cáo thu nhập hay còn gọi là báo cáo kết quả kinh doanh là một tài liệu quan trọng có tác động lớn đến quyết định của các nhà đầu tư. Những doanh nghiệp có kết quả kinh doanh tốt, lợi nhuận cao thì sẽ có lợi trong việc thu hút các nhà đầu tư. Chính vì vậy, nhiều đơn vị đã cố tình điều chỉnh con số thực tế theo hướng có lợi nhằm làm đẹp báo cáo tài chính. Kế toán sáng tạo trong trường hợp này có thể thực hiện điều chỉnh lợi nhuận từ giao dịch không thường xuyên thành lợi nhuận hoạt động. Các nhà đầu tư khi đánh giá lợi nhuận của doanh nghiệp cần phải xem xét kỹ phần thuyết minh để biết được lợi nhuận này được ghi nhận gồm những khoản nào, từ đó sẽ có cái nhìn chính xác và cụ thể hơn.

*Đối với bảng cân đối kế toán:* Các nhà quản trị hầu hết đều mong muốn thổi phồng giá trị tài sản để làm cho số liệu của doanh nghiệp trở nên đẹp hơn và hấp dẫn các nhà đầu tư hơn. Một số thủ thuật thường được sử dụng trong kế toán sáng tạo đối với bảng cân đối kế toán để làm tăng giá trị tài sản như ghi nhận thấp hơn khoản dự phòng đối với nợ xấu, trì hoãn việc ghi giảm giá trị tài sản, đẩy nhanh tiến độ ghi nhận doanh thu, ghi nhận thấp hơn giá trị hao mòn tài sản... Bên cạnh đó, trong một số trường hợp nhà quản trị muốn giảm lợi nhuận thì sẽ ghi nhận tài sản có giá trị thấp hơn so với thực tế. Một số thủ thuật có thể được áp dụng như: Trích lập cao các khoản dự phòng, Chuyển ngoài bảng tài sản cho thuê tài chính, Không vốn hóa tài sản vô hình, Ghi giảm các khoản nợ phải thu đã cho các tổ chức tài chính, ghi giảm quá mức tài sản ngắn hạn và dài hạn...

Ngoài ra, một số doanh nghiệp còn mong muốn các nhà đầu tư không thấy được sự khó khăn mà mình đang gặp phải nên sẽ ghi nhận thấp các khoản nợ phải trả. Một số thủ thuật được áp dụng như: Các khoản nợ phải trả dài hạn ngoại bảng, Ghi nhận thấp nghĩa vụ về tiền lương và các khoản phải trả sau khi người lao động nghỉ hưu, Hoặc là ghi nhận doanh thu quá mức...

*Đối với báo cáo lưu chuyển tiền tệ:* Báo cáo lưu chuyển tiền tệ rất dễ là nơi tồn tại nhiều thủ thuật của kế toán sáng tạo. Xem xét kỹ báo cáo tiền tệ có thể giúp phát hiện kịp thời những hành vi gian lận, sai sót. Nhiều doanh nghiệp rất dễ phân loại sai luồng tiền và thường tăng dòng tiền thuần của hoạt động kinh doanh thông thường. Việc này thường được thực hiện bằng cách chuyển dòng tiền ra của hoạt động kinh doanh thông thường sang hoạt động đầu tư. Ngoài ra, kế toán cũng có thể sẽ chuyển dòng tiền vào của hoạt động đầu tư sang hoạt động kinh doanh thông thường. Khi đó người đọc báo cáo tài chính của doanh nghiệp sẽ yên tâm và cảm thấy có triển vọng đầu tư khi thấy hoạt động kinh doanh thông thường tốt.

Xuất phát từ điều này thì các nhà đầu tư khi xem xét báo cáo tài chính của doanh nghiệp cần phải xác định rõ dòng tiền nào từ hoạt động kinh doanh. Đồng thời, cần xem xét tổng quát cả doanh thu hoạt động đầu tư, hoạt động tài chính và dòng tiền tự do.

Đối với những tài sản được doanh nghiệp sử dụng, vấn đề sở hữu và kiểm soát là tương đối đơn giản. Tuy nhiên, một số giao dịch đặc thù có thể gây khó khăn cho việc xác định quyền kiểm soát tài sản đó. Ví dụ, đối với tài sản cho thuê tài chính thì người thuê hay người cho thuê là người sở hữu và kiểm soát tài sản đó? Sự không rõ ràng trong vấn đề sở hữu tài sản của doanh nghiệp đã tạo nên nhiều luồng phân tích kế toán khác nhau. Ví dụ, các giao dịch tương tự nhau có thể được báo cáo bằng nhiều cách khác nhau, những tài sản quan trọng có thể bị để ngoài bảng cân đối kế toán mặc dù doanh nghiệp phải chịu nhiều rủi ro kinh tế từ việc sở hữu hoặc kiểm soát tài sản đó.

#### Tài sản bị thổi phồng

Tài sản bị thổi phồng có xu hướng ngày càng gia tăng khi nhà quản trị cố ý định làm tăng thu nhập. Palepu và các cộng sự (2007) đã tổng hợp các thủ thuật thổi phồng tài sản phổ biến như sau:

##### Trì hoãn việc ghi giảm giá trị tài sản ngắn hạn

Nếu giá trị của tài sản bị giảm xuống dưới giá trị sổ sách, theo nguyên tắc thận trọng, kế toán phải ghi giảm tài sản về giá trị thực của nó. Tài sản ngắn hạn giảm xuống có ảnh hưởng tới lợi nhuận bởi vì việc xóa sổ tài sản được tính trực tiếp vào chi phí. Vì vậy,

việc trì hoãn ghi giảm tài sản là một cách để nhà quản trị làm tăng lợi nhuận.

#### *Ghi nhận thấp hơn khoản dự phòng đối với nợ xấu*

Nhà quản trị đánh giá các khoản mong đợi có thể thu được từ khách hàng và trích lập dự phòng dựa trên ước tính tỷ lệ nợ phải thu khó đòi. Nếu nhà quản trị đánh giá thấp hơn giá trị khoản dự phòng thì tài sản và thu nhập sẽ được đánh giá cao hơn.

Đẩy nhanh tiến độ ghi nhận doanh thu Nhà quản trị có thể đẩy nhanh tiến độ ghi nhận doanh thu để hoàn thành chỉ tiêu báo cáo thu nhập cho một giai đoạn nhất định. Việc ghi nhận doanh thu quá mức là một trong những hình thức phổ biến nhất của điều chỉnh lợi nhuận. Một số cảnh báo bao gồm khoản phải thu tăng vọt so với sự phát triển của doanh thu và sự gia tăng đáng kể kỳ thu tiền bình quân.

#### *Trì hoãn việc ghi giảm giá trị tài sản dài hạn*

Việc đánh giá sự giảm giá của tài sản dài hạn luôn mang tính chủ quan, đặc biệt đối với tài sản vô hình như lợi thế thương mại. Vì thế, nhà quản trị có thể dùng phán đoán của mình để trì hoãn việc ghi giảm giá tài sản trên bảng cân đối kế toán và báo cáo thu nhập.

#### *Ghi nhận thấp hơn giá trị hao mòn tài sản dài hạn*

Nhà quản trị ước tính thời gian sử dụng hữu ích để xác định thời gian tính khấu hao đối với tài sản dài hạn. Nếu ước tính này là khả quan thì tài sản dài hạn và lợi nhuận sẽ được đánh giá cao hơn, đặc biệt với các doanh nghiệp có giá trị tài sản cố định lớn như ngành hàng không và tiện ích công. Một sự so sánh giữa chính sách của doanh nghiệp với doanh nghiệp cùng ngành có tài sản cơ bản và chiến lược tương tự sẽ giúp nhà phân tích xác định tài sản có khả năng bị thổi phồng hay không.

#### *Tài sản bị ghi nhận thấp hơn thực tế*

Tài sản bị ghi nhận thấp hơn thực tế khi nhà quản trị có xu hướng muốn giảm lợi nhuận, cụ thể khi doanh nghiệp có khả năng sinh lời lớn và nhà quản trị quyết định dự trữ một khoản lợi nhuận cho tương lai. Điều hòa thu nhập có thể được thực hiện bằng việc đánh giá cao hơn chi phí hiện tại hay đánh giá thấp hơn giá trị của tài sản trong thời gian doanh nghiệp đang hoạt động sinh lời tốt. Schilit và Perlev (2010) cho rằng việc đánh giá thấp hơn tài sản và chi phí cũng có thể được thực hiện trong năm có kết quả kinh doanh đặc biệt tồi tệ, khi nhà quản trị quyết định làm sạch báo cáo bằng việc đánh giá thấp hơn khoản thu nhập trong giai đoạn hiện tại để tạo ra kết quả kinh doanh ấn tượng trong những năm tiếp theo. Đó chính là khái niệm làm sạch báo cáo "big bath". Các thủ thuật ghi nhận giá trị tài sản thấp hơn thực tế được Schilit và

Perlev (2010) tổng hợp bao gồm 5 trường hợp chủ yếu sau:

#### *Tài sản ngắn hạn hoặc dài hạn bị ghi giảm quá mức*

Nhà quản trị có khả năng ghi nhận cao hơn mức giảm của tài sản ngắn hạn khi năm đó doanh nghiệp có sức khỏe tài chính tốt hoặc trong trường hợp doanh nghiệp bị suy kiệt. Bằng việc đánh giá cao hơn mức giảm của tài sản ngắn hạn và đánh giá cao hơn khoản chi phí trong kỳ, nhà quản trị có thể hạ thấp chi phí trong tương lai và nâng cao lợi nhuận khi cần thiết. Tài sản ngắn hạn bị ghi giảm quá mức xảy ra khi nhà quản trị thiếu sự lạc quan về tình hình của doanh nghiệp trong tương lai.

#### *Các khoản dự phòng được ước tính trích lập quá cao*

Để đảm bảo tình hình tài chính ổn định, đồng thời bù đắp cho khoản tổn thất có thể xảy ra, doanh nghiệp sẽ dự trù một khoản tổn thất để tính trước vào chi phí, đó là khoản dự phòng. Ví dụ như dự phòng giảm giá đầu tư tài chính, dự phòng nợ phải thu khó đòi, dự phòng giảm giá hàng tồn kho. Các khoản dự phòng này được tính vào chi phí và trừ vào kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Việc làm này một mặt giúp doanh nghiệp có thể tránh khỏi những khoản tổn thất, nhưng mặt khác nó lại tạo ra một kẽ hở cho chính doanh nghiệp đó trong việc cố ý ghi tăng các khoản dự phòng để làm tăng chi phí, từ đó lợi nhuận sẽ giảm và thuế thu nhập phải nộp nhà nước cũng giảm theo. Nhà nước tạo một quy chế giúp doanh nghiệp có thể thoát khỏi tình trạng tài chính xấu nhưng đồng thời tạo ra cơ hội cho doanh nghiệp thực hiện hành vi KTST để trốn thuế.

#### *Tài sản cho thuê tài chính chuyên ngoại bảng*

Để tiêu chuẩn hóa báo cáo đối với các giao dịch cho thuê, chuẩn mực kế toán Mỹ đã quy định một giao dịch cho thuê tương đương với mua sắm tài sản nếu thỏa mãn một trong những điều kiện sau: (1) Quyền sở hữu của tài sản chuyển giao lại cho người thuê vào cuối thời hạn thuê; (2) Bên đi thuê lựa chọn việc mua tài sản với một mức giá được thỏa thuận vào cuối thời hạn thuê; (3) Tài sản cho thuê lớn hơn hoặc bằng 75% đời sống hữu ích; và (4) Giá trị hiện tại của khoản tiền thuê lớn hơn hoặc bằng 90% giá trị hợp lý của tài sản. Trong thực tế, mặc dù có các tiêu chuẩn ghi nhận cụ thể nói trên, vẫn tồn tại cơ hội cho nhà quản trị chuyển đổi từ thuê tài chính sang thuê hoạt động, dẫn tới khả năng đánh giá thấp hơn giá trị tài sản thuê, đặc biệt với các tài sản chuyên dụng thường được thuê của các hãng hàng không hay chuỗi buôn bán lẻ.

*Ghi giảm các khoản nợ phải thu đã bán cho các tổ chức tài chính*

Theo nguyên tắc kế toán của Mỹ (SFAS 140), các khoản phải thu đã bán cho các tổ chức tài chính được ghi giảm nếu bên bán nhượng lại quyền kiểm soát các khoản phải thu cho tổ chức tài chính. Quyền kiểm soát bị từ bỏ nếu như các khoản phải thu nằm ngoài tầm kiểm soát của bên bán, hay bên bán đã chuyển giao phần lớn rủi ro cho bên mua và bên bán không có cam kết mua lại các khoản phải thu đó. Ngược lại, nếu các rủi ro tín dụng vẫn thuộc về bên bán thì không được phép ghi giảm các khoản nợ phải thu này trên báo cáo tài chính.

*Tài sản vô hình chủ yếu không được vốn hóa*

Trong kế toán, lợi ích kinh tế thu được từ việc nghiên cứu và triển khai (R&D) được đánh giá là không chắc chắn. Nghiên cứu một dự án có thể sẽ không bao giờ đưa ra được một sản phẩm mới như đã hứa hẹn, lợi ích kinh tế là không khả thi, hoặc sản phẩm có thể bị lỗi thời bởi sự ra đời sản phẩm nghiên cứu của đối thủ cạnh tranh. Thông thường, quy định kế toán ở các quốc gia yêu cầu chi phí R&D cần được hạch toán vào chi phí. Do vậy, nhà phân tích cần nỗ lực để điều chỉnh sai lệch liên quan đến việc vốn hóa chi phí R&D và điều chỉnh giá trị tài sản hữu hình dựa vào sự thành công của dự án R&D.

*Nợ phải trả bị ghi nhận thấp*

Các khoản nợ phải trả bị ghi nhận thấp khi doanh nghiệp đang gặp khó khăn và nhà quản trị muốn cho nhà đầu tư thấy được bức tranh lạc quan về các rủi ro tài chính của doanh nghiệp. Palepu và các cộng sự (2007) cho rằng nợ phải trả có thể bị ghi nhận thấp trong các điều kiện cụ thể sau:

*Ghi nhận doanh thu quá mức*

Khi tiền đã nhận được nhưng sản phẩm hay dịch vụ chưa được cung cấp, doanh nghiệp lại ghi nhận doanh thu trong khi bản chất đây là khoản nợ phải trả. Khoản nợ này phản ánh cam kết của doanh nghiệp về việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng và sẽ được xóa bỏ khi hoàn thành. Doanh nghiệp sẽ ghi nhận doanh thu sớm trên cơ sở hóa đơn thu tiền nhưng trước khi thực hiện cam kết về sản phẩm dịch vụ cho khách hàng, do vậy, lợi nhuận sẽ được đẩy lên cao hơn.

*Các khoản nợ phải trả dài hạn ngoại bảng*

Tài sản thuê và các khoản nợ có thể được loại trừ ra ngoài bảng cân đối kế toán nếu cấu trúc giao dịch thuê phù hợp với định nghĩa kế toán về thuê hoạt động. Doanh nghiệp có thể hợp thức hóa giao dịch

để tránh thể hiện các tài sản thuê và nghĩa vụ nợ phải trả về thuê tài chính. Do vậy, đối với doanh nghiệp hợp thức hóa cấu trúc giao dịch thuê phù hợp với định nghĩa về thuê hoạt động, nhà phân tích có thể trình bày lại khoản thuê này dưới hình thức thuê tài chính, đảm bảo cam kết tài chính thật sự của doanh nghiệp và rủi ro sẽ phản ánh trên bảng cân đối kế toán và đảm bảo tính có thể so sánh được với các doanh nghiệp khác có nghiệp vụ tương đồng.

## 5. Kết luận

Việc áp dụng KTST của các doanh nghiệp Việt Nam là phổ biến và đang có xu hướng gia tăng trong giai đoạn gần đây. Tần suất và mức độ áp dụng KTST phụ thuộc vào loại hình doanh nghiệp, trong đó, công ty TNHH, công ty cổ phần và doanh nghiệp nhà nước là những loại hình doanh nghiệp có mức độ sử dụng KTST cao hơn so với các loại hình khác do động cơ thực hiện KTST của các doanh nghiệp này chủ yếu nhằm mục đích tối ưu hóa lợi ích về thuế, tăng giá trị công ty và hoàn thành kế hoạch được giao. Bên cạnh đó, mức độ ảnh hưởng của việc áp dụng KTST đến tương lai và các quyết định kinh doanh của doanh nghiệp chưa được ban điều hành và kế toán viên doanh nghiệp quan tâm đúng mức, do các đối tượng này chỉ tập trung vào các lợi ích trước mắt mà chưa quan tâm tới tác động tiêu cực trong dài hạn của các hành vi KTST. Tuy nhiên, các kết quả nghiên cứu này cần được kiểm chứng thêm thông qua việc đa dạng hóa đối tượng khảo sát cũng như mở rộng phạm vi nghiên cứu.

## Tài liệu tham khảo:

- Yadav, B., "Creative accounting: A Literature Review", *The SIJ Transactions on Industrial, Financial & Business Management (IFBM)*, 1 (2013) 5.
- Naser, K., "A Note on the Use of Creative Accounting", *British Accounting Review*, 24 (1992) 2, 111-118.
- Hussain, H.N., Kasim, N., Aurumugam V., "A Review of Creative Accounting Practices and its Area, Technique and Ways of Prevention", *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 4 (2013) 10.
- Palepu, K.G., Walker, R.G., Healy, P.M., Williston, J.R., *Business Analysis & Valuation Using Financial Statements*, Thomson South-Weston, 2007.
- Schilit, H.M., Perler, J., *Financial Shenanigans*, Mc GrawHill, 2010.
- Minh An, "Liên tục chênh lệch sau kiểm toán: Doanh nghiệp đang về gì", *Công Thông tin và Dữ liệu Tài chính - Chứng khoán Việt Nam*, truy cập ngày 20/6/2017, <https://vietstock.vn/2015/10/lien-tuc-chenh-lech-sau-kiem-toan-doanh-nghiep-dang-ve-gi-737-441594.htm>, 2015.
- Đào Thị Thu Hà, Nguyễn Thị Bích Liên, Nguyễn Thị Mai Hiền (2019), *Tác động của Kế toán sáng tạo trong doanh nghiệp và một số vấn đề đặt ra*, *Tạp chí Tài chính*.
- Trần Thị Cẩm Thanh (2016), *Kế toán sáng tạo: Tích cực hay tiêu cực*, *Tạp chí Kế toán Kiểm toán*.
- Đặng Thị Bích Ngọc (2020), *Kế toán sáng tạo và một số vấn đề đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam*, *Tạp chí Công Thương*.
- Nguyễn Thị Hương Liên, ThS. Đào Thị Ngân (2017), *Nghiên cứu mức độ sử dụng kế toán sáng tạo tại các doanh nghiệp Việt Nam*, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*.
- Charles W. Mulford, Eugene E. Comiskey, *The Financial Numbers Game: Detecting Creative Accounting Practice*, March 2011;
- Farlex (2017), *The Farlex Financial Dictionary: Business and Investing Terms Explained*, Farlex International;
- Naser K., (1993), *Creative financial accounting: Its nature and use*, Prentice Hall;
- Hussain, H.N., Kasim, N., Aurumugam V. (2013), "A Review of Creative Accounting Practices and its Area, Technique and Ways of Prevention", *International Journal of Science and Research (IJSR)*.



# KINH NGHIỆM NHẬN DIỆN CHI PHÍ VÀ TÍNH GIÁ DỊCH VỤ GIÁO DỤC ĐÀO TẠO TRÊN THẾ GIỚI

TS. Nguyễn Thị Thúy Nga\*

Nhận diện chi phí và tính giá dịch vụ là nội dung cơ bản quan trọng trong toàn bộ nhiệm vụ kế toán. Đối với lĩnh vực giáo dục - đào tạo, nội dung này đã được hướng dẫn bởi Thông tư 14/2019/TT-BGDĐT hướng dẫn xây dựng, thẩm định, ban hành định mức kinh tế - kỹ thuật và phương pháp xây dựng giá dịch vụ giáo dục đào tạo áp dụng trong lĩnh vực giáo dục đào tạo. Tuy nhiên, theo kết quả khảo sát tại 04 cơ sở đào tạo (CSĐT) trực thuộc Bộ Tài chính (thuộc phạm vi nghiên cứu của đề tài NCKH cấp Bộ BTC/ĐT/2023-31 "Xây dựng phương pháp nhận diện chi phí và tính giá tại các cơ sở đào tạo trực thuộc Bộ Tài chính" do TS. Nguyễn Thị Thúy Nga làm chủ nhiệm), kết quả và quá trình thực hiện theo quy định của Thông tư 14/2019/TT-BGDĐT còn nhiều bất cập. Mục tiêu của bài viết này là khái quát hệ thống các phương pháp nhận diện chi phí và tính giá dịch vụ đào tạo, đồng thời phân tích kinh nghiệm tính giá dịch vụ giáo dục đào tạo tại một số quốc gia trên thế giới; từ đó, rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam, góp phần đề xuất giải pháp trong nhận diện chi phí và tính giá tại các CSĐT đại học công lập (ĐHCL) nói chung, các CSĐT ĐHCL trực thuộc Bộ Tài chính nói riêng.

• Từ khóa: phương pháp tính giá, chi phí, đào tạo đại học.

Identifying costs and calculating service prices is an important basic content in all accounting tasks. For the field of education and training, this content has been guided by Circular 14/2019/TT-BGDĐT guiding the construction, appraisal, issuance of economic - technical norms and price construction methods. Education and training services applied in the field of education and training. However, according to survey results at 04 training facilities (CSĐT) under the Ministry of Finance (under the scope of research of the Ministry-level scientific research project BTC/DT/2023-31 "Building a cost identification method" and price calculation at training facilities under the Ministry of Finance" chaired by Ph.D. Nguyen Thi Thuy Nga), the results and implementation process according to the provisions of Circular 14/2019/TT-BGDĐT still have many shortcomings. access. The goal of this article is to generalize the system of methods for identifying costs and calculating training service prices, and analyze experiences in calculating education and training service prices in some countries around the world; From there, draw lessons for Vietnam, contribute to proposing solutions in identifying costs and calculating prices at public university investment institutions in general, and public university investment institutions under the Ministry of Finance in particular.

• Key words: price calculation method, costs, university training.

Ngày nhận bài: 12/12/2023

Ngày gửi phản biện: 14/12/2023

Ngày nhận kết quả phản biện: 18/01/2024

Ngày chấp nhận đăng: 02/01/2024

## Khái quát một số phương pháp nhận diện chi phí và tính giá dịch vụ

STT	Phương pháp	Ưu điểm	Nhược điểm
1	Phương pháp tính giá dựa trên hoạt động (Activity-Based Costing - ABC)	Phương pháp này cho phép xác định chi phí dựa trên từng hoạt động cụ thể, giúp hiểu rõ hơn cơ cấu chi phí và quản lý tài chính hiệu quả hơn.	Phương pháp này phức tạp và tốn thời gian, đòi hỏi nhiều dữ liệu chi tiết. Nếu không được thực hiện đúng cách, nó có thể dẫn đến chi phí cao cho việc thu thập và xử lý thông tin.
2	Phương pháp tính giá truyền thống (Traditional Costing)	Đơn giản và dễ triển khai, phù hợp cho các mô hình kế toán đơn giản.	Phương pháp này không phản ánh chính xác cơ cấu thực sự của chi phí, đặc biệt là trong các mô hình sản xuất phức tạp. Nó có thể dẫn đến việc quyết định sai lầm về giá và nguồn lực.
3	Phương pháp tính giá chu kỳ sản phẩm (Life Cycle Costing)	Phương pháp này tính toán tổng chi phí trong suốt vòng đời của sản phẩm, giúp tối ưu hóa lựa chọn và quản lý sản phẩm.	Yêu cầu theo dõi và tính toán chi phí liên tục trong suốt vòng đời của sản phẩm, điều này có thể phức tạp và đòi hỏi sự đầu tư thời gian và nguồn lực.
4	Phương pháp tính giá biến động (Variable Costing)	Tập trung vào chi phí biến đổi và phản ánh mối quan hệ giữa sản lượng và chi phí.	Không phản ánh tổng chi phí cố định và không phù hợp cho các quyết định dài hạn về giá và nguồn lực.
5	Phương pháp tính giá kế thừa (Absorption Costing)	Tính toán tổng chi phí sản xuất bao gồm cả chi phí cố định, phản ánh chi phí sản xuất một cách toàn diện hơn.	Có thể gây sự mơ hồ trong việc quyết định giá và nguồn lực do bao gồm chi phí cố định, đặc biệt trong các tình huống sản xuất thấp.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

\* Học viện Tài chính

Mỗi phương pháp có ưu điểm, nhược điểm riêng, và lựa chọn phương pháp phụ thuộc vào mục tiêu và yêu cầu cụ thể của mỗi đơn vị. Thông thường, một số đơn vị có thể kết hợp nhiều phương pháp để đảm bảo rằng họ có cái nhìn tổng quan và chi tiết về chi phí và tính giá.

### **Kinh nghiệm nhận diện chi phí và tính giá tại một số quốc gia trên thế giới**

#### ***Kinh nghiệm của các trường đại học Hoa Kỳ***

*Harvard University:* Harvard đã sử dụng phương pháp Activity-Based Costing (ABC) để xác định chi phí của từng hoạt động trong việc cung cấp dịch vụ giáo dục và quản lý tài chính hiệu quả hơn. Harvard University đã đầu tư trong việc sử dụng hệ thống thông tin quản lý tiên tiến để tự động hóa việc thu thập dữ liệu và tạo ra các báo cáo chi tiết.

*Stanford University:* Stanford đã thực hiện mô hình hóa chi phí và dự đoán chi phí trong tương lai để quản lý nguồn lực và tài chính. Họ đã phát triển các hệ thống kế toán quản trị và công cụ phân tích dữ liệu để theo dõi chi phí và hiệu suất của các hoạt động giáo dục.

*University of California System:* Hệ thống đại học California đã thúc đẩy việc chia sẻ dữ liệu và kinh nghiệm giữa các trường thành viên để tối ưu hóa chi phí và tài chính toàn hệ thống. Họ đã sử dụng phân tích dữ liệu để xác định các cơ hội tiết kiệm chi phí và cải thiện hiệu suất trong việc cung cấp dịch vụ giáo dục.

*University of Michigan:* Michigan đã áp dụng các mô hình kế toán quản trị để theo dõi chi phí và hiệu suất của từng khoa học, viện nghiên cứu và dự án cụ thể. Họ đã đầu tư vào công nghệ thông tin để nâng cao quy trình kế toán và tính giá.

*Yale University:* Yale đã sử dụng kỹ thuật phân tích chi phí-ích lợi (Cost-Benefit Analysis) để đánh giá chi phí và lợi ích của các dự án và chương trình giáo dục. Họ đã thúc đẩy sự hợp tác giữa các bộ phận trong việc quản lý tài chính và cải thiện quá trình quyết định về nguồn lực.

Những kinh nghiệm này không chỉ giúp các trường đại học tại Hoa Kỳ quản lý chi phí và tính giá hiệu quả, mà còn cung cấp các ví dụ tiêu biểu về việc áp dụng các phương pháp quản lý tài chính tiên tiến trong ngành giáo dục đại học.

#### ***Kinh nghiệm tại các trường đại học Anh***

Ở các trường đại học của Anh, chi phí đào tạo (CPĐT) là chỉ tiêu nội bộ của mỗi trường và hầu như không được công khai. Do vậy, để nghiên cứu CPĐT đại học ở Anh phải tiếp cận từ học phí. Học phí này được xác định tùy theo trình độ đào tạo: đại học, sau đại học, các chứng chỉ chuyên ngành, các khóa đào tạo tiếng Anh,... Chính sách học phí đối với bậc học đại học tại các trường được xác định cho 2 nhóm đối tượng sinh viên:

- Sinh viên người bản xứ và sinh viên đến từ các nước thuộc khối Liên minh châu Âu.
- Sinh viên quốc tế.

Học phí đối với sinh viên bản địa được bao cấp một phần từ NSNN, do vậy tác giả cho rằng học phí cho sinh viên quốc tế sẽ phản ánh đúng và đủ CPĐT. Sở dĩ sinh viên đến từ các nước thuộc khối Liên minh châu Âu được hưởng mức học phí như sinh viên người bản xứ vì bản thân hoặc gia đình họ đang sống, làm việc và cống hiến những đóng góp của mình cho Chính phủ cũng như thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ như người bản xứ. Do vậy, các sinh viên này được hưởng lợi từ đóng góp của mình cho Chính phủ. Trong khi đó, sinh viên quốc tế đến học tập tại Anh tuy chưa có đóng góp nào cho đất nước này đã được hưởng ngay một môi trường sống và học tập tốt, môi trường kinh tế - xã hội văn minh, chế độ chăm sóc y tế miễn phí thông qua dịch vụ y tế quốc gia... nên học phí họ trả sẽ được bao hàm tất cả các loại chi phí liên quan trực tiếp đến quá trình đào tạo cũng như các chi phí gián tiếp để có được lợi ích mà sinh viên thụ hưởng.

Phương thức xác định mức học phí tại các trường đại học của Vương quốc Anh thường xây dựng trên cơ sở: ngành đào tạo và đặc thù của khối ngành đào tạo cơ bản. Học phí tại các trường đại học của Vương quốc Anh được xác định cho từng ngành đào tạo cụ thể. Trong một trường đại học, các ngành đào tạo khác nhau thường có mức phí không giống nhau.

Bên cạnh việc xác định mức học phí theo từng ngành học, ở một số trường mức học phí còn được xác định chung cho một khối ngành dựa trên đặc thù của phương pháp đào tạo với từng khối ngành đó. Thông thường, học phí được xác

định cho ba khối cơ bản: khối ngành học không có phòng thí nghiệm, có phòng thí nghiệm và khối ngành về khám và điều trị bệnh. Đối với khối ngành trong quá trình đào tạo cần có phòng thí nghiệm hoặc phòng thực hành song song với quá trình học lý thuyết như các ngành về: môi trường, khoa học trái đất, kỹ thuật cơ khí, chế tạo máy, công nghệ thông tin, nghệ thuật... học phí thường cao hơn so với khối ngành đào tạo không cần phòng thí nghiệm; còn với khối ngành liên quan đến khám và điều trị bệnh thì ngay trong quá trình đào tạo sinh viên không những học lý thuyết trên lớp mà còn phải thực hành tại các bệnh viện, phòng khám, phòng thí nghiệm... Do vậy, học phí xây dựng cho khối ngành này thường là cao nhất, chẳng hạn tại đại học Bristol mức học phí áp dụng cho sinh viên quốc tế theo học khối ngành không có phòng thí nghiệm là 10.800 GBP/năm; 13.900 GBP/năm đối với ngành học cần có phòng thí nghiệm và mức 25.100 GBP/năm đối với ngành khám và điều trị bệnh.

Cho dù xác định học phí theo ngành hay theo đặc thù của phương pháp đào tạo đối với khối ngành, ở các quốc gia khác nhau cũng như các trường có vị thế khác nhau thì học phí tại các trường đại học của Anh không những phản ánh được chi phí cần thiết để đạt được chất lượng đào tạo chuẩn mực, đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt của các cơ quan quản lý và kiểm định chất lượng các trường đại học mà còn phản ánh cả các chi phí liên quan mà sinh viên được thụ hưởng trong quá trình học tập cũng như giá trị, uy tín của bằng cấp nhận được.

### **Bài học cho các cơ sở đào tạo đại học công lập Việt Nam**

Dựa trên kinh nghiệm của các trường đại học trên thế giới trong phương pháp nhận diện chi phí và tính giá, dưới đây là bài học kinh nghiệm mà Việt Nam có thể học hỏi:

- *Áp dụng phương pháp Activity-Based Costing (ABC)*: Học hỏi cách các trường đại học Mỹ đã sử dụng phương pháp ABC để xác định chi phí của từng hoạt động giáo dục. Việt Nam có thể phát triển mô hình tương tự để hiểu rõ hơn cơ cấu chi phí và phân bổ nguồn lực một cách hiệu quả.

- *Tích hợp công nghệ thông tin*: Đầu tư vào công nghệ thông tin để tự động hóa quá trình kế toán, thu thập dữ liệu và tạo ra báo cáo chi tiết. Điều này giúp cải thiện độ chính xác, minh bạch và tiết kiệm thời gian.

- *Hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm*: Tạo ra cơ hội hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm giữa các trường đại học để tối ưu hóa tài nguyên và tài chính. Việt Nam có thể thiết lập các mạng lưới hợp tác để trao đổi thông tin và giải quyết các thách thức chung.

- *Phát triển mô hình Kế toán Quản trị*: Xây dựng các mô hình kế toán quản trị để dự đoán chi phí tương lai và quản lý nguồn lực hiệu quả hơn. Việt Nam có thể sử dụng dữ liệu lịch sử và phân tích dữ liệu để tối ưu hóa kế hoạch tài chính.

- *Đào tạo nhân sự*: Đảm bảo rằng nhân viên có kiến thức và kỹ năng cần thiết để thực hiện quản lý chi phí và tính giá tốt. Việt Nam có thể đầu tư trong việc đào tạo nhân sự để họ có thể hiểu và thực hiện các phương pháp quản lý tài chính tiên tiến.

- *Phản hồi từ sự thay đổi*: Thích nghi với sự thay đổi trong môi trường giáo dục và thị trường lao động để điều chỉnh phương pháp nhận diện chi phí và tính giá theo thời gian. Việt Nam cần linh hoạt và sẵn sàng thay đổi để thích nghi với môi trường phát triển.

Những bài học này có thể giúp Việt Nam cải thiện quản lý tài chính trong ngành giáo dục đại học, cung cấp dịch vụ giáo dục chất lượng hơn và sử dụng nguồn lực một cách hiệu quả. Việc học hỏi từ kinh nghiệm quốc tế có thể đóng góp vào sự phát triển bền vững của hệ thống giáo dục ở Việt Nam.

### **Tài liệu tham khảo:**

Nguyễn Văn Ánh (2009), *Xác định chi phí ĐTDH ở Việt Nam*, Bộ GD&ĐT, Hà Nội.

Bộ Tài chính (2019), *Thông tư 14/2019/TT-BGDĐT*

GS. Phạm Phú, *Đổi mới căn bản về tài chính cho giáo dục đại học Việt Nam, phần I*.

TS. Nguyễn Thị Thúy Nga (2023), *đề tài NCKH cấp Bộ BTC/ĐT/2023-31 "Xây dựng phương pháp nhận diện chi phí và tính giá tại các cơ sở đào tạo trực thuộc Bộ Tài chính"*.