

Giang Ngô (2023). Tăng cường giải ngân vốn đầu tư công góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023),1-18

Đặc san Nghiên cứu Chính sách và Phát triển

Tăng cường giải ngân vốn đầu tư công góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam

© Học viện Chính sách và Phát triển 2023
© CSR,2023

Bài báo khoa học

Ngô Văn Giang (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển
Email: ngovangiang@mpi.gov.vn

Tóm tắt

Bài viết này điểu qua vai trò của việc giải ngân vốn đầu tư công đối với tăng trưởng kinh tế, phân tích khái quát về thực trạng giải ngân vốn đầu tư công của Việt Nam giai đoạn từ năm 2016 đến nay, trên cơ sở đó đề ra một số giải pháp nhằm tăng cường mạnh mẽ hơn nữa tốc độ giải ngân vốn đầu tư công nhằm hỗ trợ và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của nước ta trong thời gian tới.

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS010223

Từ khóa: Đầu tư công, tăng trưởng kinh tế, giải ngân vốn đầu tư

Abstract

The paper reviews the role of the disbursement of public investment capital in economic growth and generally analyzes the actual situation of disbursement of public investment capital in Vietnam from 2016 up to now; based on that, the paper proposes a number of solutions to accelerating and enhancing disbursement of public investment capital in order to promote the economic growth of the country in coming years.

Keywords: Public investment, economic growth, investment capital disbursement

Giới thiệu chung

Đầu tư công luôn đóng vai trò quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế của các quốc gia, đặc biệt là với Việt Nam khi vốn đầu tư công chiếm một tỷ trọng khá lớn trong tổng đầu tư toàn xã hội (trung bình khoảng 16 -17%). Với bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động phức tạp trong thời gian qua, như lạm phát toàn cầu ở mức cao, giá năng lượng thế giới tăng cao, chiến

sự Nga-Ucraina với nhiều diễn biến bất ngờ, ngoài dự đoán, cạnh tranh chiến lược, kinh tế và thương mại giữa các nước lớn, cộng với tình hình dịch bệnh Covid-19 kéo dài, nền kinh tế Việt Nam đã chịu ảnh hưởng nặng nề trên nhiều mặt mà biểu hiện rõ nhất là về diễn biến tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP). Sau khi duy trì mức tăng trưởng bình quân 5,99% giai đoạn 2016-2020, thì năm 2021 tăng trưởng GDP của Việt Nam chỉ đạt 2,58%, là mức thấp kỷ lục trong nhiều năm. Sau khi lấy lại đà hồi phục ấn tượng năm 2022 với mức tăng trưởng cao nhất trong 10 năm đạt 8,02%, thì những tháng đầu năm 2023 nền kinh tế lại đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức, ảnh hưởng đến khả năng hoàn thành kế hoạch tăng trưởng khoảng 6,5% trong năm.

Trong bối cảnh ấy, khi hoạt động sản xuất - kinh doanh của khu vực doanh nghiệp gặp rất nhiều khó khăn, thu nhập và chi tiêu của người dân đều suy giảm, thì đầu tư công được coi là động lực quan trọng cho tăng trưởng kinh tế. Tại Hội nghị trực tuyến toàn quốc đôn đốc đẩy mạnh phân bổ, giải ngân vốn đầu tư công và thực hiện Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội diễn ra vào ngày 21/02/2023, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính nhấn mạnh, đầu tư công vừa là động lực, vừa là nguồn lực phát triển, phải phân bổ giải ngân ít nhất 95% trong tổng số hơn 711 nghìn tỷ đồng vốn đầu tư công năm 2023. Thủ tướng cũng khẳng định, năm 2023 Chính phủ xác định đẩy mạnh phân bổ, giải ngân vốn đầu tư công và thực hiện Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội, 3 chương trình mục tiêu quốc gia là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của các cấp, các ngành, các địa phương¹.

Sử dụng phương pháp nghiên cứu phân tích, tổng hợp lý thuyết, phân tích và tổng kết kinh nghiệm thực tế, bài viết này điềm qua vai trò của việc giải ngân vốn đầu tư công đối với tăng trưởng kinh tế, phân tích khái quát về thực trạng giải ngân vốn đầu tư công của cả nước giai đoạn từ năm 2016 đến nay, trên cơ sở đó đề ra một số giải pháp nhằm tăng cường mạnh mẽ hơn nữa tốc độ giải ngân vốn đầu tư công nhằm hỗ trợ và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của nước ta trong thời gian tới.

1. Vai trò của tăng cường giải ngân vốn đầu tư công đối với thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam

1.1. Đầu tư công và tăng trưởng kinh tế

Các lý thuyết kinh tế nổi tiếng, từ học thuyết Keynes, mô hình Harrod-Domar, mô hình tăng trưởng tân cổ điển của Solow cho đến mô hình tăng trưởng nội sinh của Romer và Lucas, đều chỉ ra tác động thuận chiều của đầu tư, trong đó có đầu tư công, đầu tư của nhà nước, đối với tăng trưởng kinh tế qua nhiều kênh khác nhau. Về mối quan hệ giữa đầu tư công và tăng trưởng kinh tế, các học giả Barro (1990), Agell (1994) và Devarajan (1996) đã cho thấy mối quan hệ tích cực giữa đầu tư công và tăng trưởng kinh tế của các quốc gia. Cụ thể, sự gia tăng của vốn đầu tư công vào cơ sở hạ tầng giúp các doanh nghiệp tiết kiệm chi phí; đầu tư công cho khoa học công nghệ làm thay đổi công nghệ sản xuất từ đó tác động tới phương thức sản xuất và sản lượng của nền kinh tế; đầu tư công thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiệu quả hơn; đầu tư công trong lĩnh vực giáo dục, đào tạo góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tăng năng suất lao động. Tại Việt Nam,

¹ Báo điện tử Chính phủ (baochinhphu.vn), ngày 21/02/2023.

một số nghiên cứu thực nghiệm đã chứng minh tác động tích cực của vốn đầu tư công đến tăng trưởng kinh tế. Cường (2020) sử dụng phương pháp kiểm định nhân quả Granger giữa đầu tư công với tổng cầu và tăng trưởng kinh tế, kết quả cho thấy vai trò của đầu tư công đối với tăng trưởng kinh tế có thể xảy ra trong vòng 3 năm nhưng kích thích tổng cầu thì có thể sẽ thành hiện thực trong thời gian ngắn hạn. Trần Nguyễn Ngọc Anh Thư và Lê Hoàng Long (2014) sử dụng mô hình đa biến được phác họa từ hàm sản xuất, bằng cách tiếp cận phân phối trễ tự hồi quy (ARDL) cho thấy tác động của đầu tư công đối với tăng trưởng kinh tế trong ngắn hạn không có ý nghĩa thống kê, nhưng có tác động thúc đẩy tăng trưởng kinh tế dài hạn. Trần Quốc Phương (2022) cho rằng vốn đầu tư công đóng vai trò là nguồn vốn mới dẫn dắt và định hướng vốn đầu tư toàn xã hội phục vụ cho tăng trưởng và phát triển kinh tế. Việc đẩy mạnh giải ngân đầu tư công một mặt vừa đóng góp trực tiếp vào tiêu thụ nguyên, nhiên vật liệu và hàng hóa, phát triển cơ sở hạ tầng, giảm chi phí lưu thông, nâng cao năng lực, sức cạnh tranh của nền kinh tế... một mặt vừa đóng góp vào tăng trưởng GDP cho đất nước, mặt khác gián tiếp đưa tiền vào thị trường để kích thích tổng cung, tổng cầu, đồng thời tạo thêm nhiều công ăn việc làm cho người lao động và cải thiện cơ sở hạ tầng, gián tiếp giúp phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội mạnh hơn, nhất là sau những cú sốc về khủng hoảng, suy thoái, dịch bệnh...

Bên cạnh đó, cũng có một số nghiên cứu về thực trạng đầu tư công tại Việt Nam trong thời gian qua. Đỗ Thị Thu và Phùng Thanh Loan (2022) đã phân tích, đánh giá tổng quan về thực trạng đầu tư công tại Việt Nam giai đoạn 2011-2020, từ đó đề ra

một số giải pháp đẩy mạnh đầu tư công hỗ trợ tăng trưởng kinh tế. Phan Đình Khôi và Trần Phú Lộc Thành (2019) đã phân tích tác động của đầu tư công đối với tăng trưởng kinh tế Việt Nam giai đoạn 2000-2017, sử dụng tập dữ liệu của 63 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương. Tuy nhiên, những nghiên cứu trên chưa phân tích sâu về tình hình giải ngân vốn đầu tư công tại Việt Nam, đặc biệt là những nguyên nhân cụ thể dẫn đến việc giải ngân vốn đầu tư công còn chậm trong thời gian qua, từ đó đề ra các giải pháp nhằm tăng cường giải ngân vốn đầu tư công trong thời gian tới. Hơn nữa, các nghiên cứu trên sử dụng các dữ liệu chưa gắn với các kế hoạch đầu tư công trung hạn và hằng năm thực hiện theo Luật Đầu tư công tại Việt Nam. Bài viết này chỉ điểm qua, chứ không phân tích sâu, tác động của đầu tư công đối với tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam, thay vì thế sẽ tập trung sâu hơn vào nội dung đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam.

1.2. Vai trò của tăng cường giải ngân vốn đầu tư công đối với thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam

Theo quy định tại Điều 4 của Luật Đầu tư công 2019, đầu tư công là hoạt động đầu tư của Nhà nước vào các chương trình, dự án và đối tượng đầu tư công khác theo quy định của Luật. Vốn đầu tư công quy định tại Luật này bao gồm: vốn ngân sách nhà nước; vốn từ nguồn thu hợp pháp của các cơ quan nhà nước, đơn vị sự nghiệp công lập dành để đầu tư theo quy định của pháp luật. Việt Nam được coi là một trong những nước có tỷ lệ đầu tư/GDP cao trên thế giới và đầu tư công tuy có xu hướng giảm dần trong những năm gần đây nhưng vẫn chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng đầu

tư toàn xã hội. Đầu tư, trong đó có đầu tư công, được coi là động lực chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và bản chất của mối quan hệ này đã được khẳng định trong nhiều nghiên cứu mang tính lý thuyết và thực nghiệm như đã nêu trên đây. Tại nước ta, theo ước tính của Tổng cục Thống kê, trong giai đoạn 2021 - 2025, nếu giải ngân đầu tư công tăng thêm 1% so với năm trước thì tăng trưởng GDP sẽ tăng thêm 0,058%². Tại Nghị quyết số 29/2021/QH15 ngày 28/7/2011 của Quốc hội về kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021- 2025, đã đề ra mục tiêu huy động tổng vốn đầu tư toàn xã hội bình quân 5 năm 2021- 2025 đạt khoảng 32- 34% GDP, tỷ trọng vốn đầu tư công bình quân 5 năm khoảng 16- 17% tổng vốn đầu tư toàn xã hội. Đặc biệt, Với bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động phức tạp như hiện nay, các động lực quan trọng của nền kinh tế như xuất khẩu, cầu trong nước, quy mô sản xuất,... đều có xu hướng giảm; dư địa hỗ trợ tăng trưởng cũng sẽ hạn hẹp hơn vì chính sách tiền tệ và tài khóa vẫn phải đề phòng lạm phát, thì dư địa tạo động lực cho tăng trưởng kinh tế trong những năm tới tiếp tục là giải ngân vốn đầu tư công. Điều này được thể hiện rõ hơn ở một số điểm chính dưới đây:

Thứ nhất, như đã nêu trên đây, đầu tư công chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng đầu tư toàn xã hội ở nước ta, vì vậy việc đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công sẽ đóng góp trực tiếp cho tăng trưởng GDP. Trong kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025, tổng mức vốn riêng nguồn ngân sách nhà nước trong cả giai đoạn

được dự kiến là 2,87 triệu tỷ đồng; nếu phần đầu đạt mục tiêu tỷ lệ giải ngân trên 90% kế hoạch, thì trong 5 năm nền kinh tế sẽ hấp thụ một lượng vốn khoảng 2,6 triệu tỷ đồng đầu tư công, tác động lớn đến tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh nguồn ngân sách nhà nước, các nguồn thu hợp pháp của các cơ quan nhà nước, các đơn vị sự nghiệp công lập dành cho đầu tư cũng bổ sung một lượng vốn đáng kể cho nền kinh tế.

Thứ hai, đầu tư công đóng vai trò làm “vốn môi”, dẫn dắt, tăng cường thu hút các nguồn vốn đầu tư từ các khu vực kinh tế ngoài nhà nước cho phát triển kinh tế - xã hội. Theo ước tính của Tổng cục Thống kê, năm 2021 giải ngân 1 đồng vốn đầu tư công sẽ kéo theo 1,61 đồng vốn đầu tư của khối ngoài nhà nước³. Nếu mối liên hệ này tiếp tục được duy trì trong cả giai đoạn 2021-2025, thì việc giải ngân 2,6 triệu tỷ đồng vốn ngân sách trong cả giai đoạn sẽ thu hút được khoảng 4,2 triệu tỷ đồng vốn đầu tư vào nền kinh tế của các khu vực kinh tế ngoài nhà nước, cho thấy mức độ lan tỏa to lớn của đầu tư công.

Thứ ba, nguồn vốn đầu tư công được tập trung phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng kinh tế- xã hội, là yếu tố then chốt tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp và các hoạt động kinh tế của người dân, nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Theo Nghị quyết về kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025, định hướng đầu tư sẽ tập trung vào việc thực hiện nhiều dự án kết cấu hạ tầng lớn như: dự án Cảng hàng không quốc tế Long Thành; các dự án của tuyến đường

^{2&3} Trích ý kiến của TS. Nguyễn Bích Lâm, Nguyên Tổng cục trưởng Tổng cục Thống kê, trả lời phỏng vấn Báo Hải quan điện tử trong bài “*Tăng 1 đồng vốn đầu tư công sẽ kéo theo 1,61 đồng vốn đầu tư ngoài nhà nước*”, đăng trên haiquanonline.com.vn ngày 04/6/2021.

bộ cao tốc Bắc- Nam phía Đông; các dự án đường vành đai 3, 4 của khu vực động lực Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, kết nối vùng Đồng bằng sông Cửu Long, tuyến nối Tây Nguyên với Nam Trung Bộ, khu vực miền núi phía Bắc, tuyến đường ven biển, hành lang kinh tế Đông- Tây... Bên cạnh các dự án giao thông, nhiều dự án đầu tư kết cấu hạ tầng quan trọng trong các lĩnh vực như nông nghiệp, năng lượng, thông tin và truyền thông, xây dựng... cũng được triển khai thực hiện. Tác động lan tỏa của đầu tư các dự án kết cấu hạ tầng lớn cũng giúp cho một loạt các ngành được hưởng lợi như ngành bất động sản, vật liệu xây dựng, xây dựng, thi công công trình, logistics và cảng biển, ngân hàng..., đều có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế.

Thứ tư, Kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025, đặc biệt là việc thực hiện 3 chương trình mục tiêu quốc gia, cũng đề ra định hướng ưu tiên vốn đầu tư từ nguồn ngân sách nhà nước cho các vùng miền núi, biên giới, hải đảo, vùng đồng bào dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng xa, vùng thường xuyên bị thiên tai, bão lũ và các vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn; các nhiệm vụ ứng phó biến đổi khí hậu, phòng, chống, khắc phục tình trạng hạn hán ở các tỉnh Tây Nguyên và Nam Trung Bộ, xâm nhập mặn ở các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long, sự cố ô nhiễm môi trường biển ở 4 tỉnh miền Trung. Những ưu tiên này sẽ góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ở các địa phương còn khó khăn, đóng góp chung cho tăng trưởng kinh tế cả nước.

2. Thực trạng giải ngân vốn đầu tư công tại Việt Nam trong thời gian qua

2.1. Giai đoạn 2016-2020

Trong giai đoạn từ năm 2015 đến nay ghi nhận những thay đổi quan trọng về thể chế quản lý đầu tư công tại Việt Nam gắn liền với sự ra đời của Luật Đầu tư công số 49/2014/QH13 (Luật Đầu tư công 2014, có hiệu lực từ ngày 01/01/2015) và đặc biệt là Luật Đầu tư công số 39/2019/QH14 (Luật Đầu tư công 2019, có hiệu lực từ ngày 01/01/2020) và các văn bản hướng dẫn thi hành. Những thay đổi này, đặc biệt là các quy định rõ về trình tự, thủ tục, thẩm quyền, trách nhiệm của các cấp, các ngành, người đứng đầu, phân cấp mạnh mẽ, tạo quyền chủ động và chịu trách nhiệm về hiệu quả đầu tư công, đã tác động mạnh mẽ đến hoạt động đầu tư công của tất cả các bộ, ngành và địa phương từ khâu chuẩn bị đầu tư, tổ chức thực hiện đầu tư, cho đến công tác kế hoạch đầu tư công..., qua đó ảnh hưởng rõ rệt đến việc giải ngân đầu tư công trên phạm vi cả nước.

Giai đoạn 2016-2020 là giai đoạn thực hiện Kế hoạch đầu tư công trung hạn lần đầu tiên của cả nước theo Luật Đầu tư công 2014 với mức vốn được giải ngân gần 2 triệu tỷ đồng. Theo số liệu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, trong cả giai đoạn, tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công bình quân hàng năm đạt khoảng 83,4% kế hoạch Thủ tướng Chính phủ giao; trong đó năm 2016 đạt 88,27%; 2017 đạt 81,69%; 2018 đạt 71,69%; 2019 đạt 78,68%, riêng năm 2020 tỷ lệ giải ngân đạt cao nhất trên 97,46%. Với lượng vốn đầu tư công được giải ngân đã góp phần huy động vốn đầu tư xã hội đạt 9,2 triệu tỷ đồng trong cả giai đoạn. Điều này khẳng định tính chất “vốn môi”, dẫn dắt và lan tỏa của đồng vốn đầu tư công, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế ở mức cao của nước ta giai đoạn 2016-2020. Kết quả nổi bật của đầu tư công giai đoạn 2016-2020 là hệ thống kết

cấu hạ tầng của đất nước tiếp tục được cải thiện, nhiều công trình, dự án thuộc lĩnh vực giao thông, nông nghiệp, y tế, giáo dục... được hoàn thành, góp phần đáng kể thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, bảo đảm an sinh xã hội, cải thiện đời sống nhân dân, cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, năng lực cạnh tranh của nền kinh tế. Đạt được kết quả trên xuất phát từ nhiều nguyên nhân, trong đó phải kể đến công tác chỉ đạo, điều hành ngày càng đổi mới, hiệu quả. Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đã có nhiều chỉ đạo quyết liệt, kịp thời với nhiều giải pháp đột phá thông qua 04 Nghị quyết chuyên đề, 06 Hội nghị đầu tư công, các chỉ thị, kết luận, tổ chức đoàn công tác thúc đẩy giải ngân.... Bên cạnh đó, cũng phải kể đến một yếu tố quan trọng giúp cho việc giải ngân vốn đầu tư đạt tỷ lệ rất cao năm 2020 là sự vào cuộc của hệ thống kho bạc nhà nước (KBNN) với hàng loạt các giải pháp có hiệu quả liên quan đến khâu thanh toán vốn (xem Hộp 1 dưới đây).

Hộp 1: Sự vào cuộc của hệ thống kho bạc nhà nước

Là cơ quan được giao nhiệm vụ kiểm soát khâu cuối cùng của dự án là thanh toán vốn, Kho bạc Nhà nước (KBNN) cũng rất “sốt ruột” khi nguồn vốn nằm đó mà không thể giải ngân. Với trách nhiệm được giao, KBNN đã nhanh chóng triển khai thực hiện hàng loạt những cải cách, đổi mới trong kiểm soát thanh toán vốn đầu tư theo quy định của Bộ Tài chính. Theo đó, thời gian kiểm soát, thanh toán vốn đã được rút gọn xuống còn 3 ngày làm việc (trước đây là 7 ngày). Đồng thời, thời gian thanh toán cũng đã được rút ngắn tối đa xuống còn 1 ngày làm việc kể từ khi KBNN nhận đủ hồ sơ, chứng từ hợp lệ của đơn vị sử dụng ngân sách. Bên cạnh đó, để tạo thuận lợi tối đa cho các chủ đầu tư, ban quản lý dự án, toàn hệ

thống KBNN đã tích cực áp dụng phương thức “thanh toán trước, kiểm soát sau” đối với hợp đồng thanh toán nhiều lần theo quy định tại Nghị định số 11/2020/NĐ-CP quy định về thủ tục hành chính thuộc lĩnh vực kho bạc.

Ngoài ra, KBNN đã thực hiện cơ chế một cửa một giao dịch viên trong kiểm soát chi NSNN. Với cơ chế này, người tiếp nhận hồ sơ cũng chính là người xử lý công việc cho đơn vị sử dụng ngân sách, từ đó đã rút ngắn thời gian thanh toán, giảm bớt được đầu mối kiểm soát chi.

Trong năm 2020, toàn hệ thống KBNN đã hoàn thành việc “phủ sóng” dịch vụ công trực tuyến (DVCTT). DVCTT của KBNN được đánh giá là bước cải cách đột phá khi tạo thêm được một kênh giao dịch điện tử để khách hàng có thể tự do lựa chọn giao dịch, giảm chi phí đi lại, chờ đợi cho khách hàng. Hơn nữa, việc sử dụng DVCTT với chữ ký số đã tăng cường tính bảo mật, tránh việc giả mạo chữ ký, con dấu của đơn vị sử dụng ngân sách. Thêm vào đó, DVCTT đã giúp đơn vị sử dụng ngân sách cũng như KBNN giám sát quá trình xử lý hồ sơ và kiểm soát chi ngân sách nhà nước; nâng cao tính trách nhiệm và minh bạch trong công tác kiểm soát chi ngân sách nhà nước nói riêng và giao dịch với khách hàng nói chung...

Tại các KBNN địa phương, ngoài việc thực hiện các cải cách trong kiểm soát chi nguồn vốn đầu tư công theo các quy định của Bộ Tài chính, KBNN thì công tác đôn đốc chủ đầu tư, ban quản lý dự án hoàn thành hồ sơ gửi đến Kho bạc thanh toán khi có khối lượng được nghiệm thu cũng được các đơn vị hết sức coi trọng. Do đó, các KBNN địa phương đã bám sát tiến độ xây dựng của các công trình, dự án để đôn đốc

các chủ đầu tư, ban quản lý dự án hoàn thành hồ sơ gửi đến Kho bạc ngay khi có khối lượng để thanh toán, không để dồn vào cuối năm. Đồng thời, các KBNN địa phương đã thực hiện nghiêm các quy định về công khai quy trình, hồ sơ và thời gian kiểm soát thanh toán; hướng dẫn, tạo điều kiện cho các chủ đầu tư khi đến giao dịch tại kho bạc; nghiêm cấm các hành vi sách nhiễu, gây chậm trễ, khó khăn cho các chủ đầu tư trong quá trình thực hiện giải ngân nguồn vốn.

Nguồn: Trích trong bài viết “Giải ngân vốn đầu tư công năm 2020: Cú “lội ngược dòng” ngoạn mục”, đăng trên Thời báo Tài chính điện tử, ngày 04/02/2021.

Bên cạnh những kết quả tích cực, việc giải ngân vốn đầu tư công giai đoạn 2016-2020 cũng vẫn còn một số tồn tại, hạn chế. Trong đó, đáng chú ý là nhiều dự án quan trọng quốc gia, dự án trọng điểm chậm tiến độ chưa đạt kết quả Quốc hội đề ra, điển hình là Dự án đầu tư xây dựng một số đoạn đường bộ cao tốc trên tuyến Bắc - Nam phía Đông giai đoạn 2017-2020 cần phải được cơ bản hoàn thành năm 2021, nhưng một số dự án thành phần của Dự án này đến cuối năm 2021 vẫn chưa xong công tác đấu thầu. Một số công trình phải điều chỉnh tổng mức đầu tư lớn, ảnh hưởng đến việc cân đối vốn, hiệu quả sử dụng vốn đầu tư (Dự án Bến Thành – Suối Tiên tăng TMDT từ 17.388 tỷ đồng lên 47.325 tỷ đồng; Dự án Bến Thành – Tham Lương tăng TMDT từ 26.116 tỷ đồng lên 48.771 tỷ đồng...). Việc huy động nguồn vốn ngoài nhà nước chưa đáp ứng yêu cầu, nhiều dự án hợp tác công tư (PPP) không thực hiện được, phải chuyển sang đầu tư công, như: Dự án tuyến đường ven biển từ Quảng Ninh đến Nghệ An và một số dự án thành phần của Dự án

đầu tư xây dựng một số đoạn đường bộ cao tốc trên tuyến Bắc - Nam phía Đông. Tình trạng này đã làm tăng gánh nặng cho ngân sách nhà nước (NSNN) giai đoạn 2016-2020 và giai đoạn 2021-2025. Bên cạnh đó, tỷ lệ giải ngân vốn đầu tư công các năm đầu kỳ kế hoạch chậm, vẫn còn tình trạng phải điều chuyển vốn để đẩy nhanh tiến độ giải ngân, nhất là vốn nước ngoài. Thậm chí, còn khá nhiều dự án được giao kế hoạch vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước năm 2017, 2018 nhưng đến cuối kỳ, vì nhiều lý do khách quan, chủ quan vẫn chưa giải ngân hết số vốn được giao, làm giảm hiệu quả huy động vốn và sử dụng vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước.

2.2. Giai đoạn từ năm 2021 đến nay

Bước vào năm 2021, là năm đầu tiên của một chu kỳ kế hoạch 5 năm mới giai đoạn 2021-2025, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và đầu tư công được thực hiện trong bối cảnh có những yếu tố thuận lợi và khó khăn đan xen. Về mặt thể chế, Luật Đầu tư công 2019 đi vào cuộc sống với nhiều quy định được cho là tiến bộ hơn giúp cho công tác giải ngân vốn đầu tư công thuận lợi hơn. Cụ thể, quy trình thẩm định nguồn vốn và khả năng cân đối vốn đã được phân cấp triệt để cho các bộ, ngành, địa phương, góp phần cải thiện, tháo gỡ một số điểm còn hạn chế trong việc phân bổ, giải ngân vốn thường gặp khi thực hiện theo Luật Đầu tư công 2014. Hơn nữa, Luật Đầu tư công năm 2019 đã phân cấp cho người đứng đầu các bộ, cơ quan trung ương, ủy ban nhân dân cấp tỉnh điều chỉnh kế hoạch đầu tư hàng năm vốn ngân sách trung ương giữa các dự án thuộc danh mục đã được cấp có thẩm quyền quyết định nhưng không vượt quá tổng mức vốn đã được cấp có thẩm quyền giao kế hoạch; vì

vậy, các bộ, ngành, địa phương sẽ chủ động hơn trong việc điều chỉnh vốn thuộc phạm vi quản lý. Luật Đầu tư công 2019 cũng quy định phân cấp về thẩm quyền quyết định chủ trương đầu tư các dự án nhóm A, nếu như trước đây thẩm quyền quyết định chủ trương đầu tư toàn bộ các dự án đầu tư công nhóm A thuộc về Thủ tướng Chính phủ, thì từ năm 2020 Hội đồng nhân dân cấp tỉnh được giao thẩm quyền quyết định chủ trương đầu tư dự án đầu tư công nhóm A do địa phương quản lý. Về thẩm quyền thẩm định nguồn vốn và khả năng bố trí vốn đầu tư công khi xem xét quyết định chủ trương đầu tư các chương trình, dự án đầu tư công cũng có sự phân cấp mạnh mẽ. Nếu như trước đây, toàn bộ các dự án đầu tư công có sử dụng vốn ngân sách nhà nước trung ương trong quá trình quyết định chủ trương đầu tư phải được Bộ Kế hoạch và Đầu tư chủ trì thẩm định nguồn vốn và khả năng cân đối vốn, thì đến nay Bộ Kế hoạch và Đầu tư chỉ chủ trì thẩm định đối với các chương trình mục tiêu quốc gia, các dự án quan trọng quốc gia và các chương trình, dự án do Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ quyết định chủ trương đầu tư, còn các dự án khác thẩm quyền thẩm định nguồn vốn và khả năng cân đối vốn được phân cấp giao cho các bộ, cơ quan trung ương và các địa phương chủ trì thực hiện. Ngoài ra, Luật đã bổ sung quy định về quy trình điều chỉnh vốn nên đã rút ngắn thời gian điều chỉnh kế hoạch vốn đầu tư công so với quy trình tại Luật Đầu tư công năm 2014.

Theo Kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025 được Quốc hội thông qua tại nghị quyết số 29/2021/QH15 ngày 18/7/2021, tổng mức vốn riêng nguồn ngân sách nhà nước dự kiến là 2,87 triệu tỷ đồng; trong đó tổng vốn kế hoạch được

Thủ tướng Chính phủ giao trong các năm 2021, 2022 và 2023 lần lượt là hơn 461.311 tỷ đồng, 549.690 tỷ đồng và gần 711.700 tỷ đồng. Rõ ràng, đây là lượng vốn lớn và làm thế nào để đẩy mạnh giải ngân hết lượng vốn này luôn là bài toán khó đặt ra đối với Chính phủ, các bộ, ngành và địa phương.

Đặc biệt, trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 còn diễn biến phức tạp, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đã đưa ra nhiều giải pháp để tiếp thêm nguồn lực vào nền kinh tế, góp phần thúc đẩy sản xuất- kinh doanh vốn đang bị ngừng trệ, đẩy nhanh giải ngân vốn đầu tư công. Cụ thể là, năm 2021, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành 01 Nghị quyết, 02 Chỉ thị về thúc đẩy giải ngân vốn đầu tư công, quyết định thành lập Tổ công tác đặc biệt của Thủ tướng Chính phủ về rà soát, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc và thúc đẩy thực hiện dự án đầu tư tại các bộ, ngành và địa phương.

Năm 2022, Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ tiếp tục ra nhiều nghị quyết, công điện, chỉ thị cùng nhiều văn bản để thúc đẩy tiến độ giải ngân vốn đầu tư công như (3 nghị quyết chuyên đề về giải ngân vốn đầu tư công năm 2022, 5 công điện, 1 chỉ thị). Đồng thời, từ rất sớm Chính phủ đã thành lập 6 Tổ công tác do 4 Phó Thủ tướng Chính phủ và 2 tư lệnh ngành (Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư và Bộ trưởng Bộ Tài chính) làm tổ trưởng thường xuyên có những cuộc họp trực tuyến, họp trực tiếp với các bộ, ngành, địa phương được phân công theo dõi để kịp thời nắm bắt những khó khăn và đôn đốc tiến độ giải ngân vốn đầu tư công. Bên cạnh đó, đã rất nhiều lần Thủ tướng Chính phủ đã dành những ngày nghỉ cuối tuần đến kiểm tra các dự án, công trình đang có tiến độ giải ngân chậm để đôn đốc và tìm cách tháo gỡ

những khó khăn, vướng mắc mà dự án, công trình đó đang gặp phải.

Bước sang năm 2023, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ tiếp tục hết sức coi trọng công tác giải ngân vốn đầu tư công và rất “sốt sắng” cho nhiệm vụ này. Bằng chứng là ngay từ đầu năm Chính phủ đã tổ chức Hội nghị trực tuyến toàn quốc đôn đốc đẩy mạnh phân bổ, giải ngân vốn đầu tư công; và tại Hội nghị này, Thủ tướng Chính phủ khẳng định việc đẩy mạnh phân bổ, giải ngân vốn đầu tư công là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của các cấp, các ngành, các địa phương. Thủ tướng Chính phủ đã ban hành 01 Công điện đôn đốc các bộ, ngành, địa phương khẩn trương phân bổ chi tiết kế hoạch đầu tư công vốn ngân sách nhà nước năm 2023³. Chưa dừng lại ở đó, ngày 14/3/2023 Thủ tướng Chính phủ đã ký quyết định thành lập 5 Tổ công tác (do 3 Phó Thủ tướng và 2 Bộ trưởng Kế hoạch và Đầu tư và Tài chính đứng đầu mỗi tổ) kiểm tra, đôn đốc, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc, đẩy mạnh giải ngân vốn đầu tư công năm 2023 tại các bộ, cơ quan trung ương và địa phương⁴.

Kết quả là giải ngân vốn đầu tư công đạt mức khá cao trong các năm 2021 và 2022, tương ứng đạt 95,11% và 92,97% kế hoạch Thủ tướng Chính phủ giao. Những kết quả là khá ấn tượng, nhất là trong bối cảnh có nhiều khó khăn với nhiều diễn biến bất thường của đại dịch Covid-19 đem lại. Trong 2 tháng đầu năm 2023, ước giải ngân vốn đầu tư công đạt 6,97% kế hoạch Thủ tướng Chính phủ giao, thấp hơn so với cùng kỳ năm 2022 (8,61%). Tuy nhiên, kết quả giải ngân vốn đầu tư công những năm vừa qua được đánh giá là không đạt như kỳ

vọng. Bên cạnh các bộ, ngành, địa phương có tỷ lệ giải ngân tốt, vẫn còn không ít bộ, cơ quan trung ương và địa phương chỉ đạt tỷ lệ giải ngân rất thấp, thậm chí không giải ngân được đồng vốn nào. Theo số liệu của Bộ Tài chính, năm 2021 có 20 bộ, cơ quan trung ương và 6 địa phương có tỷ lệ giải ngân dưới 50%, các con số tương ứng của năm 2022 là 17 bộ, cơ quan trung ương và 7 địa phương. Bước sang năm 2023, ước tính đến hết tháng 2 vẫn có tới 44 bộ, cơ quan trung ương chưa thực hiện giải ngân được đồng vốn nào.

Thực tế giải ngân vốn đầu tư chậm, đạt tỷ lệ thấp có thể dẫn tới một số hệ quả chủ yếu sau đây: thứ nhất, giải ngân chậm làm ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế do vốn là một trong những yếu tố quan trọng của tăng trưởng GDP; thứ hai, vốn đầu tư công là nguồn lực của các dự án lớn, phát triển kết cấu hạ tầng, là nguồn lực quan trọng nên khi bị chậm sẽ kéo lùi các dòng vốn tư nhân, đầu tư nước ngoài, huy động vốn đầu tư toàn xã hội, giảm uy tín quốc gia, niềm tin của các nhà đầu tư; thứ ba, chậm giải ngân sẽ gây lãng phí lớn khi tiền nằm ở đó mà Chính phủ phải trả thêm chi phí vốn; thứ tư, doanh nghiệp, xã hội, chủ đầu tư phải chịu nhiều chi phí đội lên, việc làm giảm đi, nợ nần tăng thêm và uy tín làm ăn giảm sút. Rõ ràng đây là những hệ quả không mong muốn, không chỉ ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế của năm có tỷ lệ giải ngân thấp mà còn có thể kéo dài sang những năm sau.

Có nhiều nguyên nhân, cả khách quan và chủ quan, trong đó có cả những nguyên nhân mang tính khá đặc thù của những năm vừa, dẫn đến tình trạng giải ngân vốn đầu

³ Công điện số 123/CD-TTg ngày 10/3/2023 của Thủ tướng Chính phủ.

tư công chưa đạt như kỳ vọng, trong đó đáng chú ý là một số nhóm nguyên nhân chính sau đây:

- Thứ nhất, dịch bệnh Covid-19 bùng phát mạnh, diễn biến phức tạp tại hầu hết các địa phương và trong phần lớn thời gian của các năm 2020, 2021 và 2022 đã ảnh hưởng nặng nề đến giải ngân vốn đầu tư công. Khoảng thời gian đó được đánh giá là rất đặc biệt bởi chưa bao giờ nền kinh tế nước ta phải dồn tâm sức và nguồn lực cho công tác phòng, chống đại dịch như vậy và cũng chưa bao giờ nhiều địa phương phải thực hiện các biện pháp giãn cách, hạn chế tiếp xúc rộng và kéo dài như vậy. Những ảnh hưởng thể hiện ở một số mặt sau đây:

Một là, trong các hoạt động của nền kinh tế thì đầu tư công cũng là hoạt động của kinh tế, cho nên so với các hoạt động sản xuất, kinh doanh thì đầu tư công cũng bị ảnh hưởng bởi tình hình dịch Covid-19. Hoạt động đầu tư công phụ thuộc nhiều vào vấn đề vận chuyển các nguyên vật liệu, thiết bị để triển khai thi công, do vậy trong bối cảnh giãn cách đã bị ảnh hưởng đáng kể, thể hiện rõ nhất ở các địa phương thực hiện giãn cách xã hội. Hơn nữa, việc triển khai phòng, chống dịch bệnh tại một số địa phương chưa được thống nhất, đồng bộ cũng làm ảnh hưởng đến việc lưu thông hàng hóa, nguyên vật liệu xây dựng. Sự đứt gãy chuỗi cung ứng và vận chuyển khó khăn cũng làm gia tăng mạnh giá của nhiều loại nguyên liệu đầu vào cho thi công, vì vậy nhiều dự án phải tiến hành điều chỉnh, ảnh hưởng rất lớn đến tiến độ. Giá nguyên, nhiên vật liệu tăng dẫn đến dự toán vượt so với tổng mức đầu tư được duyệt. Do đó, nhiều dự án phải thực hiện điều chỉnh theo hướng tăng tổng mức đầu tư hoặc thay đổi giải pháp thiết kế hoặc giảm quy mô đầu tư để đảm bảo nguồn lực triển khai. Giá tăng

khiến nhà thầu khó tìm được nguồn cung cấp nguyên vật liệu phù hợp hoặc ảnh hưởng đến phương án tài chính khi triển khai dự án theo hợp đồng đã ký. Giá nguyên, nhiên vật liệu xây dựng trên thị trường tăng cao, chi phí đối ứng tăng mạnh tác động trực tiếp đến chi phí của doanh nghiệp, nhà thầu xây dựng, ảnh hưởng lớn đến tiến độ thi công các dự án. Tăng giá nguyên vật liệu sẽ vẫn còn tiếp tục những năm tới. Sự khan hiếm nguyên vật liệu sẽ còn được đẩy lên. Tình trạng đình đốn nền kinh tế, sản xuất khi lạm phát tăng cao sẽ là vấn đề chung mà thế giới phải đối mặt. Việt Nam trong bối cảnh còn rất nhiều mặt hàng phụ thuộc nhập khẩu bên ngoài cho cả các dự án hạ tầng cơ sở lẫn sản xuất của khu vực tư doanh cũng sẽ phải ứng phó với tình hình giá cả leo thang. Các dự án, công trình thuộc kế hoạch giai đoạn 2021 - 2025 sẽ tiếp tục phải gánh chịu những khó khăn về giá cả.

Hai là, nguồn nhân lực làm việc trong các dự án đầu tư công, điển hình là các công nhân, chuyên gia, tư vấn cũng phải thực hiện các chính sách giãn cách xã hội của các địa phương tương ứng với tình hình dịch bệnh, do vậy việc triển khai thi công các công trình, dự án, nhất là ở các địa bàn có dịch, gặp rất nhiều khó khăn. Công nhân phải về nhà, một số công trình triển khai được 3 tại chỗ nhưng nguyên liệu đầu vào để thi công lại gặp nhiều khó khăn. Các dự án sử dụng vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA), vốn vay ưu đãi của các nhà tài trợ nước ngoài được đánh giá là chịu tác động nặng nề bởi sự đứt gãy về cung ứng nguyên vật liệu và nguồn nhân lực, do hầu hết các hoạt động đều gắn với yếu tố nước ngoài từ khâu nhập máy móc, thiết bị cho đến huy động chuyên gia, nhân công, nhà thầu nước ngoài, tư vấn giám sát,

thống nhất với nhà tài trợ đối với từng hoạt động và kế hoạch của dự án.

Ba là, dịch Covid-19 cũng ảnh hưởng lớn đến công tác quản lý, điều hành, chuyên môn nghiệp vụ của các cơ quan chức năng tại các địa phương. Do giãn cách xã hội tại các địa phương, các cơ quan hành chính làm việc trực tuyến qua hệ thống công nghệ thông tin nên cũng ảnh hưởng đến tiến độ triển khai các công việc, đặc biệt trong thẩm định tại các cơ quan chuyên ngành. Do đặc thù của tài liệu công trình xây dựng khi trình các cơ quan có thẩm quyền đều bao gồm bản vẽ, có kích thước lớn nên việc thực hiện qua hệ thống công nghệ thông tin gặp khó khăn. Sự phân tán về lực lượng cũng như thời gian vật chất của công tác chỉ đạo, điều hành là rất rõ rệt. Lãnh đạo nhiều địa phương, nhất là các địa phương có dịch, gần như việc ưu tiên cả về thời gian và nguồn lực con người, nguồn lực vật chất dành cho công tác chống dịch, cho nên phần nào ảnh hưởng đến sự quan tâm đối với công tác thực hiện dự án và giải ngân vốn đầu tư công.

- Thứ hai, nhiều nguyên nhân cố hữu làm chậm giải ngân vốn đầu tư công đã tồn tại dai dẳng trong nhiều năm qua nhưng chưa được giải quyết triệt để, như: chủ đầu tư chuẩn bị dự án chưa tốt, phê duyệt chủ trương đầu tư và quyết định đầu tư dự án không sát thực tế; chậm trễ trong giải phóng mặt bằng; nhà thầu không đủ năng lực thi công; chủ đầu tư chưa tích cực, chậm lập, hoàn chỉnh hồ sơ thủ tục thanh toán các dự án đã được bố trí vốn trả nợ dự án, công trình hoàn thành đưa vào sử dụng, dự án hoàn thành quyết toán...

Về công tác chuẩn bị đầu tư và kế hoạch đầu tư công, tại nhiều bộ, cơ quan và

địa phương, công tác chuẩn bị đầu tư ban đầu để có quyết định phê duyệt chủ trương đầu tư và quyết định phê duyệt dự án làm cơ sở cho việc đưa dự án vào kế hoạch trung hạn và phân bổ kế hoạch vốn hằng năm không tốt và bị động. Nhiều nơi chưa tuân thủ nguyên tắc, điều kiện, tiêu chí lập, phân bổ vốn kế hoạch đầu tư công trung hạn và hằng năm dẫn đến việc phải điều chỉnh, bổ sung kế hoạch nhiều lần, ảnh hưởng đến tiến độ giải ngân. Tình trạng bố trí kế hoạch vốn hằng năm cho các dự án khi chưa hoàn thành các thủ tục đầu tư theo quy định (như chưa có quyết định phê duyệt dự án, dự án sử dụng ODA nhưng Hiệp định vay chưa ký kết) vẫn xảy ra, dẫn đến không giải ngân được. Một số nơi bố trí vốn vượt quá nhu cầu giải ngân, bố trí vốn cho các dự án đang vướng công tác giải phóng mặt bằng; còn ở nơi khác, một số nguồn vốn giao kế hoạch vốn dự kiến, nhưng trong năm nguồn thu không đạt, dẫn đến không có vốn để giải ngân.

Một trong những khó khăn, vướng mắc xảy ra ở hầu hết các địa phương là công tác giải phóng mặt bằng (GPMB) để thực hiện các dự án đầu tư công thường rất chậm trễ. Ở nhiều nơi, GPMB được coi là “điểm nghẽn” ảnh hưởng đến tiến độ thực hiện các dự án. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng này như: nguồn gốc đất không rõ ràng, không có cơ sở chứng minh quyền sử dụng đất; đơn giá bồi thường về đất, tài sản gắn liền trên đất chưa phù hợp với thực tế của thị trường; công tác tuyên truyền về chính sách bồi thường, hỗ trợ GPMB chưa kịp thời, đảm bảo công khai, minh bạch... dẫn đến người dân không chịu bàn giao mặt bằng thi công; ý thức chấp hành pháp luật của một bộ phận người dân còn hạn chế. Bên cạnh đó, việc giao nhiệm vụ GPMB hiện nay còn bất cập khi địa

phương ghi kế hoạch vốn cho các ban quản lý dự án để thực hiện tạm ứng theo đề nghị của ban GPMB quận, huyện trực tiếp chi trả, nhưng do vướng không GPMB được nên các ban GPMB không chi trả được cho nhân dân, dẫn đến không có khối lượng để hoàn ứng với các ban quản lý dự án.

Trong khi đó, hiện nay cơ sở pháp lý để tách GPMB khỏi dự án đầu tư công thành dự án riêng chưa đầy đủ. Theo quy định của Luật Đầu tư công 2019, trong trường hợp cần thiết, cấp quyết định chủ trương đầu tư dự án quan trọng quốc gia, dự án nhóm A quyết định tách công tác GPMB thành dự án độc lập. Đối với các dự án nhóm B, nhóm C, công tác GPMB không được tách thành dự án độc lập và triển khai tại bước thực hiện dự án. Hiện nay, Chính phủ đang giao Bộ Kế hoạch và Đầu tư xây dựng Đề án thí điểm tách bồi thường, hỗ trợ, tái định cư, GPMB ra khỏi dự án đầu tư để áp dụng đối với cả các dự án nhóm B và nhóm C. Tuy nhiên, để áp dụng sâu rộng cơ chế này trong thực tiễn phải mất thêm một thời gian dài nữa.

Quá trình thực hiện dự án đầu tư công cũng phát sinh nhiều yếu tố gây chậm trễ. Đối với nhiều dự án khởi công mới, mặc dù đã có quyết định phê duyệt dự án từ năm trước, tuy nhiên, chủ đầu tư không chủ động thực hiện ngay bước lập thiết kế - dự toán mà chờ được ghi kế hoạch vốn và đến đầu năm sau mới triển khai các bước tiếp theo, làm ảnh hưởng đến tiến độ dự án, dẫn đến cuối năm không có khối lượng để giải ngân. Thêm vào đó, các chủ đầu tư vẫn còn tâm lý chủ quan, dồn tích đến cuối thời điểm kết thúc mới tổ chức nghiệm thu thanh toán, nên khi xảy ra tình huống bất lợi sẽ không kịp giải ngân; hoặc các chủ đầu tư dồn dập thanh toán vào thời điểm cuối năm dẫn đến hệ thống thanh toán bị

quá tải, gây chậm giải ngân và nảy sinh tiêu cực. Công tác lựa chọn nhà thầu đối với nhiều dự án còn nhiều bất cập, lựa chọn nhà thầu không đủ năng lực, không thể đảm bảo thực hiện các gói thầu theo tiến độ...

- Thứ ba, mặc dù thể chế, pháp luật về đầu tư công đã có bước tiến bộ đáng kể, tuy nhiên một số quy định vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn, như phân cấp còn chưa triệt để, phân cấp chưa gắn với trách nhiệm, năng lực cấp dưới, dẫn tới tình trạng đùn đẩy, sợ trách nhiệm. Quy định về đánh giá hiệu quả đầu tư công còn thiếu cụ thể, thiếu tiêu chí định lượng. Mặc dù các văn bản hướng dẫn Luật Đầu tư công có đưa ra tiêu chí cho việc rà soát lựa chọn danh mục dự án đầu tư ưu tiên thực hiện trong giai đoạn trung hạn, tuy nhiên các tiêu chí quy định trong Luật Đầu tư công chưa được hướng dẫn cụ thể về nội dung, mức độ đánh giá để sắp xếp thứ tự ưu tiên từ bước lập chủ trương đầu tư đến bước các dự án được xem xét phê duyệt quyết định đầu tư. Khi lựa chọn các dự án đầu tư khởi công mới để đưa vào kế hoạch, nhiều bộ, cơ quan trung ương và địa phương thực sự lúng túng do không có một bộ tiêu chí thống nhất và có tính khoa học để đánh giá, so sánh mức độ cần thiết, tính hiệu quả và khả năng triển khai giữa các dự án. Một số phương pháp áp dụng còn đơn giản, chủ yếu định tính, thậm chí dựa nhiều vào cảm tính, vì vậy rất khó đảm bảo để lựa chọn được dự án tối ưu.

Trình tự, thủ tục, thẩm quyền liên quan đến kế hoạch đầu tư công, nhất là danh mục dự án bộc lộ một số bất cập như: kế hoạch cứng nhắc, thiếu linh hoạt, mất nhiều thời gian báo cáo cấp có thẩm quyền, nguyên tắc phân bổ vốn còn mang tính cào bằng, thiếu trọng tâm, trọng điểm, thủ tục

lập, thẩm định, quyết định dự án (nhất là dự án ODA) còn phức tạp. Việc thực hiện quy định tại khoản 2 Điều 52 Luật Đầu tư công 2019⁵ rất khó áp dụng trên thực tế do việc lập, trình phê duyệt chủ trương đầu tư tất cả các dự án trong kế hoạch đầu tư công trung hạn 5 năm tại thời điểm đầu của 5 năm kế hoạch là rất khó; đồng thời mức vốn của dự án tại thời điểm phê duyệt chủ trương đầu tư sẽ không còn phù hợp khi triển khai thực hiện ở các năm sau, đặc biệt là những năm cuối của kỳ kế hoạch.

Một điểm chưa rõ ràng nữa trong Luật Đầu tư công liên quan đến quy định về thẩm quyền điều chỉnh chủ trương đầu tư các dự án nhóm A. Theo quy định tại Luật Đầu tư công cấp có thẩm quyền quyết định chủ trương đầu tư sẽ có thẩm quyền quyết định điều chỉnh chủ trương đầu tư dự án. Việc thực hiện quy định này sẽ phát sinh vướng mắc khi tiến hành điều chỉnh chủ trương đầu tư đối với các dự án chuyển tiếp nhóm A do địa phương quản lý (vì theo quy định của Luật Đầu tư công 2014 việc quyết định chủ trương đầu tư các dự án này thuộc thẩm quyền của Thủ tướng Chính phủ, nhưng theo Luật Đầu tư công 2019, nội dung này thuộc thẩm quyền của Hội đồng nhân dân cấp tỉnh, vậy khi điều chỉnh chủ trương đầu tư thì cấp nào sẽ có thẩm quyền ra quyết định điều chỉnh?).

Giải ngân vốn đầu tư công chậm còn là do vướng mắc liên quan đến nhiều văn bản pháp luật khác. Dự án đầu tư công khi được triển khai thực hiện phải chấp hành không chỉ quy định của Luật Đầu tư công, mà tùy thuộc tính chất dự án, còn phải chịu sự điều chỉnh của các luật liên quan khác như Luật

Quy hoạch, Luật Ngân sách nhà nước, Luật Đấu thầu, Luật Xây dựng, Luật Đất đai, Luật Bảo vệ môi trường, Luật Khoáng sản... Thậm chí, còn cả các điều ước, cam kết quốc tế. Việt Nam chưa đạt được mục tiêu nâng cao chất lượng thể chế quản lý đầu tư công với mức chất lượng tiếp cận được các nước ASEAN-4.

- Thứ tư, về thực thi thể chế, pháp luật về đầu tư công, thực tiễn quá trình triển khai công tác đầu tư công trên cả nước thời gian qua cũng bộc lộ không ít hạn chế, thiếu hiệu quả, có lúc, có nơi còn buông lỏng quản lý, thiếu trách nhiệm, chưa quyết tâm, quyết liệt, dẫn đến tình trạng “trên nóng dưới lạnh”, cùng một mặt bằng pháp luật nhưng có nơi làm tốt, có nơi làm chưa tốt, có nơi giải ngân nhanh, có nơi giải ngân chậm. Tư duy phát triển trong đầu tư công chậm được đổi mới, nhiều nơi vẫn tồn tại tư duy nhiệm kỳ, “xin – cho”, trông chờ, ỷ lại Trung ương; thiếu chủ động, chưa tận dụng hết các lợi thế trong phân cấp, ủy quyền. Ý thức pháp luật, kỷ luật, kỷ cương trong đầu tư công chưa được nâng cao, có lúc, có nơi vẫn còn tư tưởng “lách luật”, chưa chủ động, nghiêm túc trong tuân thủ các quy định, tiêu chí, nguyên tắc trong đầu tư công, dễ thỏa hiệp khi phê duyệt các dự án chưa đạt yêu cầu về pháp lý, hiệu quả. Năng lực tổ chức triển khai còn nhiều bất cập, nhất là năng lực về thẩm định, kiểm tra, giám sát, thi công... dẫn tới tình trạng nhiều dự án chậm tiến độ, chậm giải ngân, chậm quyết toán...

3. Một số giải pháp nhằm tăng cường giải ngân vốn đầu tư công trong thời gian tới

⁵ Quy định này yêu cầu đối với các dự án đầu tư công khởi công mới muốn được bố trí vốn trong kế hoạch đầu tư công trung hạn (đưa vào danh mục dự án trong kế hoạch đầu tư công trung hạn) phải được cấp có thẩm quyền quyết định chủ trương đầu tư.

Như đã nêu trên, trong bối cảnh kinh tế thế giới còn nhiều diễn biến phức tạp, khó lường, ảnh hưởng đến các hoạt động kinh tế, thì đầu tư công được coi là động lực quan trọng cho tăng trưởng kinh tế. Trong Kế hoạch cơ cấu lại nền kinh tế giai đoạn 2021-2025, Chương trình tổng thể phục hồi nền kinh tế giai đoạn 2022-2023 và Nghị quyết số 01/NQ-CP về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, dự toán ngân sách nhà nước và cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia năm 2023 đều nhấn mạnh đến các giải pháp thúc đẩy giải ngân vốn đầu tư công, thúc đẩy đầu tư hoàn thiện kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại. Cụ thể, để tăng cường giải ngân vốn đầu tư công trong thời gian tới, cần tập trung thực hiện các giải pháp quan trọng sau đây:

- Thứ nhất, tiếp tục nâng cao chất lượng thể chế về đầu tư công, trong đó tập trung rà soát, tiếp tục hoàn chỉnh các quy định pháp luật về đầu tư công theo hướng đầy mạnh phân cấp, bảo đảm quản lý thống nhất, hiệu lực, hiệu quả hoạt động, phát huy tính chủ động, sáng tạo, đề cao tinh thần trách nhiệm của từng cấp, từng ngành gắn với cơ chế kiểm soát quyền lực hiệu quả. Cụ thể:

Một là, Chính phủ cần sớm hoàn thiện đề án thí điểm về việc tách giải phóng mặt bằng, tái định cư ra khỏi dự án đầu tư, báo cáo Ủy ban Thường vụ Quốc hội để trình Quốc hội xem xét, quyết định; qua đó có thể tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc trong công tác giải phóng mặt bằng, rút ngắn thời gian giải phóng mặt bằng, giúp cho các dự án đầu tư công nhóm B và nhóm C hoàn thành đúng tiến độ, đảm bảo chất lượng. Trên cơ sở tổng kết thí điểm để nghiên cứu, sửa đổi các quy định pháp luật

về đầu tư công về nội dung này, từ đó áp dụng cơ chế rộng khắp trên phạm vi cả nước.

Hai là, Bộ Kế hoạch và Đầu tư cần sớm báo cáo, đề xuất cơ quan chức năng ban hành quy định hướng dẫn chuyển tiếp về thẩm quyền quyết định điều chỉnh chủ trương đối với các dự án nhóm A do địa phương quản lý theo hướng giao thẩm quyền này cho Hội đồng nhân dân cấp tỉnh nhằm tạo thuận lợi, đồng thời nâng cao tính chủ động cũng như trách nhiệm của các địa phương trong việc điều chỉnh chủ trương đầu tư dự án.

Ba là, ở các địa phương, hội đồng nhân dân các cấp cần nghiên cứu, ban hành quy định về tiêu chí đối với các dự án đầu tư công cho phép ủy ban nhân dân cùng cấp quyết định chủ trương đầu tư; trên cơ sở đó, ủy ban nhân dân các cấp được chủ động xem xét, quyết định chủ trương đầu tư các dự án đầu tư công đáp ứng các tiêu chí, không phải trình hội đồng nhân dân quyết định, và chịu trách nhiệm về quyết định của mình. Việc này sẽ giúp các dự án sớm được quyết định chủ trương đầu tư để đưa vào danh mục kế hoạch đầu tư công trung hạn đúng tiến độ theo quy định.

Bốn là, để đảm bảo nguồn vốn kế hoạch đầu tư công được sử dụng có hiệu quả, đối với kế hoạch đầu tư công hằng năm, Quốc hội cần xem xét giao Chính phủ chủ động điều chỉnh, điều hòa kế hoạch vốn đầu tư nguồn ngân sách trung ương giữa các bộ, cơ quan trung ương, địa phương trong phạm vi tổng dự toán được Quốc hội thông qua, báo cáo Quốc hội kết quả điều chỉnh tại kỳ họp gần nhất.

- Thứ hai, các cấp, các ngành và địa phương cần tiếp tục thực hiện nghiêm túc và có hiệu quả các giải pháp đã được đưa

ra tại các nghị quyết, quyết định, công điện... của Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ về thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và giải ngân vốn đầu tư công. Các bộ, cơ quan, địa phương cần thực hiện các giải pháp đẩy mạnh giải ngân đi đôi với bảo đảm chất lượng công trình và hiệu quả sử dụng vốn đầu tư công. Đồng thời, tăng cường kỷ luật, kỷ cương trong giải ngân vốn đầu tư công; đề cao vai trò, trách nhiệm của người đứng đầu; rà soát việc phân bổ vốn cho các dự án phù hợp với tiến độ thực hiện và khả năng giải ngân, bảo đảm trọng tâm, trọng điểm, không dàn trải, manh mún, kéo dài. Cùng với đó, có chế tài xử lý nghiêm khắc các chủ đầu tư, ban quản lý dự án, tổ chức, cá nhân cố tình gây khó khăn, cản trở, làm chậm tiến độ giao vốn, thực hiện và giải ngân vốn đầu tư công... Tại các bộ, cơ quan trung ương và địa phương, cần phân công lãnh đạo chịu trách nhiệm theo dõi tiến độ thực hiện, lập kế hoạch giải ngân của từng dự án, đôn đốc, kịp thời tháo gỡ khó khăn và chịu trách nhiệm về kết quả giải ngân của từng dự án, coi đây là căn cứ đánh giá mức độ hoàn thành công việc được giao.

Tiếp tục đẩy mạnh hoạt động của các Tổ công tác đặc biệt của Thủ tướng Chính phủ về đôn đốc giải ngân vốn đầu tư công; rà soát, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc và thúc đẩy thực hiện dự án đầu tư các bộ, ngành và địa phương; kịp thời hướng dẫn để thống nhất cách hiểu, cách triển khai đối với những vấn đề vướng mắc; phổ biến cách làm hay, kinh nghiệm tốt của các cơ quan, đơn vị có tiến độ giải ngân cao. Bộ Kế hoạch và Đầu tư tổ chức kiểm tra, đôn đốc, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc về đầu tư công, trong đó tập trung các dự án lớn, các dự án sử dụng vốn ODA và vốn vay ưu đãi của các nhà tài trợ nước ngoài để kịp

thời báo cáo Thủ tướng Chính phủ tháo gỡ vướng mắc.

Bộ Tài chính cần tích cực, chủ động tổ chức hướng dẫn việc thực hiện Nghị định số 99/2021/NĐ-CP ngày 11/11/2021 của Chính phủ quy định về quản lý, thanh toán, quyết toán dự án sử dụng vốn đầu tư công (có hiệu lực từ ngày 01/01/2022) để nghị định đi vào cuộc sống một cách có hiệu lực, hiệu quả, góp phần tạo thuận lợi cho công tác thanh toán, quyết toán dự án sử dụng vốn đầu tư công, thúc đẩy giải ngân vốn đầu tư công.

- Thứ ba, tiếp tục thực hiện các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng, tính khả thi của kế hoạch đầu tư công trung hạn và hằng năm. Các bộ, cơ quan trung ương và địa phương cần thực hiện các giải pháp nâng cao chất lượng công tác chuẩn bị đầu tư dự án. Tập trung rà soát, kiên quyết loại bỏ những dự án kém hiệu quả, dự án chưa thật sự cần thiết, cấp bách, ưu tiên vốn cho các dự án trọng điểm, cấp bách, tạo động lực cho phát triển nhanh và bền vững. Xem xét đơn giản hóa các quy trình, thủ tục, đồng thời nâng cao trách nhiệm của các chủ thể tham gia vào quá trình lập, thẩm định, quyết định chủ trương đầu tư và lập, thẩm định, quyết định đầu tư các dự án. Tại mỗi cấp kế hoạch, cần nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ làm công tác kế hoạch, nâng cao chất lượng thông tin đầu vào để đảm bảo chất lượng tham mưu, tăng tính chủ động ở từng cấp trong xác định các nhiệm vụ ưu tiên đầu tư một cách khoa học, tạo được sự đồng thuận của các bên liên quan khi lựa chọn, quyết định các dự án vừa đảm bảo được sự tối ưu cả về mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội vừa khả thi về nguồn vốn thực hiện đúng tiến độ.

Tăng cường sự phối hợp chặt chẽ, có

hiệu quả giữa ngành Kế hoạch và Đầu tư và ngành Tài chính trong công tác kế hoạch đầu tư công, nhất là trong việc xác định nguồn vốn ngân sách nhà nước dành cho đầu tư trong trung hạn, sớm thông báo số vốn dự kiến để các bộ, cơ quan trung ương và địa phương chủ động lập, thẩm định, quyết định chủ trương các chương trình, dự án đầu tư công kịp thời đưa vào kế hoạch đầu tư công trung hạn.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư cần tăng cường đầu tư, hiện đại hóa Hệ thống Hệ thống thông tin về đầu tư sử dụng vốn nhà nước, đảm bảo hệ thống vận hành thông suốt trên toàn quốc, qua đó nâng cao hiệu quả, tính công khai, minh bạch trong quá trình lập, thẩm định, quyết định và giao kế hoạch đầu tư công, cũng như quá trình triển khai tổ chức thực hiện kế hoạch, giám sát và đánh giá thực hiện kế hoạch

- Thứ tư, tiếp tục đổi mới các hoạt động, nâng cao trách nhiệm của hệ thống KBNN nhằm đẩy nhanh tiến độ giải ngân vốn đầu tư công. Theo đó, các cơ quan KBNN phải lấy khách hàng là trung tâm, đối tượng phục vụ; tuyệt đối không hách dịch, sách nhiễu trong giải quyết công việc; không để tồn đọng hồ sơ thanh toán tại KBNN mà không rõ lý do; tuyệt đối không lợi dụng vị trí công việc được giao để mưu lợi cá nhân, làm chậm quá trình chi ngân sách nhà nước và ảnh hưởng đến tiến độ giải ngân vốn đầu tư công. Đẩy mạnh giao dịch qua dịch vụ công trực tuyến tại KBNN trong công tác kiểm soát chi ngân sách nhà nước; tuân thủ thời gian giải quyết hồ sơ, đáp ứng kịp thời nhu cầu chi tiêu của các đơn vị sử dụng ngân sách, chủ đầu tư, góp phần nâng cao hiệu quả chi ngân sách nhà nước và đẩy nhanh tiến độ giải ngân vốn đầu tư công hàng năm. Đối với công tác giải ngân vốn đầu tư nội ngành, các cơ

quan KBNN cả nước cần thực hiện các giải pháp của chủ đầu tư để tiếp tục đôn đốc, tháo gỡ và khắc phục những khó khăn, đẩy mạnh tiến độ thực hiện dự án và giải ngân kế hoạch vốn. Đặc biệt, đối với nhóm dự án đã hoàn thành nhưng vẫn còn tồn đọng quyết toán và kế hoạch vốn chưa giải ngân, chủ đầu tư khẩn trương liên hệ với nhà thầu để thanh toán công nợ theo quy định./.

Tài liệu tham khảo

1. Luật Đầu tư công số 49/2014/QH13 ngày 18/6/2014.
2. Luật Đầu tư công số 39/2019/QH14 ngày 13/6/2019.
3. Nghị quyết số 26/2016/QH14 ngày 10/11/2016 của Quốc hội về kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2016-2020.
4. Nghị quyết số 29/2021/QH15 ngày 28/7/2021 của Quốc hội về kế hoạch đầu tư công trung hạn giai đoạn 2021-2025.
5. Nghị định số 77/2015/NĐ-CP ngày 10/9/2015 của Chính phủ về kế hoạch đầu tư công trung hạn và hằng năm.
6. Nghị định số 40/2020/NĐ-CP ngày 06/4/2020 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Đầu tư công.
7. Nghị quyết số 70/NQ-CP ngày 3/8/2017 của Chính phủ về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh tiến độ thực hiện và giải ngân kế hoạch vốn đầu tư công.
8. Nghị quyết số 84/NQ-CP ngày 29/05/2020 của Chính phủ về các nhiệm vụ, giải pháp tiếp tục tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh, thúc đẩy giải ngân vốn đầu tư công và bảo đảm trật tự an toàn xã hội trong bối cảnh đại dịch Covid-19
9. Nghị quyết số 63/NQ-CP ngày 29/6/2021 của Chính phủ về các nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, giải ngân vốn đầu tư công và xuất khẩu bền vững những tháng cuối năm 2021 và đầu năm 2022.

10. Nghị quyết số 124/NQ-CP ngày 15/9/2022 của Chính phủ về các nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thúc đẩy giải ngân vốn đầu tư công những tháng cuối năm 2022.

11. Quyết định số 1535/QĐ-TTg ngày 15/9/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc giao kế hoạch đầu tư công trung hạn vốn ngân sách nhà nước giai đoạn 2021-2025.

12. Agell, J. T. (1994), *Growth and the Public Sector: A Critical Review Essay*. *European Journal of Political Economy*, Vol. 13, 33-52.

13. Barro, R. (1990). *Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth*. *Journal of Political, Economy* 98, part 2, 103-125.

14. Cường, Đ. T. (2020). *Vai trò của đầu tư công trong kích thích tổng cầu, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế*. *Tạp chí Tài chính* Kỳ 1, Tháng 9/2020.

15. Phan Đình Khôi, Trần Phú Lộc Thành (2019), *Tác động của đầu tư công đối với tăng*

trưởng kinh tế Việt Nam, *Tạp chí Kế toán kiểm toán*, số tháng 12/2019.

16. Tô Đình Thu, Phùng Thanh Loan (2022), *Đầu tư công đối với tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19*, *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính kế toán*, số 01 (222) – 2022.

17. Trần Nguyễn Ngọc Anh Thư, Lê Hoàng Long (2014). *Tác động của đầu tư công đối với tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam: Góc nhìn thực nghiệm từ mô hình ARDL*. *Tạp chí Phát triển & Hội nhập* số 19(29), Tháng 11 - 12/2014.

18. Trần Quốc Phương (2022), *Khởi thông nguồn lực đầu tư công để dẫn dắt tăng trưởng trong môi trường nhiều bất định năm 2023*, *Cổng Thông tin Bộ Kế hoạch và Đầu tư* (mpi.gov.vn), ngày 17/12/2022.

19. Các báo cáo của Chính phủ, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính liên quan đến giải ngân vốn đầu tư công.

20. Các bài viết đăng trên các báo, tạp chí liên quan đến giải ngân vốn đầu tư công.

Ninh Trần (2023). Tác động lan tỏa của các doanh nghiệp FDI đến năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) của các doanh nghiệp chế biến nội địa Việt Nam. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 18-30

*Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển*

Tác động lan tỏa của các doanh nghiệp FDI đến năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) của các doanh nghiệp chế biến nội địa Việt Nam

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Trần Thị Ninh (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển

Email: tranthininh@apd.edu.vn

Tóm tắt

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với bộ số liệu Điều tra doanh nghiệp qua các năm từ 2016 đến 2020 và cho kết quả như sau: TFP của năm trước có tác động tích cực đến TFP của năm sau, việc trang bị vốn cũng có tác động tích cực đến việc tăng năng suất nhân tố tổng hợp của doanh nghiệp. FDI có tác động tích cực trong việc thúc đẩy sự tiến bộ công nghệ của các doanh nghiệp chế biến trong cùng ngành, mức độ tập trung ngành càng cao thì càng làm tăng TFP của các doanh nghiệp trong ngành đó. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng cho thấy rằng FDI chưa thể hiện tốt vai trò thúc đẩy tiến bộ công nghệ của các doanh nghiệp chế biến nội địa thông qua các mối liên kết ngược và xuôi.

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS020223

Từ khóa: *FDI, tác động, liên kết ngang (Hor), liên kết ngược (Backwards), liên kết xuôi (Forwards).*

Abstract

The study employs a quantitative methodology with the Enterprise Survey data set from 2016 to 2020 and yields the following findings: The total factor productivity of the previous year has a positive effect on the total factor productivity of the subsequent year, and the provision of capital has a positive effect on the total factor productivity of enterprises. Foreign direct investment promotes the technological advancement of firms in the same industry; the greater the degree of industry concentration, the greater the TFP of firms in that industry. Nonetheless, the study demonstrates that FDI has not contributed significantly to the technological advancement of domestic processing firms through backward and forward linkages.

Keywords: *FDI, impact, horizontal linkages linkages (Backwards), forward linkages (Forwards).*

1. Giới thiệu

Kể từ khi nước ta thực hiện chính sách Đổi mới và mở cửa, nền kinh tế đã có những thành tựu đáng kể, kinh tế vĩ mô đang dần ổn định, niềm tin của nhân dân, cộng đồng doanh nghiệp trong và

ngoài nước đối với đường lối chỉ đạo, lãnh đạo của Đảng, Chính phủ và chính quyền các cấp ngày càng tăng. Cụ thể, tốc độ tăng bình quân GDP của cả nước đạt 5,95% trong giai đoạn từ 2010-2020, chỉ số phát triển con người HDI tăng từ 0,682 năm 2016 lên 0,706 năm 2020, đặc biệt là cán cân thanh toán quốc tế BOP trong giai đoạn 2016-2020 đã duy trì được mức thặng dư, dự trữ ngoại hối đạt mức cao kỷ lục năm 2020 là gần 100 tỷ USD (GSO, 2021).

Để có được những thành tựu trên, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài FDI đã góp phần không nhỏ. Theo Tổng cục thống kê, tính đến thời điểm 21/12/2019, cả nước có 18.762 doanh nghiệp FDI (chiếm 2,8%) trên tổng số 668.505 doanh nghiệp, thu hút 5 triệu lao động (chiếm 32,8% số lao động), có quy mô vốn lớn với 7,8 triệu tỷ đồng (chiếm 18% tổng vốn đầu tư toàn xã hội), doanh thu thuần của các doanh nghiệp FDI trong giai đoạn 2016-2019 tạo ra 6,3 triệu tỷ đồng (chiếm 28,4%), tăng 106,2%. Ngoài ra, theo nghiên cứu trên, khu vực FDI đóng góp trên 70% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam trong những năm gần đây, đặc biệt lên đến 72,3% vào năm 2020 và là khu vực động lực chính thúc đẩy xuất khẩu trong bối cảnh nền kinh tế thế giới ảm đạm do dịch Covid-19 và chiến tranh giữa Nga và Ukraina trong thời gian gần đây.

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) từ lâu đã được coi như là nguồn chủ yếu của công nghệ và bí quyết để phát triển mỗi quốc gia, cũng như ở các tỉnh/vùng kinh tế trong mỗi quốc gia. FDI có thể thúc đẩy tăng trưởng kinh tế theo cách tạo ra việc làm ở quốc gia sở tại, bù đắp khoảng cách tiết kiệm với nhu cầu đầu tư to lớn và chia sẻ tri thức, các kỹ năng quản lý thông qua các mối liên kết tại các quốc gia sở tại (Frenkel và cộng sự, 2004). Hơn nữa, nghiên cứu này cũng cho biết thêm rằng sự hiện diện của các doanh nghiệp sở hữu nước ngoài trong nền kinh tế, với sự vượt trội về công nghệ sẵn có, có thể buộc các doanh nghiệp địa phương phải đầu tư về mặt con người hoặc công nghệ nhằm nâng cao hiệu quả nguồn lực, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp để có thể cạnh tranh ngang hàng. FDI được xem như là nhân tố làm gia tăng tốc độ tăng trưởng kinh tế, song nó chỉ có thể dẫn đến tăng trưởng kinh tế nếu dòng chảy của nó được quản lý một cách hợp lý. Mức độ mà FDI có thể được sử dụng cho sự phát triển kinh tế phụ thuộc vào sự thuận lợi của môi trường kinh tế và chính trị và các chính sách liên quan (Bezuidenhout, 2009).

Như vậy, FDI có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia, cũng như của các tỉnh. Tuy nhiên, do đặc thù về vị trí địa lý và tài nguyên thiên nhiên sẵn có của mỗi tỉnh khác nhau sẽ khác nhau, do đó đầu tư FDI vào các tỉnh cũng tương đối khác nhau và có tác động khác nhau đến mức độ hội tụ năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) và tăng trưởng kinh tế tại các tỉnh ở một quốc gia.

FDI có vai trò tác động lan tỏa đến các khu vực khác của nền kinh tế, tạo áp lực

chuyển dịch cơ cấu kinh tế mạnh mẽ, tạo động lực cạnh tranh, thúc đẩy đổi mới và chuyển giao công nghệ, nâng cao hiệu quả sản xuất và phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ nhằm giúp kéo dài chuỗi giá trị toàn cầu của hàng hóa được sản xuất tại Việt Nam. Thông qua đó, FDI còn đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp chế biến, chế tạo của Việt Nam phát triển.

Đã có nhiều nghiên cứu trước đây chứng minh rằng các doanh nghiệp Việt Nam chưa khai thác được nhiều lợi ích từ các doanh nghiệp FDI. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Cảnh và cộng sự (2019) sử dụng số liệu Điều tra doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê Việt Nam từ năm 2010-2015 đã chứng minh rằng có mối liên hệ tích cực giữa các hệ số liên kết xuôi của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với các doanh nghiệp tư nhân tại Việt Nam và các doanh nghiệp tại các tỉnh miền Bắc và Trung kém hiệu quả hơn các doanh nghiệp miền Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu này mới chỉ xem xét tác động lan tỏa của các doanh nghiệp FDI trên phạm vi cả nước và các khu vực, chưa tìm thấy mối liên hệ giữa các hệ số liên kết ngược và ở các lĩnh vực kinh tế và đặc biệt là chưa phản ánh được giai đoạn từ 2015 đến nay.

Từ thực trạng và những hạn chế trên, tác giả đã chọn đề tài “**Tác động lan tỏa của các doanh nghiệp FDI đến công nghệ của các doanh nghiệp chế biến nội địa Việt Nam**”. Trong phạm vi nghiên cứu của mình, đề tài sẽ sử dụng bộ số liệu Điều tra doanh nghiệp Việt Nam của Tổng cục Thống kê Việt Nam trong giai đoạn 2016-2020 nhằm nghiên cứu mức độ lan tỏa của doanh nghiệp FDI tới trình độ công nghệ của doanh nghiệp chế biến trong nước thông qua mối quan hệ liên kết ngang, liên

kết ngược và liên kết xuôi trong phạm vi cả nước, các vùng kinh tế trọng điểm của Việt Nam.

2. Phương pháp nghiên cứu và số liệu

2.1. Phương pháp nghiên cứu

2.1.1. Các kênh liên kết của doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước

Dựa trên nghiên cứu của Javorcik (2004), các kênh liên kết của doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước được tính toán như sau:

+ **Liên kết ngang**: được đo bằng 2 thước đo như sau:

- *Tỷ lệ vốn của doanh nghiệp FDI*: FS_{ijt} cho biết phần chia vốn của một doanh nghiệp FDI trong tổng số vốn của các doanh nghiệp FDI trong một ngành i ở vùng j và năm t .

- *Thị phần của sản lượng khu vực FDI* Hor_{jt} (Hor_{jt}) đây là thị phần sản lượng đầu ra được tạo ra bởi vốn FDI trong ngành j tại thời điểm t được tính bằng cách nhân tỷ lệ vốn FDI trong từng doanh nghiệp i (FS_{ijt}) với trọng số là thị phần (theo sản lượng) của doanh nghiệp đó trong ngành theo phương pháp của Javorcik (2004). Tỷ lệ này cho biết mức độ hiện diện của vốn nước ngoài trong ngành j tại thời điểm t theo công thức:

$$Hor_{jt} = \frac{FS_{ijt} * X_{ijt}}{\sum_{j=1}^n X_{ijt}}$$

Trong đó, X_{ijt} là sản lượng đầu ra của doanh nghiệp i trong ngành j tại thời điểm t .

Theo đó tỷ lệ này tăng theo sản lượng của các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài và tỷ lệ vốn chủ sở hữu nước ngoài trong các doanh nghiệp này.

+ **Liên kết ngược:** liên kết thông qua doanh nghiệp FDI mua đầu vào từ doanh nghiệp trong nước (Biến Backward (Back)). Chỉ số này phản ánh mức độ hợp tác giữa các doanh nghiệp trong nước với các doanh nghiệp FDI. Tỷ lệ này được tính bằng tổng thị phần sản lượng của khu vực FDI trong các ngành k nhận đầu vào từ ngành j tại thời điểm t (với trọng số là tỉ trọng sản lượng ngành j bán cho ngành k) theo công thức:

$$Back_{jt} = \sum_{k \text{ nếu } k \neq j} \gamma_{jkt} * Hor_{kt}$$

Trong đó γ_{jkt} là tỷ trọng của sản lượng ngành j được cung cấp cho ngành k tại thời điểm t được rút ra từ ma trận I-O năm 2016. Do các sản phẩm của ngành j được bán cho các ngành khác làm đầu vào nên giá trị tỷ trọng γ này bỏ qua các sản phẩm được bán cho tiêu dùng cuối cùng và cộng thêm vào các sản phẩm trung gian nhập khẩu. Cách tính này không tính đo lường các đầu vào được cung cấp trong nội bộ ngành (tức là $k=j$) bởi vì tác động này được thể hiện trong biến Hor . Do vậy, sự tham gia nhiều hơn của phía nước ngoài trong các ngành nhận đầu vào từ ngành j và tỷ trọng sản phẩm trung gian được cung cấp cho các ngành có sự hiện diện của doanh nghiệp đa quốc gia lớn hơn thì giá trị của liên kết này sẽ lớn hơn.

+ **Liên kết xuôi:** liên kết thông qua doanh nghiệp FDI cung cấp nguyên liệu cho doanh nghiệp trong nước (Biến Forward (For)). Biến số này được tính bằng cách tính tổng thị phần sản lượng của khu vực FDI trong các ngành l cung cấp đầu vào cho ngành j tại thời điểm t (có trọng số là tỉ trọng sản lượng ngành j mua của ngành l) theo phương pháp của Javorcik (2004). Biến số này đại diện cho mức độ

tham gia của doanh nghiệp FDI cung cấp nguyên liệu đầu vào cho các doanh nghiệp trong nước thường được thể hiện bằng:

$$For_{jt} = \sum_{l \text{ nếu } l \neq j} \delta_{jlt} * Hor_{lt}$$

Trong đó δ_{jlt} là tỷ lệ của đầu vào ngành công nghiệp j mua từ ngành l ở thời điểm t được rút ra từ bảng I-O năm 2012. Cách tính này không tính đo lường các đầu vào được cung cấp trong nội bộ ngành (tức là $k=j$) bởi vì tác động này được thể hiện trong biến Hor . Do vậy, sự tham gia nhiều hơn của phía nước ngoài trong các ngành cung ứng đầu vào cho ngành j (Hor_{lt}) và tỷ trọng sản phẩm trung gian được cung cấp bởi các ngành có sự hiện diện của doanh nghiệp đa quốc gia (δ_{jlt}) lớn hơn thì giá trị của liên kết này sẽ lớn hơn.

2.1.2. Mô hình, phương pháp ước lượng và số liệu đánh giá tác động lan tỏa của DN FDI đến DN trong nước

a. Mô hình

Để đánh giá tác động đồng thời của các biến độc lập lên y_{ijrt} (tiến bộ công nghệ) chúng tôi sử dụng mô hình tổng quát sau:

$$y_{ijrt} = \alpha_i + \Psi_1 F(FDI_{jt}, H_{ijrt}) + \alpha_j + \alpha_t + \varepsilon_{ijrt} \quad (1)$$

α_j , α_r , và α_t - các biến tượng trưng ngành và thời gian.

Véc tơ các biến lan tỏa (FDI_{jt}) bao gồm những phép biến đổi khác nhau của những lan tỏa ngang và dọc bao gồm biến tỷ phần của doanh nghiệp nước ngoài FS; biến lan tỏa ngược (back); biến lan tỏa xuôi (forw) và biến lan tỏa ngược cung (sback).

Các biến đặc trưng doanh nghiệp bao gồm: vốn, lao động, quy mô doanh nghiệp và loại hình doanh nghiệp.

Trong đó y_{ijrt} : TFP của doanh nghiệp i ,

ngành j năm t .

Khi biến phụ thuộc là đầu ra của doanh nghiệp thì biến độc lập có thêm vốn (K_{ijt}) lao động (L_{ijt}) và đầu vào trung gian (M_{ijt}) của doanh nghiệp i , ngành j năm t .

Khi biến phụ thuộc là năng suất lao động thì biến độc lập bao gồm các biến:

Cấu trúc biến phụ thuộc cho mô hình

Mô hình (1) trên chỉ định tiên bộ công nghệ là TFP

b. Phương pháp bán tham số tính toán TFP

Phương pháp ước lượng vững hàm sản xuất bằng kết hợp các kỹ thuật tham số và bán tham số của Levinshon và Petrin (2003) phát triển từ kỹ thuật của Olley-Pakes (1996) đối với doanh nghiệp i trong ngành j năm t như sau: (các biến được lấy loga):

$$y_{it}^j = \alpha + \beta_l l_{it}^j + \beta_m m_{it}^j + \beta_k k_{it}^j + \omega_{it}^j + \varepsilon_{it}^j \quad (2)$$

Ở đây y_{it}^j là đầu ra, l_{it}^j là đầu vào lao động, m_{it}^j là nguyên liệu, k_{it}^j là lượng tư bản. Số hạng sai số theo nhà máy ω_{it}^j và một thành phần phân phối chuẩn, đồng nhất và độc lập ε_{it}^j . Thành phần năng suất ω_{it}^j , nhà kinh tế lượng không quan sát được, nhưng các nhà quản lý nhà máy biết, và nó tác động lên các quy tắc quyết định của nhà máy. Thành phần ε_{it}^j không có tác động gì lên các quyết định của nhà máy, biểu thị các số không dự đoán được có trung bình bằng 0 đối với năng suất thực hiện sau khi đầu vào được chọn. Tập hợp các tham số hàm sản xuất thu được đối với mỗi ngành j để tính đến những khác nhau về công nghệ giữa các ngành.

Sử dụng các hệ số hàm sản xuất thu

được, TFP của doanh nghiệp được ước lượng bởi

$$TFP_{it} = y_{it} - \hat{\beta}_l l_{it} - \hat{\beta}_m m_{it} - \hat{\beta}_k k_{it} \quad (3)$$

Độ đo TFP này gắn với công nghệ cụ thể. Ở đây y_{it} là mức đầu ra thực của đầu ra đối với nhà máy i tại thời điểm t . l_{it} , m_{it} , k_{it} biểu thị mức logarit của lao động, nguyên liệu, và tư bản đối với nhà máy i tại thời điểm t . Các $\hat{\beta}$ với chỉ số thích hợp là các ước lượng tham số thu được từ ước lượng hàm sản xuất.

Các biến đặc trưng cho khả năng của doanh nghiệp:

Các biến đặc trưng cho khả năng của doanh nghiệp có tác động tích cực hoặc tiêu cực đến khả năng hấp thụ lan tỏa công nghệ của các doanh nghiệp có công nghệ cao từ FDI bao gồm: Quy mô của doanh nghiệp được tính toán theo nghị định ND 39/2018/NĐ-CP; Các biến đặc ngành đối với doanh nghiệp; Số năm hoạt động của doanh nghiệp và Doanh nghiệp có tham gia hoạt động xuất nhập khẩu.

c. Phương pháp ước lượng

+ Vấn đề nội sinh trong mô hình

Ước lượng mô hình (1) có thể bị chệch hoặc phương sai của sai số thay đổi trong mô hình do tính chất nội sinh của biến số các nhân tố. Việc gia tăng TFP dẫn đến đầu ra của doanh nghiệp tăng cũng có thể làm tăng các nhân tố và có nhiều yếu tố không quan sát được tác động tới TFP và các nhân tố.

Ngoài ra, việc quyết định có các nhân tố hay không phụ thuộc vào nhiều yếu tố như đã đề cập ở trên. Bên cạnh đó, việc các nhân tố chưa chắc đã mang lại những lợi

ích ngay cho doanh nghiệp, mà có thể sau đó vài năm. Do vậy, việc cân nhắc các nhân tố với giá trị đầu tư là bao nhiêu sẽ phụ thuộc nhiều vào những yếu tố có tác động các nhân tố và có thể là do cả yếu tố quản lý, lãnh đạo trong doanh nghiệp.

Để giải quyết vấn đề như trên trong mô hình (1) tác giả sử dụng phương pháp ước lượng Heckman nhằm loại bỏ tính nội sinh trong mô hình.

+ Phương pháp ước lượng

Để giải quyết vấn đề trong mô hình (1) bao gồm:

- Tác động của độ trễ của biến phụ thuộc
- Vấn đề nội sinh giữa các biến số
- Số liệu sử dụng với thời gian ngắn (T nhỏ) và biến số nhiều (N lớn)

Trong nghiên cứu dữ liệu dạng mảng (panel data), thông thường các phương pháp ước lượng tác động cố định (fixed effect) hoặc tác động ngẫu nhiên (random effect) thường được sử dụng. Tuy nhiên, hai phương pháp ước lượng trên sẽ dẫn đến những ước lượng sai trong mô hình nếu mô hình tồn tại hiện tượng nội sinh. Do vậy, để giải quyết các vấn đề gặp phải khi gặp khuyết tật này, Lars Peter Hansen (1982) đã phát triển đưa thêm biến công cụ (có quan hệ chặt với biến độc lập, phụ thuộc trong mô hình cũ nhưng không có quan hệ với phần dư. Mô hình đưa thêm biến công cụ này vào có tên gọi là generalized method of moments (GMM).

Phương pháp mô men tổng quát (GMM - Generalized Method of Moments) được Arellano và Bond đề xuất năm 1991. Năm 1995, Arellano và Bond giới thiệu lại phương pháp ước lượng GMM, và

Blundell and Bond phát triển đầy đủ hơn vào năm 1998.

Arellano và Bond (1991) đã phát triển GMM mà các phương trình được xem xét dưới hệ phương trình ở các thời kỳ khác nhau. Arellano và Bover (1995) đã mô tả làm thế nào để các điều kiện thời điểm bổ sung có thể được đưa ra để tăng hiệu quả. Trong các phương trình này, các biến số được xác định trước và nội sinh ở các cấp độ được kết hợp với độ trễ phù hợp của sự khác biệt đầu tiên của chúng. Blundell và Bond (1998) đã đưa ra các giả định cần thiết cho công cụ ước tính gia tăng này một cách chính xác hơn và đã thử nghiệm nó với mô phỏng Monte Carlo. Công cụ ước tính ban đầu đôi khi được gọi là "GMM sai phân" và "GMM hệ thống". Bond (2002) đã nghiên cứu các công cụ ước tính này và giới thiệu việc sử dụng chúng, xtabond2 thực hiện cả hai công cụ ước tính. Là công cụ ước tính GMM, công cụ ước tính Arellano-Bond có các biến thể là ước lượng một bước hoặc hai bước. Nhưng mặc dù hiệu quả hơn về mặt triệu chứng, các ước tính hai bước về các lỗi tiêu chuẩn có xu hướng bị sai lệch nghiêm trọng (Arellano và Bond 1991; Blundell và Bond 1998). Để bù lại, xtabond2, không giống như xtabond, cung cấp một hiệu chỉnh mẫu hữu hạn cho ma trận hiệp phương sai hai bước có nguồn gốc từ Windmeijer (2000). Điều này có thể làm cho ước lượng hai bước mạnh mẽ hiệu quả hơn ước lượng một bước.

d. Kiểm định mô hình

- Kiểm định Arellano-Bond cho tương quan bậc 1 (AR1) và tương quan bậc 2 (AR2):

Kiểm định Arellano-Bond được sử dụng để phát hiện hiện tượng tự tương

quan của các sai số ở sai phân bậc nhất. Do vậy, các kết quả kiểm định tự tương quan bậc nhất của sai số (AR1) bị bỏ qua trong khi tự tương quan bậc hai (AR2) được sử dụng.

- *Kiểm định tính hiệu lực của mô hình*

Kiểm định Sargan - Hansen là một kiểm định thống kê được sử dụng để kiểm tra các hạn chế nhận dạng quá mức trong một mô hình thống kê, được đề xuất bởi John Denis Sargan vào năm 1958, và một số biến thể khác vào năm 1975. Lars Peter Hansen đã làm việc lại thông qua các công cụ và cho thấy rằng nó có thể được mở rộng sang GMM phi tuyến trong chuỗi thời gian. Như vậy, Kiểm định Sargan - Hansen được sử dụng để kiểm định xem các biến công cụ ngoại sinh chặt chẽ, nghĩa là không tương quan với sai số.

Kiểm định dựa trên giả định rằng các tham số mô hình được xác định thông qua các hạn chế tiên nghiệm đối với các hệ số và kiểm tra tính hợp lệ của các hạn chế nhận dạng quá mức. Thống kê kiểm tra có thể được tính toán từ phần dư từ hồi quy biến công cụ bằng cách xây dựng một dạng bậc hai dựa trên sản phẩm chéo của phần dư và biến ngoại sinh. Theo giả thuyết không rằng các hạn chế nhận dạng quá mức là hợp lệ, thống kê được phân phối không theo triệu chứng dưới dạng biến chi bình phương với mức độ tự do ($m-k$). Trong đó m là số lượng biến công cụ và k là số biến nội sinh.

Phiên bản thống kê Sargan - Hansen được phát triển cho các mô hình ước tính sử dụng các biến công cụ từ chuỗi thời gian thông thường hoặc dữ liệu cắt ngang. Khi dữ liệu theo chiều dọc ("dữ liệu bảng") có sẵn, có thể mở rộng số liệu thống kê đó để kiểm tra các giả thuyết ngoại sinh cho các

tập hợp con của các biến giải thích. Việc kiểm tra các giả định nhận dạng quá mức ít quan trọng hơn trong các ứng dụng theo chiều dọc bởi vì việc thực hiện các biến giải thích thay đổi theo thời gian trong các khoảng thời gian khác nhau là các công cụ tiềm năng, tức là, các hạn chế nhận dạng quá mức được tự động xây dựng thành các mô hình được ước tính bằng dữ liệu theo chiều dọc.

2.2. Nguồn số liệu

Để thực hiện được những phân tích và đánh giá, các tác giả sử dụng các nguồn số liệu sau:

Số liệu điều tra doanh nghiệp hàng năm: là bộ số liệu điều tra doanh nghiệp của Tổng cục thống kê (GSO), Bộ Kế hoạch và Đầu tư từ năm 2016 đến năm 2020. Đây là bộ số liệu được Tổng cục thống kê thực hiện điều tra hàng năm và bắt đầu điều tra từ năm 2001. Mục đích của điều tra này là thu thập các thông tin cơ bản phục vụ công tác quản lý, hoạch định chính sách, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, phát triển doanh nghiệp của quốc gia, từng địa phương, các nhà đầu tư và các doanh nghiệp, hợp tác xã (gọi chung là doanh nghiệp). Trong bộ số liệu, đề tài thực hiện loại bỏ đi những quan sát do lỗi sai số thống kê như một số các biến như vốn, số lao động, tuổi doanh nghiệp mang dấu âm hoặc câu trả lời không hoàn chỉnh hoặc doanh nghiệp chưa khai mã số thuế.

Về quy mô doanh nghiệp, tác giả phân chia quy mô doanh nghiệp dựa trên nghị định NĐ 39/2018/NĐ-CP. Theo đó, nghiên cứu phân chia quy mô doanh nghiệp dựa trên tiêu chí lao động thành 04 loại chính: Doanh nghiệp siêu nhỏ (10 lao động trở xuống), doanh nghiệp nhỏ (từ trên 10 lao động đến 200 lao động), doanh nghiệp vừa

(từ trên 200 lao động đến 300 lao động) và doanh nghiệp lớn (trên 300 lao động).

Khi tính tác động lan tỏa của FDI, nhóm tác giả dựa vào Bảng I-O (Input-Output) năm 2016 của Việt Nam do Tổng cục Thống kê thực hiện (có sự hỗ trợ của các chuyên gia Liên Hiệp Quốc) để tính hệ số lan tỏa cho từ năm 2016-2020. Bảng I-O 2016 của Việt Nam có quy mô 164 ngành sản phẩm, tuy nhiên được gộp thành 18 ngành, trên cơ sở phân tích các chỉ số liên kết, lựa chọn một số ngành cần ưu tiên phát triển phù hợp với điều kiện hiện nay tại Việt Nam để từ đó xác định ngành có lợi thế phát triển. Nhờ sự hỗ trợ của các

chuyên gia Tổng cục Thống kê Việt Nam, các ngành sản phẩm trong Bảng I-O được xếp lại theo mã ngành của phân loại ngành được sử dụng trong bảng hỏi điều tra doanh nghiệp hàng năm dựa trên VSIC 2018 (Vietnam Standard Industrial Classification System 2018) nêu trên. Bảng I-O không tính cho cấp doanh nghiệp, nhưng doanh nghiệp có mã ngành tương ứng ngành của Bảng I-O. Doanh nghiệp thuộc ngành nào thì sử dụng hệ số liên kết ngược hay hệ số liên kết xuôi của ngành đó trong Bảng I-O.

Các ngành chế biến theo phân ngành VSIC2018 gồm:

Bảng 1. Phân ngành công nghiệp chế biến theo VSIC2018

STT	Các ngành
1	Sản xuất, chế biến thực phẩm
2	Sản xuất đồ uống
3	Sản xuất sản phẩm thuốc lá
4	Dệt
5	Sản xuất trang phục
6	Sản xuất da và các sản phẩm có liên quan
7	Chế biến gỗ và sản xuất các sản phẩm từ gỗ, tre, nứa
8	Sản xuất giấy và các sản phẩm từ giấy
9	In, sao chép băng ghi các loại
10	Sản xuất than cốc, sản phẩm dầu mỏ tinh chế
11	Sản xuất hóa chất và sản phẩm hóa chất
12	Sản xuất thuốc, hóa dược và dược liệu
13	Sản xuất sản phẩm từ cao su và Plastic
14	Sản xuất sản phẩm từ khoáng phi kim loại khác
15	Sản xuất kim loại
16	Sản xuất sản phẩm từ kim loại đúc sẵn (trừ máy móc, thiết bị)
17	Sản xuất giường, tủ, bàn, ghế
18	Công nghiệp chế biến khác

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận doanh nghiệp được thể hiện thông qua
 Kết quả ước lượng tác động của các nhân tố tới TFP chung và theo quy mô
 bảng dưới đây:

Bảng 2. Kết quả ước lượng tác động của các nhân tố tới TFP của các ngành công nghệ chế biến chung và theo quy mô doanh nghiệp

VARIABLES	(1) chung	(2) sieunho	(3) nho	(4) vua	(5) lon
Độ trễ TFP	0.098*** (0.004)	0.021*** (0.008)	0.124*** (0.006)	0.158*** (0.023)	0.180*** (0.016)
Đầu vào trung gian	-0.072*** (0.003)	-0.052*** (0.004)	-0.081*** (0.004)	-0.124*** (0.015)	-0.212*** (0.011)
Mức độ trang bị vốn/LĐ	0.018*** (0.004)	0.017** (0.007)	0.020*** (0.005)	0.041** (0.018)	0.069*** (0.015)
Lôga Hori	0.004 (0.004)	0.006 (0.007)	0.000 (0.005)	0.008 (0.016)	-0.015 (0.013)
Độ trễ lôga Hori	-0.018*** (0.002)	-0.013*** (0.004)	-0.015*** (0.003)	-0.026** (0.011)	0.004 (0.009)
Lôga Backward	-0.086*** (0.028)	-0.036 (0.049)	-0.116*** (0.035)	-0.157 (0.128)	-0.121 (0.141)
Độ trễ Lôga Backward	-0.112*** (0.028)	-0.136*** (0.050)	-0.077** (0.036)	-0.030 (0.150)	-0.184 (0.139)
Lôga Forward	-0.014 (0.027)	0.007 (0.049)	-0.023 (0.035)	0.026 (0.126)	0.036 (0.138)
Độ trễ Lôga Forward	-0.053* (0.028)	0.015 (0.050)	-0.087** (0.036)	-0.100 (0.148)	0.000 (0.136)
Chỉ số tập trung công nghiệp	17.099*** (0.746)	7.846*** (1.374)	21.863*** (0.933)	39.452*** (3.633)	40.687*** (3.508)
Chỉ số năng suất hoạt động sản xuất kinh doanh	0.003*** (0.000)	0.004*** (0.001)	0.001** (0.001)	-0.002 (0.001)	-0.001 (0.001)
Lôga GDP	1.677***	3.969***	0.967***	0.109	-0.011

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	chung	sieunho	nho	vua	lon
	(0.059)	(0.140)	(0.074)	(0.228)	(0.174)
Lôga CPI	-2.483***	-6.920***	-1.085***	0.894**	1.255***
	(0.105)	(0.242)	(0.132)	(0.398)	(0.301)
Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh	0.024***	0.024***	0.022***	0.020***	0.022***
	(0.001)	(0.002)	(0.001)	(0.004)	(0.003)
Constant	-7.751***	-17.790***	-4.836***	-2.073	-1.275
	(0.410)	(1.051)	(0.526)	(1.711)	(1.275)
Observations	138,790	39,704	84,200	5,867	9,019
Number of id	42,149	19,369	26,312	2,361	2,676

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

(Nguồn: Kết quả ước lượng từ số liệu điều tra DN, GSO)

- Liên quan đến yếu tố thời gian của tác động lan tỏa, hiện nay chưa có một nghiên cứu lý thuyết nào, vì vậy câu hỏi “tác động lan tỏa sẽ xảy ra trong bao lâu hoặc trong bao lâu sẽ có được tác động lan tỏa” là câu hỏi chưa có trả lời về mặt lý thuyết. Để kiểm định và trả lời câu hỏi này cho Việt Nam, phần này sử dụng biến trễ 1 năm, do những hạn chế về độ dài thời gian trong chuỗi số liệu, và thu được hệ số dương của biến trễ FDI. Kết quả chỉ ra rằng doanh nghiệp trong nước về dài hạn vẫn nhận được tác động lan tỏa tích cực, đến từ các tác động từ dịch chuyển lao động có kỹ năng, từ học hỏi công nghệ, cũng như tác động tích cực của cạnh tranh khiến doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn.

- Kết quả cho thấy độ trễ của TFP cho toàn bộ mẫu tăng 1% sẽ làm cho TFP trong doanh nghiệp tăng khoảng **0,098%** và kết quả khác nhau đối với từng quy mô doanh nghiệp tương ứng DN siêu nhỏ tăng

0,021%, DN nhỏ tăng **0,124%**, DN vừa tăng **0,158%** và DN lớn tăng **0,18%**. Điều này chỉ ra rằng, việc gia tăng TFP của thời kỳ trước có tác động đến mức tăng TFP của thời kỳ hiện tại.

- Đầu vào trung gian: Hệ số này là âm và có ý nghĩa thống kê cho thấy các doanh nghiệp có đầu vào trung gian càng nhỏ hơn thì có năng suất lao động cao hơn đối với các doanh nghiệp khác. Cụ thể, nhìn chung, khi tỷ lệ đầu vào của các doanh nghiệp giảm 1% làm cho mức TFP của doanh nghiệp tăng 7.2%, kết quả này thay đổi theo từng loại quy mô doanh nghiệp. Đặc biệt đối với các doanh nghiệp có quy mô vừa và lớn thì mối quan hệ nghịch này càng thể hiện rõ nét hơn, tương ứng là 12.4% và 21.2%.

- Mức độ trang bị vốn trên lao động, chỉ số tập trung công nghiệp, và chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh đều có tác động tích cực đến TFP. Như vậy, kết quả ước lượng

đối với số liệu ở Việt Nam cho các doanh nghiệp cũng tương tự so với các kết quả nghiên cứu trước, đó là sự tác động tích cực của mức độ trang bị vốn trên lao động đối với TFP. Bên cạnh đó, những doanh nghiệp có quy mô thị trường trong những ngành công nghiệp có sự tập trung công nghiệp mạnh hơn sẽ kéo theo được sự thúc đẩy TFP mạnh hơn, và ở những địa phương có chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh càng cao thì càng thúc đẩy sự cải thiện TFP.

- Về mối liên kết ngang, kết quả ước lượng cho thấy các doanh nghiệp nội địa nhận được tác động tích cực (dấu dương) từ liên kết ngang. Điều này cho thấy rằng, FDI có tác động lan tỏa tích cực tới các doanh nghiệp nội địa trong cùng ngành thông qua việc nâng cao trình độ công nghệ của các doanh nghiệp trong nước nói chung. Tuy nhiên, đối với doanh nghiệp có quy mô lớn thì các doanh nghiệp FDI lại có quan hệ không thuận chiều với việc nâng cao trình độ công nghệ.

- Xem xét tác động theo chiều dọc, kết quả ước lượng cho thấy các doanh nghiệp trong nước nói chung nhận được tác động tiêu cực (dấu âm) từ cả liên kết ngược và từ liên kết xuôi. Vì vậy, FDI không có tác động lan tỏa tích cực từ liên kết theo chiều dọc tới năng suất và thay đổi công nghệ của doanh nghiệp trong nước.

Tuy nhiên, biến trở của các biến số lan tỏa có dấu âm và có ý nghĩa thống kê cho thấy mức độ tác động có xu hướng giảm đi. Lý do có thể là do vấn đề “loại trừ” về cung cấp hàng hóa trung gian như miêu tả trong Lin và Saggi (2005), cũng như do mối quan hệ giữa khả năng thỏa thuận và lợi ích đạt được mô tả trong Driffield và Love (2002). Vấn đề “loại trừ” có nghĩa là doanh nghiệp trong nước khi đã ký kết cung cấp đầu vào

cho doanh nghiệp nước ngoài sẽ phải tuân thủ một số quy định ngặt nghèo hơn về tỷ lệ được bán ra cho các doanh nghiệp trong nước khác nhằm làm giảm khả năng rò rỉ công nghệ. Vì vậy, không phải tất cả các nhà cung cấp trong nước đều thu được tác động lan tỏa từ doanh nghiệp nước ngoài, mà chỉ những nhà cung cấp được chuyên môn hóa và chấp nhận làm nhà cung cấp độc quyền mới có thể tiếp nhận được tác động lan tỏa, tức lại quay lại vấn đề chênh lệch về trình độ công nghệ và quản lý hay mức độ tinh xảo của doanh nghiệp.

- Các yếu tố ngoại sinh: được coi là các biến số kiểm soát trong mô hình cho thấy:

+ *Biến số vĩ mô (GDP, CPI)*: Bao gồm tăng trưởng GDP và lạm phát cho thấy có tác động tới năng suất lao động trong doanh nghiệp bởi vì các hệ số ước lượng có ý nghĩa thống kê. Cụ thể, khi tăng trưởng kinh tế tốt hơn thì có tác động tích cực hơn tới năng suất lao động trong các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, lạm phát cao cũng là một trong những nhân tố cản trở mức tăng năng suất lao động trong các doanh nghiệp.

+ *Yếu tố môi trường chính sách*: là yếu tố được thể hiện thông qua Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh cho thấy có tác động tích cực tới năng suất lao động trong các doanh nghiệp. Điều này hàm ý rằng, khi môi trường chính sách tại các tỉnh được cải thiện sẽ góp phần làm gia tăng năng suất trong các doanh nghiệp.

4. Kết luận

Về mặt thực nghiệm, kết quả về mô hình cho thấy có tác động lan tỏa của TFP tới TFP của các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp chế biến. Theo đó, tác động của TFP được thực hiện thông qua ước lượng hàm năng suất của doanh nghiệp đã

trình bày ở trên, đây là mô hình kinh tế lượng dạng động: biến trễ về năng suất được đưa vào về bên phải của mô hình. Điều này giả định TFP của doanh nghiệp trong nước không chỉ phụ thuộc vào các yếu tố ngoại sinh, trong đó có FDI, mà còn phụ thuộc vào chính yếu tố năng suất của doanh nghiệp đó từ các năm trước. Yếu tố nội sinh của biến FDI được đề cập nhiều trong phân tích định lượng. Biến mức độ tập trung của ngành có dấu dương, chứng tỏ mức độ tập trung của ngành càng lớn, thì doanh nghiệp trong ngành càng có cơ hội cải thiện TFP hoặc ngược lại. Tương tự, các biến về mức độ trang bị vốn trên một lao động có tác động làm tăng TFP. Điều này hàm ý rằng, trong trường hợp doanh nghiệp tích cực cải thiện trang bị vốn hoặc đầu tư trang bị cho lao động tốt hơn sẽ cải thiện được TFP tốt hơn. Tuy nhiên, tỷ lệ đầu vào trung gian chưa thể hiện vai trò quan trọng trong việc nâng cao TFP. Trong bối cảnh của Việt Nam, các doanh nghiệp trong nước thường bị thua thiệt khi cạnh tranh, làm tăng chi phí trung bình, lợi nhuận giảm, vì vậy làm giảm cơ hội để doanh nghiệp cải thiện năng suất do khó hoặc không thể đầu tư để đổi công nghệ, mặc dù về dài hạn doanh nghiệp trong nước vẫn có thể thu được tác động tích cực từ dịch chuyển dòng lao động có kỹ năng.

Về mức độ liên kết, nghiên cứu cũng cho thấy rằng các doanh nghiệp FDI có tác động tích cực trong việc thúc đẩy sự tiến bộ công nghệ của các doanh nghiệp chế biến trong cùng ngành. Điều này cho thấy rằng, việc hiện diện của các doanh nghiệp FDI sẽ là động lực thúc đẩy các doanh nghiệp nội địa nâng cao trình độ quản lý, công nghệ sản xuất để có sức cạnh tranh và đứng vững trên thị trường. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, các doanh

nghiệp chế biến nội địa chưa tận dụng được cơ hội để cung cấp nguyên liệu đầu vào cho các doanh nghiệp FDI hay sử dụng nguyên liệu sản xuất do các doanh nghiệp FDI cung cấp để cải thiện năng lực công nghệ sản xuất của mình. Điều này hàm ý rằng, khi đầu tư nước ngoài tăng lên cũng chưa kéo theo nhu cầu về hàng hóa trung gian tăng lên, chưa mở ra cơ hội cho doanh nghiệp trong nước thu được tác động lan tỏa năng suất tích cực do thay đổi công nghệ nhờ liên kết cung ứng đầu vào cho doanh nghiệp FDI. Tác động âm của liên kết xuôi phản ánh thực tế là doanh nghiệp trong nước rất ít khi mua đầu vào trung gian của doanh nghiệp FDI. Còn nếu mua được thì sản phẩm của các doanh nghiệp FDI thường có giá cao hơn, và có thể không hẳn tương thích, trong khi các doanh nghiệp trong nước chưa điều chỉnh được/nâng cấp công nghệ để phát huy được các tác động tích cực. Một cách giải thích khác đó là các doanh nghiệp FDI tác động tiêu cực tới năng suất của các nhà cung cấp trong nước cùng ngành, nên có thể lan truyền đến các doanh nghiệp ở hạ nguồn, sản xuất sản phẩm cuối cùng.

Ngoài ra, các biến số ngoại sinh như tốc độ tăng trưởng kinh tế hay chỉ số lạm phát cũng có quan hệ tác động tới sự cải thiện TFP của các doanh nghiệp chế biến nội địa Việt Nam.

Tài liệu tham khảo Tiếng Việt

1. Nguyễn Thị Cành và cộng sự (2019). Tác động lan tỏa của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đến hiệu quả kỹ thuật của các doanh nghiệp công nghiệp chế biến Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, số 8, 05-25.
2. Đào Lê Thanh. (2013). Hiệu quả kỹ

thuật trong khu vực công nghiệp chế biến của Việt Nam: Kết quả phân tích từ số liệu tổng điều tra doanh nghiệp 2000–2006. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, số đặc biệt, 63–72.

3. Phạm Lê Thông, & Lý Phương Thùy. (2016). Hiệu quả kỹ thuật của các doanh nghiệp sản xuất Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 229, 43–51

4. Tổng cục Thống kê (GSO) (2022). Các báo cáo phân tích và dự báo thống kê năm 2021.

5. Vũ Thịnh Trường, & Võ Hồng Đức. (2015). Đo lường hiệu quả kỹ thuật của các công ty niêm yết tại Việt Nam: Phương pháp tham số và phi tham số. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 222, 22–34.

Tài liệu tham khảo Tiếng Anh

6. Blalock, G., & Gertler, P. J. (2008). Welfare gains from Foreign Direct Investment through technology transfer to local suppliers. *Journal of International Economics*, 74(2), 402–421.

7. Javorcik, B. S. (2004). Does foreign

direct investment increase the productivity of domestic firms? In search of spillovers through backward linkages. *American Economic Review*, 94(3), 605–627. doi:10.1257/0002828041464605.

8. Manuel Arellano, Stephen Bond. (1991). Some test of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The Review of Economic Studies*, Volume 58, Issue 2, April 1991, Pages 277–297, <https://doi.org/10.2307/2297968>.

9. Richard Blundell and Stephen Bond. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. *Journal of Econometrics*, Volume 87, Issue 1, November 1998, Pages 115–143.

10. Stephen R. Bond. (2002). Dynamic panel data models: a guide to micro data methods and practice. *Portuguese Economic Journal*, volume 1, pages 141–162.

Dương Đỗ (2023) ChatGPT - thách thức và cơ hội đối với công tác đào tạo và truyền thông tuyển sinh Học viện Chính sách và Phát triển. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 31-39

Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

ChatGPT - Thách thức và cơ hội đối với công tác đào tạo và truyền thông tuyển sinh Học viện Chính sách và Phát triển

Đỗ Thế Dương (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: duongdtn2403@apd.edu.vn

Ngày nhận bài:
04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:
20/03/2023

Ngày duyệt bài:
26/04/2023

Tóm tắt

ChatGPT hiện là một phần mềm trí tuệ nhân tạo đang rất nổi bật thời gian vừa qua, làm giới công nghệ các nước rất quan tâm và thu hút số lượng hơn 100 triệu người dùng trên toàn cầu. Phần mềm giúp ta tạo ra các cuộc trò chuyện tự động và trả lời các câu hỏi về nhiều chủ đề và lĩnh vực khác nhau. Ảnh hưởng của phần mềm này trong giáo dục là rất lớn vì nó có khả năng tìm kiếm và tổng hợp thông tin rất nhanh và hiệu quả. Người dùng có thể áp dụng phần mềm vào lĩnh vực đào tạo và truyền thông đa ngôn ngữ: cung cấp câu trả lời chuyên sâu theo chủ đề, sáng tạo nội dung, cung cấp thông tin về cơ sở đào tạo, phân tích dữ liệu và thống kê. Tuy nhiên, nó còn hạn chế về mặt ngữ liệu, nhiều thông tin còn chưa chính xác, thậm chí có thể bị lợi dụng để xuyên tạc. Trong bài viết này, tác giả trình bày những thách thức và cơ hội khi áp dụng ChatGPT cho công tác đào tạo và truyền thông tuyển sinh tại Học viện Chính sách và Phát triển.

Mã số: ĐS030223

Từ khóa: ChatGPT, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, truyền thông

Abstract

ChatGPT is currently an artificial intelligence software that is very prominent recently, making the technology world very interested and attracting more than 100 million users globally. The software helps us create automated conversations and answer questions on a variety of topics and fields. The influence of this software in education is significant because it has the ability to search and synthesize information very quickly and efficiently. Users can apply the software to the field of training and multilingual communication: providing

in-depth topic answers, creating content, providing information about training institutions, and analyzing data and statistics. However, it is still limited in terms of a corpus, a lot of information is still inaccurate, it can even be used to distort. In this article, the author presents challenges and opportunities when applying ChatGPT to training and communication for enrollment at the Academy of Policy and Development.

Keywords: *ChatGPT, artificial intelligence, big data, communication*

1. Giới Thiệu

Phần mềm ChatGPT (Chat Generative Pre-Training Transformer) là một mô hình ngôn ngữ AI (artificial intelligence – trí tuệ nhân tạo) do công ty OpenAI phát triển dựa trên mô hình Transformer của Google. ChatGPT, công cụ tạo ngôn ngữ tự nhiên (Natural Language Generation) có khả năng tự động tạo ra văn bản, đã gây sốt trong thế giới công nghệ vào cuối năm 2022. Nó được tập huấn trên một tập dữ liệu văn bản lớn và có thể tạo ra các trả lời văn bản giống con người dựa trên những dữ liệu nhập vào. ChatGPT có thể được sử dụng để thực hiện các nhiệm vụ ngôn ngữ như trả lời câu hỏi, viết bài luận hoặc thậm chí lập trình. ChatGPT được coi là một trong những mô hình ngôn ngữ tiên tiến nhất hiện nay và đã nhận được sự chú ý rộng rãi trong cộng đồng AI.

2. Thực trạng phát triển của GPT trong giai đoạn hiện nay

2.1. Lịch sử phát triển của GPT

Lịch sử hình thành GPT: Phần mềm GPT (Generative Pretrained Transformer - Máy biến đổi được huấn luyện trước và có khả năng sản sinh) được bắt đầu vào năm

2018 khi OpenAI đã phát hành phiên bản đầu tiên của GPT (GPT-1). Từ đó, các phiên bản tiếp theo đã được phát hành với cải tiến về mô hình và tập dữ liệu huấn luyện.

Các phiên bản của ChatGPT:

Một là GPT-1 được phát hành năm 2018, GPT-1 có kích thước mô hình là 117 triệu tham số và được huấn luyện trên một tập dữ liệu lớn từ trang web.

Hai là GPT-2 được phát hành năm 2019, GPT-2 có kích thước mô hình lớn hơn với 1,5 tỷ tham số và được huấn luyện trên một tập dữ liệu lớn hơn từ Internet.

Ba là GPT-3 được phát hành năm 2021, GPT-3 có kích thước mô hình lớn nhất với 175 tỷ tham số và được huấn luyện trên một tập dữ liệu rộng lớn hơn kể trên.

Bốn là GPT-3.5 được phát hành tháng 11 năm 2022 với kích thước mô hình giống như GPT-3 nhưng được hoàn thiện hơn.

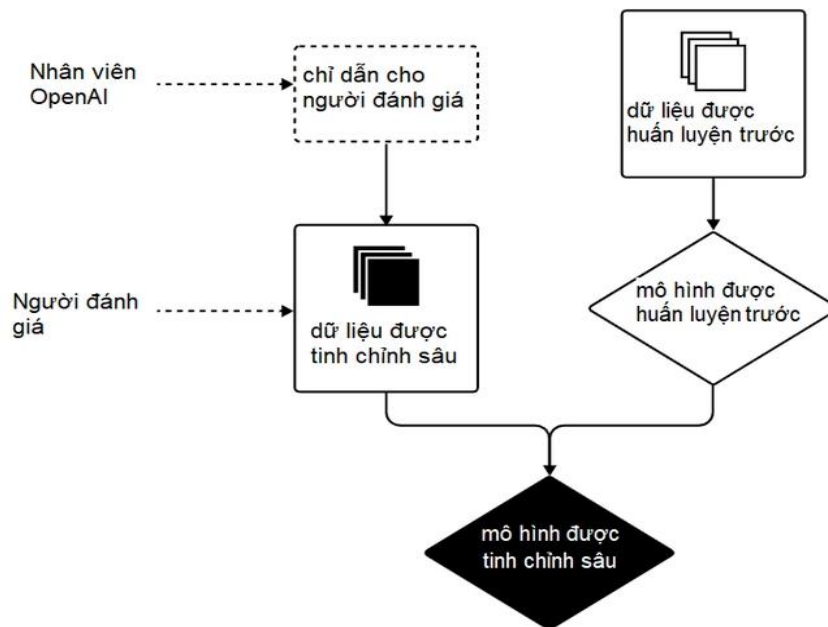
Năm là GPT-4 được phát hành tháng 3 năm 2023, với AI được nâng cấp và cải tiến hoàn hảo hơn, thông minh hơn so với các phiên bản kể trên.

Theo các số liệu được OpenAI giới thiệu ra công chúng, GPT-4 đã vượt qua các kỳ thi bao gồm LSAT, SAT, Uniform Bar Exam và GRE với điểm số cao hơn các phiên bản trước. So với GPT-3.5 thì GPT-4 có khả năng phản hồi ít hơn 82% khi câu hỏi không được cho phép kỹ thuật, và nó ít hơn 60% để tạo ra các sự thật giả, trong thuật ngữ AI được gọi là “ảo giác”. GPT-4 chấp nhận hình ảnh làm thành phần của một câu hỏi. Ví dụ nó có thể xem một bức ảnh về nội dung trong tủ lạnh, và cho ra các công thức sử dụng các nguyên liệu nó nhìn thấy,...Điều đó làm cho GPT-4 được gọi là một “mô hình đa phương tiện”. GPT-4 có

bộ nhớ dài hơn so với các phiên bản trước (GPT-4 có bộ nhớ ngắn hạn khoảng 64.000 từ so với khoảng 8.000 từ của GPT-3.5). Ngoài ra GPT-4 cũng có khả năng đa ngôn ngữ hơn, cụ thể có thể có độ chính xác với 26 ngôn ngữ (Trong đó tất nhiên có ngôn ngữ tiếng Anh và tiếng Việt). Nó cũng có tính năng “điều khiển” cao hơn, có nghĩa là ta có thể kiểm soát các câu trả lời bằng cách chọn một “tính cách” mà ta muốn cho ChatGPT. Một số nhà sản xuất nội dung tự động đã tiết lộ số lượng tham số của GPT-4 là ước tính tới 100 nghìn tỷ tham số. Theo đó đã đưa “mô hình ngôn ngữ” của ChatGPT gần hơn với cách hoạt động của bộ não con người với ngôn ngữ và logic. Không chỉ kích thước khổng lồ của bộ dữ liệu huấn luyện, các chỉ dẫn về quy tắc của OpenAI cùng nỗ lực của đội ngũ đánh giá

góp phần làm nên ChatGPT hiện nay.^{triển}

Trước đây, người ta cho rằng ChatGPT hoạt động đơn thuần dựa trên xác suất thống kê – nghĩa là chọn ra câu trả lời được nhiều người đưa ra để phản hồi lại, nhưng thực tế hoạt động của ChatGPT phức tạp hơn thế khi dựa vào các “mô hình học sâu” (deep learning) để có khả năng học sâu và tổng hợp câu trả lời từ kiến thức ChatGPT học được. Theo đó, mô hình AI của ChatGPT là các mạng lưới “thần kinh nhân tạo” khổng lồ. Các mô hình đó hoạt động dựa trên việc chúng học được một lượng dữ liệu quy mô lớn, thay vì được lập trình rõ ràng. Như vậy, quá trình này giống như việc huấn luyện một hoạt động cho người hơn là việc con người lập trình thông thường.



Hình 1: Sơ đồ huấn luyện ChatGPT (Nguồn: OpenAI)

Đầu tiên là giai đoạn “huấn luyện trước” (Pre-training), quá trình giúp mô hình học được cách dự đoán từ tiếp theo trong một câu, khi cho nó tiếp xúc với thật nhiều văn bản trên Internet (và với vô số quan điểm khác nhau). Bằng cách học từ

hàng tỷ câu văn, mô hình của OpenAI học được ngữ pháp, các sự thật về thế giới cũng như một số khả năng lập luận. Các mô hình cũng tìm hiểu về một số thành kiến xuất hiện trong số hàng tỷ câu đó.

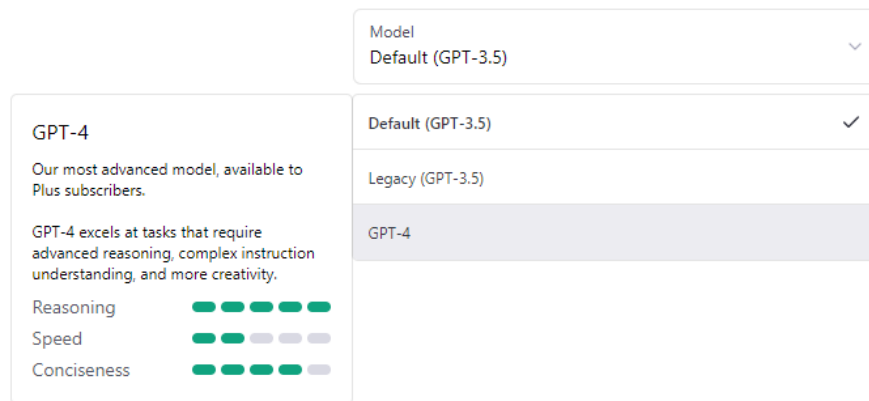
Tiếp đó là quá trình “tinh chỉnh sâu”

(fine tune) mô hình bằng một bộ dữ liệu hẹp hơn được OpenAI tạo ra một cách cẩn thận hơn với những người đánh giá, theo các chỉ dẫn mà họ cung cấp.

Vì không thể dự đoán mọi khả năng con người sẽ nạp vào hệ thống trong tương lai, nên OpenAI không viết các chỉ dẫn chi tiết mà chỉ vạch ra một số danh mục trong chỉ dẫn để người đánh giá sử dụng và xếp hạng các đầu ra có thể cho một số các ví dụ đầu vào. Sau đó trong quá trình sử dụng, các mô hình sẽ khái quát hóa từ phản hồi của người đánh giá để phản hồi lại các câu hỏi

từ người dùng.

Trong một số trường hợp, OpenAI chỉ dẫn người đánh giá đưa ra các phản hồi như "không hoàn thành các yêu cầu cho nội dung bất hợp pháp, hay tránh đưa ra quan điểm về các chủ đề gây tranh cãi". Một phần quan trọng của quá trình tinh chỉnh là duy trì vòng lặp phản hồi mạnh mẽ với người đánh giá, để giải đáp câu hỏi và làm rõ hơn các chỉ dẫn của mình. Vòng lặp phản hồi này là cách họ đào tạo mô hình ngày càng tốt hơn.



ChatGPT PLUS

Hình 2: Giới thiệu sơ bộ ưu điểm về tính năng của ChatGPT Plus (GPT-4)

Đây là mô hình tân tiến nhất của ChatGPT với khả năng vượt xa về mức độ lý luận, tốc độ và sự xúc tích so với phiên bản GPT-3.5 của người dùng miễn phí

Mô hình	Dữ liệu đến Văn bản (GPT-4)	Văn bản đến Văn bản (GPT-3.5)
Các phiên bản của ChatGPT	Tạo văn bản bằng cách phân tích dữ liệu có cấu trúc	Tạo văn bản theo các mẫu được nhận diện từ văn bản
Các phiên bản của ChatGPT	Tạo số lượng lớn văn bản dựa trên tập dữ liệu có cấu trúc với các chi tiết thay đổi	Tạo văn bản ciw bản, có thể đơn giản hóa quá trình viết

Hình 3: Sự khác biệt giữa các phiên bản GPT-4 (Mô hình Dữ liệu đến Văn bản) và GPT-3.5 (Mô hình Văn bản đến Văn bản) giúp cho kết quả GPT-4 tạo ra vượt trội so với các phiên bản trước

Ảnh hưởng của ChatGPT trong giáo dục là rất lớn vì nó có khả năng tìm kiếm

và tổng hợp thông tin rất nhanh và hiệu quả, cũng như giúp cho người sử dụng các công việc liên quan đến biên tập và biên soạn nội dung. Với việc sử dụng ChatGPT, người dùng có thể áp dụng vào lĩnh vực đào tạo và truyền thông với các nội dung: cung cấp câu trả lời chuyên sâu theo chủ đề, đưa ra các đề xuất nội dung, sáng tạo nội dung, hỗ trợ truyền thông nhiều ngôn ngữ, hỗ trợ thông tin về cơ sở đào tạo cho quý phụ huynh và sinh viên, phân tích dữ liệu và thống kê. Tuy nhiên, ChatGPT hiện có còn hạn chế về mặt ngữ liệu, không thể trả lời đúng với các ngữ liệu mang tính đặc thù, địa phương hóa, nhiều thông tin còn chưa chính xác, thậm chí có thể bị lợi dụng để xuyên tạc gây ảnh hưởng không tốt tới hoạt động truyền thông.

2.2. Lợi ích của ChatGPT khi sử dụng cho đào tạo và truyền thông

(i) *Sáng tạo nội dung, thiết kế nội dung*

cho giáo dục.

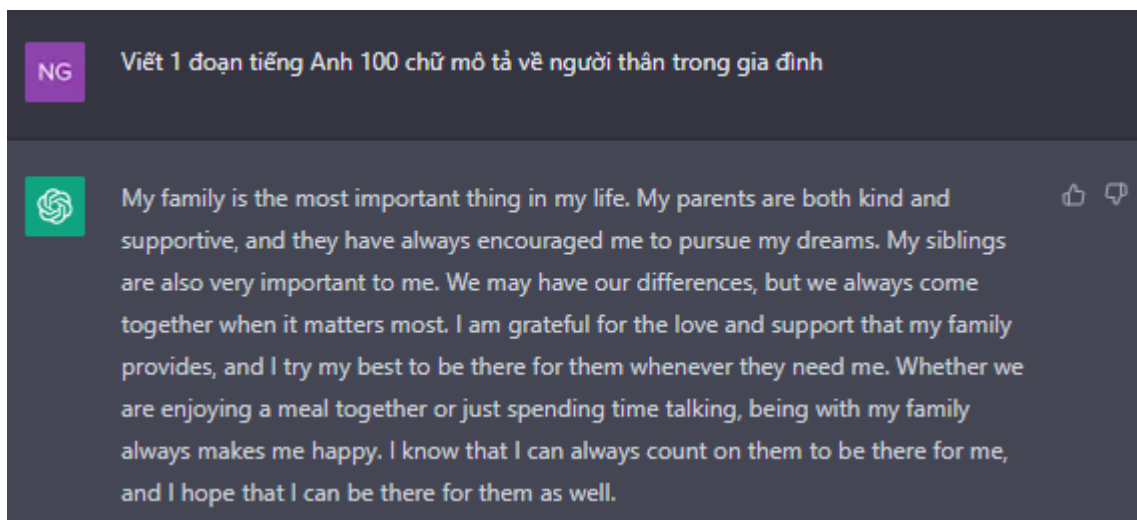
Có thể sử dụng ChatGPT tạo ra các tài liệu tương tác như câu hỏi trắc nghiệm để kiểm tra kiến thức khi đọc sách và khi ôn thi sinh viên.

(ii) *Là tác nhân sự phạm kích thích sự ham học hỏi của sinh viên.*

Với cách thức sử dụng tương đối đơn giản của ChatGPT, sinh viên có thể tiếp cận và đặt những câu hỏi để tìm kiếm các câu trả lời, sau đó đối sánh với các kết quả thu thập được trên Google và nguồn tài liệu tham khảo để có được những kết quả trả lời đáng tin cậy nhất, điều đó cũng kích thích trí tò mò và ham học hỏi của sinh viên.

(iii) *Hỗ trợ học ngoại ngữ.*

Với những câu hỏi đặt ra khi học tiếng Anh (nhất là viết câu hỏi bằng tiếng Anh) sẽ cho ra kết quả hữu ích để phục vụ các nội dung khi học ngoại ngữ:



Hình 6: Một câu hỏi về môn học tiếng Anh mà sinh viên có thể tham khảo

(iv) *Hỗ trợ học lập trình.*

ChatGPT có thể giải thích từ ngữ, các đoạn mã trong lập trình, do đó có thể hỗ trợ nhiều cho việc tự học, đặc biệt là tại Học viện Chính sách và Phát triển có nội dung học lập trình Python ứng dụng thì sử dụng

ChatGPT hoàn toàn có thể là tham khảo tốt cho môn học.

(v) *Hỗ trợ công tác truyền thông trực tiếp và gián tiếp.*

ChatGPT đã và đang là một chủ đề hot của công nghệ. Việc tổ chức các buổi tọa

đàm về sử dụng công cụ này nhằm nâng cao ý thức sử dụng chuyển đổi số của người dạy và người học nói chung, giảng viên và sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển nói riêng. Đây là cũng là hoạt

động “truyền thông kéo” và “truyền thông đẩy” góp phần quan trọng trong việc giúp cho thương hiệu Học viện Chính sách và Phát triển lan tỏa trong cộng đồng giáo dục Việt Nam.



Hình 7: Tọa đàm Tác động của Chatbot AI đối với Giáo dục Đại học

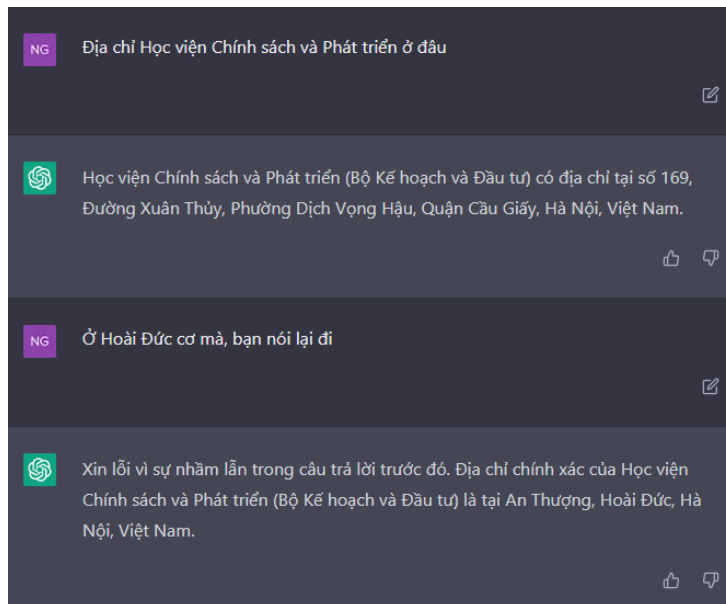
(tại Học Viện Chính sách và Phát triển diễn ra tháng 2/2023)

2.3. Hạn chế của ChatGPT khi sử dụng cho Đào tạo và Truyền thông

(i) Chưa hiểu hết được ngôn ngữ trên toàn thế giới cũng như những câu hỏi địa

điểm, đặc thù, vẫn còn có một số giới hạn về chính xác khi trả lời câu hỏi.

Sử dụng ChatGPT để truyền thông có thể có nhiều thông tin chưa chính xác.



Hình 4: Câu hỏi về địa chỉ Học viện Chính sách và Phát triển có câu trả lời chưa chính xác, tuy nhiên có thể huấn luyện cho ChatGPT trả lời chính xác hơn

(ii) Chưa biết học từ câu hỏi.

ChatGPT hoạt động theo cơ chế tổng hợp dữ liệu rồi đưa ra câu trả lời, câu trả lời không thay đổi theo một khoảng thời gian đủ ngắn. Nếu nhiều người hỏi cùng 1

câu hỏi trong cùng một thời điểm, ChatGPT sẽ có những câu trả lời gần giống nhau.

(iii) Có thể trả lời sai hoặc không phù hợp với người dùng.

ChatGPT có thể trả lời sai một số câu hỏi mang tính định danh hoặc những nội dung riêng và đặc thù. Ví dụ khi hỏi Học viện Chính sách và Phát triển thành lập từ năm bao nhiêu thì mặc dù trong câu trả lời có ghi Học viện thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư nhưng lại sai ngày thành lập.

(iv) *Cần phải cấu hình và huấn luyện một cách chính xác để đạt được hiệu suất tốt nhất.*

Đối với phiên bản miễn phí, tăng cường cách thức sử dụng thích hợp như: Đưa ra câu lệnh Prompt có bối cảnh chi tiết hơn. Trong khi viết Prompt hãy nêu mục tiêu cụ thể của người hỏi, sử dụng đúng ngữ pháp và tránh sử dụng các từ mơ hồ khiến cho có thể hiểu theo nhiều cách. Với cùng một prompt, người dùng có thể bấm nút “Tạo lại câu trả lời” (Regenerate response). Ngoài ra, người dùng nên sử dụng ChatGPT bằng tiếng Anh vì mô hình ngôn ngữ này được huấn luyện nhiều trên tập dữ liệu tiếng Anh. Người dùng có thể tận dụng các mẫu câu lệnh tiếng Anh để nâng cao hiệu quả sử dụng. [4]

(v) *Cần một số nguồn tài nguyên về tài nguyên máy tính - thiết bị và thời gian để huấn luyện mạng neural.*

ChatGPT là một neural network (mạng nơ-ron thần kinh) lớn và yêu cầu tài nguyên tính toán đáng kể để chạy. Điều

này có thể gây khó khăn cho việc triển khai ChatGPT trên các thiết bị với môi trường sử dụng hạn chế về tài nguyên, nói cách khác những máy tính với tốc độ trung bình khó có thể sử dụng trong việc huấn luyện mạng neural ChatGPT.

(vi) *ChatGPT có thể tạo nên những rủi ro về bản quyền.*

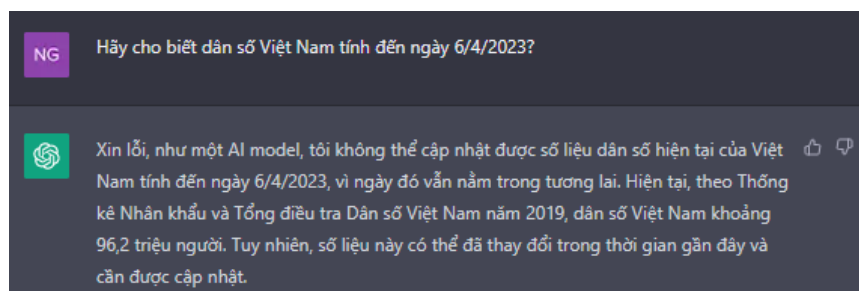
ChatGPT có thể đưa ra câu trả lời nằm trong dữ liệu huấn luyện nhưng nội dung đó có thể dính dáng đến các vấn đề về bản quyền hoặc đạo văn. Do đó, cần phải có trích dẫn câu trả lời của tác giả nào, tuân thủ điều khoản bản quyền đối với nội dung mã nguồn mở và nâng cao nhận thức người sử dụng về các vấn đề này.

(vii) *Vấn đề gian lận trong thi cử và đào tạo.*

Có hiện tượng lạm dụng ChatGPT để phục vụ cho các vấn đề học tập thi cử dẫn tới nội dung và kiến thức để trả lời các bài kiểm tra không phải là của người học mà lại là tổng hợp một cách máy móc, thiếu tính sáng tạo từ ChatGPT.

(viii) *Dữ liệu được đào tạo cho mô hình có độ trễ lớn.*

Kiến thức mà ChatGPT được đào tạo dựa trên dữ liệu cập nhật đến năm 2021, do đó có nhiều hạn chế trong việc cung cấp phản hồi những yêu cầu trong thời gian thực mới nhất.



Hình 5: Dữ liệu của ChatGPT hầu hết mới cập nhật đến năm 2021 nên có một số nội dung trả lời chưa chính xác ở thời điểm hiện tại

(ix) Các vấn đề về thiên vị và công bằng.

Câu trả lời của ChatGPT có thể có những thành kiến và bất công. Do đó, cần có sự giám sát, phân tích của các thầy cô để kết quả trả lời không có sự thiên vị và đảm bảo sự công bằng.

2.4. Xu hướng phát triển của ChatGPT trong thời gian tới và cách sử dụng hiệu quả

(i) ChatGPT sẽ được cải tiến không ngừng.

ChatGPT (miễn phí) hiện sẽ liên tục được cải tiến để trở nên sử dụng tốt và hiệu quả hơn, xử lý những vấn đề phức tạp và cung cấp cho người dùng trải nghiệm tốt hơn, nhất là ChatGPT Plus (trả phí).

(ii) Được kiểm soát chặt chẽ hơn.

ChatGPT sẽ từng bước được kiểm soát chặt chẽ hơn để tránh gây ra những tác động xấu đến người dùng hoặc xã hội.

(iii) Thị trường trí tuệ nhân tạo cạnh tranh khốc liệt.

ChatGPT đang phải đối đầu với sự cạnh tranh của Google Bard AI, và rất nhiều Chatbot AI thế hệ mới.

(iv) Cách sử dụng ChatGPT một cách an toàn và hiệu quả.

Hoạt động dạy học, kiểm tra đánh giá cần thay đổi để thích nghi với sự xâm lấn của ChatGPT, hạn chế và tránh tình trạng gian lận trong học tập và thi cử. Các thầy cô cần thường xuyên cập nhật thông tin và nâng cao kiến thức liên quan đến chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo để thích nghi và sử dụng hiệu quả ChatGPT. Chương trình môn học tăng tính thực hành và giảm bớt lý thuyết sao cho ChatGPT chỉ có thể hỗ trợ người học mang tính chất tham khảo thay vì sử dụng như một công cụ gian lận

trong hoạt động dạy và học. Hoạt động kiểm tra và đánh giá môn học tăng nội dung thuyết trình và tương tác trực tiếp, giảm bớt hình thức kiểm tra lý thuyết và kiểm tra trắc nghiệm truyền thống. Hoạt động truyền thông cần phải tăng cường sự giám sát chặt chẽ để đảm bảo độ chính xác của thông tin, nội dung cần phải được tuân thủ nghiêm ngặt theo luật báo chí, luật an ninh mạng, ... Tăng cường sử dụng lời nhắc (prompt) với yêu cầu sử dụng ngôn ngữ thích hợp, cung cấp đủ ngữ cảnh, thử nghiệm với các lời nhắc khác nhau, ... để nâng cao chất lượng và độ chính xác của câu trả lời. [2], [3]. Học viện Chính sách và Phát triển trong chương trình hành động thực hiện chiến lược phát triển từ nay tới 2030 - tầm nhìn 2045 sẽ tăng cường chuyển đổi số trong hoạt động nói chung và tăng cường ứng

3. Kết luận

Việc sử dụng ChatGPT trong giáo dục là một lĩnh vực nghiên cứu đầy hứa hẹn mang lại nhiều cơ hội để nâng cao trải nghiệm học tập cho sinh viên và hỗ trợ công việc của giáo viên. Tuy nhiên cần phải sử dụng ChatGPT một cách thận trọng và đánh giá nghiêm túc những hạn chế, hết sức chú ý về tính riêng tư và bảo mật, các quy định về đạo đức học thuật, chú ý tăng cường giám sát, hướng dẫn và áp dụng tư duy phản biện liên tục của người dạy - người học và người làm công tác truyền thông cho tổ chức. Trên đây là những điều ta cần biết trước khi sử dụng ChatGPT cũng như ứng dụng nó vào lĩnh vực đào tạo và truyền thông của Học viện Chính sách và Phát triển. Dù đây là một Chatbot AI còn những hạn chế nhất định, nhưng ChatGPT/ChatGPT Plus khá ưu việt trong thời điểm hiện tại và sẽ là một công cụ hữu ích có thể giúp cho con người trong việc

học tập, đào tạo nói chung và lĩnh vực truyền thông nói riêng. [1], [5], [6]

Tài liệu tham khảo

1. Enkelejda Kasneci, Kathrin Sessler (2023). *ChatGPT for Good? On Opportunities and Challenges of Large Language Models for Education*.

2. Đào Trung Thành, *ChatGPT ngày càng được cải tiến nhưng bạn đã biết hỏi?*, Báo điện tử Vietnamnet: <https://infonet.vietnamnet.vn/chatgpt-ngay-cang-duoc-cai-tien-nhung-ban-da-biet-hoi-5014083.html>.

3. Đỗ Viết Tuấn, Minh Phong, *Làm sao để ChatGPT không thành công cụ gian lận trong thi cử*, Báo điện tử giaoducthoidai <https://giaoducthoidai.vn/lam-sao-de-chatgpt-khong-thanh-cong-cu-gian-lan-trong-thi-cu-post626520.html/>

4. Phong Du, *Bí quyết để dùng ChatGPT hiệu quả*, Báo điện tử Khoa học

và Phát triển <https://khoa hocphattrien.vn/kham-pha/bi-quyet-de-dung-chat-gpt-hieu-qua/20230209022421168p1c879.htm>.

5. Đỗ Thế Dương, Đàm Thanh Tú (2022), *Nâng cao hiệu quả truyền thông trên các nền tảng số cho xúc tiến tuyển sinh tại Học viện Chính sách và Phát triển*, Tạp chí Thiết bị giáo dục – Số đặc biệt tháng 3/2022.

6. Đỗ Thế Dương (2020), *Ứng dụng chuyển đổi số trong việc nâng cao công tác truyền thông của Học viện Chính sách và Phát triển*, đề tài mã số 0007945BN hướng dẫn sinh viên NCKH của Khoa Kinh tế số - Học viện Chính sách và Phát triển.

7. Huy Khánh, *Thầy cô phải dùng thành thạo trí tuệ nhân tạo để sinh viên không lạm dụng*, Báo điện tử Dantri: <https://dantri.com.vn/giao-duc-huong-nghiep/thay-co-phai-dung-thanh-thao-tri-tue-nhan-tao-de-sinh-vien-khong-lam-dung-20230228162256385.htm>

Linh Nguyễn (2023). Chính sách tài chính phát triển kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam – Thực trạng và giải pháp. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 40-52

*Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển*

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Chính sách tài chính phát triển kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam – Thực trạng và giải pháp

Nguyễn Thị Thùy Linh (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: linhnt@apd.edu.vn

Tóm tắt

Phát triển kinh tế tuần hoàn hướng đến mục tiêu tăng trưởng xanh và phát triển bền vững đang trở thành một xu thế tất yếu tại nhiều quốc gia trên thế giới như Mỹ, Đức, Hàn Quốc và Nhật Bản, và Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó. Tuy nhiên, việc phát triển kinh tế tuần hoàn tại nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam, còn gặp nhiều rào cản, khó khăn. Một trong những rào cản lớn nhất để chuyển đổi sang mô hình kinh tế tuần hoàn là nguồn lực tài chính còn hạn chế (Ormazabal và cộng sự, 2018). Nhà nước, với vai trò là người định hướng và điều hành nền kinh tế, có thể sử dụng các chính sách tài chính của mình để hỗ trợ và khuyến khích các hoạt động sản xuất xanh và tiêu dùng xanh, từ đó hình thành nền KTTH. Bài viết sẽ nghiên cứu thực trạng các chính sách tài chính phát triển kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam hiện nay và đề xuất một số giải pháp để hoàn thiện nhóm chính sách này, nhằm thúc đẩy hơn nữa quá trình chuyển đổi sang mô hình kinh tế tuần hoàn.

Từ khóa: *Chính sách tài chính, kinh tế tuần hoàn, phát triển bền vững*

Abstract:

Transitioning to a Circular Economy, in order to create sustainable growth is becoming an inevitable trend in many countries such as the US, Germany, Korea, and Japan, and Vietnam is not beyond that trend. However, the development of the circular economy in many countries, including Vietnam, faces many barriers and challenges. One of the biggest barriers to implementing a Circular Economy is limited financial resources (Ormazabal et al., 2018). As the

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS040223

driver and operator of the economy, the State can use its financial policies to encourage green production and consumption activities, forming a Circular Economy. This article assesses the current situation of financial policies for the Circular Economy in Vietnam and proposes some solutions to improve these policies to promote the transition to a Circular Economy.

Keywords: *Circular Economy, Financial policies, Sustainable Development*

1. Nền kinh tế tuần hoàn và vai trò của chính sách tài chính trong phát triển KTTH

Dân số thế giới gia tăng nhanh chóng đi kèm với sự tăng trưởng mạnh mẽ của các nền kinh tế đang gây áp lực ngày càng lớn lên tài nguyên thiên nhiên và môi trường tự nhiên. Trong nền kinh tế tuyến tính, việc “khai thác, sử dụng và thải bỏ” đã làm cạn kiệt nguyên liệu thô và tạo ra nhiều chất thải trong chuỗi cung ứng sản phẩm, điều đó tác động rất lớn đến sức khỏe con người, môi trường và hệ sinh thái tự nhiên. Với mục tiêu sử dụng tiết kiệm các nguồn tài nguyên, bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu, hướng tới phát triển bền vững, hài hòa lợi ích kinh tế và môi trường, nhiều quốc gia đang tiến hành quá trình chuyển đổi sang mô hình nền kinh tế tuần hoàn (KTTH).

Theo định nghĩa của Liên minh châu Âu thì “*Kinh tế tuần hoàn là nền kinh tế mà giá trị của sản phẩm, nguyên vật liệu, tài nguyên được duy trì lâu nhất có thể và đồng thời giảm thiểu việc phát thải*”. Theo nguyên lý đó, nền kinh tế càng bỏ đi ít sản phẩm thì sẽ càng ít tài nguyên thiên nhiên bị khai thác để sản xuất sản phẩm mới, từ

đó, môi trường sẽ chịu càng ít tác động tiêu cực từ con người. KTTH nhằm mục đích giải quyết các thách thức về tài nguyên, chất thải và khí thải mà xã hội đối mặt bằng cách tạo ra một chuỗi cung ứng sản xuất đến tiêu thụ mà chuỗi này có thể phục hồi, tái tạo và thân thiện với môi trường.

Tại Việt Nam, Luật Bảo vệ môi trường số 72/2020/QH-14 do Quốc hội ban hành ngày 17-11-2020 nêu rõ “*Kinh tế tuần hoàn là mô hình kinh tế trong đó các hoạt động thiết kế, sản xuất, tiêu dùng và dịch vụ nhằm giảm khai thác nguyên liệu, vật liệu, kéo dài vòng đời sản phẩm, hạn chế chất thải phát sinh và giảm thiểu tác động xấu đến môi trường*” (Điều 142).

Với ba đặc trưng chính là: (i) Giảm và loại bỏ rác thải và ô nhiễm; (ii) Kéo dài thời hạn sử dụng của sản phẩm và nguyên vật liệu; và (iii) Tái tạo hệ thống tự nhiên, mô hình KTTH đem lại rất nhiều lợi ích đối với các quốc gia như: giúp tận dụng được nguồn nguyên vật liệu đã qua sử dụng thay vì tiêu tốn chi phí xử lý; giảm thiểu khai thác tài nguyên thiên nhiên, tận dụng tối đa giá trị tài nguyên; hạn chế tối đa chất thải, khí thải ra môi trường; đồng thời thể hiện trách nhiệm của quốc gia trong giải quyết những thách thức toàn cầu do ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu, đồng thời nâng cao năng lực, sức cạnh tranh của nền kinh tế. Đối với xã hội, KTTH giúp giảm chi phí xã hội trong quản lý, bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu; tạo ra thị trường mới, cơ hội việc làm mới, nâng cao sức khỏe người dân... Đối với doanh nghiệp, thực hiện sản xuất theo mô hình KTTH góp phần giảm rủi ro về khủng hoảng thừa sản phẩm, khan hiếm tài nguyên; tạo động lực để đầu tư, đổi mới công nghệ, giảm chi phí sản xuất, tăng

chuỗi cung ứng...

Mặc dù lợi ích của KTTH ngày càng được thừa nhận rộng rãi, nhưng quá trình chuyển đổi sang mô hình này tại các quốc gia, trong đó có Việt Nam, vẫn còn nhiều rào cản và thách thức. Dựa trên tham khảo kinh nghiệm triển khai thực tiễn xây dựng mô hình KTTH tại một số quốc gia, nhiều nghiên cứu đã chỉ ra những rào cản và thách thức, và rào cản về nguồn lực tài chính là một trong số đó. Tác giả Ormazabal và cộng sự (2018) hay Rizos và cộng sự (2019) chỉ ra rằng thiếu nguồn tài chính và thiếu hỗ trợ từ các tổ chức công dẫn đến việc triển khai mô hình KTTH gặp khó khăn, đặc biệt tại các doanh nghiệp quy mô vừa. Nghiên cứu của Stewart và cộng sự (2018) cũng chỉ ra, các doanh nghiệp không đủ vốn đầu tư vào các hoạt động và cơ sở hạ tầng tái chế, phục hồi và công nghệ sinh thái để đóng các vòng lặp trong mô hình sản xuất kinh doanh theo hướng KTTH.

Nhà nước với vai trò hoạch định chính sách và điều hành các hoạt động trong nền kinh tế, có thể sử dụng các công cụ chính sách của mình để hỗ trợ nguồn lực tài chính cho các tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân chuyển đổi sang sản xuất xanh, tiêu dùng xanh, góp phần hình thành nền KTTH. Trong đó, nhóm chính sách tài chính, bao gồm: (i) chính sách tài khóa; (ii) chính sách tiền tệ và (iii) chính sách phát triển thị trường tài chính đóng vai trò rất quan trọng để hình thành và phát triển KTTH. Những vai trò đó bao gồm:

Thứ nhất, các chính sách tài chính có thể giúp thu hút nguồn vốn từ các tổ chức trung gian, định chế và thị trường truyền thống trong việc tạo ra, phân phối các sản phẩm và dịch vụ tài chính mang lại cả lợi

nhuận có thể đầu tư và các kết quả tích cực về môi trường. Nguyên nhân là do đa phần các dự án đầu tư xanh đều cần lượng vốn đầu tư lớn trong dài hạn và quá trình thu hồi vốn chậm, nên thiếu nguồn tài chính là một trong những rào cản lớn đối với việc thiết lập và quản lý một dự án KTTH.

Thứ hai, chính sách tài chính có thể giúp củng cố nguồn thu, thay đổi cấu trúc chi ngân sách nhà nước, theo hướng ưu tiên chi cho các dự án đầu tư công hoặc mua sắm công hướng tới tăng trưởng xanh, phát triển bền vững.

Thứ ba, chính sách tài chính góp phần làm giảm thiểu các tác nhân gây hại môi trường, khuyến khích nâng cao hiệu quả quản lý, bảo vệ, khai thác, sử dụng tài nguyên thiên nhiên, thông qua công cụ thuế (mở rộng phạm vi đối tượng chịu thuế, điều chỉnh mức điều tiết thuế, phí bảo vệ môi trường...). Bên cạnh đó, chính sách tín dụng xanh sẽ hạn chế vốn cung cấp cho các doanh nghiệp ô nhiễm cao và phát thải cao, buộc những doanh nghiệp này phải thực hiện chuyển đổi và nâng cấp công nghệ, hoặc giảm quy mô sản xuất để giảm phát thải.

Thứ tư, chính sách tài chính có thể hỗ trợ các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, triển khai các hoạt động sản xuất - kinh doanh theo tiêu chí KTTH thông qua việc mở rộng các ưu đãi về thuế, tín dụng. Chính sách tài chính được xây dựng nhằm khuyến khích các doanh nghiệp này trong việc bảo vệ môi trường, đầu tư vào năng lượng mới, nghiên cứu vật liệu mới; đồng thời giúp các doanh nghiệp cung cấp nhiều sản phẩm hoặc dịch vụ phát thải thấp.

Phần tiếp theo, bài nghiên cứu sẽ tổng hợp và phân tích những chính sách tài

chính hiện có ở Việt Nam liên quan đến phát triển KTTH. Trên cơ sở đó, tác giả sẽ đề xuất một số giải pháp để hoàn thiện nhóm chính sách này, nhằm thúc đẩy hơn nữa quá trình chuyển đổi nền kinh tế nước ta theo mô hình KTTH. Tuy nhiên, cần lưu ý một khái niệm khác thường được sử dụng để chỉ nền kinh tế theo đuổi mục tiêu tăng trưởng đi đôi với bảo vệ môi trường là kinh tế xanh (KTX). Theo định nghĩa của chương trình Môi trường Liên Hợp Quốc (UNEP) và Ủy hội Kinh tế Xã hội châu Á-Thái Bình Dương Liên Hợp Quốc (UNESCAP), KTX là nền kinh tế sử dụng tiết kiệm, hiệu quả năng lượng và tài nguyên thiên nhiên, có mức phát thải thấp và giảm thiểu những rủi ro về môi trường và cải thiện công bằng xã hội. Trong khi đó, khái niệm KTTH nhấn mạnh đến việc thiết kế lại vòng đời của sản phẩm với mục đích giảm thiểu việc sử dụng tài nguyên, giảm thiểu rác thải, để bảo vệ môi trường (BVMT). Dù có cùng mục tiêu song có thể thấy khái niệm KTX có phần rộng hơn so với khái niệm KTTH. Vì vậy, một số nội dung chính sách liên quan đến KTTH có thể bao hàm cả khái niệm rộng hơn là KTX.

2. Thực trạng các chính sách tài chính thúc đẩy KTTH tại Việt Nam

Ở Việt Nam, định hướng xây dựng KTTH đã được đưa vào chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước từ rất sớm. Dù trước năm 2020, thuật ngữ này chưa được chính thức sử dụng trong khung chính sách của Đảng và Nhà nước, nhưng các yếu tố của KTTH đã được đề cập như: khuyến khích tái chế, sử dụng sản phẩm tái chế trong Nghị quyết số 41/NQ-TW (Bộ Chính trị ban hành ngày 15-11-2004)...

Năm 2020, tầm quan trọng của mô hình KTTH trong việc đóng góp vào sự phát triển bền vững cũng như đáp ứng các cam kết về khí hậu của Việt Nam được khẳng định trong Nghị quyết số 55-NQ/TW do Bộ Chính trị ban hành ngày 11-2-2020 “Về định hướng Chiến lược phát triển năng lượng quốc gia của Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”. Nghị quyết số 55-NQ/TW khẳng định phải ưu tiên phát triển năng lượng tái tạo, phát triển nhà máy điện sử dụng rác thải, chất thải để bảo vệ môi trường và phát triển KTTH. Tiếp đó, ngày 17-11-2020, Quốc hội ban hành Luật Bảo vệ môi trường số 72/2020/QH-14, theo đó chính thức luật hóa quy định về KTTH.

Chủ trương, định hướng và lộ trình xây dựng KTTH tại Việt Nam được thể hiện rõ hơn trong các văn bản chính sách như: Nghị quyết Đại hội lần thứ XIII của Đảng chủ trương “xây dựng nền KTX, KTTH, thân thiện với môi trường” và “xây dựng lộ trình, cơ chế, chính sách, pháp luật để hình thành, vận hành mô hình KTTH”; Nghị định 08/2022/NĐ-CP ngày 10-01-2022 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Bảo vệ môi trường 2020 đã nêu rõ tiêu chí, lộ trình và cơ chế khuyến khích phát triển KTTH; Quyết định số 687/QĐ-TTg ngày 07-06-2022 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án Phát triển KTTH ở Việt Nam, trong đó nêu rõ quan điểm, mục tiêu cũng như đưa ra các nhiệm vụ giải pháp cụ thể.

Bên cạnh việc chú trọng hoàn thiện thể chế, hành lang pháp lý hỗ trợ phát triển KTTH, trong thời gian qua, nhiều cơ chế, chính sách tài chính nhằm phát triển KTTH đã được triển khai tại Việt Nam và bước đầu đạt được những hiệu quả nhất định. Cụ

thê:

2.1. Chính sách tài khóa

Thứ nhất, chính sách thuế: Hiện nay, các sắc thuế tại Việt Nam đã được thiết kế theo hướng khuyến khích các hoạt động BVMT và hỗ trợ phát triển KTX, KTTH, dựa trên ba khía cạnh cơ bản: (i) Tạo nền tảng cho việc thực hiện nguyên tắc “người gây ô nhiễm phải trả tiền” ở Việt Nam; (ii) Hình thành nên hệ thống động lực để thúc đẩy sản xuất xanh và tiêu dùng xanh; (iii) Hỗ trợ, khuyến khích các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp tham gia vào các dự án bảo vệ môi trường (BVMT), sản xuất năng lượng sạch, năng lượng tái tạo. Cụ thể:

Luật Thuế bảo vệ môi trường số 57/2010/QH12 được ban hành với mục tiêu đánh thuế vào các hàng hóa mà việc sử dụng các hàng hóa này gây ô nhiễm môi trường và dựa trên nguyên tắc người nào sử dụng sản phẩm gây ô nhiễm phải nộp thuế.

Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt số 27/2008/QH12 (TTĐB) quy định mức thuế TTĐB có thuế suất cao (đến 150%) đối với các mặt hàng khi sử dụng sẽ phát tán khí thải vào môi trường như thuốc lá, xăng, ô tô, điều hòa nhiệt độ... Đây là sắc thuế hướng đến trách nhiệm của người tiêu dùng với môi trường. Đồng thời, xe ô tô điện và ô tô chạy bằng năng lượng sinh học được áp dụng mức thuế suất thuế TTĐB thấp hơn so với xe ô tô sử dụng nhiên liệu hóa thạch.

Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp hợp nhất 2020 (TNDN), đưa ra ưu đãi thuế suất thuế TNDN 10% trong mười lăm năm đối với thu nhập của doanh nghiệp từ thực hiện dự án đầu tư mới về sản xuất năng lượng tái tạo, năng lượng sạch; phát triển công nghệ sinh học; BVMT ...; miễn

thuế tối đa không quá 4 năm và giảm 50% số thuế phải nộp tối đa không quá 9 năm tiếp theo đối với thu nhập của doanh nghiệp từ thực hiện hoạt động xã hội hóa trong lĩnh vực môi trường; miễn thuế TNDN đối với thu nhập từ chuyển nhượng chứng chỉ giảm phát thải của doanh nghiệp được cấp chứng chỉ giảm phát thải...

Luật Thuế xuất khẩu, Thuế nhập khẩu số 107/2016/QH13 cũng có quy định về miễn thuế nhập khẩu máy móc, thiết bị, phương tiện, dụng cụ, vật liệu sử dụng trực tiếp trong việc thu gom, lưu giữ, vận chuyển, tái chế, xử lý chất thải; sản xuất năng lượng sạch, năng lượng tái tạo. Các sản phẩm xuất khẩu được sản xuất từ hoạt động tái chế, xử lý chất thải cũng được miễn thuế xuất khẩu.

Đánh giá tổng quan cho thấy, hệ thống chính sách thuế hiện nay của Việt Nam đã góp phần hình thành khuôn khổ pháp lý đồng bộ, phát huy được vai trò của từng chính sách thuế để BVMT. Việc thực hiện các chính sách thuế liên quan đến BVMT và thúc đẩy KTX, KTTH đã góp phần tạo thêm nguồn thu quan trọng cho NSNN, bù đắp chi phí cho các hoạt động cải thiện môi trường sinh thái bị ảnh hưởng do quá trình phát triển kinh tế.

2.2. Chính sách chi NSNN và mua sắm công xanh

Về chi NSNN liên quan tới BVMT và KTTH được thực hiện chủ yếu qua hai hình thức sau: (i) Xây dựng mục chi riêng cho hoạt động sự nghiệp môi trường theo quy định tại Điều 36, Điều 38 Luật NSNN năm 2015 và tại Điểm c, khoản 1 Điều 3 Thông tư số 02/2017/ TT-BTC nêu rõ: Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp với Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài nguyên và Môi trường, UBND cấp tỉnh trình cấp có thẩm quyền bố

trí kinh phí sự nghiệp môi trường không thấp hơn 1% tổng chi NSNN trong dự toán hàng năm; (ii) Bố trí kinh phí chi cho các chương trình mục tiêu quốc gia liên quan đến KTTH gồm: Chương trình sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả giai đoạn 2006-2015 (Quyết định số 79/2006/QĐ-TTg ngày 14/4/2006 của Thủ tướng Chính phủ); Chương trình mục tiêu quốc gia ứng phó với biến đổi khí hậu giai đoạn 2009-2015 (Quyết định số 158/2008/QĐ-TTg ngày 2/12/2008 của Thủ tướng Chính phủ). Tuy nhiên, một số số liệu thống kê cho thấy có khá nhiều tỉnh thành có mức kinh phí chi cho sự nghiệp môi trường thấp hơn mức 1% tổng chi NSNN trong dự toán hàng năm (Nguyễn Hồng Thắng, 2021). Thực tế này cho thấy, việc chi NSNN cho sự nghiệp môi trường nói riêng, và chi NSNN cho KTTH nói chung, vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn đặt ra.

Về mua sắm công xanh, Việt Nam hiện chưa có quy định bắt buộc đối với hoạt động mua sắm công xanh mà mới dừng ở mức khuyến khích, như quy định “Ưu tiên thực hiện mua sắm xanh đối với dự án đầu tư, nhiệm vụ có sử dụng NSNN theo quy định của Chính phủ” (Điều 146, Luật Bảo vệ môi trường 2020). Đồng thời, dù ở Việt Nam đang có 03 chương trình dán nhãn hàng hóa/sản phẩm thân thiện với môi trường⁶, song vẫn chưa có các quy định bắt buộc về việc sử dụng Nhãn xanh hoặc Nhãn Tiết kiệm năng lượng làm tiêu chí xét lựa chọn hàng hóa, dịch vụ trong mua sắm công. Bên cạnh đó, Thông tư số 09/2021/TT-BKHĐT của Bộ Kế hoạch và

Đầu tư về hướng dẫn lựa chọn nhà đầu tư thực hiện dự án đầu tư theo phương thức đối tác công tư (PPP) và dự án đầu tư có sử dụng đất và Thông tư số 08/2022/TT-BKHĐT quy định chi tiết việc cung cấp, đăng tải thông tin về đấu thầu và lựa chọn nhà thầu trên Hệ thống mạng đấu thầu quốc gia, đã nêu ra một số yêu cầu về BVMT trong hồ sơ mời sơ tuyển, hồ sơ mời thầu đối với nhà đầu tư và nhà thầu, như giải pháp hạn chế các tác động đến môi trường của dự án, đặc biệt là giai đoạn thi công, đánh giá tác động tiêu cực với môi trường và biện pháp khắc phục. Tuy nhiên, các Thông tư này chưa đề cập đến cam kết tuân thủ quy định về BVMT, cam kết về tình hình khiếu kiện về môi trường; chưa yêu cầu nhà đầu tư cung cấp thông tin về năng lực, kinh nghiệm BVMT...

Thực tế trên cho thấy, trong hoạt động mua sắm công xanh, Việt Nam đã ban hành các định hướng và xây dựng được một số quy định pháp luật về mua sắm công xanh, tuy nhiên mức độ cụ thể của các quy định yêu cầu mua sắm công xanh trong cả đầu tư và mua sắm thường xuyên cho hoạt động của cơ quan nhà nước chưa được hoàn thiện. Điều này khiến cho tiêu chí “xanh”, “bền vững”, phù hợp với đặc điểm của nền KTTH chưa được tích hợp trong tiêu chuẩn khi lựa chọn sản phẩm, nhà thầu. Ngoài ra, các loại hàng hóa, dịch vụ cần thiết thực hiện mua sắm công xanh được quy định rất hạn chế, hiện chỉ ưu tiên việc mua sắm hàng hoá và dịch vụ sinh thái dán nhãn với một vài sản phẩm. Cuối cùng, cũng chưa có tiêu chí ưu tiên hàng hóa đáp

⁶ Ba chương trình dán nhãn bao gồm: (i) Nhãn xanh do Bộ Tài nguyên và Môi trường cấp chứng nhận, đánh giá khả năng kiểm soát, hạn chế tác động đối với môi trường của các loại sản phẩm, dịch vụ tiêu dùng theo quan điểm “xem xét toàn bộ vòng đời sản phẩm”; (ii) Nhãn tiết kiệm

năng lượng do Bộ Công thương cấp chứng nhận đối với thiết bị, máy móc và đồ điện gia dụng, điện công nghiệp; (iii) Nhãn Bông sen xanh do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cấp chứng nhận là tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững dành cho cơ sở lưu trú du lịch.

ứng các tiêu chuẩn về môi trường, năng lượng được dán các loại nhãn tiết kiệm năng lượng, nhãn xanh khi xét thầu.

2.3. Chính sách tiền tệ

Như đã phân tích ở trên, một trong những rào cản lớn nhất đối với doanh nghiệp khi đầu tư vào các dự án đảm bảo các tiêu chí của KTX và KTTH là nguồn vốn. Tại Việt Nam, nguồn vốn tín dụng ngân hàng vẫn đang là một trong những nguồn huy động vốn chính của các doanh nghiệp. Do đó, chính sách tiền tệ, cụ thể là các chính sách liên quan đến việc cấp tín dụng xanh của hệ thống ngân hàng, có vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ và thúc đẩy các doanh nghiệp chuyển đổi hướng hoạt động theo mô hình KTTH.

Trong thời gian qua, Thống đốc NHNN Việt Nam đã ban hành các văn bản chính sách nhằm khuyến khích các tổ chức tín dụng ưu tiên cấp vốn tài trợ cho các dự án thân thiện với môi trường, góp phần tích cực thúc đẩy KTX và KTTH. Có thể kể đến như: Chỉ thị số 03/CT-NHNN ngày 24/3/2015 về việc thúc đẩy tín dụng xanh và quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cấp tín dụng; Quyết định số 1552/QĐ-NHNN ngày 6/8/2015 ban hành Kế hoạch hành động của ngành Ngân hàng thực hiện Chiến lược Quốc gia về tăng trưởng xanh đến năm 2020, Quyết định số 1731/QĐ-NHNN về Chương trình hành động của ngành Ngân hàng thực hiện Chương trình Nghị sự 2030. Đặc biệt là quyết định số 1604/QĐ-NHNN về việc phê duyệt Đề án phát triển ngân hàng xanh tại Việt Nam, nhằm tăng cường nhận thức và trách nhiệm xã hội của hệ thống ngân hàng đối với việc bảo vệ môi trường, từng bước xanh hóa hoạt động ngân hàng, hướng dòng vốn tín dụng vào việc tài trợ dự án

thân thiện với môi trường, thúc đẩy các ngành sản xuất, dịch vụ và tiêu dùng xanh, năng lượng sạch và năng lượng tái tạo.

Trên cơ sở đó, một số ngân hàng thương mại đã chủ động tham gia các dự án có tài trợ của các tổ chức tài chính quốc tế về BVMT và cấp tín dụng xanh. Các hoạt động kinh doanh hướng đến phát triển KTX, KTTH, như tín dụng cho năng lượng tái tạo, là một trong 12 lĩnh vực xanh được NHNN thực hiện theo dõi dư nợ tín dụng. Tuy nhiên, việc triển khai cấp vốn tín dụng xanh ở nước ta thời gian qua còn gặp nhiều khó khăn như: (i) Năng lực nhân viên ngân hàng trong đánh giá rủi ro môi trường xã hội chưa cao; (ii) Nhu cầu khách hàng đối với tín dụng xanh còn thấp; (iii) Chưa có hướng dẫn chi tiết về quy trình thẩm định tín dụng xanh hay tích hợp phân tích rủi ro môi trường (Trần Thị Thanh Tú và Trần Thị Hoàng Yên, 2016).

2.4. Chính sách phát triển thị trường tài chính

Thị trường tài chính, bao gồm thị trường tiền tệ và thị trường vốn, là nơi các doanh nghiệp huy động vốn thông qua các khoản vay tín dụng hoặc phát hành các loại cổ phiếu, trái phiếu. Trong những năm gần đây, bên cạnh việc tăng cường cung cấp tín dụng xanh chịu sự điều chỉnh của chính sách tiền tệ như đã phân tích ở trên, phát triển thị trường vốn xanh cũng đang trở thành xu hướng phổ biến tại nhiều quốc gia trên thế giới. Các doanh nghiệp có thể huy động vốn tài trợ cho các dự án kinh doanh thân thiện với môi trường qua phát hành các công cụ cổ phiếu xanh (CPX) và trái phiếu xanh (TPX), nhằm hướng tới phát triển KTX và KTTH. Tại Việt Nam, Bộ Tài chính đã xây dựng định hướng phát triển thị trường tài chính xanh theo Quyết định

số 2183/QĐ-BTC về Kế hoạch hành động ngành tài chính thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh đến năm 2020 (ban hành ngày 20-10-2015), trong đó nêu rõ cần rà soát, hoàn thiện chính sách phát triển thị trường vốn xanh và các sản phẩm tài chính xanh.

Về phát triển thị trường TPX, Chính phủ đã ban hành các văn bản quy định về trái phiếu chính phủ xanh (TPCPX) và trái phiếu doanh nghiệp xanh (TPDNX) như: Quyết định số 1191/QĐ-TTg ngày 14-08-2017 về lộ trình phát triển thị trường trái phiếu năm 2017-2020, trong đó quy định cơ chế và chính sách phát triển TPX; Nghị định 95/2018/NĐ-CP về phát hành, đăng ký, lưu ký, niêm yết và giao dịch công cụ nợ của chính phủ trên TTCK quy định về TPCPX; Nghị định số 163/2018/NĐ-CP ngày 04-12-2018 về phát hành TPDN bổ sung khái niệm, định nghĩa và một số quy định về TPDNX. Từ cuối năm 2015, Sở GDCK Hà Nội (HNX) đã xây dựng Đề án phát triển thị trường TPX. Ngày 20/10/2016, Bộ Tài chính đã phê duyệt Đề án phát hành thí điểm TPX của chính quyền địa phương nhằm huy động vốn phục vụ cho các công trình xanh như các dự án về thủy lợi, bảo vệ môi trường, điện gió... Năm 2021, UBCKNN hợp tác với Tổ chức Tài chính Quốc tế IFC và Sáng kiến Trái phiếu Khí hậu, với sự hỗ trợ của Cục Kinh tế Liên bang Thụy Sĩ, đã cho ra mắt cuốn Sổ tay “Hướng dẫn TPX, trái phiếu xã hội và trái phiếu bền vững” nhằm hướng dẫn các tổ chức phát hành và các thành viên thị trường áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế và khu vực ASEAN cũng như các quy định của Việt Nam về TPX, trái phiếu xã hội và trái phiếu bền vững. Trên cơ sở những chính sách đó, TP. Hồ Chí Minh và tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu là hai

địa phương đầu tiên trên cả nước triển khai đề án thí điểm phát hành TPX trong nước. Bên cạnh đó, tính đến tháng 10/2020, Việt Nam đã có 4 đợt phát hành TPX với tổng trị giá gần 284 triệu USD, bởi một tổ chức được Chính phủ bảo lãnh.

Về phát triển thị trường CPX, Thông tư số 155/2015/TT-BTC ngày 06-10-2015 là văn bản đầu tiên quy định các doanh nghiệp niêm yết bắt buộc phải công bố các mục tiêu phát triển bền vững (môi trường, xã hội và cộng đồng) và chương trình chính liên quan trong Báo cáo thường niên. Bên cạnh đó, một số hoạt động nhằm phát triển thị trường CPX tại Việt Nam đã được các cơ quan nhà nước triển khai như: (i) Các hoạt động đào tạo về kết hợp các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị công ty (ESG) do UBCKNN phối hợp với IFC, Tổ chức Sáng kiến báo cáo toàn cầu (GRI), HNX và HOSE triển khai; (ii) Khuyến khích sự tham gia của các doanh nghiệp với tài chính xanh qua việc hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện báo cáo ESG; (iii) Xây dựng và áp dụng bộ Chỉ số phát triển bền vững do HOSE công bố vào năm 2017. Các quy định và hoạt động này được kỳ vọng sẽ nâng cao ý thức về BVMT của doanh nghiệp, hướng đến việc phát hành CPX để huy động vốn cho các dự án thân thiện với môi trường, đảm bảo các tiêu chí của KTX và KTTH, cũng như có thêm một tiêu chí để các nhà đầu tư cân nhắc lựa chọn đầu tư vào các dự án xanh.

Từ những thông tin trên có thể thấy, ở Việt Nam, thị trường TPX đang ở mức độ sơ khai, chưa phát triển phong phú cả về sản phẩm và quy mô. Thị trường CPX mới ở giai đoạn tạo lập và chưa có sản phẩm niêm yết trên TTCK. Ngoài ra, hệ thống pháp lý cho việc phát hành và đầu tư CPX,

TPX còn chưa đầy đủ, chủ yếu mới quy định về TPX, còn các quy định về CPX còn khá hạn chế, và chưa đáp ứng được các tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế.

3. Giải pháp xây dựng chính sách tài chính phát triển nền KTTH tại Việt Nam

Tại Việt Nam, giai đoạn 2021 - 2030, Đảng và Nhà nước đã xác định việc phát triển nền KTTH là một trong những định hướng quan trọng của đất nước. Theo đó, Việt Nam sẽ triển khai mô hình KTTH dựa trên 3 trụ cột: thiết kế, kéo dài vòng đời vật liệu; giảm rác thải, phát thải; khôi phục hệ sinh thái. Để thực hiện được mục tiêu đó, ngoài việc xây dựng và hoàn thiện hành lang pháp lý nói chung về mô hình KTTH, việc bổ sung, cập nhật các chính sách tài chính phục vụ phát triển KTTH là vô cùng cần thiết. Dựa trên những kết quả, phân tích và đánh giá ở phần trên, một số giải pháp nhằm hoàn thiện các chính sách tài chính để phát triển KTTH tại Việt Nam sẽ được đề xuất trong phần tiếp theo.

3.1. Nhóm giải pháp về chính sách tài khóa

Thứ nhất, nhóm chính sách về thuế:

Chính sách thuế là một công cụ điều tiết hiệu quả để chuyển hướng nền kinh tế phát triển theo hướng KTTH. Việt Nam đã xây dựng một hệ thống chính sách thuế, phi liên quan tới hoạt động BVMT tương đối đầy đủ và hiệu quả. Trong thời gian tới, Bộ Tài chính cần tiếp tục thực hiện rà soát và sửa đổi, bổ sung các chính sách ưu đãi thuế liên quan đến hoạt động BVMT. Các chính sách ưu đãi thuế phải phù hợp với các nguyên tắc chung của thương mại và đầu tư quốc tế, tôn trọng các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã ký kết hoặc tham gia. Ngoài ra, chính sách ưu đãi thuế cần đảm

bảo minh bạch, và dựa theo nguyên tắc “thị trường”. Cùng với đó, trong việc ban hành các chính sách ưu đãi thuế mới và sửa đổi các chính sách ưu đãi đang áp dụng cho các mục tiêu môi trường và tăng trưởng xanh cần hình thành các cơ chế để đảm bảo các chính sách này “có thể giám sát”, “có thể đánh giá được” trong quá trình thực thi sau khi được ban hành.

Bên cạnh đó, Bộ Tài Chính cần tiếp tục nghiên cứu mở rộng đối tượng chịu thuế BVMT nhằm bao phủ được các nguồn gây tổn hại cho môi trường. Thuế BVMT cần hướng đến các chủ thể gây ô nhiễm, các hành vi ô nhiễm chính xác nhất, bao quát được các nguồn gốc ô nhiễm. Mặc dù thuế BVMT ở Việt Nam được xác định là thu vào sản phẩm, hàng hóa khi sử dụng gây tác động xấu đến môi trường, song trên thực tế còn có nhiều sản phẩm, hàng hóa có mức độ gây ô nhiễm trên diện rộng nhưng lại chưa được quy định thuộc đối tượng chịu thuế (như phân bón hóa học, chất tẩy rửa). Ngoài ra, khí than, khí tự nhiên gây tác hại đến môi trường và sức khỏe con người nhưng cũng chưa thuộc diện chịu thuế BVMT.

Thứ hai, nhóm chính sách về mua sắm công xanh:

Mua sắm công xanh là một công cụ có lợi cho cả hai bên (người mua và nhà cung cấp) nhằm thúc đẩy các mục tiêu kinh tế - xã hội và môi trường. Hoạt động mua sắm công xanh ngoài việc BVMT còn tạo lực cầu trên thị trường mua sắm xanh và chuỗi giá trị xanh, xây dựng tiêu chí xanh về hành vi mua sắm của chính phủ đối với hàng hóa và dịch vụ. Việc triển khai mua sắm công xanh ở Việt Nam là tương đối thuận lợi bởi khung pháp lý về cơ bản đã có. Tuy nhiên, chính phủ cần cụ thể hóa

các chính sách có liên quan tới hoạt động mua sắm công xanh, tích hợp các tiêu chí sản phẩm- dịch vụ- hàng hóa đáp ứng tiêu chí “xanh”, “bền vững” và “tuần hoàn” nhằm xây dựng khung chính sách và hướng dẫn triển khai hoàn chỉnh, minh bạch. Bên cạnh các quy định chung về mua sắm công xanh trong đầu tư công và các dự án mua sắm thường xuyên, vẫn cần thêm các quy định cụ thể của từng Bộ, ngành trong các lĩnh vực mình phụ trách để hiện thực hóa việc mua sắm công xanh hiệu quả.

Đồng thời, các quy định, chính sách cần phân rõ trách nhiệm giữa các bộ ngành có liên quan trong triển khai hoạt động mua sắm công xanh. Ví dụ, đối với quá trình xây dựng tiêu chí dán nhãn “xanh”, “sinh thái”, có thể xem xét để Bộ Công thương đảm nhiệm vai trò đưa ra các tiêu chuẩn về năng lượng; Bộ Tài nguyên và Môi trường đưa tiêu chuẩn về nhãn môi trường; Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đưa ra các tiêu chuẩn về sinh thái. Các bộ trên cần phối hợp với Bộ Khoa học và Công nghệ, Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) để xây dựng bộ tiêu chí và cùng đánh giá sản phẩm.

Cuối cùng, bên cạnh hoạt động mua sắm công xanh, chính phủ cần định hướng thực hiện đầu tư công xanh theo hướng: (i) Ngân sách ưu tiên đầu tư cho dự án, chương trình môi trường (hạn chế khai thác tài nguyên, sản phẩm tái sử dụng-vật thải tái chế và bảo tồn tài nguyên thiên nhiên); (ii) Không phê duyệt chủ trương đầu tư, không phê duyệt đầu tư các dự án, chương trình không có đánh giá tác động môi trường đạt yêu cầu.

3.2. Nhóm giải pháp về chính sách tiền tệ

Hỗ trợ nguồn vốn cho các doanh nghiệp ưu tiên thực hiện các dự án đầu tư thân thiện với môi trường là một trong những giải pháp quan trọng để chuyển đổi sang nền KTX và KTTH. Đối với nguồn vốn tín dụng từ hệ thống ngân hàng, trong thời gian tới, NHNN cần rà soát và xây dựng, hoàn thiện các chính sách tiền tệ để tăng cường cấp tín dụng xanh và ưu đãi cho doanh nghiệp có dự án đầu tư xanh, cụ thể:

Thứ nhất, NHNN tiếp tục nghiên cứu xây dựng chính sách lãi suất phù hợp khi thực hiện cấp tín dụng xanh theo hướng ưu tiên hỗ trợ về lãi suất và các điều kiện tiếp cận nguồn vốn tín dụng đối với các dự án đầu tư thân thiện với môi trường, dự án phát triển KTTH như cấp tín dụng ưu đãi cho dự án giảm CO₂, sản xuất và sử dụng năng lượng sạch, sản phẩm sạch; các dự án tiết kiệm năng lượng, nước, nhiên liệu; để giảm chất thải hoặc ô nhiễm; để xây dựng và khai thác các cơ sở năng lượng tái tạo (địa nhiệt, năng lượng sinh học, thủy điện, năng lượng gió, năng lượng mặt trời...) Ngoài ra, cần sớm ban hành sổ tay hướng dẫn đánh giá rủi ro môi trường- xã hội cho các tổ chức tín dụng để vận dụng trong quá trình ra quyết định cấp tín dụng đối với các dự án có yếu tố bảo vệ môi trường hoặc phù hợp với tiêu chí của KTTH.

Thứ hai, NHNN cần nghiên cứu xây dựng cơ chế phối hợp giữa các tổ chức tín dụng trong cấp tín dụng xanh để đa dạng hóa các nguồn vốn, bảo đảm cung ứng đủ nguồn vốn cho các dự án phát triển kinh tế xanh, KTTH quy mô lớn, đồng thời giúp giảm thiểu rủi ro cho hoạt động cấp tín dụng xanh.

Thứ ba, chính phủ và NHNN nghiên cứu để thành lập tổ chức bảo lãnh tín dụng xanh của chính phủ. Hiện nay có rất nhiều

tổ chức quốc tế sẵn sàng cung cấp các khoản tín dụng cho các dự án xanh, dự án KTTH cho các quốc gia đang phát triển. Những dự án này thường có tiêu chí nghiêm ngặt về quy mô công ty, mục tiêu dự án, hiệu quả giảm phát thải, khả năng sinh lợi nên số dự án, doanh nghiệp nhận được hỗ trợ rất khiêm tốn. Vì vậy, việc xây dựng một tổ chức bảo lãnh của chính phủ có thể hỗ trợ về mặt kỹ thuật cũng như đóng vai trò nhà bảo đảm để các dự án phát triển KTTH có thể dễ dàng tiếp cận với nguồn vốn quốc tế là vô cùng cần thiết.

3.3. Nhóm giải pháp về chính sách phát triển thị trường vốn

Thực tế tại nhiều quốc gia có thị trường tài chính phát triển cho thấy, việc huy động vốn qua kênh tín dụng ngân hàng đang có xu hướng giảm tỷ trọng so với huy động vốn thông qua thị trường chứng khoán. Do đó, CPX và TPX trở thành những công cụ quan trọng để huy động nguồn vốn lớn cho các dự án đầu tư của doanh nghiệp theo các tiêu chí của KTTH. Vì vậy, trong thời gian tới, song song với việc phát triển thị trường tín dụng xanh, Việt Nam cần tập trung phát triển thị trường CPX và TPX, đặc biệt là thị trường TPX vốn đang có sẵn nền tảng pháp lý và các sản phẩm trên thị trường. Các giải pháp cụ thể bao gồm:

Thứ nhất, UBCKNN cần ban hành các quy định pháp lý và văn bản cụ thể liên quan đến CPX và TPX. Trong đó cần quy định rõ các tiêu chuẩn trong việc xác định CPX và TPX, dự án xanh cũng như các nguyên tắc trong việc phát hành và quản lý nguồn vốn hình thành từ CPX, TPX. Những tiêu chuẩn này cần được xây dựng theo chuẩn quốc tế nhưng cũng phải phù hợp với đặc điểm riêng của Việt Nam trong quá trình phát triển kinh tế, chính trị, môi

trường và xã hội. Điều này sẽ giúp cho các sản phẩm CPX và TPX phù hợp với thị trường trong nước, sớm trở thành một công cụ tài chính được quan tâm trên thị trường. Các nguyên tắc liên quan đến CPX, TPX cũng cần được cụ thể hóa, chi tiết hóa để chủ thể phát hành tuân thủ. Bên cạnh đó, minh bạch thông tin liên quan đến việc phát hành và sử dụng nguồn vốn từ CPX và TPX cần được quy định chặt chẽ làm cơ sở cho việc kiểm tra, giám sát của các chủ thể quan tâm.

Thứ hai, UBCKNN cần xây dựng những chính sách ưu đãi để khuyến khích các chủ thể phát hành CPX, TPX và thu hút các nhà đầu tư quan tâm đến loại tài sản này. Chính sách ưu đãi này có thể bao gồm những ưu đãi về thuế, phí hoặc những thuận lợi khác cho các đơn vị phát hành cũng như những nhà đầu tư trong và ngoài nước. Ngoài ra, để tăng thêm tính thanh khoản cho TPX, Ngân hàng Nhà nước có thể xây dựng cơ chế chấp nhận sử dụng một số loại TPX để làm dự trữ bắt buộc... Điều này sẽ tạo ra tác động tốt đến việc khuyến khích các ngân hàng sở hữu TPX trong danh mục tài sản của mình, góp phần thúc đẩy thị trường phát triển.

Thứ ba, bên cạnh việc hoàn thiện thị trường TPX trong nước, Chính phủ cần xây dựng lộ trình và định hướng cho việc phát hành TPCPX và TPDNX ra thị trường quốc tế. Hoạt động này sẽ đem lại nguồn thu ngoại tệ lớn, bổ sung vào nguồn vốn trong nước, để phục vụ cho quá trình phát triển kinh tế đất nước theo hướng KTTH, tăng trưởng xanh và phát triển bền vững.

Kết luận: Chuyển đổi từ mô hình kinh tế tuyến tính sang mô hình kinh tế tuần hoàn là một xu hướng tất yếu để hướng tới tăng trưởng xanh và phát triển bền vững.

Đây cũng là một trong những giải pháp để Việt Nam thực hiện được các cam kết quốc tế về chống biến đổi khí hậu và bảo vệ môi trường như Thỏa thuận Paris và Hội nghị COP26... Các nghiên cứu về phát triển KTTH hiện nay tại Việt Nam chủ yếu mới tập trung vào xây dựng định hướng và các chính sách nói chung trong việc tiếp cận, tham khảo mô hình chuyển đổi, xác định các yếu tố thúc đẩy, thách thức. Nghiên cứu này tập trung phân tích từ góc độ điều hành các chính sách tài chính của Nhà nước để huy động nguồn lực tài chính nhằm thúc đẩy và hình thành KTTH, bởi vốn là một trong những rào cản lớn nhất trong phát triển KTTH. Trên cơ sở đánh giá những chính sách tài chính hiện nay, nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp để hoàn thiện những chính sách này để phục vụ tốt hơn quá trình chuyển đổi sang mô hình KTTH tại Việt Nam.

Tài liệu tham khảo tiếng Việt

1. Bộ Chính trị (1998), Chỉ thị số 36/1998/CT-TW.
2. Bộ Chính trị (2004), Nghị quyết số 41/NQ-TW.
3. Bộ Chính trị (2020), Nghị quyết số 55-NQ/TW.
4. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2021), Thông tư số 09/2021/TT-BKHĐT.
5. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2022), Thông tư số 08/2022/TT-BKHĐT.
6. Bộ Tài chính (2015), Quyết định số 2183/QĐ-BTC.
7. Bộ Tài chính (2015), Thông tư số 155/2015/TT-BTC.
8. Bộ Tài chính (2017), Thông tư số 02/2017/TT-BTC.

9. Chính phủ (2018), Nghị định số 95/2018/NĐ-CP.

10. Chính phủ (2022), Nghị định 08/2022/NĐ-CP.

11. Ngân hàng Nhà nước (2015), Chỉ thị số 03/CT-NHNN.

12. Ngân hàng Nhà nước (2015), Quyết định số 1552/QĐ-NHNN.

13. Ngân hàng Nhà nước (2018), Quyết định số 1604/QĐ-NHNN.

14. Ngân hàng Nhà nước (2018), Quyết định số 1731/QĐ-NHNN.

15. Quốc hội (2008), Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt số 27/2008/QH12.

16. Quốc hội (2010), Luật Thuế bảo vệ môi trường số 57/2010/QH12.

17. Quốc hội (2016), Luật Thuế xuất khẩu, Thuế nhập khẩu số 107/2016/QH13.

18. Quốc hội (2020), Luật Bảo vệ môi trường số 72/2020/QH-14.

19. Quốc hội (2020), Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp hợp nhất.

20. Quốc hội (2015), Luật NSNN năm 2015.

21. Thủ tướng Chính phủ (2006), Quyết định số 79/2006/QĐ-TTg.

22. Thủ tướng Chính phủ (2008), Quyết định số 158/2008/QĐ-TTg.

23. Thủ tướng chính phủ (2022), Quyết định số 687/QĐ-TTg.

24. Nguyễn Hồng Thắng (2021): “Chính sách tài chính đối với kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam”. Tạp chí tài chính số 01 (tháng 08/2021).

25. Trần Thị Thanh Tú và Trần Thị Hoàng Yến (2016): “Đánh giá thực tiễn

ngân hàng xanh tại Việt Nam theo thông lệ quốc tế”. Tạp Chí ngân hàng số 16.

26. Tài liệu tham khảo tiếng Anh

1. Ormazabal, M., Prieto-Sandoval, V., Puga-Leal, R., & Jaca, C. (2018). Circular economy in Spanish SMEs: challenges and opportunities. *Journal of Cleaner Production*, 185, 157-167.

2. Rizos, V.; Behrens, A.; Kafyeke, T.; Hirschnitz-Garbers, M.; Ioannou (2019), A. The Circular Economy: Barriers

and Opportunities for SMEs. Available online: <https://www.ceps.eu/ceps-publications/circular-economy-barriers-and-opportunities-smes/>.

3. Stewart, R.; Niero, M. (2018), Circular economy in corporate sustainability strategies: A review of corporate sustainability reports in the fast-moving consumer goods sector. *Bus. Strateg. Environ.* 2018, 27, 1005–1022.

Nga Phan (2023) Đánh giá tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào các quốc gia trên thế giới. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 53-61

Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Đánh giá tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào các quốc gia trên thế giới

Phan Lê Nga (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: phannga82@apd.edu.vn

Ngày nhận bài:
04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:
20/03/2023

Ngày duyệt bài:
26/04/2023

Tóm tắt

Nghiên cứu sử dụng ước lượng hồi quy với dữ liệu bảng của 216 quốc gia trên thế giới trong thời gian từ năm 1980 đến năm 2021 để đánh giá tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp theo luật định đến thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào các quốc gia. Kết quả cho thấy thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp có tác động ngược chiều đến lượng vốn FDI thu hút vào của các quốc gia, hay nói cách khác các quốc gia có thể sử dụng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp như là một biện pháp để tăng lợi thế cạnh tranh của mình nhằm thu hút thêm vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Mã số: ĐS050223

Từ khóa: thu hút FDI, thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp, cạnh tranh thuế

Abstract

The study employs regression estimates with panel data from 216 countries from 1980 to 2021 to evaluate the effect of statutory corporate income tax rates on attracting foreign direct investment into countries. The results indicate that the statutory corporate income tax rate has a negative effect on the amount of FDI attracted by countries; in other words, countries can use the corporate income tax rate to enhance their competitive advantage and attract more foreign direct investment.

Keywords: FDI attraction, statutory corporate income tax rate, tax competition

1. Mở đầu

Chính sách thu hút vốn đầu tư nước ngoài vẫn được coi là trong những chính sách góp phần vào thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của các quốc gia. Trong vốn đầu tư nước ngoài, vốn đầu tư trực tiếp (FDI) có vai trò khá quan trọng đối với hoạt động sản xuất của nước tiếp nhận vốn đầu tư, thể hiện thông qua tác động tràn theo chiều ngang (hiệu ứng ngang) và tác động lan tỏa theo chiều dọc (hay các tác động liên ngành bao gồm các mối liên kết xuôi và liên kết ngược). Với vai trò quan trọng như vậy, các nước trên thế giới đều coi trọng việc thu hút vốn FDI thông qua việc tạo các lợi thế cạnh tranh riêng cho quốc gia mình. Trong đó, việc thiết lập một mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp hấp dẫn đối với các doanh nghiệp nước ngoài được xem như một biện pháp hiệu quả để thu hút vốn FDI. Điều này đã dẫn đến một cuộc cạnh tranh giữa các quốc gia trong việc hạ thấp mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp, và có thể dẫn đến một “cuộc đua xuống đáy” về thuế suất. Vậy thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp có tác động như thế nào đến lượng vốn FDI thu hút vào các quốc gia trên thế giới? Nghiên cứu tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến thu hút vốn FDI là cần thiết trong bối cảnh luồng vốn FDI đang có sự dịch chuyển mạnh giữa các quốc gia cũng như các khu vực trên thế giới. Trên cơ sở đó rút ra một số hàm ý về mặt chính sách đối với các quốc gia nói chung và Việt Nam nói riêng.

2. Tóm tắt tình hình nghiên cứu

Đã có nhiều nghiên cứu về mối quan hệ giữa FDI và thuế được thực hiện. Hầu hết các nghiên cứu đều chỉ ra có mối liên hệ giữa thuế và lượng vốn FDI vào một quốc gia.

Céline Azémar và Andrew Delios (2008) đã sử dụng dữ liệu về các lựa chọn địa điểm của công ty Nhật Bản từ năm 1990 đến năm 2000 và thấy rằng có sự tác động của hệ thống thuế của các nước đang phát triển đến việc lựa chọn địa điểm của các công ty Nhật Bản sau khi các nước này có những thỏa thuận giảm thuế đặc biệt với Nhật Bản.

Lars P. Feld và Jost H. Heckemeyer (2011) đã thực hiện một nghiên cứu phân tích hồi quy tổng hợp trên tập dữ liệu phong phú. Các tác giả đã dựa trên 704 ước tính sơ cấp và tính toán được độ co giãn trung bình về thuế của FDI là 2,49 về mặt tuyệt đối. Các tác giả cũng nhận thấy độ co giãn của về thuế của FDI dựa trên dữ liệu tổng hợp lớn hơn nhiều so với tính toán ở cấp độ vi mô (cấp độ công ty). Việc tích hợp các quy định thuế song phương vào các mức thuế hiệu quả thực sự dẫn đến việc đo lường hiệu quả hơn các ưu đãi thuế bất lợi đối với đầu tư nước ngoài.

Chengwei Xu và Alfred M. Wu (2021) đã nghiên cứu chính sách thuế cạnh tranh có tác động như thế nào đến luồng vốn FDI ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương dựa trên số liệu của 28 quốc gia trong giai đoạn 2000 – 2016 bằng phương pháp ước lượng GMM. Kết quả cho thấy thuế thu nhập doanh nghiệp có tác động ngược chiều đến luồng vốn FDI. Ngoài ra, nghiên cứu cũng xem xét thêm tác động của một số yếu tố khác đến luồng vốn FDI như khả năng kết nối, GDP bình quân đầu người, dân số, lao động có kỹ năng và độ mở thương mại.

Nguyễn Văn Thuận và cộng sự (2021) đã thực hiện phân tích tác động của chính sách thuế (thông qua các biến thuế thu nhập, thuế tiêu dùng, tổng số thu thuế) đến FDI bằng phương pháp ước lượng POLS,

FEM, REM và GLS dựa trên số liệu của 6 quốc gia đang phát triển trong khối ASEAN (Campuchia, Indonesia, Malaysia, Philippines, Thái Lan và Việt Nam) trong giai đoạn 2000 – 2017. Kết quả cho thấy tổng số thu thuế tác động tiêu cực đến FDI, thuế thu nhập và thuế tiêu dùng có tác động tích cực đến FDI.

Trong nghiên cứu này, tác giả thực hiện hồi quy với dữ liệu bảng của 216 quốc gia trên thế giới trong giai đoạn 1980 – 2021 nhằm phân tích tác động của thuế thu nhập doanh nghiệp đến lượng vốn FDI thu hút vào các quốc gia. Mục tiêu của nghiên cứu là chỉ ra mối quan hệ tỷ lệ nghịch giữa thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp và lượng vốn FDI vào, hay nói cách khác nếu một quốc gia hạ thấp thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp thì sẽ thu hút được nhiều vốn FDI vào quốc gia mình hơn.

3. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

3.1. Cơ sở lý thuyết

Bài nghiên cứu sử dụng mô hình nghiên cứu sau để đánh giá tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến thu hút vốn FDI vào của các quốc gia:

$$FDI_{it} = \beta_0 + \beta_1 \cdot CIT_{it} + \beta_2 \cdot GDP_{it} + \beta_3 \cdot AIRTRANS_{it} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó $i = 1, 2, 3, \dots, n$: số quốc gia trong mô hình

$t = 1, 2, 3, \dots, n$: số năm quan sát trong mô hình.

FDI_{it} : lượng vốn FDI vào ròng (FDI net inflow) (được tính bằng lượng vốn FDI vào – lượng vốn FDI ra) được sử dụng làm biến phụ thuộc. Các quốc gia thường quy định một mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp cạnh tranh nhằm thu hút

nhiều vốn FDI vào cũng như giảm lượng vốn đầu tư ra bên ngoài. Do đó trong nghiên cứu này, để đánh giá tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến lượng vốn FDI thu hút vào một quốc gia, tác giả lựa chọn biến FDI vào ròng.

CIT_{it} : thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp. Có nhiều quan điểm khác nhau về biến thuế khi nghiên cứu mối quan hệ giữa FDI và thuế. De Mooij và Ederveen (2003), Matthew (2011) cho rằng thuế suất hiệu quả hoặc thuế suất hiệu quả trung bình mới là một chỉ tiêu tốt để đánh giá tác động của thuế đến hoạt động đầu tư nước ngoài. Thuế suất danh nghĩa không phải là một thước đo hoàn hảo vì nó bỏ qua các ưu đãi thuế mà các doanh nghiệp có thể được hưởng khi thực hiện hoạt động đầu tư, do đó số thuế doanh nghiệp thực nộp có thể thấp hơn nhiều so với mức thuế tính theo thuế suất danh nghĩa được quy định. Tuy nhiên, việc tính toán mức thuế suất hiệu quả với các quốc gia là rất khó khăn. Chính vì vậy, nhiều nghiên cứu vẫn sử dụng biến thuế suất danh nghĩa trong các tính toán của mình. Buettner và Ruf (2007) cho rằng các địa điểm FDI nhạy cảm hơn với thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp theo luật định hơn là thuế suất hiệu quả. Devereux và Griffith (1998), Devereux và cộng sự (2008), Mistura và Roulet (2019) chỉ ra các quốc gia không chỉ cạnh tranh bằng thuế suất trung bình hiệu quả, mà còn cạnh tranh với nhau bằng thuế suất danh nghĩa. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng mức thuế suất thuế thu nhập danh nghĩa.

GDP_{it} : cho biết quy mô hay sức mạnh kinh tế của mỗi quốc gia. Một số nghiên cứu đã cho thấy rằng các quốc gia lớn hơn có xu hướng thu hút được nhiều dòng vốn FDI hơn so với các quốc gia nhỏ hơn

(Campbell và Hopehayn (2005); Olibe và Crumbley (1997); Plumper và cộng sự (2009)). Chính vì vậy, tác giả đưa thêm biến GDP làm biến kiểm soát trong mô hình nghiên cứu để tìm hiểu tác động của quy mô của nền kinh tế đến lượng vốn FDI vào rông của mỗi quốc gia.

$AIRTRANS_{it}$: đo lường khối lượng vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không (triệu tấn – kilomet). Một số nghiên cứu trước đó đã cho thấy cơ sở hạ tầng giao thông vận tải có ảnh hưởng đáng kể đến dòng vốn FDI (Asiedu (2002); Cheng và Kwan (2000); Kumar (2006)). Vì vậy, trong nghiên cứu này, tác giả lựa chọn biến $AIRTRANS$ đại diện cho yếu tố giao thông vận tải làm biến kiểm soát trong mô hình để tìm hiểu mối liên hệ giữa cơ sở hạ tầng giao thông vận tải và lượng vốn FDI vào rông mỗi quốc gia.

ε_{it} : phần dư của mô hình

Dữ liệu trong nghiên cứu được thu thập từ 216 quốc gia trên thế giới trong thời gian từ năm 1980 đến năm 2021. Dữ liệu về các biến FDI rông, GDP, $AIRTRANS$ được

lấy từ website của WorldBank Data. Dữ liệu về CIT được lấy từ website của Tax Foundation.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Để phân tích tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến lượng vốn FDI vào mỗi quốc gia, tác giả sử dụng các phương pháp ước lượng POOL, FEM, REM, FGLS, đồng thời thực hiện các kiểm định để lựa chọn phương pháp cho kết quả tốt nhất.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích thống kê mô tả dữ liệu nghiên cứu

Số liệu về FDI cho thấy trong giai đoạn 1980 – 2021, các quốc gia có lượng vốn FDI vào rông lớn nhất trên thế giới là Hà Lan, Mỹ, Trung Quốc, Anh và Đức. Xét riêng năm 2021, 5 quốc gia có lượng vốn FDI vào rông cao nhất là Mỹ với 448,3 tỷ USD, Trung Quốc với gần 334 tỷ USD, Hong Kong với 137,19 tỷ USD, Singapore với 105,49 tỷ USD và Pháp với 88,4 tỷ USD.

Bảng 1: 5 quốc gia có lượng vốn FDI vào rông cao nhất trên thế giới năm 2021

STT	Quốc gia	FDI vào rông (tỷ USD)	GDP (tỷ USD)	GDP bình quân đầu người (USD/người)	CIT (%)
1	Mỹ	448.324	23315.08	70248.63	25.75457
2	Trung Quốc	333.979	17734.06	12556.33	25
3	Hong Kong	137.1913	369.1764	49800.54	16.5
4	Singapore	105.4907	396.9869	72794	17
5	Pháp	88.42762	2957.88	43658.98	28.4075

(Nguồn: tính toán của tác giả)

Có thể thấy 5 quốc gia trong bảng 1 đều là những nước phát triển với mức GDP bình quân đầu người ở mức cao trên thế

giới. Trung Quốc mặc dù là quốc gia có mức thu nhập bình quân đầu người thấp nhất trong 5 quốc gia trong bảng 1 (chỉ với

12.556,33 USD/người) nhưng lại có lượng vốn FDI vào rông cao thứ hai trên thế giới vào năm 2021, chỉ sau Mỹ. Điều này phù hợp với các nghiên cứu cho rằng các quốc gia lớn thường thu hút được nhiều FDI hơn so với các nước bé hơn.

Về thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp (CIT): trong giai đoạn 1980 – 2021, CIT của các quốc gia thấp nhất là 0% và cao nhất là 75%. Mức thuế suất 75% được Iran áp dụng trong giai đoạn 1990 – 1992, sau đó giảm xuống 54-55% cho giai đoạn 1993 – 2002 và 25% cho giai đoạn 2003 -

2021. Đến năm 2021, quốc gia có CIT cao nhất là Comoros với thuế suất là 50%, tiếp theo là Puerto Rico với CIT là 37,5%. Thông qua số liệu về CIT có thể thấy các quốc gia trên thế giới đều có xu hướng giảm CIT, nhằm mục tiêu là thu hút thêm nguồn lực từ bên ngoài. Đến năm 2021, gần ¾ số quốc gia trong mẫu nghiên cứu có CIT nhỏ hơn 30%. Mỹ và Trung Quốc là hai quốc gia có lượng vốn FDI vào rông cao nhất thế giới năm 2021 đều có CIT tương ứng là 25,7% và 25%, nhỏ hơn mức trung bình là 28,649%.

Bảng 2: Các mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp trên thế giới năm 2021

STT	Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp (%)	Số quốc gia
1	Từ 50% trở lên	1
2	Từ 30% đến dưới 50%	55
3	Từ 20% đến dưới 30%	97
4	Từ 10% đến dưới 20%	44
5	Dưới 10%	14
	Tổng cộng	211

(Nguồn: Tax foundation)

Ngoài ra, các thông tin cơ bản về các biến được sử dụng trong mô hình được thể

hiện tóm tắt trong bảng 3 dưới đây.

Bảng 3: Phân tích mô tả các biến trong mô hình nghiên cứu

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
FDI (tỷ USD)	7.645	5,9174	28,63102	-330,3385	733,8265
CIT (%)	6.167	28,649	12,08879	0	75
GDP (tỷ USD)	7.951	230,7011	1124,466	0,0088244	23325,08
AIRTRANS (triệu tấn – km)	5.943	787,8539	3028,065	0	42985,3

(Nguồn: Tính toán của tác giả)

2. Kết quả

nghiên cứu thực nghiệm tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến lượng vốn FDI vào rờng

Tác giả thực hiện hồi quy trên dữ liệu bảng của 216 quốc gia trong giai đoạn từ năm 1980 đến năm 2021 với các phương pháp POOL, FEM, REM, FGLS theo phương trình hồi quy:

$$FDI_{it} = \beta_0 + \beta_1 \cdot CIT_{it} + \beta_2 \cdot GDP_{it} + \beta_3 \cdot AIRTRANS_{it} + \varepsilon_{it}$$

Tính toán tỷ lệ VIF đều nhỏ hơn 10 cho

thấy các biến trong mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến. Kiểm định Hausman cho thấy mô hình FEM phù hợp hơn so với mô hình REM. Tuy nhiên, mô hình FEM tồn tại khuyết tật phương sai sai số thay đổi và tự tương quan. Vì thế, tác giả đã thực hiện khắc phục khuyết tật của mô hình bằng phương pháp ước lượng GLS.

Kết quả hồi quy đánh giá tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến thu hút FDI vào các quốc gia được thể hiện như trong bảng 4 dưới đây.

Bảng 4: Tác động của thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp đến lượng vốn FDI vào rờng

	(POOL)	(FEM)	(REM)	(FGLS)
	FDI	FDI	FDI	FDI
CIT	-0.149*** [-4.55]	-0.248*** [-5.40]	-0.235*** [-5.93]	-0.00993*** [-3.43]
GDP	0.0100*** [16.48]	0.0147*** [17.73]	0.0130*** [17.67]	0.0135*** [18.01]
AIRTRANS	0.00317*** [12.86]	0.00271*** [7.40]	0.00272*** [8.79]	0.000486** [2.51]
_cons	6.561*** [6.18]	8.311*** [5.59]	8.101*** [5.83]	0.493*** [4.88]
N	4563	4563	4563	4562
R-sq	0.468	0.305		

Ghi chú: *, **, *** tương ứng với các mức ý nghĩa 10%, 5% và 1%.

Kết quả hồi quy cho thấy:

- Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp có tác động ngược chiều đến lượng vốn FDI vào rờng của các quốc gia. Điều này có nghĩa là các quốc gia thực hiện hạ thấp

(Nguồn: tính toán của tác giả) thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp để thu hút được nhiều vốn FDI vào trong nước hơn, đồng thời cũng góp phần hạn chế sự di chuyển của luồng vốn đầu tư ở trong nước ra nước ngoài. Nói cách khác, thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp có vai trò

quan trọng đối với thu hút vốn FDI. Mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp thấp được coi là một lợi thế lớn của một quốc gia trong việc cạnh tranh để thu hút vốn đầu tư nước ngoài. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Wei. (1997), Demekas (2007).

- GDP có tác động cùng chiều với lượng vốn FDI vào rông. Kết quả hồi quy mô hình FGLS cho thấy nếu GDP tăng thêm 1 tỷ USD thì lượng vốn FDI vào rông sẽ tăng thêm 0,0135 tỷ USD. Kết quả này cũng phù hợp với một số nghiên cứu trước đây cho rằng các quốc gia có quy mô lớn hơn thường thu hút được nhiều vốn FDI hơn so với các nước có quy mô nhỏ hơn.

- Biến AIRTRANS có tác động cùng chiều với lượng vốn FDI vào rông thể hiện ở hệ số hồi quy mang dấu dương. Điều này cho thấy giao thông vận tải càng thuận tiện thì việc thu hút vốn FDI vào các quốc gia sẽ càng thuận lợi. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với các nghiên cứu đã được thực hiện của Asiedu (2002); Cheng và Kwan (2000); Kumar (2006).

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Kết quả thực nghiệm cho thấy có mối liên hệ ngược chiều giữa thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp với lượng vốn FDI thu hút vào rông của các quốc gia trên thế giới. Do đó, trong cuộc cạnh tranh để thu hút vốn FDI, các quốc gia có thể sử dụng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp như một biện pháp có hiệu quả. Xu thế cho thấy mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp trên thế giới đang giảm xuống và có thể dẫn đến một cuộc đua xuống đáy về thuế suất. Tuy nhiên, điều này cũng khó xảy ra do việc giảm thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp có thể mang đến nhiều hệ lụy cho

nền kinh tế như giảm thu ngân sách nhà nước, hiện tượng chuyển giá và chuyển lợi nhuận của các doanh nghiệp FDI sang những quốc gia có mức CIT thấp hơn để trốn và tránh nộp thuế...

Nghiên cứu cũng cho thấy, quy mô của nền kinh tế và giao thông vận tải cũng có ảnh hưởng tích cực đến thu hút FDI vào của các quốc gia. Các nhà đầu tư nước ngoài không chỉ quan tâm đến thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp, mà còn quan tâm đến sự phát triển của nền kinh tế (thể hiện ở trình độ lao động, năng suất lao động) cũng như các yếu tố cơ sở hạ tầng của nước tiếp nhận đầu tư. Chính vì vậy, các quốc gia nên chú trọng đến việc đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng giao thông vận tải, logistic; cũng như nâng cao trình độ nguồn nhân lực để nâng cao năng suất lao động.

Đối với Việt Nam, môi trường kinh doanh của Việt Nam cũng như năng lực cạnh tranh của Việt Nam đã được cải thiện nhiều trong giai đoạn 1980 – 2021. Theo đánh giá của WorldBank thông qua báo cáo Doing Business, xếp hạng cạnh tranh của Việt Nam năm 2020 là 70 trong tổng số 190 quốc gia được đánh giá, riêng xếp hạng về chỉ số nộp thuế của Việt Nam là 109/190. Nếu so sánh về các nội dung thành phần được đánh giá trong chỉ số nộp thuế theo báo cáo của World Bank thì các chỉ tiêu về số lần nộp thuế, thời gian nộp thuế (số giờ), tổng mức thuế suất (%), chỉ số kê khai sau thuế của Việt Nam đều đã được cải thiện rất nhiều. Theo đánh giá của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF), xếp hạng về chỉ số cạnh tranh thuế của Việt Nam năm 2019 là 67/141. Điều này cho thấy tính cạnh tranh của chính sách thuế của Việt Nam, bao gồm thuế suất, chính sách ưu đãi thuế và các thủ tục hành chính thuế

được đánh giá khá cao. Mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp của Việt Nam hiện nay là 20% áp dụng cho cả doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài. Ngoài ra, chính sách ưu đãi thuế của Việt Nam cũng khá đa dạng với nhiều hình thức ưu đãi, lĩnh vực ưu đãi; kèm theo đó là nỗ lực của Chính phủ Việt Nam trong việc cải cách quản lý thuế và tham gia nhiều hơn vào các hợp tác quốc tế về thuế. Vì vậy, Việt Nam cần phải duy trì và phát huy những lợi thế của mình để duy trì và thu hút thêm FDI trong thời gian tới.

Do hạn chế về thông tin nên nghiên cứu này mới chỉ tập trung vào đánh giá tác động của mức thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp theo luật định. Nghiên cứu này có thể được mở rộng hơn bằng cách xem xét tác động của thuế suất hiệu quả, tác động của các chính sách liên quan đến ưu đãi thuế, thủ tục hành chính thuế của các quốc gia trên thế giới.

Tài liệu tham khảo

- Asiedu (2002) - "On the determinants of foreign direct investment to developing countries: is Africa different?", *World Development*, Vol. 30 No. 1, pp. 107-119
- Buettner, T. and Ruf, M. (2007), "Tax incentives and the location of FDI: evidence from a panel of German multinationals", *International Tax and Public Finance*, Vol. 14 No. 2, pp. 151-164.
- Campbell, J.R. and Hopenhayn, H.A. (2005), "Market size matters", *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 53 No. 1, pp. 1-25.
- Céline Azémar and Andrew Delios (2008) – "Tax competition and FDI: The special case of developing countries", *J. Japanese Int. Economies* 22 (2008) 85–108.
- Cheng, L.K. and Kwan, Y.K. (2000), "What are the determinants of the location of foreign direct investment? the Chinese experience", *Journal of International Economics*, Vol. 51 No. 2, pp. 379-400.
- Chengwei Xu and Alfred M. Wu (2021) – International tax competition and foreign direct investment in the Asia-Pacific region: a panel data analysis, *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management* Vol. 33 No. 2, 2021 pp. 157-176
- De Mooij, R.A. and Ederveen, S. (2003), "Taxation and foreign direct investment: a synthesis of empirical research", *International Tax and Public Finance*, Vol. 10 No. 6, pp. 673-693.
- Demekas, D.G. (2007) - Foreign direct investment in European transition economies – The role of policies. *Journal of comparative economics*, 35(2), 369-386.
- Devereux, M.P., Lockwood, B. and Redoano, M. (2008), "Do countries compete over corporate tax rates?", *Journal of Public Economics*, Vol. 92 Nos 5-6, pp. 1210-1235.
- Devereux, M.P. and Griffith, R. (1998), "Taxes and the location of production: evidence from a panel of US multinationals", *Journal of Public Economics*, Vol. 68 No. 3, pp. 335-367.
- Kumar, N. (2006), "Infrastructure availability, foreign direct investment inflows and their exportorientation: a cross-country exploration", *Indian Economic Journal*, Vol. 54 No. 1, pp. 125-144.
- Lars P. Feld và Jost H. Heckemeyer

(2011) – “FDI and Taxation: a meta-study”, *Journal of Economic Surveys* (2011) Vol. 25, No. 2, pp. 233–272

13. Matthews, S. (2011), “What is a ‘competitive’ tax system?”, *OECD Taxation Working Papers*, doi: 10.1787/5kg3h0vmd4kj-en (accessed 15 July 2018).

14. Mistura, F. and Roulet, C. (2019), “The determinants of foreign direct investment: do statutory restrictions matter?”, *OECD Working Papers on International Investment* [2019/01], OECD Publishing, Paris, 01 Mar.

15. Nguyễn Văn Thuận và cộng sự (2021) – “Tác động của chính sách thuế đến đầu tư trực tiếp nước ngoài tại các quốc gia ASEAN”, *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, số 61 – Tháng 02 Năm 2021

16. Olibe, K.O. and Crumbley, C.L.

(1997), “Determinants of US private foreign direct investments in OPEC nations: from public and non-public policy perspectives”, *Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management*, Vol. 9 No. 2, pp. 331-355.

17. Plumper, T., Troeger, V.E. and Winner, H. (2009), “Why is there no race to the bottom in capital taxation?”, *International Studies Quarterly*, Vol. 53 No. 3, pp. 761-786.

18. Tax Foundation: <https://taxfoundation.org/publications/corporate-tax-rates-around-the-world/>

19. Wei, S. J. (1997). Why is corruption so much more taxing than tax? Arbitrariness kills. NBER working paper, (w6255).

20. Worldbank Data: <https://data.worldbank.org>

Tuấn Đoàn, Hạnh Minh (2023). Fintech thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam: Thực trạng và hàm ý chính sách. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 62-71

*Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển*

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Fintech thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam: Thực trạng và hàm ý chính sách

Đoàn Anh Tuấn (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: tuandoananhe4@gmail.com

Nguyễn Thị Minh Hạnh (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: minhhanh@apd.edu.vn

Ngày nhận bài:
04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:
20/03/2023

Ngày duyệt bài:
26/04/2023

Tóm tắt

Tài chính toàn diện đã được coi là yếu tố hỗ trợ cho 7 trong số 17 Mục tiêu Phát triển Bền vững. Với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, fintech là động lực chính thúc đẩy tài chính toàn diện, ở cả các nước phát triển và đang phát triển. Vai trò của fintech đối với tài chính toàn diện rất rõ ràng, tập trung vào việc cung cấp tất cả các dịch vụ tài chính với chi phí thấp hơn, khả năng tiếp cận rộng hơn và tốt hơn (24/7). Tại Việt Nam, khung pháp lý về fintech đã được xây dựng, ban chỉ đạo fintech đã được thành lập và Việt Nam đang xây dựng chiến lược tài chính toàn diện quốc gia. Khi triển khai, thị trường fintech còn non trẻ nhưng đã có gần 40 công ty tham gia với khối lượng giao dịch ngày càng tăng và tốc độ tăng trưởng cao. Cơ hội cho fintech tại Việt Nam là rất lớn, từ nhu cầu, cơ sở hạ tầng và khoảng cách thị trường. Tuy nhiên, những thách thức vẫn còn đó, đến từ khuôn hay nhận thức của người dân về fintech đối với tài chính toàn diện còn nhiều hạn chế. Bài viết này sẽ trình bày các khuyến nghị cho các công ty fintech, ngân hàng thương mại, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và các bên liên quan để sử dụng fintech tốt hơn trong việc thúc đẩy tài chính toàn diện.

Mã số: ĐS060223

Từ khóa: *Fintech, tài chính toàn diện, tài chính số*

Abstract:

Financial inclusion has been considered as enabler for 7 of the 17 Sustainable Development Goals. With the development of

industrial revolution 4.0, fintech is the key driver for financial inclusion, in both developing and developed countries. The roles of fintech for financial inclusions are clear, focusing on providing all financial services with lower costs, wider and better access (24/7). In Vietnam, legal framework on fintech has been developed, the fintech steering committee has been set up, and Vietnam is preparing the national financial inclusion strategy. In implementation, the fintech market is still young, but almost 40 companies have joined with increasing transaction volumes and high growth rate. The opportunities for fintech in Vietnam are huge, from demand side, infrastructure, and the market gap. However, the challenges still remained, coming from its nature, legal framework, small transaction and active clients ratio, and the low awareness of people on fintech for financial inclusions. The recommendations to fintech companies, commercial banks, State Bank of Vietnam, and other stakeholders have been proposed for better fintech utilization in promoting financial inclusion.

Keywords: *Fintech, financial inclusion, digital finance*

1. Giới thiệu chung

Tài chính toàn diện là một trong những ưu tiên chính của nhiều nước đang phát triển, vì nó đã được xác định là yếu tố thúc đẩy thực hiện 7 trong số 17 Mục tiêu Phát triển Bền vững do Liên hợp quốc xác định. Với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, việc ứng dụng công nghệ số để cung cấp các dịch vụ tài chính (hay còn gọi là fintech) trở thành động lực chính thúc đẩy tài chính toàn diện. G20 tái khẳng định

cam kết thực hiện các Nguyên tắc cấp cao của G20 về Tài chính kỹ thuật số toàn diện (Worldbank, 2017). Vì vậy, tài chính số vừa là cơ hội, vừa là phương thức để các nước đang phát triển vươn tới tài chính toàn diện một cách ngắn nhất và hiệu quả nhất.

Việt Nam là một trong những quốc gia đang phát triển có cam kết mạnh mẽ với tài chính toàn diện, với cơ sở hạ tầng mạnh mẽ cho tài chính kỹ thuật số (internet, điện thoại thông minh) và cơ cấu dân số vàng. Chính phủ Việt Nam đã yêu cầu Ngân hàng Nhà nước và các cơ quan liên quan xây dựng Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia; Ban chỉ đạo fintech đã được thành lập vào tháng 3 năm 2017. Một số hoạt động tài chính kỹ thuật số đã được triển khai tại Việt Nam từ năm 2011 (Economic Times, 2017). Tuy nhiên, một số vấn đề còn tồn tại như khung pháp lý chưa đầy đủ, rủi ro vỡ nợ tiềm ẩn và nhận thức còn hạn chế của người dân về tài chính toàn diện đã cản trở sự phát triển của tài chính toàn diện tại Việt Nam. Do đó, bài viết này nhằm mục đích (i) tóm tắt tầm quan trọng của fintech đối với tài chính toàn diện; (ii) phân tích khung pháp lý và thực tế hoạt động của fintech tại Việt Nam, đánh giá các cơ hội và thách thức của hoạt động này; và (iii) đề xuất một số khuyến nghị để ứng dụng fintech tốt hơn nhằm thúc đẩy tài chính toàn diện.

2. Tổng quan về khái niệm và vai trò của fintech trong việc thúc đẩy tài chính toàn diện

Theo Worldbank (2017), tài chính toàn diện có nghĩa là “các cá nhân và doanh nghiệp được tiếp cận với các sản phẩm và dịch vụ tài chính hữu ích, giá cả phải chăng đáp ứng nhu cầu của họ trong giao dịch, thanh toán, tiết kiệm, tín dụng và bảo hiểm;

và được cung cấp một cách có trách nhiệm và bền vững”. Theo quan điểm của ADB (2017), tài chính toàn diện có nghĩa là “tất cả các bộ phận dân cư – ngay cả những người có thu nhập thấp nhất – đều có thể tiếp cận các sản phẩm và dịch vụ tài chính chính thức. Những người bị loại trừ về mặt tài chính bao gồm cả những người không được tiếp cận với ngân hàng và những người chưa được tiếp cận với ngân hàng”. CGAP (2017) coi tài chính toàn diện là “các hộ gia đình và doanh nghiệp được tiếp cận và có thể sử dụng hiệu quả các dịch vụ tài chính phù hợp. Những dịch vụ như vậy phải được cung cấp một cách có trách nhiệm và bền vững, trong một môi trường được quản lý tốt”.

Tài chính toàn diện đang trở thành một trong những ưu tiên hàng đầu của các nhà hoạch định chính sách, cơ quan quản lý và cơ quan phát triển trên toàn cầu với hai cột mốc quan trọng: (1) được xác định là yếu tố hỗ trợ cho 7 trong số 17 Mục tiêu Phát triển Bền vững do Liên Hợp Quốc xác định; (2) G20 cam kết thúc đẩy tài chính toàn diện trên toàn thế giới và tái khẳng định cam kết thực hiện các Nguyên tắc cấp cao của G20 về tài chính toàn diện kỹ thuật số. Từ năm 2010 đến nay, hơn 55 quốc gia đã cam kết tài chính toàn diện và hơn 30 quốc gia đã đưa ra hoặc đang xây dựng chiến lược quốc gia (Worldbank, 2017a)

Các lĩnh vực của Fintech gồm: Dịch vụ tín dụng, tiền gửi và huy động vốn; Dịch vụ thanh toán, bù trừ và quyết toán, bao gồm cả tiền kỹ thuật số; Dịch vụ quản lý đầu tư bao gồm cả thương mại; Bảo hiểm (Navaretti và cộng sự, 2017). Các yếu tố cấu thành hệ sinh thái Fintech là: Các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực Fintech; Các công ty phát triển công nghệ; Các tổ chức/định chế tài chính truyền thống;

Chính phủ và các cơ quan quản lý; khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính (Diemer và các cộng sự, 2015).

Công nghệ tài chính – việc ứng dụng công nghệ kỹ thuật số vào tài chính (hay fintech) được coi là một trong những trụ cột chính của tài chính toàn diện, vì vai trò quan trọng của nó đối với việc thúc đẩy tài chính toàn diện ở 5 khía cạnh chính như sau (ADB, 2017a):

Kích hoạt các quy trình xác minh và nhận dạng khách hàng nhanh chóng, chi phí thấp và thuận tiện – đặc biệt khi được hỗ trợ bởi các số nhận dạng quốc gia duy nhất, cơ sở hạ tầng xác minh theo thời gian thực và các khung pháp lý hỗ trợ, chẳng hạn như các chương trình nhận biết khách hàng (KYC) theo cấp độ.

Thay đổi một cách có ý nghĩa tính kinh tế của phía cung bằng cách giải quyết các vấn đề về phân phối và dịch vụ ở bước cuối thông qua các điểm truy cập vật lý được hỗ trợ kỹ thuật số, chi phí thấp, rộng rãi như điện thoại di động và thiết bị điểm bán hàng (POS).

Phổ biến trong toàn bộ chuỗi giá trị và hệ sinh thái thanh toán. Các khoản thanh toán và chuyển tiền kỹ thuật số giữa chính phủ với cá nhân (G2P) có thể tạo động lực ban đầu cho thanh toán điện tử, từ đó hỗ trợ phát triển các trường hợp kinh doanh. Những điều này có thể được duy trì và phát triển hơn nữa thông qua các hệ thống thanh toán cho tất cả (P2All) kết hợp với các mạng có thể tương tác và nền tảng giao diện lập trình ứng dụng mở (API).

Tăng cường đáng kể khả năng tiếp cận tín dụng bằng cách sử dụng các nguồn dữ liệu thay thế, chẳng hạn như giao dịch thanh toán và dữ liệu viễn thông. Những điều này cải thiện hồ sơ khách hàng, đánh

giá rủi ro tín dụng và phát hiện gian lận.

Các khoản tiết kiệm có thể được huy động kỹ thuật số thông qua các kênh phân phối và nguồn gốc thay thế, chi phí thấp hơn và thiết kế sản phẩm thuận tiện hơn, chẳng hạn như ví di động được kết nối với tài khoản tiết kiệm và các sản phẩm tiết kiệm dựa trên mục tiêu trực quan. Một quy trình giới thiệu và KYC dễ dàng cũng có thể đóng góp.

Trong phân tích của Worldbank (2017b), vai trò của fintech cũng được thể hiện qua việc nói lỏng các dịch vụ tài chính để thúc đẩy tài chính toàn diện một cách hiệu quả và hiệu quả.

Vai trò này của fintech càng quan trọng bởi cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 cho phép các công ty fintech tiếp cận thuận lợi hơn với các dịch vụ tài chính - ngân hàng, gia tăng giá trị cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ với chi phí thấp hơn và thời gian nhanh hơn. Phát triển trên nền tảng công nghệ thông tin và viễn thông, không cần mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch, các dịch vụ, sản phẩm fintech có thể tiếp cận đông đảo người dân, đặc biệt là người dân vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa khó tiếp cận các dịch vụ ngân hàng chính thức/truyền thống. (Nguyễn Kim Anh, 2017).

3. Quá trình fintech thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam

3.1 Khung pháp lý của fintech để thúc đẩy tài chính toàn diện

Đối với một số dịch vụ trong lĩnh vực fintech đã có một phần quy định pháp lý điều chỉnh, Ngân hàng nhà nước đang thực hiện rà soát và tiến hành sửa đổi, bổ sung nhằm hỗ trợ các tổ chức tín dụng, ngân hàng có thể nhanh chóng triển khai việc

ứng dụng công nghệ trong hoạt động của mình. Cụ thể, một số quy định pháp lý đang được tiến hành rà soát và điều chỉnh như sau:

Thứ nhất, Nghị định 101/2012/NĐ-CP về thanh toán không dùng tiền mặt của Chính phủ được tiến hành sửa đổi, bổ sung, tuy nhiên mới chỉ có dự thảo nghị định sửa đổi, nghị định sửa đổi chưa được ban hành và chưa có hiệu lực. Tuy nhiên, khi so sánh giữa nghị định 101 và dự thảo nghị định mới về thanh toán không dùng tiền mặt, một số quy định mới được sửa đổi và bổ sung như sau: (i) Bổ sung giải thích từ ngữ của một số thuật ngữ mới như: tiền điện tử, tiền di động, ví điện tử, thẻ trả trước, hoạt động đại lý thanh toán, dịch vụ chuyển mạch tài chính, dịch vụ bù trừ điện tử, dịch vụ cổng thanh toán điện tử, dịch vụ hỗ trợ chuyển tiền điện tử, hệ thống thanh toán; (ii) Bổ sung chi tiết các khoản trong chương Dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Vì vậy, có thể thấy, để theo kịp sự phát triển của hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt, dự thảo nghị định sửa đổi của nghị định 101 đã được bổ sung thêm nhiều quy định mới liên quan tới các yếu tố của công nghệ tài chính.

Thứ hai, Thông tư 16/2020/TT-NHNN được ban hành nhằm sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 23/2014/TT-NHNN về hướng dẫn việc mở và sử dụng tài khoản thanh toán tại tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán. Cụ thể, thông tư 16 bổ sung quy định về Mở tài khoản thanh toán của cá nhân bằng phương thức điện tử tại Điều 14a, trong đó nêu rõ: (i) Ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài thực hiện mở tài khoản thanh toán bằng phương thức điện tử phải xây dựng, ban hành, công khai quy trình, thủ tục mở tài khoản thanh toán

bằng phương thức điện tử phù hợp với quy định tại Điều này, pháp luật về phòng, chống rửa tiền, pháp luật về giao dịch điện tử, các quy định pháp luật liên quan về đảm bảo an toàn, bảo mật thông tin khách hàng và an toàn hoạt động của ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài; (ii) Ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài được quyết định biện pháp, hình thức, công nghệ để nhận biết và xác minh khách hàng phục vụ việc mở tài khoản thanh toán bằng phương thức điện tử; chịu trách nhiệm về rủi ro phát sinh (nếu có). Đặc biệt, thông tư 16 đặc biệt nhấn mạnh vào việc Ngân hàng nhà nước cho phép các ngân hàng định danh trực tuyến khách hàng (eKYC) mà không cần tới quầy giao dịch, tạo nền tảng đầu tiên để ngân hàng số phát triển.

3.2. Khối lượng giao dịch và nhà cung cấp Fintech tại Việt Nam

Mặc dù fintech còn khá mới ở Việt Nam (công ty fintech lâu đời nhất được thành lập vào năm 2005 – có tên là VTPay), khối lượng giao dịch rất lớn với nhiều nhà cung cấp tiềm năng và đa dạng. Theo Statista (2017), lượng giao dịch fintech Việt Nam ước tính đạt 7.259 triệu USD vào năm 2021, với tốc độ tăng trưởng hàng năm là 17,5% trong giai đoạn 2017-2021. Phân khúc lớn nhất là “thanh toán kỹ thuật số” với tổng giá trị giao dịch 7.252 triệu USD (99,9%). Đây là một trong số rất ít lĩnh vực tăng trưởng nhanh nhất và là một trong những xu hướng đầu tư nóng nhất cho các công ty khởi nghiệp tại Việt Nam.

Tổng số công ty fintech tại Việt Nam được ước tính là gần 40, trong đó phần lớn

là thanh toán di động (52%) với các công ty khởi nghiệp được thành lập nhiều nhất tại Việt Nam.

Cũng có khả năng các ông lớn fintech nước ngoài sẽ tham gia thị trường Việt Nam trong tương lai, chẳng hạn như Apple Pay, Google Wallet và Amazon Payments.

3.3. Kết quả triển khai dự án ví điện tử tại Việt Nam

Để đẩy nhanh phần thanh toán di động trong fintech, NHNN thông qua Vụ Thanh toán đã triển khai ba chương trình thí điểm để kiểm tra tính khả thi của việc sử dụng tiền điện tử và các đại lý sẽ cho phép các ngân hàng giảm thiểu chi phí trong việc phục vụ các tài khoản giá trị thấp và dễ dàng tiếp cận các dịch vụ tài chính cho người nghèo và khách hàng có thu nhập thấp ngay cả ở vùng nông thôn và miền núi xa xôi.

Bên cạnh các ví điện tử phổ biến đang được người dùng sử dụng nhiều như MoMo, Moca, ZaloPay, ViettelPay, Payoo, ShopeePay (trước đây là Airpay)... mới đây, thị trường lại xuất hiện “tân binh” ví điện tử MobiFonePay. Việc ngày càng nhiều ví điện tử có mặt trên thị trường với những ưu đãi để thu hút khách hàng làm cuộc đua ví điện tử trở nên sôi động. Trong bối cảnh hạn chế đi lại do dịch bệnh Covid-19 đã khiến nhiều người dùng chuyển từ hình thức mua sắm trực tiếp qua các kênh online. Các cổng thanh toán, ví điện tử cũng nắm bắt cơ hội đưa ra nhiều chương trình ưu đãi khi thanh toán online khiến cho tỷ lệ thanh toán hình thức này tăng cao.



Hình. Các ví điện tử phổ biến được sử dụng nhiều tại Việt Nam

Tính đến tháng 3/2022, Ví điện tử Ví Việt đã đạt hơn 1,5 triệu khách hàng, với hơn 2,1 triệu giao dịch, với khối lượng 2.403 tỷ đồng. Ví điện tử Ví Việt cung cấp cho khách hàng tổng cộng 150 dịch vụ. Với tiềm lực của ngân hàng lớn nhất Việt Nam về mạng lưới (34 Chi nhánh, Phòng giao dịch thuộc sở hữu của LienVietPostBank; 1.067 Phòng giao dịch Bưu điện; 5.527 điểm chấp nhận thẻ Ví Việt; 614 TOS của Ngân hàng Chính sách xã hội (VBSP); 10.000 bưu cục trên cả 63 tỉnh/thành phố của Việt Nam) (Ngân hàng Bưu điện Liên Việt, 2017), đây có thể là một trong những công ty lớn trong thị trường fintech về thanh toán.

4. Cơ hội và thách thức của fintech trong thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam

4.1 Cơ hội

Hiện nay, Việt Nam có lợi thế nhất định về cơ sở hạ tầng cho Fintech, với 70% dân số sử dụng internet, 145,8 triệu thuê bao đăng ký điện thoại (150% dân số) trong đó 95% là điện thoại thông minh, tỷ lệ sử dụng các mạng xã hội đạt 73%. Theo Báo cáo của Appota (12/5/2021) về thị trường ứng

dụng di động 2021, Việt Nam nằm trong top 12 những quốc gia có giá thành internet rẻ nhất trên toàn cầu và đứng thứ 2 Đông Nam Á về tốc độ internet trên thiết bị di động.

Theo Bảng xếp hạng trung tâm Fintech toàn cầu năm 2021, điểm Fintech của Việt Nam xếp hạng 70 thế giới, trong đó TP. Hồ Chí Minh và TP. Hà Nội xếp lần lượt thứ 28 và 33 trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Hiện nay, ở Việt Nam đã có 48 công ty Fintech và 48% công ty tham gia vào hoạt động thanh toán, cung cấp cho khách hàng và các nhà bán lẻ các dịch vụ thanh toán trực tuyến hoặc các giải pháp thanh toán kỹ thuật số. Số lượng các công ty Fintech tham gia cung ứng dịch vụ trên thị trường Việt Nam đã tăng hơn 2 lần, từ con số khoảng 40 công ty cuối năm 2016 lên tới gần 100 công ty ở thời điểm hiện tại, trải rộng trên nhiều lĩnh vực khác nhau.

Các lĩnh vực hoạt động của Fintech tại Việt Nam gồm: (i) Thanh toán với các công cụ như Moca, Payoo, VinaPay, Momo... hoặc cung ứng giải pháp thanh toán kỹ thuật số POS/mPOS4 như Hottab, SoftPay; (ii) Gọi vốn, các công ty cung cấp nền tảng

gọi vốn như FundStart, Comicola, Betado hay FirstSetp...; (iii) Cho vay trực tuyến như LoanVi, Timal; (iv) Quản lý tài chính cá nhân như BankGo, Moneylover, Mobivi; (v) Quản lý dữ liệu như Trusting, Social, Circle Bii; (vi) Chuyên tiền như Matchmovie, Cash2v; (vii) Blockchain như Bitcoin Vietnam, VBTC Bitcoin.

Không chỉ các startup Fintech mới vào cuộc, mà nhiều ngân hàng thương mại cũng đã và đang dần chuyển đổi, vận hành hệ thống ngân hàng số trên nền tảng công nghệ hiện đại như: BIDV, Vietinbank, VPBank, TPBank... nhằm đáp ứng yêu cầu phục vụ khách hàng nhanh chóng, thông suốt. Tuy nhiên, so với một số quốc gia trong khu vực, số lượng các công ty Fintech tại Việt Nam còn khá ít (Singapore có hơn 300 công ty, Thái Lan có 208 công ty) (Nguyễn Thu Hiền, 2021).

Về giá trị giao dịch, thị trường Fintech Việt Nam cũng cho thấy mức tăng ấn tượng, từ 4,4 tỷ USD năm 2017 lên tới 12,9 tỷ USD năm 2021 (Iris, 2021). Theo đó, các nhà đầu tư tiếp tục lạc quan về tiềm năng phát triển Fintech tại Việt Nam khi rót thêm hàng chục triệu USD vào các công ty khởi nghiệp trong nước. Khảo sát của UOB và cộng sự trong năm 2021 cho thấy, Việt Nam đứng thứ 3 trong ASEAN về nguồn vốn tài trợ cho Fintech với 375 triệu USD, chiếm 11% tổng vốn đầu tư của 6 nền kinh tế hàng đầu khu vực.

Theo Báo cáo của Fintech News Singapore (2021), trong quý IV/2021, thanh toán điện tử tại Việt Nam tăng 75% với tổng giá trị giao dịch tăng 124% so với cùng kỳ năm 2020. Các công ty Fintech tham gia thị trường này ghi nhận mức tăng trưởng cao chưa từng có, với giá trị thanh toán trên ví MoMo tăng gần gấp đôi sau 1

năm, kể từ tháng 01/2020. Điều này cho thấy, Fintech đã và đang ngày càng đóng vai trò quan trọng, tạo ra nhiều cơ hội đối với thúc đẩy tài chính toàn diện ở Việt Nam.

4.2. Thách thức

Bên cạnh những cơ hội, thị trường Fintech Việt Nam vẫn còn nhiều thách thức mà các công ty trong lĩnh vực này phải đối mặt.

Thứ nhất, hành lang pháp lý cho Fintech chưa thực sự hoàn thiện, nhất là đối với các công nghệ mới. Thời gian cập nhật, sửa đổi, bổ sung pháp luật chưa phù hợp với tốc độ phát triển nhanh của công nghệ. Quá trình ứng dụng Fintech trong triển khai tài chính toàn diện ở Việt Nam hiện nay vẫn khá nhiều thách thức như: Nhận thức về Fintech của người dân còn hạn chế, bị cạnh tranh bởi chính những đối thủ có tiềm năng, nền tảng lớn; Hành lang pháp lý còn thiếu, hạ tầng công nghệ vùng sâu vùng xa chưa được phát triển... cũng là những rào cản đối với Fintech. Sự thuận tiện cũng khiến Fintech đối mặt với nhiều rủi ro về an toàn thông tin do phát triển nhanh, phát triển nóng, nên việc đảm bảo hạ tầng, vận hành và an toàn thông tin dễ bị bỏ ngỏ.

Thứ hai, hạ tầng công nghệ của Việt Nam chưa đáp ứng yêu cầu phát triển công nghệ cao, đặc biệt là công nghệ bảo mật. Báo cáo khảo sát của Ngân hàng Nhà nước năm 2021 cho thấy, phần lớn các công ty Fintech tại Việt Nam là các công ty mới được thành lập, quy mô nhỏ. Cụ thể, 47% đang trong giai đoạn khởi động kinh doanh chưa đạt điểm hòa vốn; 28% đang trong giai đoạn ra mắt sản phẩm khả thi tối thiểu và có doanh thu bán hàng trong sáu tháng gần nhất tính đến thời điểm khảo sát; 13%

đang trong giai đoạn phát triển mô hình kinh doanh; 9% đã đạt được lợi nhuận; 3% đang trong giai đoạn chứng minh ý tưởng và chưa có doanh thu...

Kể đến, các công ty Fintech thường gặp khó khăn về mô hình kinh doanh, mô hình quản trị cũng như chiến lược phát triển dài hạn nên khó bùng nổ.

Cuối cùng, nhận thức của người tiêu dùng Việt Nam về các sản phẩm Fintech vẫn còn hạn chế. Người dân vẫn chưa ý thức được việc bảo mật các thông tin cá nhân như họ và tên, số chứng minh nhân dân, hộ chiếu, địa chỉ, ngày sinh, số tài khoản... Điều này tiềm ẩn rất nhiều rủi ro cho chính người tiêu dùng cũng như các tổ chức tài chính. Sự kết nối giữa các chủ thể như: cơ quan quản lý, các định chế tài chính, doanh nghiệp Fintech và các doanh nghiệp tham gia vào hoạt động Fintech chưa thực sự gắn kết chặt chẽ. Ý thức người tiêu dùng sản phẩm Fintech cũng còn hạn chế cả về thói quen và hiểu biết, điều này ảnh hưởng trực tiếp đến khách hàng cũng như các tổ chức tài chính...

5. Hàm ý chính sách nhằm phát triển fintech đối với thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam

Để vượt qua những thách thức và nắm bắt các cơ hội của fintech nhằm thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam tốt hơn và hiệu quả hơn, một số khuyến nghị đối với các bên liên quan được đề xuất như sau:

- Đối với các công ty fintech: (i) Tập trung công nghệ để mở rộng mạng lưới nhằm đảm bảo khả năng tiếp cận tốt các dịch vụ tài chính điện tử của khách hàng tiềm năng; (ii) Đảm bảo chất lượng dịch vụ cao, an toàn với chi phí hợp lý để ngày càng được khách hàng tin tưởng và hài

lòng; (iii) Tăng cường sử dụng các biện pháp PR, đặc biệt là thông qua truyền miệng, kể chuyện và các chiến dịch khuyến mãi khác để khách hàng biết đến các sản phẩm tài chính điện tử nhiều hơn; (iv) Đào tạo các đại lý kỹ lưỡng hơn và lựa chọn các đại lý một cách cẩn thận để tránh “các vấn đề về nguyên tắc đại lý” có thể xảy ra; và (v) cạnh tranh, nhưng đồng thời, hợp tác với ngành ngân hàng để tận dụng cơ sở khách hàng và thị trường tiềm năng của họ.

- Đối với các ngân hàng thương mại: (i) Cân nhắc mức độ nghiêm túc đầu tư fintech tại ngân hàng; coi đây là cơ hội tốt nhất để thu hẹp quy mô trong thị trường bán lẻ đại chúng. Các ngân hàng có thể có một công ty fintech riêng, công ty con fintech, liên doanh với bên ngoài hoặc sử dụng các công ty fintech khác làm đại lý cho ngân hàng; (ii) Tận dụng thế mạnh hiện tại về uy tín, mạng lưới, cơ sở khách hàng và vốn chủ sở hữu để phát triển các sản phẩm fintech phù hợp cho tài chính toàn diện, tập trung vào nhu cầu tài chính bán lẻ đại chúng; (iii) Hợp tác và phối hợp với các công ty fintech mạnh được lựa chọn để phát triển các sản phẩm tài chính điện tử mới cho phân khúc thị trường cụ thể này; (iv) Đảm bảo chất lượng và quản lý rủi ro để tránh mất uy tín.

- Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam: (i) Hoàn thiện khung pháp lý về fintech để tài chính toàn diện, đặc biệt là ngân hàng đại lý, quản trị và quản lý, quyền riêng tư dữ liệu và bảo vệ người tiêu dùng, quản lý rủi ro, chống rửa tiền, v.v.; (ii) Xây dựng sở tay hướng dẫn giám sát và kiểm tra bên ngoài đối với fintech; (iii) Thành lập Ban chỉ đạo Fintech và Nhóm công tác Fintech hoạt động hiệu lực, hiệu quả; (iv) Đưa nội dung fintech làm động

lực thúc đẩy tài chính toàn diện trong việc xây dựng và triển khai Chiến lược quốc gia về tài chính toàn diện sắp tới; và (v) đẩy nhanh chiến dịch nâng cao kiến thức tài chính trên toàn quốc.

- Đối với các bên liên quan (như Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Thông tin và Công nghệ, Bộ Lao động Thương binh và Xã hội, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, v.v): (i) Nâng cao chất lượng sử dụng internet và điện thoại thông minh; (ii) Tích cực triển khai và tham gia chiến dịch nâng cao hiểu biết về tài chính trên nhiều phương diện; (iii) Sử dụng mạng xã hội (facebook, instagram, web) để giảm chi phí và tăng khả năng tiếp cận của người dân với các thông tin chính liên quan đến tài chính toàn diện, fintech, ví điện tử, chuyển tiền, v.v.; (iii) Chuyển G2P sang sử dụng tất cả các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt và khuyến khích người dùng/người thụ hưởng cuối cùng sử dụng ví điện tử..

6. Kết luận

Từ xu thế phát triển của FinTech trong việc thúc đẩy tài chính toàn diện trên thế giới cho thấy đây sẽ tiếp tục là một lĩnh vực có sự tăng tốc mạnh mẽ trong tương lai, từ đó tạo ra những tác động mạnh góp phần phát triển kinh tế xã hội bền vững. Sự phát triển ngày càng lớn mạnh của các công ty FinTech ở Việt Nam và trên thế giới là một bằng chứng sinh động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra trên toàn cầu, đồng thời đã tạo ra nhiều giá trị cho người sử dụng và xã hội. Vì vậy việc phân tích sự phát triển và triển vọng của Fintech và những vai trò của nó trong thúc đẩy tài chính toàn diện là cần thiết. Qua việc tìm hiểu đánh giá, phân tích này tác giả đề xuất những khuyến nghị, giải pháp nhằm hỗ trợ

sự phát triển FinTech gắn liền mục tiêu tài chính toàn diện ở Việt Nam. Với những tính năng ưu việt của mình, FinTech sẽ là một công cụ hữu hiệu để giúp đất nước ta tiến tới mục tiêu cung cấp tài chính toàn diện tới người dân, góp phần xây dựng đất nước..

Tài liệu tham khảo

1. ADB (2017a), Accelerating financial inclusion in South-East Asia with Digital Finance, Internal report.
2. Zetzsche, Buckley and Arner, 'The ICO Gold Rush', (2019) 60 (2) Harvard International Law Journal 301- 349
3. Zetzsche, Buckley, Arner and Barberis, 'From FinTech to TechFin: The Regulatory Challenges of DataDriven Finance' (2018) 14 New York University Journal of Law and Business 101 (2018)
4. CGAP (2017), <http://www.cgap.org/topics/financial-inclusion>
5. Economic Times (2017), State Bank of Vietnam Governor Unveils fintech Steering Committee, <http://www.econotimes.com/State-Bank-of-Vietnam-Governor-unveils-fintech-steering-committee- 597928>,
6. Chien (15 February 2018), "Key Lessons for Policymakers from China's Financial Inclusion Experience", The World Bank; W. Zhou, D. Arner and R. P. Buckley (2015) "Regulation of Digital Financial Services in China: Last Mover Advantage", 8(1) Tsinghua China Law Review, 25
7. Ha Xuan Dinh (2017), Financial Inclusion Framework in Vietnam: Vision, Priorities, Opportunities and Challenges, Presentation at the 2017 ABAC Asia-Pacific Forum on Financial Inclusion, 21-22 March, Hanoi.

8. Internet World Statistic (2017), Top 20 countries with the highest number of internet users, March 2017, <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>

9. Lien Viet Post Bank (2017), Brief report on Vi Viet e-wallet to UNSGSA, Internal report.

10. State Bank of Vietnam (2017a), Decision No.328/QĐ-NHNN to establish

SBV Steering Committee on Financial Technology (Steering Committee on Fintech).

11. Trang Nguyen (2017), 2017's oversea remittances inflow could decelerate, Vietnam Investment Review January 25, 2017, <http://www.vir.com.vn/2017s-overseas-remittances-inflow-could-decelerate.html>

Anh Nguyễn (2023) Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng dành cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 72 - 87

Đặc san Nghiên cứu Chính sách và Phát triển

© Học viện Chính sách và Phát triển 2023
© CSR,2023

Bài báo khoa học

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng dành cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội

Nguyễn Thị Phương Anh (TS)
Học viện Chính sách và Phát triển.
Email: phuonganh@apd.edu.vn

Ngày nhận bài:
04/03/2023
Bản sửa lại lần 1:
20/03/2023
Ngày duyệt bài:
26/04/2023

Tóm tắt

Bằng phương pháp nghiên cứu định lượng bài viết đã khảo sát 209 người tiêu dùng trên địa bàn Hà Nội với mô hình được xây dựng dựa trên khung lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) nhằm nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua của người tiêu dùng Hà Nội đối với thực phẩm chức năng dành cho trẻ em. Bài viết đã kiểm định sự ảnh hưởng của 4 yếu tố gồm (1) Thái độ đối với TPCN (thực phẩm chức năng); (2) Chuẩn chủ quan; (3) Nhận thức về Giá cả; (4) Nhận thức về sự an toàn khi sử dụng. Kết quả đã cho thấy cả 4 yếu tố đều ảnh hưởng tới ý định mua trong đó thái độ đối với TPCN có tác động mạnh nhất đến ý định mua, nhận thức về sự an toàn có tác động ngược chiều tới ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội. Từ kết quả này bài viết đã gợi ý một số hướng chiến lược giúp các doanh nghiệp kinh doanh TPCN cho trẻ em thúc đẩy ý định mua của người tiêu dùng.

Mã số: ĐS070223

Từ khóa: *Thực phẩm chức năng, ý định mua, trẻ em*

Abstract:

By quantitative research method, the article has surveyed 209 consumers in Hanoi with a model built based on the theoretical framework of planned behavior (TPB) to study the factors affecting the Buying intention of Hanoi consumers for functional foods for children. The article has tested the influence of 4 factors, including (1) Attitude towards dietary supplements (functional foods); (2) Subjective standards; (3) Price Perception; (4) Awareness of safety when using. The results showed that all four factors affect the intention to buy,

in which the attitude towards the dietary supplement has the most substantial impact on the intention to buy, and the perception of safety has the opposite effect on the intention to buy the dietary supplement for the children of Hanoi consumers. From these results, the article has suggested a number of strategic directions to help businesses sell baby food to promote consumers' purchase intention.

Keywords: *Functional foods, purchase intention, children*

1. Giới thiệu

Đã từ lâu thực phẩm chức năng được ra người tiêu dùng trên thế giới biết đến như là một loại thực phẩm không chỉ cung cấp dinh dưỡng mà còn có khả năng giúp con người ngăn ngừa bệnh tật và giúp tăng trí tuệ cũng như thể chất cho con người (Menrad, 2003). Thực phẩm chức năng được biết đến với nhiều tác dụng và công dụng như: chống lão hóa, kéo dài tuổi thọ, tăng sức đề kháng, giảm nguy cơ bệnh tật, hỗ trợ làm đẹp, tạo cho con người có sức khỏe sung mãn, hỗ trợ điều trị rất nhiều chứng và bệnh tật (Trần Đáng, 2011). Người tiêu dùng tin rằng thực phẩm đóng một vai trò quan trọng trong sức khỏe của họ và có một số thực phẩm có tác dụng đến sức khỏe vượt xa những dưỡng chất cơ bản (IFIC, 2002, trích Munene, 2006). Theo Urala và Lahteenmaki (2003): “Thực phẩm được bổ sung thêm các dưỡng chất như chất béo, chất xơ, muối hay các loại vitamin hoặc những sản phẩm có các thành phần tác động tốt đến cơ thể người thì được gọi là TPCN”

Chính vì vậy từ khi xuất hiện thì sản phẩm này đã thu hút sự chú ý của người tiêu dùng toàn cầu với doanh thu đạt 33 tỷ

Euro (Urala, 2005). Nhiều nhà nghiên cứu cũng chỉ ra rằng nhu cầu về sản phẩm này tăng đáng kể trong vài thập kỷ gần đây (Giannetti và cộng sự, 2009; Annunziata và Vecchio, 2011). Do đó, đây là lĩnh vực thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu trên thế giới như Worsley và Skrzypiec (1998) đã kiểm tra các nhân tố có ảnh hưởng đến sự quan tâm

của người tiêu dùng về thực phẩm và sức khỏe. Kết quả cho thấy rằng yếu tố tâm lý có tác động nhiều hơn đến “sự quan tâm về thực phẩm và sức khỏe” hơn là có yếu tố về nhân khẩu học.

Ở Việt Nam, thị trường thực phẩm chức năng đang phát triển ngày càng mạnh mẽ. Xuất hiện trên thị trường Việt Nam từ những năm 2000 chỉ có khoảng 13 doanh nghiệp thì đến nay số doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực này đã lên tới 4.190 doanh nghiệp. Số lượng sản phẩm được lưu hành trên thị trường tăng từ 63 sản phẩm lên đến 10.930 sản phẩm. Khi mới xuất hiện số sản phẩm chủ yếu là nhập khẩu thì đến nay số lượng sản phẩm sản xuất trong nước chiếm 70% sản lượng tiêu thụ.

Mặt khác, số lượng người tiêu dùng thực phẩm chức năng cũng tăng lên đáng kể. Theo thống kê của Bộ Y tế, những năm 2000 chỉ có khoảng 500.000 người Việt Nam tiêu dùng sản phẩm này và chủ yếu tập trung ở Hà Nội và Hồ Chí Minh. Tuy nhiên đến nay đã có khoảng 20 triệu người chiếm khoảng 21% dân số Việt Nam tại 63 tỉnh thành đang tiêu dùng thực phẩm chức năng.

Như vậy, có thể thấy thị trường thực phẩm chức năng tại Việt Nam đang tăng trưởng nhanh chóng cả về cung và cầu.

Tuy nhiên, những nghiên cứu về thực phẩm chức năng (TPCN) và hành vi tiêu dùng TPCN còn ít ở Việt Nam nói chung đặc biệt là TPCN cho trẻ em. Vì vậy, việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến người tiêu dùng trong việc chọn mua TPCN cho trẻ em là cần thiết. Thông qua việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tiêu dùng TPCN cho trẻ em, nghiên cứu đã cung cấp cho các nhà sản xuất và marketing hiểu rõ thêm các yếu tố có tác động đến hành vi mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội. Từ đó họ có thể đưa ra những chính sách kinh doanh và các hoạt động marketing phù hợp hơn nhằm mang lại lợi ích cho người tiêu dùng và góp phần tăng trưởng kinh tế của nước nhà.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Khái niệm về thực phẩm chức năng

Theo Urala và Lahteenmaki (2003): “Thực phẩm được bổ sung thêm các dưỡng chất như chất béo, chất xơ, muối hay các loại vitamin hoặc những sản phẩm có các thành phần tác động tốt đến cơ thể người thì được gọi là TPCN”

Theo Hiệp hội Thực phẩm sức khỏe và dinh dưỡng thuộc Bộ Y tế Nhật Bản, “Thực phẩm chức năng là thực phẩm bổ sung một số thành phần có lợi hoặc loại bỏ một số thành phần bất lợi”. Việc bổ sung hay loại bỏ phải được chứng minh và cần nhắc một cách khoa học và được Bộ Y tế cho phép xác định hiệu quả của thực phẩm đối với sức khỏe.

Tại Việt Nam, theo Thông tư số 8 năm 2004 của Bộ Y Tế, thực phẩm chức năng là “Thực phẩm dùng để hỗ trợ chức năng

của các bộ phận trong cơ thể người, có tác dụng dinh dưỡng, tạo cho cơ thể tình trạng thoải mái, tăng sức đề kháng và giảm nguy cơ gây bệnh”. Thực phẩm chức năng phải được sản xuất, chế biến theo công thức quy định, cung cấp những chất dinh dưỡng cơ bản cho cơ thể con người để phòng chống bệnh tật và tăng cường sức khỏe.

Các công trình nghiên cứu về ý định mua thực phẩm chức năng

Nghiên cứu của G. Rezai và cộng sự (2012): Nghiên cứu được thực hiện tại Malaysia nhằm nghiên cứu về ý định mua TPCN của người tiêu dùng trẻ. Nhóm tác giả đã kiểm định sự ảnh hưởng của ba yếu tố: (1) Thái độ của người tiêu dùng; (2) Cảm nhận của người tiêu dùng và (3) Sự kiểm soát hành vi. Nhóm tác giả cũng đã nghiên cứu sự tác động của biến kiểm soát thu nhập, độ tuổi và trình độ học vấn đến ý định mua TPCN. Kết quả cho thấy cả 3 yếu tố: thái độ của người tiêu dùng; cảm nhận của người tiêu dùng và sự kiểm soát hành vi đều ảnh hưởng tới ý định mua TPCN của người tiêu dùng trẻ tại Malaysia, trong đó người tiêu dùng trong độ tuổi từ 26-40 tuổi có ý định mua mạnh mẽ hơn người tiêu dùng có độ tuổi từ 17- 25 tuổi. Bên cạnh đó, người có thu nhập cao có ý định mua nhiều hơn người có thu nhập thấp và không thấy có sự khác biệt về ý định mua TPCN đối với những người có trình độ học vấn khác nhau.

Nghiên cứu của Annunziata và cộng sự (2016): Nghiên cứu nhằm mục đích khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến việc cha mẹ lựa chọn TPCN phù hợp cho con cái của họ. Các câu hỏi được đề cập trong bài báo này liên quan đến việc cha mẹ chúng nhận thức về TPCN cho trẻ em như thế nào và những yếu tố nào thúc đẩy sự sẵn sàng mua

TPCN của họ. Các tác giả đã tiến hành khảo sát tại Ý với 365 cha mẹ có con từ 1 đến 10 tuổi tham gia. Kết quả cho thấy rằng các bậc cha mẹ rất quan tâm đến dinh dưỡng chức năng cho con cái của họ, ngay cả khi mức độ quen thuộc của họ với các sản phẩm này vẫn còn thấp. Hơn nữa, phân tích đa biến cho thấy tần suất mua các TPCN nhắm đến trẻ em bị ảnh hưởng bởi một số biến số, ngoài nhân khẩu học xã hội, thường liên quan đến kiến thức dinh dưỡng của cha mẹ cũng như sự tin tưởng và quen thuộc với TPCN. Nữ giới quan tâm đến TPCN hơn nam giới, trình độ học vấn, nghề nghiệp, tuổi tác có ảnh hưởng đến ý định mua TPCN. Các bà mẹ đi làm văn phòng thường quan tâm đến TPCN hơn các bà nội trợ, cha mẹ có độ tuổi > 55 tuổi sẽ ít quan tâm đến TPCN cho con hơn những cha mẹ dưới 55 tuổi. Giá cả của sản phẩm cũng là một yếu tố ảnh hưởng đáng kể đến ý định mua TPCN cho trẻ em.

Bech-Larsen và Grunert (2003, trích Munene, 2006) đã nghiên cứu sự cảm nhận của người tiêu dùng Đan Mạch, Phần Lan và Hoa Kỳ về thực phẩm chức năng (TPCN). Các yếu tố trong nghiên cứu này bao gồm: dạng cơ bản của thực phẩm, sự băn khoăn về sức khỏe, thành phần chức năng được thêm vào trong thực phẩm, phương pháp sản xuất sản phẩm và các yếu tố tương tác giữa thành phần được thêm vào với sản phẩm cơ bản và quy trình sản xuất. Theo tác giả, sự chấp nhận của người tiêu dùng về TPCN bị ảnh hưởng bởi sự cảm nhận của họ về vệ sinh của phương pháp sản xuất, thành phần được thêm vào, loại thực phẩm, và các đòi hỏi về mặt sức khỏe được đưa ra trong quá trình sản xuất và marketing cho sản phẩm.

Nghiên cứu của Urala và Lahteenmaki

(2003) thì đánh giá về những lý do đằng sau sự chọn lựa TPCN của người tiêu dùng. Nghiên cứu này sử dụng kỹ thuật phỏng vấn bậc thang. Nghiên cứu đã xác định được năm nhân tố chính tạo thành chuỗi giá trị trong các thuộc tính của sản phẩm, kết quả và giá trị đằng sau sự lựa chọn thực phẩm từ những người được khảo sát bao gồm: sự khỏe mạnh, mùi vị - dễ ăn uống, an toàn - thân quen, thuận tiện và giá cả. Dữ liệu được thu thập từ 50 người Phần Lan tình nguyện phỏng vấn trong chuyến phà từ Turku (Phần Lan) đến Stockholm (Thụy Điển). Kết quả của nghiên cứu cho thấy rằng những người phỏng vấn cảm nhận TPCN như là một thực phẩm thông thường.

Nghiên cứu của Trần Thị Thúy Sinh (2021): Nghiên cứu nhằm mục đích khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua lại TPCN của người tiêu dùng. Tác giả đã khảo sát 305 người tiêu dùng TPCN tại TP.HCM. Kết quả cho thấy có 7 yếu tố ảnh hưởng tích cực đến ý định mua lại TPCN của người tiêu dùng. Đó là: (1) Thái độ người tiêu dùng; (2) Ý thức sức khỏe; (3) Chuẩn chủ quan; (4) Niềm tin; (5) Định hướng dài hạn; (6) Kiến thức của người tiêu dùng, (7) Giá cả. Trong đó, yếu tố thái độ người tiêu dùng tác động mạnh mẽ nhất đến ý định mua lại TPCN. Từ kết quả thu được, tác giả đã đề xuất những kiến nghị phù hợp nhằm gia tăng ý định mua lại TPCN ở người tiêu dùng TP.HCM.

Nghiên cứu của Phạm Xuân Giang và cộng sự (2020): Nghiên cứu tập trung tìm hiểu ý định mua của người tiêu dùng đối với các sản phẩm có thành phần chính là tảo xoắn. Trên cơ sở khảo sát 350 người tiêu dùng và dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 20, nghiên cứu đã cho thấy bốn

yếu tố là: thái độ đối với sản phẩm, chuẩn chủ quan, sự kiểm soát hành vi được cảm nhận và rủi ro cảm nhận được chọn có thể giải thích được 69,6% ý định mua sản phẩm táo xoắn. Theo đó, tác giả đã đề xuất 4 hàm ý quản trị nhằm giúp các doanh nghiệp thực hiện đề gia tăng ý định mua sản phẩm của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh.

Qua tổng quan nghiên cứu tác giả nhận thấy thực phẩm chức năng là một trong những sản phẩm nhận được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước. Tuy nhiên, cho đến thời điểm hiện tại chưa có công trình nghiên cứu nào nghiên cứu về ý định mua sản phẩm chức năng dành cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội. Đây là một khoảng trống nghiên cứu cần được làm rõ vì Hà Nội là một trong các thành phố lớn nhất Việt Nam, thu nhập của người tiêu dùng khá cao và nhu cầu về sản phẩm này rất ngày càng tăng. Nếu có những nghiên cứu về lĩnh vực này sẽ giúp nhà kinh doanh thực phẩm chức năng ở Hà Nội hiểu rõ khách hàng hơn và có những chiến lược marketing phù hợp để tăng doanh thu và lợi nhuận.

2.2. Cơ sở lý thuyết, mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) là một lý thuyết mở rộng của lý thuyết hành vi hợp lý (Ajzen và Fishbein, 1980; Fishbein và Ajzen, 1975), lý thuyết này được tạo ra do sự hạn chế của lý thuyết trước về việc cho rằng hành vi của con người là hoàn toàn do kiểm soát lý trí.

Cũng giống như lý thuyết hành vi hợp lý, nhân tố trung tâm trong lý thuyết hành vi có kế hoạch là ý định của cá nhân trong việc thực hiện một hành vi nhất định. Ý định được cho là nhân tố động cơ dẫn đến

hành vi, nó là chỉ báo cho việc con người sẽ cố gắng đến mức nào, hay dự định sẽ dành bao nhiêu nỗ lực vào việc thực hiện một hành vi cụ thể. Như quy luật chung, ý định càng mạnh mẽ thì khả năng hành vi được thực hiện càng lớn.

Thực phẩm chức năng là thực phẩm được bổ sung thêm các dưỡng chất như chất béo, chất xơ, muối hay các loại vitamin hoặc những sản phẩm có các thành phần tác động tốt đến cơ thể người (Urala và Lahteenmaki, 2003).

Thực phẩm có lợi cho sức khỏe hơn là những dưỡng chất thông thường; thực phẩm giúp hoàn thiện các dưỡng chất cần thiết, bao gồm các loại thực phẩm hay các thành phần trong thực phẩm có lợi cho sức khỏe mà những thực phẩm thông thường không có (Frewer và cộng sự, 2003, trích Munenne, 2006).

Với những lợi ích kể trên của thực phẩm chức năng thì đây là một sản phẩm cần thiết giúp cho người tiêu dùng cải thiện hoặc nâng cao sức khỏe, tầm vóc. Tuy nhiên, đây là một loại sản phẩm bổ sung chứ không phải thuốc nên có cần có thời gian dài để phát huy tác dụng do đó người tiêu dùng cần có kế hoạch cụ thể khi mua sản phẩm này. Hơn nữa, các sản phẩm thực phẩm chức năng có tính chất phức tạp và giá khá cao nên khi có ý định mua người tiêu dùng có xu hướng cẩn trọng, tham khảo từ nhiều nguồn, xem xét các tiêu chuẩn, tìm kiếm thông tin tư vấn,... Đặc biệt là sản phẩm cho trẻ em các ba mẹ lại càng thận trọng. Do đó, việc áp dụng Lý thuyết TPB vào nghiên cứu ý định mua thực phẩm cho trẻ em là hoàn toàn hợp lý.

Dựa vào lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) (Ajzen và Fishbein, 1980; Fishbein và Ajzen, 1975) cùng với việc kế thừa kết

qua nghiên cứu của các công trình trước đây bài viết này lựa chọn 4 yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua TPCN để đưa vào mô hình. Cụ thể, 4 yếu tố đó là: (1) Thái độ đối với TPCN; (2) Chuẩn chủ quan; (3) Nhận thức về Giá cả; (4) Nhận thức về sự an toàn khi sử dụng. Qua tổng quan nghiên cứu tác giả nhận thấy với những đặc trưng của thị trường người tiêu dùng TPCN nói chung về TPCN cho trẻ em nói riêng ở Việt Nam thì sự an toàn khi sử dụng và chất lượng sản phẩm là những yếu tố đáng quan tâm. Hai yếu tố này cũng đã được một số nhà nghiên cứu trên thế giới chứng minh có ảnh hưởng đến ý định mua TPCN. Do đó, ngoài các yếu tố trong mô hình TPB bài viết này đã đưa yếu tố “Nhận thức về sự an toàn khi sử dụng” và “Nhận thức về giá cả”

vào mô hình nghiên cứu trong đề tài này. Theo đó các giả thuyết được đưa ra như sau:

H1: Thái độ đối với thực phẩm chức năng càng tốt thì càng tác động tích cực (+) đến ý định mua.

H2: Chuẩn mực chủ quan có tác động thuận chiều (+) đến ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội.

H3: Nhận thức về sự an toàn khi sử dụng sẽ ảnh hưởng ngược chiều (-) tới ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội.

H4: Nhận thức về giá cả ảnh hưởng thuận chiều (+) đến ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội.

Bảng 1: Bảng tổng hợp thang đo và mã hóa

Mã hóa	Biến quan sát	Nguồn
Thái độ đối với TPCN		
TĐ1	1.TPCN có những tác dụng có lợi đến sức khỏe của trẻ em.	Urala và cộng sự (2005)
TĐ2	2.Tôi thấy rằng việc sử dụng TPCN cho trẻ em là cần thiết.	
TĐ3	3.Dùng TPCN là cách thuận tiện để có thể có được những dưỡng chất cần thiết cho cuộc sống thường ngày của trẻ em.	
TĐ4	4.Vẻ bề ngoài của trẻ em được cải thiện khi dùng TPCN	
TĐ5	5.Dùng TPCN là cách dễ nhất để trẻ em có cuộc sống khỏe mạnh	
TĐ6	6.Trẻ em có thể ngăn ngừa được bệnh tật khi dùng TPCN thường xuyên.	
Chuẩn chủ quan		
CCQ1	1.Những người thân của tôi (như gia đình, bạn bè và đồng nghiệp) cho rằng tôi nên cho trẻ con dùng TPCN	Mitchell và Ring (2010).
CCQ2	2. Những người thân của tôi (như gia đình, bạn bè và đồng nghiệp) đều sử dụng TPCN cho con cái của họ	
CCQ3	3. Hội nhóm mà tôi tham gia cho rằng tôi nên cho trẻ con dùng TPCN	Tác giả

CCQ4	4. Những người trong hội nhóm mà tôi tham gia đều dùng TPCN cho con gái họ.	
Nhận thức về sự an toàn khi sử dụng		
SAT1	1. Tôi sợ rằng TPCN sẽ có những tác dụng phụ cho trẻ em.	Annunziata và Vecchio (2010).
SAT2	2. Tôi không biết TPCN có những ảnh hưởng như thế nào đến cơ thể của trẻ em	
SAT3	3. Tôi suy nghĩ thận trọng về những mối nguy hiểm có thể có khi trẻ con dùng TPCN.	
SAT4	4. TPCN ảnh hưởng xấu đến trẻ con nếu dùng quá nhiều	
SAT5	5. Tôi sợ mua phải TPCN không chính hãng sẽ ảnh hưởng tới xấu tới sức khỏe của trẻ em.	
SAT6	6. TPCN có xuất xứ từ Đức, Nhật rất an toàn với cho trẻ em.	Tác giả
Nhận thức về giá cả		
GC1	1. TPCN cho trẻ em có giá cao	Victoria Kulikovski (2010).
GC2	2. TPCN cho trẻ em có xuất xứ từ nước ngoài có giá đắt	
GC3	3. Tôi sẵn sàng trả thêm tiền khi mua TPCN cho trẻ em	
GC4	4. Khi mua TPCN cho trẻ em tôi thường chọn mua những sản phẩm có mức giá tốt nhất	
Ý định mua TPCN		
YDM_1	1. Tôi có ý định mua TPCN cho trẻ em	Mitchell và Ring (2010)
YDM_2	2. Tôi sẽ mua TPCN cho trẻ em trong thời gian tới	
YDM_3	3. Tôi có ý định khuyên gia đình, bạn bè và đồng nghiệp cho trẻ em sử dụng TPCN	Tác giả
YDM_4	4. Tôi sẽ khuyên gia đình, bạn bè và đồng nghiệp cho trẻ em sử dụng TPCN	

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn và phương pháp nghiên cứu định lượng:

Phương pháp nghiên cứu tại bàn:

Thông qua việc nghiên cứu tổng quan

các tài liệu, công trình nghiên cứu, số liệu, tình huống nghiên cứu có liên quan đến đề tài để xác định khung lý thuyết và xây dựng mô hình nghiên cứu, xác định thang đo các biến trong mô hình.

Phương pháp nghiên cứu định lượng

Thông qua việc khảo sát 209 người tiêu dùng Hà Nội nhằm đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng cho trẻ em. Tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất cụ thể là phương pháp tiện lợi. Bởi phương pháp này phù hợp với điều kiện và vẫn đảm bảo tính khái quát và đại diện.

Bài viết sử dụng phần mềm SPSS phiên bản 20 để kiểm định đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA. Phân tích hồi quy nhằm đánh giá mức độ tác động của các nhân tố đến ý định mua TPCN cho

trẻ em của người tiêu dùng ở Hà Nội.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

Theo Hair và cộng sự (2014) hệ số Cronbach's Alpha của các biến trong mô hình cần lớn hơn 0,5 thì thang đo đảm bảo độ tin cậy và dữ liệu phù hợp để thực hiện các kỹ thuật phân tích tiếp theo. Bảng dữ liệu 2 cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của các biến trong mô hình đều từ 0,634 – 0,906 như vậy chứng tỏ thang đo các biến trong mô hình đảm bảo sự độ cậy và dữ liệu hoàn toàn phù hợp.

Bảng 2. Bảng tổng hợp hệ số Cronbach's Alpha thang đo các biến trong mô hình

STT	Biến	Cronbach's Alpha
1	Ý định mua TPCN	0,886
2	Thái độ đối với TPCN	0,634
3	Chuẩn chủ quan	0,778
4	Nhận thức về sự an toàn khi sử dụng	0,855
5	Nhận thức về giá cả	0,906

Điều kiện để phân tích nhân tố khám phá là hệ số KMO ($0.5 \leq KMO \leq 1$) đồng thời hệ số Sig ($<0,05$). Bảng 3 cho thấy hệ số KMO đạt 0,721 $>0,5$ chứng tỏ dữ liệu phù hợp với phân tích nhân tố khám phá.

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát
 Hệ số Sig của Bartlett's Test là 0,000 $< 0,05$ như vậy các biến quan sát của các nhân tố trong mô hình có tương quan với nhau.

Bảng 3. Kiểm định KMO

KMO and Bartlett's Test		
Trị số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin of Sampling Adequacy)	0.721	
Đại lượng thống kê Bartlett's (Bartlett's Test of Sphericity)	Approx, Chi-Square	3284.154
	Df	668
	Sig,	0.000

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát

Kết quả phân tích EFA cho thấy 20 biến quan sát của 4 biến độc lập được tải lên 4 nhóm nhân tố. Chứng tỏ các biến quan sát của mỗi biến độc lập có giá trị phân biệt. Bên cạnh đó, 4 nhóm nhân tố này được rút trích giải thích được 65,878 % (>50%) sự biến động của dữ liệu.

Kiểm định EFA nhân tố thái độ với TPCN cho thấy 6 biến quan sát đo lường nhân tố này được tải vào cùng một nhóm. Tất cả các hệ số tải đạt từ 0,598 đến 0,797 đều > 0,5 chứng tỏ các biến quan sát có quan hệ ý nghĩa với thái độ với TPCN.

Kiểm định EFA nhân tố chuẩn chủ quan cho thấy 4 biến quan sát đo lường yếu tố này được tải vào một nhóm. Các hệ số tải đạt từ 0,678 đến 0,806 đều > 0,5 chứng tỏ các biến quan sát có quan hệ ý nghĩa với chuẩn chủ quan.

Kiểm định EFA cho sự an toàn khi sử dụng cho thấy 6 biến quan sát đo lường yếu tố này được tải vào một nhóm. Các hệ số tải đạt từ 0,738 đến 0,836 đều > 0,5 chứng tỏ các biến quan sát có quan hệ ý nghĩa với sự an toàn khi sử dụng.

Kiểm định EFA cho nhận thức về giá cả cho biết 4 biến quan sát đo lường yếu tố này được tải vào một nhân tố. Các hệ số tải đạt từ 0,832 đến 0,897 đều > 0,5 chứng tỏ các biến quan sát có quan hệ ý nghĩa với nhận thức về giá cả.

Bảng 4. Kết quả phân tích nhân tố EFA

Ma trận xoay	Nhân tố			
	1	2	3	4
SAT_4	.836			
SAT_5	.828			
SAT_2	.789			
SAT_1	.772			
SAT_3	.754			
SAT_6	.738			
CCQ_1		.806		
CCQ_3		.792		
CCQ_2		.709		
CCQ_4		.679		
GC_2			.897	
GC_1			.868	
GC_3			.864	
GC_4			.832	

Ma trận xoay				
	Nhân tố			
	1	2	3	4
TĐ_3				.797
TĐ_2				.763
TĐ_1				.745
TĐ_4				.738
TĐ_5				.647
TĐ_6				.598

Bảng 5 kết quả cho thấy R^2 hiệu chỉnh = 54,2% điều này chứng tỏ các biến độc lập giải thích được 54,2% sự biến thiên

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát
của biến phụ thuộc. Nói cách khác mô hình nghiên cứu giải thích được 54,2% các lý do dẫn đến ý định mua TPCN cho trẻ em.

Bảng 5. Đánh giá sự phù hợp của mô hình

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.742 ^a	.530	.542	.48462	1.948

Dựa vào bảng 5 ta thấy Sig = 0,000 < 0,05 chứng tỏ mô hình tổng quát về mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến ý định mua TPCN là có ý nghĩa thống kê.

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát
N như vậy, các biến độc lập được đưa vào mô hình là có giá trị, mô hình nghiên cứu hoàn toàn phù hợp.

Bảng 6. Kết quả kiểm định ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.332	4	18.824	80.186	000 ^b
	Residual	60.815	258	.225		
	Total	136.149	262			

Để sự tác động có ý nghĩa thống kê thì trọng số Sig $\leq 0,05$. Dựa vào kết quả phân tích ở bảng 6 cho thấy hệ số Sig của các biến độc lập: TĐ, CCQ, SAT và GC đều $\leq 0,05$, như vậy các giả thuyết H1, H2, H3 và H4 đều được chấp nhận.

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát
❖ Thái độ đối với thực phẩm chức năng càng tốt thì càng có tác động tích cực đến ý định mua TPCN cho trẻ em ($\beta = 0,387$). Nói cách khác thái độ của người tiêu dùng đối với thực phẩm chức năng càng tốt thì ý định mua càng cao.

❖ Chuẩn chủ quan có tác động thuận chiều (+) đến ý định mua TPCN cho trẻ em ($\beta = 0,237$). Có thể hiểu là những người thân của người tiêu dùng sử dụng TPCN cho trẻ em càng nhiều thì ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng đó càng tăng.

❖ Nhận thức về sự an toàn khi sử dụng có tác động ngược chiều đến ý định mua TPCN cho trẻ em ($\beta = - 0, 224$). Có nghĩa là người tiêu dùng càng lo sợ về sự tan toàn khi cho trẻ em sử dụng TPCN thì ý định mua của họ càng giảm.

❖ Nhận thức về giá cả có ảnh hưởng thuận chiều tới ý định mua TPCN cho trẻ em. ($\beta = 0,208$). Tức là nhận thức về giá cả của người tiêu dùng càng cao thì ý định mua TPCN cho trẻ em của họ càng tăng.

Như vậy các giả thuyết H1, H2, H3, H4, ứng với tình huống ý định mua thực phẩm chức năng cho trẻ em được chấp nhận. Trong đó biến thái độ với TPCN có tác động mạnh nhất với hệ số bê ta đã chuẩn hóa là 0,387. Mô hình hồi quy tuyến tính sau đây thể hiện mối quan hệ giữa 4 biến độc lập và biến phụ thuộc:

$$YDM = 0,387* TD + 0,237* CCQ - 0,224* SAT + 0,208* GC + e$$

Bảng 7. Kết quả phân tích hồi quy

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Erro	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.203	.227		5.271	.000		
	TD	.428	.057	.387	7.821	.010	.670	1.492
	CCQ	.215	.048	.237	4.602	.001	.723	1.385
	SAT	-.235	.046	-.224	-5.281	.000	.967	1.034
	GC	.201	.049	.208	4.215	.000	.728	1.372

3.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Giả thuyết H1 được cao học viên xây dựng: Thái độ đối với thực phẩm chức năng càng tốt thì càng tác động tích cực đến ý định mua. Kết quả phân tích dữ liệu đã chỉ ra giả thuyết H1 có Sig < 0,05 và hệ số bê ta đã chuẩn hóa là 0,387. Như vậy, giả thuyết này được chấp nhận đúng như kỳ vọng hơn nữa yếu tố này còn có tác động mạnh nhất tới ý định mua TPCN cho trẻ em. Khẳng định này phù hợp với kết

quả trong nghiên cứu của Rezai và cộng sự (2012), Urala (2005), Mitchell và Ring (2010) và O'Connor và White (2010). Điều này có thể giải thích như sau. TPCN là một sản phẩm thực phẩm dùng để hỗ trợ chức năng của các bộ phận trong cơ thể người thông thường sẽ phải sử dụng trong thời gian dài mới có tác dụng. Hơn nữa đây là sản phẩm trực tiếp uống hoặc ăn và liên quan đến các bộ phận cơ thể của con người nên người tiêu dùng cũng rất thận trọng khi sử dụng. Từ những lý do trên ta có thể thấy

TPCN là sản phẩm thuộc loại quyết định tiêu dùng mở rộng, loại quyết định mà người tiêu dùng cần tìm hiểu thông tin rất kỹ trước khi mua. Mặt khác trẻ em luôn là đối tượng được quan tâm, các ba mẹ luôn mong muốn mang đến những điều tốt đẹp nhất cho con cái của mình do vậy với những sản phẩm có thể giúp con phát triển tốt hơn, cải thiện vóc dáng, hỗ trợ ngăn ngừa bệnh,... những sản phẩm có thể ảnh hưởng tới sức khỏe và tương lai của con cái thì các ba mẹ cần cân nhắc kỹ. Họ cần biết rõ các thông tin về nguồn gốc xuất xứ, thành phần, lợi ích và cả tác dụng phụ của sản phẩm trước khi cho con cái sử dụng. Chính vì thế nếu lượng thông tin mà người tiêu dùng có càng nhiều, sự tin tưởng vào công dụng của TPCN càng cao thì ý định mua TPCN cho trẻ con của người tiêu dùng càng cao và ngược lại. Hơn nữa chúng ta luôn biết rằng sức khỏe luôn là yếu tố quan trọng nhất đối với con người mà TPCN là một loại sản phẩm liên quan đến sức khỏe nên kiến thức, thông tin về sản phẩm, niềm tin của người tiêu dùng vào lợi ích của nó mang lại sẽ là yếu tố quan trọng nhất tác động vào ý định mua của họ.

Giả thuyết H2: Chuẩn mực chủ quan có tác động thuận chiều (+) đến ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội. Kết quả phân tích dữ liệu đã chỉ ra rằng giả thuyết H2 Sig < 0,05 và hệ số beta đã chuẩn hóa là 0,237. Giả thuyết này được chấp nhận đúng như mong đợi. Kết quả này ủng hộ kết quả trong nghiên cứu của Mitchell và Ring (2010) và O'Connor và White (2010), Phạm Xuân Giang và cộng sự (2020),...Điều này có thể giải thích như sau: Người tiêu dùng Việt Nam nói chung vẫn đề cao sự đánh giá của người khác về hình và luôn mong muốn làm theo

những chuẩn mực xã hội, những điều mà người thân mong đợi. Khi mọi người xung quanh đã tiêu dùng thực phẩm chức năng cho trẻ em thì người tiêu dùng tự cảm thấy mình cũng cần cho con cái của mình sử dụng để đảm bảo sự phát triển tốt nhất cho con cái của mình.

Giả thuyết H3 là: Sự an toàn khi sử dụng sẽ ảnh hưởng ngược chiều (-) tới ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội. Kết quả nghiên cứu đã chứng minh giả thuyết này được chấp nhận vì có sig < 0,05 và có hệ số beta là -0,224. Điều này chứng tỏ sự an toàn khi sử dụng có tác động ngược chiều với ý định mua TPCN. Sự lo lắng về những tác dụng phụ của TPCN đối với sức khỏe của trẻ em là yếu tố kìm hãm ý định mua của các ba mẹ. Điều này là hoàn toàn hợp lý bởi thứ nhất các sản phẩm TPCN là sản phẩm tác động trực tiếp đến cơ thể trẻ nhỏ và phải sử dụng dài hạn tác dụng phụ có thể xảy ra trong tương lai vì vậy có thể có những tác động không lường. Thứ hai thị trường TPCN ở Việt Nam đang phát triển ồ ạt, việc kiểm định chất lượng và nguồn gốc xuất xứ chưa rõ ràng, tình trạng hàng giả hàng nhái tràn lan cũng là một trong những lo ngại về sự an toàn cho trẻ khi sử dụng. Do đó, sự lo ngại về an toàn khi sử dụng càng cao sẽ làm cho ý định mua sản phẩm càng thấp và ngược lại.

Giả thuyết H4 được xây dựng là: Nhận thức về giá cả ảnh hưởng thuận chiều (+) đến ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội. Giả thuyết này hoàn toàn được chấp nhận do kết quả nghiên cứu chỉ ra có hệ số sig < 0,05 và hệ số beta là 0,208. Có nghĩa là nhận thức về giá cả của người tiêu dùng càng cao thì ý định mua TPCN cho trẻ em của người tiêu

dùng càng tăng. Đầu tư cho con cái luôn là điều mà các bậc phụ huynh quan tâm, chỉ cần tốt cho sức khỏe và tương lai của trẻ là các bậc phụ huynh sẵn sàng chi tiền do đó mặc dù sản phẩm TPCN có giá cao nhưng nếu lợi ích công dụng tốt họ sẵn sàng mua. Hơn nữa, với tâm lý thích ngoại cũng như quan niệm giá cao đi với chất lượng tốt của người tiêu dùng Việt nói chung thì người tiêu dùng sẵn sàng chi trả thêm tiền cho sản phẩm có chất lượng tốt đặc biệt là sản phẩm liên quan đến sức khỏe.

4. Kết luận và kiến nghị

Bài viết đã dựa trên cơ sở lý thuyết của mô hình TPB (Ajzen, 1991) kết hợp với sự kế thừa các công trình nghiên cứu trước đó về ý định mua thực phẩm chức năng để xây dựng mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng dành cho trẻ em của người tiêu dùng Hà Nội. Kết quả đã cho thấy trong 4 yếu tố: thái độ đối với thực phẩm chức năng, chuẩn chủ quan, nhận thức về sự an toàn và giá cả thì yếu tố thái độ đối với TPCN có tác động mạnh nhất đến ý định mua của người tiêu dùng Hà Nội, các yếu tố còn lại đều có tác động tuy nhiên nhận thức về sự an toàn có tác động ngược chiều đối với ý định mua TPCN cho trẻ em. Các kết quả này cũng ủng hộ đại đa số các công trình trước đây và đã được thảo luận trong phần thảo luận kết quả nghiên cứu.

Với kết quả nghiên cứu của bài viết này đã cung cấp cho các doanh nghiệp kinh doanh TPCN cho trẻ em có cái nhìn tổng quát về những yếu tố có tác động tới ý định mua của các bậc cha mẹ. Từ đó, có thể xem xét các giải pháp marketing để thay đổi thái độ của người tiêu dùng đối với TPCN.

Thứ nhất: Gia tăng thái độ tích cực về TPCN. Cần xây dựng hệ thống thông tin

trên tất cả các kênh truyền thông giúp người tiêu dùng có nhiều thông tin về sản phẩm, hiểu rõ chức năng, công dụng, cách thức sử dụng, thời điểm sử dụng, liều lượng sử dụng. Mặt khác, có thể tổ chức các buổi Workshop online, talk show có sự tham gia của các bác sĩ trên các kênh trực tuyến để có thể tư vấn về sản phẩm cho người tiêu dùng.

Thứ hai: Giải pháp liên quan đến chuẩn chủ quan. Có thể xem xét việc tổ chức những buổi trải nghiệm và tư vấn sản phẩm theo kiểu hội thảo cả gia đình, bạn bè, đồng nghiệp để mọi thành viên có thể cảm nhận rõ hơn sản phẩm và tự tin hơn khi tiêu dùng.

Thứ ba: Giải pháp về giá cả và khuyến mại. Việc thiết kế các chương trình khuyến mại mua chung cùng với kênh bán hàng trực tiếp thông qua gia đình, bạn bè và người thân sẽ giúp sản phẩm được đón nhận dễ dàng hơn.

Thứ 4: Giải pháp về gia tăng nhận thức về sự an toàn. Cần cung cấp các giấy tờ chứng nhận về an toàn thực phẩm của Bộ y tế để giúp người tiêu dùng yên tâm hơn khi sử dụng. Bên cạnh đó, hiện nay các sản phẩm TPCN đang được bán tràn lan, thật giả lẫn lộn và đặc biệt là sử dụng không có tư vấn của bác sĩ cũng gây ra những hậu quả đáng tiếc. Do vậy, các đơn vị có thể khắc phục bằng cách kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền kiểm soát chặt chẽ hơn về hàng giả hàng nhái, ngoài ra có thể có các kênh youtube hoặc các kênh gián tiếp nào đó có sự tham gia của các chuyên gia và bác sĩ để tư vấn cho người tiêu dùng kỹ lưỡng giúp họ yên tâm khi sử dụng.

Một số kiến nghị: Tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng về vai trò của TPCN: Bên cạnh việc đầu tư vào

chất lượng sản phẩm TPCN, cơ quan chức năng và doanh nghiệp cung ứng cũng cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giới thiệu về vai trò, đặc điểm của TPCN một cách đầy đủ và chính xác nhất để người tiêu dùng có cái nhìn chính xác nhất về sản phẩm này, từ đó “kích cầu” để nâng cơ hội phát triển của lĩnh vực tiềm năng này.

Mặc dù đã đạt được một số kết quả nhất định tuy nhiên bài viết vẫn còn một số hạn chế về mẫu vẫn còn nhỏ N=209, mới chỉ tìm hiểu sự ảnh hưởng của 4 yếu tố: thái độ với TPCN, chuẩn chủ quan, sự an toàn khi sử dụng và nhận thức về giá cả do đó các biến này mới giải thích được 54,2% biến ý định mua TPCN cho trẻ em, mới chỉ nghiên cứu trên địa bàn Hà Nội. Các nghiên cứu sau có thể thực hiện trên phạm vi rộng hơn để có cái nhìn tổng quát hơn và có thể xem xét sự ảnh hưởng của các yếu tố như nhóm tham khảo.

Tài liệu tham khảo Tiếng Việt

1. Dương Thanh Liêm và cộng sự, Thực phẩm chức năng – Sức Khỏe Bền Vững, NXB Khoa Học & Kỹ Thuật.
2. Giang, P.X. and TRÍ, V.M., 2020. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm có thành phần chính là tảo xoắn spirulina của người tiêu dùng thành phố hồ chí minh. *Journal of Science and Technology-IUH*, 46(04).
3. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008. Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS. Tp. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Hồng Đức.
4. PGS.TS Phạm Thị Thu Huyền và cộng sự, 2021: Niềm tin của người tiêu dùng với thực phẩm chức năng: nghiên cứu tại một số tỉnh miền Bắc, *Tạp chí Công thương*, số 7-tháng 3 năm 2021

5. Như, N.T., 2020. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sản phẩm Sâm Ngọc Linh của người tiêu dùng tại thị trường Kon Tum. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính-Marketing*, (57).

6. Nguyễn Thị Ly (2014), Ứng dụng mô hình TPR (Theory of Planned Behavior) nghiên cứu thái độ và ý định mua thực phẩm chức năng của khách hàng tại Đà Nẵng.

7. Nguyễn Thị Thu Hà (2015), Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng của người tiêu dùng tại Đà Nẵng

8. Nguyễn Đình Thọ, 2011. Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. Hà Nội: Nhà xuất bản Lao Động Xã Hội.

9. Lê, N.H.N., 2018. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thực phẩm chức năng của người cao tuổi tại TP Cần Thơ (Doctoral dissertation, Trường Đại học Nam Cần Thơ).

10. Sinh, T.T.T., 2021. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua lại thực phẩm chức năng của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh.

11. Sương, N.T.T., Phương, N.T.T., Khanh, T.T., Đạt, T.V., Nga, Đ.T.K. and Yên, N.T.H., 2021. “phân tích hành vi mua thực phẩm chức năng của người tiêu dùng tại thành phố hồ chí minh”. *Tạp chí Y học Việt Nam*, 502(1).

12. Thảo, H.T.P. and Vân, P.N.T., 2016. Mức độ chấp nhận thực phẩm chức năng của người tiêu dùng. *tạp chí khoa học đại học mở thành phố hồ chí minh-kinh tế và quản trị kinh doanh*, 11(2), pp.19-32.

Tài liệu tham khảo Tiếng Anh

1. Annunziata, A., Vecchio, R. and Kraus, A., 2016. Factors affecting parents' choices of functional foods targeted for children. *International Journal of Consumer Studies*, 40(5), pp.527-535.
2. Ajzen, I., 1991. The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision process*, 50, pp.179-211.
3. D.G. Teresa, and P. Stefano, "The Role of Consumer Acceptance in the Food Innovation Process: Young Consumer Perception of Functional Foods in Italy." *International Journal of Food System Dynamic*, vol. 2, no. 1, pp. 111-122, 2010.
4. Hair Jr., J. F., Haddock, R. L., & Michael, S. Q. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
5. Markovina, J., Cacic, J., Kljusuric, J. G. & Kovacic, D. (2011). Young consumers' perception of functional foods in Croatia. *British food journal*, 113(1), 7-16.
6. Menrad, K. (2003) Market and Marketing of Functional Food in Europe. *Journal of Food Engineering*, 56, 181-188.
7. Mitchell, C. & Ring, E. (2010). Swedish consumers' attitudes and purchase intentions of functional food - A study based on the theory of planned behavior. Master Thesis, UMEA Universitet
8. O'Connor, E.L. & White, K. M. (2010). Willingness to trial functional foods and vitamin supplements: the role of attitudes, subjective norms and dread of risks. *Food quality and preference*, 21(1), 75-81.
9. Oliveira, D., Machín, L., Deliza, R., Rosenthal, A., Walter, E. H., Giménez, A., & Ares, G. (2016). Consumers' attention to functional food labels: Insights from eye-tracking and change detection in a case study with probiotic milk. *LWT-Food Science and Technology*, 68, 160-167.
10. Ozen, A. E., Pons, A., & Tur, J. A. (2012). Worldwide consumption of functional foods: a systematic review. *Nutrition Reviews*, 70(8), 472-481.
11. Rezai, G., Teng, P. K., Mohamed, Z. & Shamsudin, M. N. (2012). Functional food knowledge and perceptions among young consumers in Malaysia. *International journal of economics and management sciences*. 6(3), 2012.
12. Urala, N. (2005). *Functional food in Finland*. VTT publication
13. Schnettler, B., Horacio Miranda, German Lobos, Jose Sepulveda, Ligia Orellana, Marcos Mora, & Klaus Grunert (2015), "Willingness to purchase functional foods according to their benefits", *British Food, Journal*, Vol. 117 Iss 5 pp. 1453 – 1473
14. Valls, J., Pasamontes, N., Pantaleón, A., Vinaixa, S., Vaqué, M., Soler, A., Millán, S. & Gómez, X. (2013). Prospects of functional foods/nutraceuticals and markets. In *Natural Products* (pp. 2491-2525). Springer Berlin Heidelberg.
15. Van Kleef, E., Van Trijp, H. C., Luning, P., & Jongen, W. M. (2002). Consumer-oriented functional food development: how well do functional disciplines reflect the 'voice of the consumer'? *Trends in Food Science &*

Technology, 13(3), 93-101.

16. Verbeke, W. (2005). Consumer acceptance of functional foods: Sociodemographic, cognitive and attitudinal determinants. *Food Quality and Preference*, 16, 45–57.

17. Verbeke, W. (2006). Functional

foods: Consumer willingness to compromise on taste for health? *Food Quality and Preference*, 17, 126–131.

18. Weststrate, J.A., Geert van Poppel, P. M. S. Verschuren (2002), Functional foods, trends and future, *British Journal Of Nutrition* 88 Suppl 2(S2): S233-5.

Anh Nguyễn, Chi Đặng, Huy Nguyễn, Trang Nguyễn, Trâm Lưu (2023) Nghiên cứu ảnh hưởng của xuất khẩu Trung Quốc tới xuất khẩu Việt Nam. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 88-100

Đặc san Nghiên cứu Chính sách và Phát triển

© Học viện Chính sách và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Nghiên cứu ảnh hưởng của xuất khẩu Trung Quốc tới xuất khẩu Việt Nam

**Nguyễn Thị Huyền Anh, Đặng Phạm Lan Chi,
Nguyễn Xuân Huy, Nguyễn Thị Hà Trang, Lưu Bảo Trâm**

Nhóm sinh viên Viện Đào tạo quốc tế, Học viện Chính sách và Phát triển

Ngày nhận bài:
04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:
20/03/2023

Ngày duyệt bài:
26/04/2023

Tóm tắt

Trong những năm gần đây, xuất khẩu đóng vai trò ngày càng quan trọng trong tăng trưởng kinh tế Việt Nam, trong đó thương mại với Trung Quốc chiếm một tỉ trọng rất lớn. Tuy vậy, hoạt động xuất khẩu của Trung Quốc có thể có những ảnh hưởng trái chiều tới hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Theo mô hình H-O, xuất khẩu của Trung Quốc có thể lấn át xuất khẩu Việt Nam do cùng có lợi thế về lao động giá rẻ. Ngược lại, theo lý thuyết phân mảnh sản xuất, xuất khẩu Trung Quốc có thể bổ sung và làm tăng xuất khẩu Việt Nam khi cùng tham gia trong một chuỗi giá trị toàn cầu. Kết quả nghiên cứu cho thấy các mặt hàng có lợi thế so sánh bộc lộ (RCA) của Việt Nam và Trung Quốc là không hoàn toàn giống nhau, tức là không hoàn toàn có sự thay thế cho nhau. Kết quả hồi quy cũng chỉ ra xuất khẩu của Trung Quốc có tác động tích cực đến xuất khẩu của Việt Nam.

Mã số: ĐS080223

Từ khóa: *Chỉ số RCA, Việt Nam-Trung Quốc, Xuất khẩu.*

Abstract:

In recent years, exports have played an ever-increasing role in Vietnam's economic development, with trade with China accounting for a significant portion. However, the effects of China's exports on Vietnam's exports can be varied. Due to the mutual advantage of inexpensive labor, the H-O model predicts that China's exports will surpass Vietnam's. In contrast, the production fragmentation theory posits that Chinese exports can complement and boost Vietnamese exports when both countries participate in a global value

chain. The findings of this study indicate that the revealed comparative advantages (RCA) of Vietnam and China are not entirely the same or interchangeable. The regression results also indicate that China's exports positively influence Vietnam's export growth.

Keywords: *RCA, Vietnam-China, Export.*

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hoá kinh tế hiện nay, hoạt động xuất

khẩu đóng vai trò quan trọng trong quá trình tăng trưởng kinh tế của nhiều quốc gia. Mặc dù có quá trình mở cửa hội nhập khá muộn song Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng trong việc đẩy mạnh hoạt động ngoại thương nói chung và xuất khẩu nói riêng. Trong số gần 200 đối tác thương mại của Việt Nam hiện nay, Trung Quốc có vai trò đặc biệt quan trọng bởi đây không chỉ là nước láng giềng với quy mô thị trường hàng đầu thế giới đồng thời cũng là đối tác thương mại song phương lớn nhất của Việt Nam trong khoảng hơn hai thập kỷ trở lại đây.

Trải qua hơn 30 năm bình thường hóa quan hệ và hơn 20 năm phát triển “quan hệ hợp tác đối tác chiến lược toàn diện”, Việt Nam đã tích cực, chủ động xây dựng mối quan hệ hợp tác giữa hai quốc gia. Năm 2018, kim ngạch thương mại song phương Việt Nam - Trung Quốc đạt 106,7 tỷ USD, tăng hơn 3.300 lần so năm 1991. Năm 2020 kim ngạch thương mại hai chiều của Việt Nam và Trung Quốc trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19 vẫn đạt hơn 44,35 tỷ USD, tăng gần 2% so với cùng kỳ năm 2019. Trung Quốc là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam cả về kim ngạch xuất khẩu và nhập khẩu. Năm

2021, trong kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, Trung Quốc chiếm khoảng 17% tương đương khoảng 55.9 tỷ USD và đạt khoảng 36% tương đương gần 110 tỷ USD trong kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam - là quốc gia chiếm tỉ trọng lớn nhất trên toàn thế giới.

Tuy nhiên, với vai trò là công xưởng thế giới, Trung Quốc là một trong những quốc gia lớn cung cấp nguồn nguyên liệu, linh-phụ kiện cho nhiều ngành công nghiệp nên hoạt động sản xuất của Trung Quốc có nhiều thế mạnh về quy mô, giá cả; điều đó có tác động mạnh mẽ đến các đối tác tiếp sau trong chuỗi sản xuất và Việt Nam cũng là một quốc gia chịu sự tác động đáng kể trong thị trường xuất khẩu thế giới. Mặt khác, cùng với những thế mạnh vốn có của mình về quy mô, giá cả, nhân công, chi phí vận chuyển, v.v. Trung Quốc cũng là một trong những đối thủ cạnh tranh của Việt Nam tại nhiều thị trường nhập khẩu. Vì vậy, nghiên cứu này chuyên sâu nào theo hướng so sánh lợi thế cạnh tranh các nhóm/ngành hàng của hai quốc gia và xem xét tác động của hoạt động xuất khẩu Trung Quốc đến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam.

Liên quan đến chủ đề quan hệ thương mại giữa Việt Nam và nước láng giềng đã có nhiều công trình nghiên cứu, trong đó tiêu biểu là một số công trình như của Vũ Tuyết Lan (2008) trong “Quan hệ thương mại Việt Nam -Trung Quốc” đã phân tích quan hệ thương mại Việt – Trung, trung tâm làm rõ thực trạng, quá trình phát triển, thành tựu và nguyên nhân dẫn đến hạn chế đồng thời đề xuất giải pháp hoàn thiện hệ thống chính sách phù hợp cho việc phát triển quan hệ thương mại giữa hai nước hay Trần Toàn Thắng và cộng sự (2016)

phân tích sự phụ thuộc Việt Nam - Trung Quốc dựa trên nhiều khía cạnh như văn hoá, thương mại, đầu tư hay Nguyễn Thị Ngà (2019) và cộng sự trong đề tài “Đánh giá lợi thế so sánh bộc lộ của Việt Nam với Malaysia và Thái Lan” đã đánh giá thông qua lợi thế so sánh RCA giữa Việt Nam và hai quốc gia trên để chỉ ra chiến lược, bước đi thành công của các quốc gia đó và rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

Từ việc tổng quan các nghiên cứu có liên quan trên, có thể thấy rất nhiều tác giả quan tâm đến chủ đề và các công trình nghiên cứu đã công bố đề cập chuyên sâu đến quan hệ thương mại Việt - Trung hoặc xu hướng công nghiệp hoá quốc gia. Tuy vậy, vẫn còn ít công trình nghiên cứu về tác động thay thế và bổ sung trong mối quan hệ hàng hoá xuất khẩu của hai quốc gia. Do vậy, nghiên cứu này tập trung tìm hiểu khoảng trống nói trên.

2. Phương pháp nghiên cứu

Mô hình Heckscher-Ohlin (H-O)

Mô hình Heckscher-Ohlin nhấn mạnh sự khác biệt về nguồn nhân lực (lao động, nguồn vốn, đất đai) là nguồn gốc của ngoại thương. Mô hình này cho thấy rằng lợi thế so sánh của một quốc gia được quyết định bởi: (i) Sự dồi dào tương đối các yếu tố sản xuất của một nước; (ii) sự thâm dụng tác dụng các yếu tố tương đối của một loại hàng hoá.

Do đó theo lý thuyết này, nếu hai quốc gia có cùng đặc điểm sản xuất, ví dụ như cùng dồi dào về lao động, thì lợi thế của các quốc gia là tương tự như nhau. Do vậy xuất khẩu của hai quốc gia có thể là cạnh tranh và thay thế cho nhau. Như vậy, với hai quốc gia có cùng đặc điểm sản xuất, khi xuất khẩu của quốc gia này tăng lên, chiếm lĩnh thị trường, thì xuất khẩu của quốc gia

kia giảm xuống.

Theo cách tiếp cận này, nếu Việt Nam và Trung Quốc là các quốc gia có nhiều điểm tương đồng trong sản xuất về lao động, thường tập trung sản xuất các mặt hàng thâm dụng lao động, thì xuất khẩu của Trung Quốc sẽ có tác dụng thay thế cho xuất khẩu của Việt Nam, và khi xuất khẩu Trung Quốc tăng lên, xuất khẩu của Việt Nam có thể bị giảm xuống.

Lý thuyết Production Fragmentation Network

Lý thuyết lại cho rằng một hàng hoá có thể được sản xuất ở nhiều quốc gia khác nhau và các quốc gia có cùng lợi thế sản xuất (cùng một hàng hoá) không hoàn toàn thay thế cho nhau mà có thể cùng tham gia sản xuất ở nhiều công đoạn khác nhau để tạo ra sản phẩm.

Theo cách tiếp cận này, kể cả khi Việt Nam và Trung Quốc là các quốc gia có cùng lợi thế trong sản phẩm cùng tham gia vào một chuỗi giá trị toàn cầu, thì xuất khẩu của Trung Quốc sẽ có thể bổ sung cho xuất khẩu của Việt Nam và ngược lại.

Cụ thể, thương mại hai chiều Việt Nam - Trung Quốc tiếp tục có bước phát triển đáng kể, đạt 147,7 tỷ USD (tháng 10 năm 2022). Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của Việt Nam, chỉ sau Mỹ với kim ngạch xuất khẩu 10 tháng đạt 47 tỷ USD, đồng thời là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam, với 100,7 tỷ USD, nhập siêu 10 tháng từ Trung Quốc là 53,7 tỷ USD, tăng 18,8% so với cùng kỳ năm trước.

Mô hình và các biến nghiên cứu

Như vậy, với các cách tiếp cận khác nhau có thể thấy xuất khẩu Trung Quốc và xuất khẩu Việt Nam có thể có mối tương

quan với nhau theo hướng thuận (ngược) chiều. Khi xuất khẩu Trung Quốc tăng có thể làm giảm xuất khẩu Việt Nam theo hướng thay thế, nhưng cũng có thể nếu xuất khẩu Trung Quốc tăng sẽ giúp tăng xuất khẩu Việt Nam.

Từ các lý thuyết nói trên, để xem xét tác động của xuất khẩu Trung Quốc tới xuất khẩu của Việt Nam, nghiên cứu đưa ra mô hình hồi quy OLS cho mô hình như sau:



Hình 2.1: Mô hình các biến nghiên cứu

Phương pháp tính Lợi thế so sánh bộc lộ (RCA)

Nhằm mục đích so sánh lợi thế trong sản xuất giữa hai quốc gia Việt Nam-Trung Quốc, nhóm nghiên cứu đi sâu vào phân tích chỉ số lợi thế so sánh bộc lộ RCA dựa trên bộ dữ liệu SITC 2 chữ số. Công thức RCA được tính theo nghiên cứu của Balassa (1965).

$$RCA_{ij} = \frac{\frac{X_{ij}}{X_i}}{\frac{X_{wj}}{X_w}}$$

Trong đó:

- RCA_{ij} là chỉ số lợi thế so sánh hiện hữu đối với hàng hóa j trong nước i
- X_{ij} là xuất khẩu của hàng hóa j trong nước i
- X_i là tổng kim ngạch xuất khẩu của nước i
- X_{wj} là tổng giá trị xuất khẩu của hàng hóa j của thế giới
- X_w là tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới

Các số liệu xuất khẩu được lấy theo 66

nhóm hàng, tính toán RCA được tính cho từng nhóm hàng, theo từng năm cho Việt Nam và cho Trung Quốc.

Các số liệu này được phân loại thành 05 nhóm bao gồm: nhóm có $0 < RCA \leq 1$, nhóm có $1 < RCA \leq 2$, nhóm có $2 < RCA \leq 6$, nhóm có $6 < RCA \leq 10$ và nhóm có $RCA \geq 10$.

Phương pháp tính chỉ số RCA cho thấy, nếu chỉ số RCA của mặt hàng nào càng lớn thì mặt hàng đó càng có lợi thế so sánh bộc lộ, tức là mặt hàng đó có vai trò quan trọng và có lợi thế trong hoạt động xuất khẩu của quốc gia.

3. Kết quả nghiên cứu

Lợi thế so sánh Việt Nam và Trung Quốc

Dựa vào bảng kết quả phân tích RCA của Việt Nam và bảng kết quả phân tích RCA của Trung Quốc, nhóm nghiên cứu thu thập được bảng đối chiếu chỉ số RCA của các ngành hàng nổi bật như sau:

Bảng 1: RCA trung bình giai đoạn 2008-2021 đối với một số ngành hàng nổi bật của Việt Nam

TT	Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	RCA trung bình Việt Nam 2008-2021	RCA trung bình Trung Quốc 2008-2021
1	03	Cá (không phải động vật có vú biển), động vật giáp xác, động vật nhuyễn thể và động vật không xương thủy sản và các chế phẩm của chúng	6.58	1.11
2	04	Ngũ cốc và chế biến ngũ cốc	2.56	0.08
3	07	Cà phê, trà, cacao, gia vị và các sản phẩm của chúng	5.11	0.25
4	23	Cao su thô (bao gồm tổng hợp và tuyển dụng)	6.26	0.14
5	24	Cork và gỗ	2.25	0.13
6	65	Sợi dệt, vải, hàng trang trí, n.e.s. và các sản phẩm liên quan	1.98	2.78
7	82	Nội thất và các bộ phận của chúng; giường, nệm, đệm nệm, đệm và các đồ nội thất tương tự	3.48	2.56
8	83	Hàng du lịch, túi xách và các vật chứa tương tự	3.77	3.6
9	84	Mặt hàng quần áo và phụ kiện quần áo	5.03	2.93
10	85	Giày dép	10.02	3.05

Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam rất đa dạng, tuy nhiên chỉ có khoảng 10 mặt hàng có lợi thế so sánh cao vượt bậc. Trong đó chiếm tỷ lệ cao nhất trong các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam là giày dép, hàng dệt may; tiếp theo là các mặt hàng đồ khô, hàng thủy sản, gỗ...

Trong giai đoạn 2008-2021, có thể thấy

các ngành hàng có chỉ số RCA cao và đang dẫn đầu về lợi thế so sánh của Việt Nam như nhóm ngành 0 (Thực phẩm, động vật tươi sống) và 8 (Hàng chế tác hỗn hợp) thì hoàn toàn không phải là thế mạnh của Trung Quốc. Đối với những nhóm hàng Việt Nam có lợi thế, RCA các nhóm này của Trung Quốc lại không cao. Cụ thể như ngành 03 - Cá và các chế phẩm và 23- Cao

su thô của Việt Nam có chỉ số RCA trung bình cao gấp 6 lần Trung Quốc, hay chỉ số RCA trung bình nhóm 85 - Giày dép của Việt Nam đạt 10.02 trong khi Trung Quốc chỉ đạt 3.05 trong giai đoạn trên. Như vậy có thể thấy các mặt hàng Việt Nam có lợi thế so sánh trong xuất khẩu, không hẳn là những mặt hàng có thế mạnh của Trung Quốc.

Trong giai đoạn trên, Việt Nam có sự thay đổi đáng ghi nhận như sự xuất hiện của một số ngành thâm dụng vốn như 24-Cork và gỗ và 84-Mặt hàng quần áo và phụ kiện quần áo. Một số ngành có RCA cao nhất và duy trì trong vị trí là các ngành thuộc nhóm 0 (03-Cá tươi bảo quản, 04-Ngũ cốc, 07-Cà phê), nhóm 2 (23-Cao su thô, 24- Cork và gỗ), nhóm 8 (82-Nội thất, 83-Hàng du lịch, 84-Mặt hàng quần áo và

phụ kiện quần áo, 85- Giày dép). Những nhóm hàng nêu trên có tỉ trọng xuất khẩu đều đang có xu hướng giảm dần so với Thế Giới, tuy nhiên đó vẫn là các ngành nổi bật và có lợi thế cạnh tranh so với Trung Quốc.

Bên cạnh những ngành có RCA có xu hướng giảm, các ngành thuộc nhóm 06-Hàng chế tác và nhóm 07-Máy móc, thiết bị vận tải lại có xu hướng tăng. Nổi bật là ngành 76-Viễn thông, đến năm 2021, RCA của ngành này tăng gấp 7 lần so với năm 2008. Điều này cũng phản ánh hiện trạng đầu tư trực tiếp của nước ngoài vào hai lĩnh vực này tăng mạnh trong những năm qua. Như đầu tư của Samsung vào lĩnh vực sản xuất điện thoại và linh kiện, hay dự án đầu tư của Intel vào nhà máy sản xuất chip máy tính.

Bảng 2: RCA trung bình giai đoạn 2008-2021 đối với một số ngành hàng nổi bật của Trung Quốc

STT	Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	RCA trung bình Trung Quốc 2008-2021	RCA trung bình Việt Nam 2008-2021
1	65	Sợi dệt, vải, hàng trang trí, n.e.s và các sản phẩm liên quan	2.78	1.98
2	69	Sản xuất kim loại, n.e.s	1.66	0.62
3	75	Máy văn phòng và máy xử lý số liệu tự động	3.15	1.24
4	76	Viễn thông và thiết bị, thiết bị ghi và tái tạo âm thanh	3.01	4.11
5	81	Các tòa nhà tiền chế; thiết bị và phụ kiện vệ sinh, đường nước, sưởi ấm và chiếu sáng, n.e.s	3.11	0.48
6	82	Nội thất và các bộ phận của chúng; giường, nệm, đệm nệm,	2.56	3.48

STT	Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	RCA trung bình Trung Quốc 2008-2021	RCA trung bình Việt Nam 2008-2021
		nệm và các nội thất tương tự		
7	83	Hàng du lịch, túi xách và các vật chứa tương tự	3.6	3.77
8	84	Mặt hàng quần áo và phụ kiện quần áo	2.93	5.03
9	85	Giày dép	3.05	10.02
10	89	Các mặt hàng được sản xuất khác, n.e.s	1.86	0.94

Trong giai đoạn 2008-2021, nhìn chung đa số các ngành hàng có chỉ số RCA cao ở Trung Quốc có lợi thế so sánh ở mức thấp-trung bình, và không có lợi thế vượt trội so với Việt Nam. Các ngành hàng 75-Máy văn phòng và máy xử lý số liệu, 76-Viễn thông và thiết bị, 81-Các tòa nhà tiền chế, thiết bị phụ kiện, 83-Hàng du lịch, 85-Giày dép là các mặt hàng có chỉ số RCA nổi bật với $RCA > 3$, nhưng chỉ có ngành 75, 81 có lợi thế so sánh hơn so với Việt Nam. Đặc biệt, ngành hàng 83 ngành có lợi thế nhất trong giai đoạn 2008-2013, sau đó có xu hướng giảm dần từ 4.06 vào năm 2013 xuống còn 2.43 vào năm 2021.

Trung Quốc mặc dù là nước có kim ngạch xuất khẩu dệt may lớn nhất (chiếm 31,39% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may trên toàn thế giới) nhưng cũng chỉ có lợi thế so sánh ở mức trung bình, 2.78- gấp 1,4 lần so với RCA dệt may Việt Nam. Các ngành hàng 76-Viễn thông và thiết bị, thiết bị ghi và tái tạo âm thanh và 83-Hàng du lịch, túi xách và các vật chứa tương tự đang có sự cạnh tranh với Việt Nam nhưng đang dần mất ưu thế.

Từ đó có thể thấy mặc dù cùng là hai quốc gia cùng có lợi thế về lao động chi phí giá rẻ nhưng lại có sự khác nhau nhất định trong xu hướng xuất khẩu của 2 quốc gia, nên tác động của xuất khẩu Trung Quốc tới xuất khẩu Việt Nam theo chiều hướng như thế nào là chưa rõ ràng. Mô hình hồi quy ở những phần sau sẽ giúp làm rõ hơn mối quan hệ thương mại Việt-Trung.

Ảnh hưởng của xuất khẩu Trung Quốc tới xuất khẩu Việt Nam

Những kết quả hồi quy trên từ phần mềm Eviews đã cho kết quả ước lượng ảnh hưởng của xuất khẩu hàng hóa Trung Quốc tới xuất khẩu hàng hóa Việt Nam theo cả phương pháp OLS cho dữ liệu thời gian và theo phương pháp OLS, FEM và REM cho dữ liệu bảng với 10 nhóm hàng. Mô hình nghiên cứu:

$$\text{Xuất khẩu Việt Nam} = \alpha + \beta_1 \cdot \text{Xuất khẩu TQ} + \beta_2 \cdot \text{GDPVN} + \beta_3 \cdot \text{GDPcapita} + \beta_4 \cdot \text{DS} + \beta_5 \cdot \text{CPI} + \beta_6 \cdot \text{TG (VNĐ/USD)} + \beta_7 \cdot t \quad (1)$$

Nhóm nghiên cứu tiến hành dùng chương trình Eviews để ước lượng tham số cho mô hình với mô hình hồi quy ban đầu gồm các biến có trong mô hình nghiên cứu và những biến trễ của XKVN và XKQT ở năm 2007. Để tăng độ chính xác cho mô

hình nghiên cứu nhóm tác giả tiến hành thêm bớt những biến kiểm soát nhằm thấy rõ về mức độ ảnh hưởng của biến độc lập XKQT đến biến phụ thuộc XKVN cụ thể dưới bảng sau đây.

Bảng 3: Kết quả ảnh hưởng của Xuất khẩu Trung Quốc tới Xuất khẩu Việt Nam - mô hình (1)

Biến độc lập/ Biến kiểm soát	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
XKQT	0.04 * (0.019)	0.043 * (0.02)	0.053 ** (0.021)	0.06 *** (0.014)
XKVN₋₁	- -	- -	0.446 (0.337)	0.902 ** (0.275)
XKQT₋₁	- -	- -	- -	-0.063 ** (0.022)
GDPVN	559.407 (338.615)	- -	- -	- -
GDPcapita	- -	41504.45 (40395.15)	23829.04 (40696.93)	-62404.46 (40344.83)
CPI	-1339.246 * (632.51)	-1419.552 * (681.381)	-1531.303 * (653.027)	905.94 (948.306)
DS	37870.77 (54579.65)	38623.06 (58467.67)	63098.25 (58562.21)	71661.78 (3931571)
TG	-7.802 (5.968)	-8.145 (6.767)	0.938 (9.406)	3.587 (6.362)
t	-18236.05 (51402.27)	15314.68 (54993.98)	-47769.53 (57732.66)	-58904.56 (38839.79)
Constant	33543411 (98501074)	27628538 (1.05E+08)	90531604 (1.11E+08)	1.12E+08 (74572474)

Với mức ý nghĩa

(*) $0.05 < p < 0.1$

(**) $0.01 < p < 0.05$

(***) $p < 0.01$

Kết quả ước lượng 4 mô hình trên bảng 3 cho thấy biến XKQT đều có dấu dương và ở mức ý nghĩa 90% - 99% tức là XKQT có ảnh hưởng cùng chiều với

XKVN. Ngoài ra, có thể thấy những biến kiểm soát như CPI cũng có mối tương quan lớn đối với XKVN.

Nhóm nghiên cứu sẽ sử dụng các giá trị logarit tự nhiên của các biến và tiến hành hồi quy để giảm sự chênh lệch giá trị giữa các biến và đưa ra kết quả với tính chính xác cao hơn với mô hình nghiên cứu:

$$\ln(\text{Xuất khẩu Việt Nam}) = \alpha + \beta_1.\ln(\text{Xuất khẩu TQ}) + \beta_2.\ln(\text{GDPVN}) + \beta_3.\ln(\text{GDPcapita}) + \beta_4.\ln(\text{Dân số}) + \beta_5.\ln(\text{CPI}) + \beta_6.\ln(\text{Tỷ giá VND/USD}) + \beta_7.t \quad (2)$$

Bảng 4: Mô hình hồi quy OLS cho ảnh hưởng của xuất khẩu Trung Quốc tới xuất khẩu Việt Nam

– mô hình (2)

Biến độc lập/ Biến kiểm soát	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
LnXKTQ	0.705 ** (0.238)	0.705 ** (0.238)	0.591 * (0.263)	0.7 ** (0.014)
LnXKVN₋₁	- -	- -	-0.307 (0.306)	0.097 (0.41)
LnXKTQ₋₁	- -	- -	- -	-0.519 (0.377)
LnGDPVN	-0.124 (0.428)	- -	- -	- -
LnGDPcapita	- -	-0.124 (0.428)	-0.324 (0.471)	-0.746 (0.536)
LnCPI	0.121 (0.441)	0.121 (0.441)	0.901 (0.893)	1.542 (0.955)
LnDS	52.545 ** (17.489)	52.545 ** (17.489)	55.677 ** (17.608)	50.59 ** (16.843)
LnTG	-0.13 (0.861)	-0.13 (0.861)	-0.557 (9.406)	-0.27 (0.92)
t	-0.428 ** (0.168)	-0.428 ** (0.168)	-0.425 ** (0.168)	-0.41 ** (0.157)
Constant	627.988 ** (255.429)	627.988 ** (255.429)	612.229 * (225.75)	600.854 * (238.795)

Từ báo cáo Eviews bảng 4 ta thấy biến LnXKTQ cũng mang dấu dương và với những mức ý nghĩa từ 90% - 95%. Điều này càng thấy rõ hơn sự ảnh hưởng của XKQT đến XKVN trong giai đoạn từ năm 2008 đến 2021.

Kết quả chạy mô hình hồi quy theo dữ liệu bảng cho 10 nhóm hàng

Nhóm nghiên cứu sử dụng Dữ liệu bảng theo các nhóm hàng 1 chữ số trong giai đoạn từ năm 2008 đến năm 2021 để tiến hành chạy mô hình qua phần mềm Eviews và thu được kết quả như sau:

**Bảng 5: Mô hình xuất khẩu của Trung Quốc tới xuất khẩu Việt Nam
theo 10 nhóm hàng**

Biến độc lập/ Biến kiểm soát	Pooled OLS	Fixed Effect	Random Effect
XKTQ	0.068 *** (0.008)	0.141 *** (0.008)	0.098 *** (0.006)
GDPcapita	604016.2 (18134358)	-6272883 (12126867)	-2241785 (12187820)
CPI	-193306.7 (305720.6)	-309704.9 (204445.7)	-241474.6 (205471.4)
DS	9471589 (19530849)	25257638 * (13153227)	16004185 (13165020)
TG	29.524 (2299.222)	1769.399 (1612.944)	749.52 (1616.041)
t	-6349716 (19209031)	-20659717 (12918990)	-12271492 (12940769)
Constant	1.19E+10 (3.69E+10)	3.93E+10 (2.48E+10)	2.33E+10 (2.49E+10)
R-squared	0.791	0.9131	0.715

Kết quả ước lượng mô hình ở bảng 5 cho thấy biến độc lập là xuất khẩu 10 nhóm hàng của Trung Quốc có ảnh hưởng tới xuất khẩu Việt Nam ở mức ý nghĩa thống kê 99%. Hệ số xác định bội hiệu chỉnh (R^2) ở khoảng 71,5 – 91,3% cho thấy có tới trên 70% sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng của Việt Nam là do các yếu tố trong mô hình quyết định.

Trong cả 3 mô hình OLS, FEM và REM, hệ số β_1 đều mang dấu dương cho thấy kết quả nhất quán với mô hình hồi quy OLS ở trên. Như vậy, bước này có thể khẳng định rằng xuất khẩu của Trung Quốc có tác động bổ sung tới xuất khẩu của Việt Nam.

Một số kết luận chính

Có thể thấy, mặc dù chứng kiến nhiều

biến động trong giai đoạn 2008-2021, xuất khẩu của Việt Nam và Trung Quốc đều đã chứng minh được thế mạnh của mình sau 13 năm hội nhập kinh tế quốc tế.

(1) Xuất khẩu đều đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế của Việt Nam và Trung Quốc; tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và Trung Quốc đều tăng trưởng tích cực theo thời gian.

(2) Việt Nam có một số nhóm ngành có chỉ số RCA nổi bật hơn Trung Quốc và ngược lại. Ví dụ trong khi VN có lợi thế ở những nhóm ngành là 07-Cà phê, trà, cacao và 23-cao su thô thì đây lại là những nhóm ngành mà TQ không có lợi thế, tuy nhiên TQ lại có lợi thế hơn nước ta ở những nhóm hàng liên quan đến máy móc như nhóm hàng số 75. Ngoài ra, Việt Nam

và Trung Quốc cũng đang cạnh tranh trực tiếp với nhau ở một số ngành hàng nhất định, nổi bật là nhóm ngành số 76-viễn thông; 83-Hàng du lịch, túi xách; 85-Giày dép.

(3) Từ kết quả của các mô hình hồi quy cho thấy rằng hoạt động xuất khẩu Trung Quốc có ảnh hưởng cùng chiều hướng với hoạt động xuất khẩu Việt Nam, tức là có thể thấy sự ảnh hưởng của xuất khẩu Trung Quốc đến xuất khẩu Việt Nam là theo hướng bổ sung nhiều hơn là thay thế.

4. Một số đề xuất giải pháp/Kiến nghị

Đề tận dụng được cơ hội, vượt qua thách thức, cần có những giải pháp đồng bộ và đột phá nhằm phát triển bền vững xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2030, trong đó, cần tập trung vào một số giải pháp chính như sau: (i) Chính phủ cần có những chính sách tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Trung Quốc trên cơ sở khai thác lợi thế của Việt Nam, đặc biệt khuyến khích xuất khẩu chính ngạch và các mặt hàng chế biến sâu, có giá trị gia tăng cao; (ii) Việt Nam cần chú ý học hỏi thêm kinh nghiệm của các quốc gia khác đồng thời hoàn thiện hướng đi cho những nhóm đó trong dài hạn với những nhóm hàng có chỉ số RCA thấp; (iii) Cải thiện lợi thế so sánh và sự tham gia của Việt Nam trong GVC ngành thực phẩm, cần tập trung vào ba trụ cột chính, bao gồm chế biến (thực hiện các nhiệm vụ cụ thể tốt hơn), sản phẩm (tạo ra sản phẩm có chất lượng tốt hơn, phức tạp hơn hoặc có giá thành cao hơn) và chức năng; (iv) Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia trong xuất khẩu hàng hóa.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Công Thương (2022); *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2021*.

2. Lương Thị Thu Nga (2008); *Pháp luật của tổ chức thương mại thế giới (WTO) về hàng rào thương mại phi thuế quan*.

3. Mai Thế Cường (2005); *Diễn giải mới về chỉ số lợi thế so sánh hiện hữu của Việt Nam trong ASEAN*.

4. Nguyễn Khắc Hiền (2015); *Hàng rào phi thuế quan theo quy định của pháp luật quốc tế và việc vận dụng để quản lý hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc vào Việt Nam*.

5. Nguyễn Thị Hương (2020); *Xác định các ngành có lợi thế so sánh của Việt Nam*.

6. Nguyễn Thị Vân Nga (2021); *Tác động của giao động tỷ giá hối đoái đến cán cân thương mại Việt Nam*.

7. Nguyễn Thị Nga, Nguyễn Duy Thái Hà, Chu Phạm Đăng Quang, Trần Thị Thúy (2019); *Đánh giá lợi thế so sánh bộ lọc của Việt Nam so với Malaysia và Thái Lan*.

8. Nguyễn Thị Thúy (2021); *Quan hệ Việt Nam – Trung Quốc trên lĩnh vực kinh tế giai đoạn 2008-2021*.

9. Vũ Tuyết Lan (2008); *Quan hệ thương mại Việt Nam – Trung Quốc*.

10. Trần Toàn Thắng; Phạm Sĩ Thành; Nguyễn Ngọc Anh; Lê Phan; Nguyễn Việt Tùng; Nguyễn Thị Kim Chi (2016); *Phụ thuộc kinh tế giữa Việt Nam-Trung Quốc*.

11. Tổng cục Hải quan (2022); *Bức tranh xuất nhập khẩu và đầu tư nước ngoài của Việt Nam năm 2021*.

12. Daisuke Hiratsuka (2008); *Production Fragmentation and Networks in East Asia characterized by Vertical Specialization*.

13. Deloitte (2018); *Vietnam Customs and Global Trade Alert.*

14. Runhua Shi, and Jerry W. McLarty(2009); *Descriptive statistics;*

Annals of Allergy, Asthma & Immunology.

15. United Nations Conference on Trade and Development (2005); *Determinants of Export Performance 2.*

Vọng Đỗ (2023) Nhân tố ảnh hưởng và tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động quản lý nhà nước về đấu thầu mua sắm công ở Việt Nam. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 100- 116

*Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển*

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo Khoa học

Nhân tố ảnh hưởng và tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động quản lý nhà nước về đấu thầu mua sắm công ở Việt Nam

Đỗ Kiến Vọng (TS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: dokienvong@apd.edu.vn

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Tóm tắt:

Ở nước ta hàng năm nhu cầu mua sắm công rất lớn để duy trì và phục vụ cho hoạt động quản lý, phát triển của các cơ quan nhà nước, tuy nhiên đây cũng là một lĩnh vực nhạy cảm dễ nảy sinh tiêu cực, tham nhũng, lãng phí. Đấu thầu mua sắm công (ĐTMSC) là phương thức tối ưu được hầu hết các quốc gia nói chung và Việt Nam nói riêng sử dụng để quản lý hoạt động mua sắm công và chi tiêu ngân sách của Chính phủ. Tuy nhiên trong thời gian vừa qua, nhiều bất cập và hạn chế còn tồn tại trong lĩnh vực Quản lý nhà nước về Đấu thầu mua sắm công (QLNN về ĐTMSC) như tình trạng hệ thống pháp luật còn thiếu chặt chẽ, buông lỏng trong hoạt động kiểm tra, giám sát, tình trạng tham nhũng, lãng phí, hiện tượng quân xanh – quân đỏ... Do vậy, nghiên cứu và làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn công tác QLNN về ĐTMSC, chỉ ra những nhân tố ảnh hưởng và tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động quản lý nhà nước về đấu thầu mua sắm công là rất cần thiết để qua đó giúp đổi mới, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý trong thời gian tới.

Mã số: ĐS090223

Từ khóa: *quản lý nhà nước, đấu thầu mua sắm công*

Abstract:

Despite the enormous demand for public procurement to support and maintain state agencies' management and development activities in Vietnam, it is a sensitive area prone to corruption and extravagance. Public procurement bidding is the optimal method for managing public procurement and government spending in the majority of countries, including

Vietnam. In the field of State management of public procurement, however, there are still many shortcomings, such as the state of the legal system, laxity in inspection and supervision activities, corruption, lavishness, and bid rigging. Therefore, it is of the utmost importance to investigate and clarify the theoretical and practical foundations of state management of public procurement, highlighting the influencing factors and evaluation criteria for state management of public procurement, thus contributing to innovation and enhancing the future effectiveness and efficiency of management.

Keywords: *state management, public procurement*

1. Quản lý nhà nước về Đấu thầu mua sắm công

1.1. Khái niệm

Xuất phát từ đặc trưng của quản lý nhà nước, về cơ bản chúng ta có thể hiểu khái niệm QLNN về ĐTMSC theo nghĩa như sau: “Quản lý nhà nước về Đấu thầu mua sắm công là sự tác động có tổ chức bằng quyền lực nhà nước đối với hoạt động đấu thầu mua sắm công của các cơ quan nhà nước để định hướng hoạt động đấu thầu mua sắm công diễn ra đúng quy định, đảm bảo cạnh tranh, công bằng, minh bạch và hiệu quả kinh tế”. Theo đó để thực hiện chức năng QLNN về ĐTMSC, nhà nước thiết lập một hệ thống cơ quan được tổ chức chặt chẽ, ở các cấp khác nhau từ trung ương đến địa phương, có sự phân rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, sử dụng quyền lực nhà nước để tác động, điều chỉnh các quan hệ xã hội và hành vi hoạt động của các cá nhân, tổ chức tham gia hoạt động ĐTMSC bằng các công cụ pháp luật, chính

sách quản lý với các phương pháp quản lý khác nhau, để các hoạt động ĐTMSC đó diễn ra tuân thủ theo quy định của nhà nước, nhằm đạt được các mục tiêu và yêu cầu của quản lý nhà nước.

1.2. Đặc điểm của QLNN về Đấu thầu mua sắm công

QLNN về ĐTMSC là sự tác động của nhà nước (chủ thể quản lý) vào các hoạt động ĐTMSC và các đối tượng tham gia hoạt động ĐTMSC (đối tượng quản lý) bằng các công cụ, phương pháp quản lý nhằm định hướng, điều chỉnh các quá trình hoạt động và các chủ thể tham gia ĐTMSC theo mục đích quản lý của nhà nước. Đặc điểm của QLNN về ĐTMSC chịu sự chi phối và phụ thuộc vào đặc điểm của hoạt động ĐTMSC, đối tượng quản lý và mô hình tổ chức hệ thống bộ máy QLNN về ĐTMSC (chủ thể quản lý).

- Đối tượng của QLNN về ĐTMSC là các hoạt động ĐTMSC do các cơ quan, đơn vị nhà nước sử dụng ngân sách nhà nước thực hiện, tuy nhiên các hoạt động ĐTMSC lại gắn liền với các cơ quan quản lý nhà nước (chủ thể tham gia hoạt động ĐTMSC), các cơ quan này vừa là đơn vị sử dụng ngân sách nhà nước để tham gia vào hoạt động ĐTMSC lại vừa quản lý hoạt động ĐTMSC. Do đó các cơ quan này chính là đối tượng quản lý của QLNN về ĐTMSC. Đối tượng điều chỉnh của QLNN về ĐTMSC là toàn bộ các tổ chức, cá nhân tham gia hoặc có liên quan đến hoạt động ĐTMSC như trên trình bày ở trên. Từ việc lấy chất lượng, hiệu quả đạt được của công tác QLNN về ĐTMSC làm cơ sở để phân tích, đánh giá động cơ, biện pháp tổ chức, điều hành của hoạt động QLNN về ĐTMSC là đòi hỏi và là nguyên tắc của QLNN về ĐTMSC, có như vậy mới đảm

bảo cho các nguồn lực tài chính của nhà nước được sử dụng một cách hợp lý, hiệu quả, tránh được tình trạng tham nhũng, lãng phí, thất thoát ngân sách nhà nước.

- Nhà nước sử dụng phương pháp và công cụ QLNN về ĐTMSC để thực hiện chức năng quản lý. Nhà nước có thể sử dụng nhiều phương pháp quản lý khác nhau như: (1) Căn cứ vào phương thức tác động, có phương pháp trực tiếp và phương pháp gián tiếp; (2) căn cứ vào chức năng quản lý, có các phương pháp kế hoạch hoá, phương pháp tổ chức, phương pháp kiểm tra, hạch toán...; (3) căn cứ vào nội dung và cơ chế hoạt động quản lý, có các phương pháp kinh tế, phương pháp hành chính - tổ chức, phương pháp tâm lý - xã hội; phương pháp giáo dục – thuyết phục; (4) căn cứ vào phạm vi, đối tượng tác động có các phương pháp quản lý nội bộ hệ thống và các phương pháp tác động lên các hệ thống khác. Trên thực tế để thực hiện hoạt động QLNN và QLNN về ĐTMSC, nhà nước có thể sử dụng các công cụ quản lý như: Pháp luật, đòn bẩy kinh tế, thanh tra, kiểm tra, giám sát, đánh giá. Mỗi công cụ và phương pháp đánh giá có đặc điểm riêng, có cách thức tác động riêng, có các ưu và nhược điểm riêng. Do đó trong hoạt động QLNN về ĐTMSC, tùy theo đặc điểm của đối tượng quản lý cụ thể mà có thể lựa chọn các công cụ hay phương pháp quản lý nổi bật được sử dụng đồng bộ để thực hiện chức năng QLNN về ĐTMSC.

- QLNN về ĐTMSC phải tuân thủ các quy định của pháp luật liên quan và thực hiện đầy đủ các nội dung của QLNN về ĐTMSC, đảm bảo cho hoạt động ĐTMSC được diễn ra đúng quy định của pháp luật, cạnh tranh, công bằng, minh bạch và hiệu quả kinh tế, hạn chế tối đa những thất thoát,

lãng phí, phòng ngừa tham nhũng và những tiêu cực trong ĐTMSC.

1.3. Nội dung QLNN về Đấu thầu mua sắm công

1.3.1. Xây dựng Pháp luật QLNN về Đấu thầu mua sắm công

Trong QLNN về ĐTMSC thì xây dựng, hoàn thiện pháp luật và chính sách là nội dung, chức năng và nhiệm vụ quan trọng của nhà nước. Việc xây dựng, hoàn thiện pháp luật và chính sách QLNN về ĐTMSC giúp tạo thành hệ thống pháp lý đầy đủ, chặt chẽ, hoàn thiện, khả thi, phù hợp với thực tiễn tạo môi trường pháp lý để các hoạt động ĐTMSC diễn ra đúng với mục tiêu quản lý của nhà nước. Để có thể thực hiện tốt việc xây dựng, hoàn thiện pháp luật và chính sách QLNN về ĐTMSC đòi hỏi nhà nước cần thực hiện đồng bộ: Chú trọng tới công tác xây dựng Luật Đấu thầu và các Luật liên quan như Luật Thương Mại, Luật Ngân sách nhà nước, Luật Đầu tư công, Luật An toàn thông tin mạng, đặc biệt là Luật đấu thầu và các văn bản hướng dẫn thi hành tạo môi trường pháp lý cho hoạt động ĐTMSC; Xây dựng các chủ trương, chính sách về ĐTMSC để định hướng và làm rõ mục tiêu QLNN về ĐTMSC; thường xuyên rà soát, pháp điển hóa các quy định của Pháp luật về lĩnh vực ĐTMSC để có thể có những bổ sung, điều chỉnh cho phù hợp với thực tiễn.

1.3.2. Tổ chức bộ máy QLNN về Đấu thầu mua sắm công

Tổ chức bộ máy QLNN về ĐTMSC là việc nhà nước thiết lập hệ thống cơ quan có chức năng quản lý nhà nước về ĐTMSC một cách có tổ chức, chặt chẽ, phân cấp rõ ràng về chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền và trách nhiệm trong việc thực hiện QLNN về ĐTMSC từ trung ương đến địa phương.

Cơ chế phối hợp giữa các cơ quan trong hệ thống tổ chức để thực hiện các chức năng quản lý nhà nước về ĐTMSC để tránh tình trạng chồng chéo, dẫm chân lên nhau khi thực hiện các chức năng, nhiệm vụ được giao.

Thông thường ở các quốc gia trên thế giới, người đứng đầu cơ quan hành pháp sẽ là người có thẩm quyền cao nhất thực hiện chức năng quản lý nhà nước về đấu thầu nói chung và ĐTMSC nói riêng (tùy theo thể chế chính trị của các nước có mà người đứng đầu cơ quan hành pháp có thể là Thủ tướng Chính phủ hoặc Tổng thống), chịu trách nhiệm trước quốc hội, nghị viện về công tác ĐTMSC. Giúp việc cho người đứng đầu cơ quan hành pháp là các Bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ được giao là đơn vị thường trực phụ trách theo dõi và thực hiện công tác quản lý nhà nước về đấu thầu của cơ quan đơn vị theo ngành dọc. Bên cạnh đó là hệ thống các cơ quan quản lý nhà nước về đấu thầu của các cơ quan ở trung ương và hệ thống cơ quan QLNN về ĐTMSC từ cấp tỉnh, thành phố, đến cấp cơ sở.

1.3.3. Thể chế hóa nội dung, quy trình và hình thức Đấu thầu mua sắm công

- *Thể chế hóa Nội dung đấu thầu mua sắm công*, Nhà nước quy định rõ phạm vi và đối tượng áp dụng các quy định về ĐTMSC, đồng thời quy rõ các nội dung về ĐTMSC, các đơn vị tham gia vào trong quá trình ĐTMSC, trách nhiệm, nghĩa vụ và quyền hạn của các bên khi tham gia vào quá trình ĐTMSC, giải thích các thuật ngữ trong ĐTMSC, quy định về yêu cầu chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp trong đấu thầu, những hành vi vi phạm trong ĐTMSC, công tác giải quyết kiến nghị và xử lý các vi phạm pháp luật trong lĩnh vực

ĐTMSC, đặc biệt các văn bản hướng dẫn về quy trình, nghiệp vụ và tiêu chuẩn chất lượng, kỹ thuật... để đánh giá hồ sơ dự thầu. Thông qua đó giúp tạo môi trường và hành lang pháp lý để hoạt động ĐTMSC được diễn ra thuận lợi và đạt được mục tiêu quản lý của nhà nước.

- *Thể chế hóa Quy trình đấu thầu mua sắm công*, để việc thực hiện công tác ĐTMSC trong thực tiễn diễn ra thuận lợi, dễ dàng và có sự thống nhất chung, nhà nước quy định rõ quy trình các bước tổ chức ĐTMSC lựa chọn nhà thầu, quy định rõ trách nhiệm và nội dung công việc thực hiện, đối tượng chủ thể thực hiện các công việc theo quy định. Quy trình trên được áp dụng cho các gói thầu, dự án và có tính khái quát quy trình cơ bản nói chung và quy trình hướng dẫn chi tiết ban kèm theo các văn bản hướng dẫn Luật Đấu thầu cho phù hợp với thực tiễn. Nhà nước cụ thể hóa quy định chi tiết hướng dẫn việc thực hiện các bước, nội dung công việc cụ thể cần thực hiện trong quy trình tổ chức đấu thầu. Đặc biệt các biểu mẫu áp dụng cụ thể trong tổ chức đấu thầu mà các bên tham gia đấu thầu phải tuân theo như mẫu hồ sơ mời thầu, mẫu hợp đồng, mẫu đơn xin tham gia dự thầu, mẫu thư bảo lãnh, mẫu phụ lục hợp đồng, mẫu các hồ sơ trong đấu thầu.

- *Thể chế hóa hình thức đấu thầu mua sắm công*, nhà nước quy định thống nhất và áp dụng hình thức đấu thầu cho từng loại gói thầu, dự án phù hợp. Cụ thể, hiện nay có 02 hình thức triển khai thực hiện mua sắm công là mua sắm tập trung và mua sắm phân tán, được thực hiện theo 02 hình thức đấu thầu là hình thức đấu thầu qua mạng và hình thức đấu thầu truyền thống. Theo đó, để công tác đấu thầu diễn ra thuận lợi và nâng cao hiệu quả QLNN

về đấu thầu, pháp luật về đấu thầu cần phải thể chế hóa cụ thể các hình thức tổ chức đấu thầu, lộ trình, cách thức triển khai để thực hiện hình thức đấu thầu đó. Đặc biệt trong giai đoạn chuyển giao, pháp luật cần phải quy định cụ thể những gói thầu bắt buộc phải áp dụng hình thức đấu thầu qua mạng, những gói thầu thực hiện theo hình thức đấu thầu tập trung, đồng thời với các hình thức đấu thầu là các quy trình tổ chức đấu thầu tương ứng phù hợp để nâng cao hiệu quả và chất lượng của công tác đấu thầu. Hiện nay, xu hướng chung trên thế giới hầu hết các quốc gia đều đang định hướng xu thế áp dụng đấu thầu qua mạng là hình thức đấu thầu phổ biến, khuyến khích và bắt buộc áp dụng trong lĩnh vực đấu thầu nói chung và ĐTMSC nói riêng, để tăng cường tính cạnh tranh, công bằng, minh bạch và hiệu quả kinh tế.

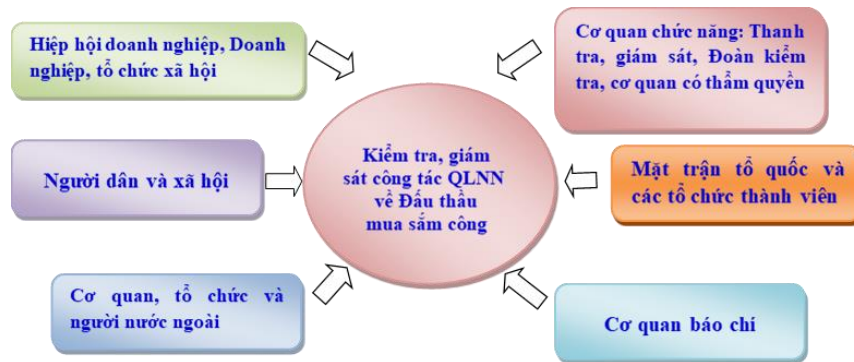
1.3.4. Kiểm tra, giám sát, khen thưởng và xử lý kỷ luật trong QLNN về Đấu thầu mua sắm công

a. Kiểm tra, giám sát trong QLNN về Đấu thầu mua sắm công

Để công tác tổ chức thực hiện các chính sách, pháp luật về ĐTMCS có hiệu quả trong thực tiễn, đòi hỏi pháp luật về ĐTMSC cần có những quy định cụ thể, những văn bản chỉ đạo riêng làm cơ sở, căn cứ pháp lý đối với công tác kiểm tra, giám sát việc thực hiện công tác QLNN về ĐTMSC. Kiểm tra hoạt động QLNN về ĐTMSC được thực hiện theo kế hoạch định kỳ hoặc đột xuất khi có vướng mắc, kiến nghị, đề nghị hoặc yêu cầu của cơ quan, người có thẩm quyền của cơ quan kiểm tra đối với công tác QLNN về

ĐTMSC. Phương thức kiểm tra bao gồm kiểm tra trực tiếp, yêu cầu báo cáo. Thủ trưởng các đơn vị cơ quan sử dụng vốn ngân sách nhà nước chỉ đạo việc kiểm tra hoạt động QLNN về ĐTMSC đối với các đơn vị thuộc phạm vi quản lý của mình và các dự án do mình quyết định đầu tư nhằm mục đích quản lý, điều hành và chấn chỉnh hoạt động QLNN về ĐTMSC bảo đảm đạt được mục tiêu đầy nhanh tiến độ, tăng cường hiệu quả của công tác QLNN về ĐTMSC và kịp thời phát hiện, ngăn chặn, xử lý các hành vi vi phạm pháp luật. Kiểm tra, giám sát ĐTMSC bao gồm hoạt động kiểm tra, giám sát định kỳ và kiểm tra, giám sát đột xuất. Sau khi kết thúc kiểm tra, giám sát phải có báo cáo, kết luận kiểm tra, giám sát. Cơ quan kiểm tra, giám sát có trách nhiệm theo dõi việc khắc phục các tồn tại (nếu có) đã nêu trong kết luận kiểm tra, giám sát. Trường hợp phát hiện có sai phạm thì cần đề xuất biện pháp xử lý hoặc chuyển cơ quan thanh tra, điều tra để xử lý theo quy định.

Đặc biệt trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của khoa học, công nghệ như hiện nay, nhà nước còn phải phát huy vai trò của giám sát độc lập của các tổ chức, cá nhân và toàn xã hội như: cơ quan báo chí, các tổ chức đoàn thể, người dân, doanh nghiệp..... Kịp thời nắm bắt dư luận trong nhân dân, đơn thư tố cáo, phản ánh về tình trạng công tác QLNN về ĐTMSC qua nhiều kênh, bằng nhiều hình thức khác nhau (tin tức, bài viết, hoặc các trang mạng xã hội như Facebook, Youtube...) để kịp thời có biện pháp xử lý, giải quyết đáp ứng yêu cầu của thực tiễn quản lý.



Hình 1. Các chủ thể tham gia hoạt động kiểm tra, giám sát công tác QLNN về Đấu thầu mua sắm công

b) Khen thưởng và xử lý vi phạm trong QLNN về Đấu thầu mua sắm công

Công tác khen thưởng và xử lý vi phạm trong lĩnh vực đấu thầu có vai trò và ý nghĩa rất quan trọng trong việc khuyến khích và động viên những cá nhân, tổ chức chấp hành tốt quy định của pháp luật trong QLNN về ĐTMSC; cũng như kịp thời xử lý nghiêm có tính “răn đe” cao, đúng người, đúng tội nếu có hành vi vi phạm pháp luật trong QLNN về ĐTMSC gây thiệt hại cho ngân sách nhà nước. Thực hiện chủ trương “*khuyến khích, khen thưởng kịp thời người tốt – việc tốt và xử lý nghiêm, kịp thời người vi phạm và những hành vi vi phạm pháp luật*”. Có như vậy mới xây dựng được trật tự xã hội trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC, củng cố niềm tin với nhân dân, khuyến khích người tốt, việc tốt trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC. Việc ban hành Luật nhưng không có chế tài cụ thể dễ dẫn đến tình trạng tùy tiện khi thực hiện: “*thực hiện thì tốt, mà không thực hiện cũng chẳng sao*”, Điều này làm giảm chất lượng, hiệu quả quản lý Nhà nước về công tác QLNN về ĐTMSC đồng thời không đảm bảo được tính thống nhất. Vì vậy, cơ chế thi đua, khen thưởng xử phạt cần phải ban hành văn bản riêng, có

giá trị pháp lý cao quy định chi tiết, hướng dẫn thi hành về khen thưởng, xử lý vi phạm pháp luật trong QLNN về ĐTMSC để các cơ quan dễ tổ chức thực hiện.

2. Các nhân tố ảnh hưởng và tiêu chí đánh giá hiệu quả QLNN về Đấu thầu mua sắm công

2.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến công tác QLNN về Đấu thầu mua sắm công

2.1.1. Môi trường pháp lý: Trong lĩnh vực QLNN nói chung và QLNN về ĐTMSC nói riêng thì môi trường pháp lý là nhân tố quan trọng nhất, quyết định chất lượng, hiệu quả công tác QLNN về ĐTMSC. Thực tiễn lĩnh vực ĐTMSC là một lĩnh vực có nhiều lợi ích, nhạy cảm, liên quan đến nhiều nhóm lợi ích khác nhau được điều chỉnh bởi nhiều luật và các văn bản dưới luật khác nhau như: Luật Đấu thầu, Luật Ngân sách nhà nước, Luật Xây dựng, Luật Đầu tư công, Luật Phòng chống tham nhũng, Luật Thương mại, Luật hình sự... và các văn bản hướng dẫn luật. Các đối tượng tham gia vào hoạt động ĐTMSC gồm 04 thành phần cơ bản sau: (1) Cơ quan quản lý nhà nước về ĐTMSC; (2) Bên mời thầu hay bên mua (các cơ quan sử dụng ngân sách nhà nước từ trung ương đến địa phương; Chủ đầu tư đối với dự án đầu tư

công và các Doanh nghiệp nhà nước); (3) Nhà thầu hay bên Bán (nhà thầu, đơn vị cung cấp hàng hóa dịch vụ) và (4) các đơn vị tư vấn (Công ty, doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tư vấn). Để công tác QLNN về ĐTMSC đạt hiệu quả cao phải có môi trường pháp lý hoàn thiện, đầy đủ, thống nhất chặt chẽ, phù hợp với thông lệ và các cam kết quốc tế. Đồng thời có hệ thống các văn bản hướng dẫn thi hành luật chi tiết, quy định rõ ràng đầy đủ các tiêu chí, tiêu chuẩn trong ĐTMSC, phạm vi, đối tượng điều chỉnh, quy trình tổ chức thực hiện công tác QLNN về ĐTMSC. Cũng như các chức năng nhiệm vụ của các cơ quan, đơn vị và các chủ thể liên quan trực tiếp đến việc tổ chức thực hiện, kiểm tra, giám sát hoạt động đấu thầu, có như vậy hoạt động QLNN về ĐTMSC mới dễ dàng trong việc thực hiện đồng thời đảm bảo tính cạnh tranh, công bằng, minh bạch và hiệu quả trong đấu thầu, hạn chế tối đa những kẽ hở hoặc kịp thời phòng ngừa các hành vi gian lận, tiêu cực trong đấu thầu.

2.1.2. Yếu tố tổ chức quản lý: Trong hoạt động QLNN về ĐTMSC thì nhân tố tổ chức thực hiện QLNN về ĐTMSC được xem xét dưới góc độ bao gồm bộ máy các cơ quan tổ chức thực hiện và nhân lực là các cán bộ, công chức nhà nước có trình độ, năng lực thực hiện chức trách QLNN về ĐTMSC.

+ Tổ chức bộ máy thực hiện chức năng QLNN về ĐTMSC cần thiết phải được thiết kế và tổ chức phù hợp, đơn giản, có sự phân rõ ràng chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức, cơ chế quản lý, phối hợp trong bộ máy một cách chặt chẽ, thống nhất, không bị trùng lặp chức năng, nhiệm vụ và phạm vi quản lý của nhau. Có như vậy các cơ quan trong hệ thống, bộ máy mới phân định rõ trách

nhiệm, quyền hạn về việc thực hiện chức năng, nhiệm vụ của mình trong QLNN về đấu thầu, khi đó các cơ quan trong hệ thống QLNN về ĐTMSC mới không bị chồng chéo lẫn nhau, cũng như đùn đẩy trách nhiệm cho nhau, từ đó thuận lợi trong công tác quản lý, điều hành, kiểm tra, giám sát và quy trách nhiệm quản lý của các cấp, các đơn vị. Như vậy, bộ máy hoạt động mới trơn chu, hiệu lực và hiệu quả, dễ dàng đánh giá và kiểm tra phát hiện và xử lý vi phạm.

+ Trình độ năng lực và đạo đức của cán bộ, công chức thực hiện chức năng QLNN về ĐTMSC là nhân tố quan trọng và ảnh hưởng rất lớn tới hoạt động QLNN về ĐTMSC. Bởi vì, chính đội ngũ cán bộ, công chức là người xây dựng lên hệ thống pháp luật ĐTMSC, đồng thời là chủ thể thực thi pháp luật đấu ĐTMSC và đưa pháp luật vào cuộc sống. Do vậy, yếu tố năng lực, trình độ và phẩm chất đạo đức của cán bộ, công chức có sức ảnh hưởng rất lớn tới chất lượng, hiệu quả của hệ thống pháp luật về ĐTMSC và quyết định sự thành công của công tác QLNN về ĐTMSC, cũng như đảm bảo việc triển khai, thực thi pháp luật ĐTMSC được đúng luật, chính xác, tiết kiệm hiệu quả góp phần kiềm chế tham nhũng, lãng phí. Nếu đội ngũ cán bộ, công chức có trình độ, năng lực và có đạo đức họ sẽ làm việc hết mình, có tinh thần trách nhiệm cao với công việc, họ sẽ là lực lượng nòng cốt và chủ lực để thực thi pháp luật, cũng như góp sức xây dựng, hoàn thiện hệ thống pháp luật đấu thầu mua sắm một cách tốt nhất, hiệu quả nhất. Ngược lại, nếu đội ngũ cán bộ, công chức bị hạn chế về trình độ, năng lực và đạo đức thì họ sẽ trực tiếp hoặc gián tiếp gây ảnh hưởng tới công tác QLNN về ĐTMSC như họ sẽ tham mưu ban hành những văn bản

quy phạm pháp luật kém hiệu quả, thiếu khả thi hoặc cố tình lách luật, làm sai quy định, thông đồng với nhà thầu...gây ra nhiều khó khăn trong quá trình triển khai áp dụng luật vào đời sống. Bên cạnh đó, hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ năng lực của đội ngũ cán bộ làm công tác QLNN về ĐTMSC là nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng tới chất lượng của đội ngũ cán bộ làm công tác QLNN về ĐTMSC, cũng như chất lượng nguồn nhân lực tham gia vào hoạt động ĐTMSC.

2.1.3. Nhân tố ứng dụng của tiến bộ của Khoa học kỹ thuật trong quản lý:

Khoa học kỹ thuật là nhân tố có ảnh hưởng quan trọng đến công tác QLNN nói chung và QLNN về ĐTMSC nói riêng trong việc góp phần nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả của công tác quản lý. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (CMCN 4.0) đã và đang mở ra thời kỳ mới của kỷ nguyên ứng dụng khoa học kỹ thuật vào mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội. Theo đó, Khoa học kỹ thuật và công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo sẽ thay thế con người trong nhiều khâu, công đoạn và quy trình của hoạt động quản lý. Trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC, hình thức đấu thầu qua mạng đã và đang chứng minh rất rõ ràng rằng khoa học và kỹ thuật đã và đang từng bước thay thế cho cách thức quản lý thủ công, lạc hậu, kém hiệu quả trước kia. Khoa học kỹ thuật mở ra thời kỳ quản lý văn minh, hiện đại tiết kiệm rất nhiều thời gian, chi phí, công sức và tiền bạc cho các bên trong quá trình quản lý, đặc biệt công nghệ giúp hoạt động QLNN về ĐTMSC trở nên thân thiện hơn, công khai, minh bạch, đơn giản và thuận tiện hơn, tăng cường trách nhiệm giải trình của Chính phủ đối với người dân. Tuy nhiên, khoa

học và công nghệ cũng là nhân tố đòi hỏi trong công tác QLNN về ĐTMSC của Chính phủ phải có những Chiến lược, Kế hoạch và Dự đoán, dự báo xu hướng về khoa học và công nghệ, đặc biệt trong công tác xây dựng pháp luật về ĐTMSC để có thể chủ động tranh thủ các cơ hội ứng dụng các thành tựu của tiến bộ khoa học kỹ thuật vào trong quản lý nhà nước về ĐTMSC, cũng như chủ động có những biện pháp phòng ngừa những tác động tiêu cực, hạn chế khi có kẻ xấu lợi dụng thành tựu của khoa học công nghệ để gian lận, làm ảnh hưởng đến công tác QLNN về ĐTMSC như: Hacker mạng, phát tán virus gây hại, tuyên truyền chống phá...

2.1.4. Nhân tố Hội nhập quốc tế:

Bên cạnh những yếu tố thuộc về nội lực bên trong thì những yếu tố tác động từ môi trường bên ngoài cũng có tác động và ảnh hưởng vô cùng lớn đối với công tác QLNN về ĐTMSC. Đặc biệt là tác động của bối cảnh hội nhập và toàn cầu hóa, bởi hội nhập và toàn cầu hóa là xu thế tất yếu mà các quốc gia không thể nằm ngoài xu thế chung đó. Trong xu thế hội nhập và toàn cầu hóa, Chính phủ các nước gia nhập tác tổ chức thương mại, tài chính...quốc tế, đồng thời tham gia ký kết các Hiệp định hợp tác song phương, đa phương trên nhiều phương diện, lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội. Trong các cam kết mà Chính phủ gia nhập có những quy định và điều ước liên quan đến lĩnh vực mua sắm công của Chính phủ. Điển hình như các quy định tại Hiệp định về mua sắm công của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) hoặc Chương mua sắm Chính phủ trong Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) và sau này đổi tên là Hiệp

định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Cùng với xu thế về hội nhập và tham gia vào các tổ chức quốc tế, các Hiệp định đối tác với các quốc gia, đòi hỏi Chính phủ các nước cần tuân thủ các cam kết quốc tế trong đấu thầu quốc tế và tuân thủ quy tắc chung, các cam kết và thỏa thuận mà Chính phủ đã ký kết về các điều kiện thuế, hàng rào thuế quan, áp lực thay đổi hệ thống pháp luật ĐTMSC trong nước để phù hợp với yêu cầu hội nhập và toàn cầu hóa. Từ đó tạo ra áp lực cần phải đổi mới trong công tác xây dựng pháp luật, công tác triển khai thực hiện QLNN về ĐTMSC để phù hợp với thông lệ quốc tế, các cam kết đã ký cũng như để đáp ứng yêu cầu của xu thế hội nhập.

2.2. Tiêu chí đánh giá hiệu quả QLNN về Đấu thầu mua sắm công

2.2.1. Tiêu chí về kỹ thuật và chất lượng

Trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC thì tiêu chí đánh giá về yếu tố kỹ thuật và chất lượng trong đấu thầu có vai trò và ý nghĩa quan trọng quyết định rất lớn đến hiệu quả của công tác ĐTMSC. Bởi mục đích cuối cùng của ĐTMSC là lựa chọn được nhà thầu phù hợp, có trình độ, năng lực đáp ứng yêu cầu cung cấp cho nhà nước các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ có chất lượng tốt, giá cả phù hợp, có điều kiện bảo hành, bảo trì và dịch vụ hậu mãi tốt. Bởi tiêu chí về kỹ thuật và chất lượng rất đa dạng và phức tạp để phù hợp với các đối tượng và loại hình trong đấu thầu. Do vậy, tùy vào đặc thù của mỗi gói thầu mà bên mời thầu có thể áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật khác nhau cho phù hợp nhằm nâng cao chất lượng của cuộc thầu. Chính bởi tính phức tạp và đa dạng của các đối tượng,

loại hình trong đấu thầu mà việc lượng hóa để xác định công thức tính chỉ tiêu đo lường tiêu chí này rất khó, không có công thức chung để đo lường tiêu chí kỹ thuật và chất lượng trong lĩnh vực đấu thầu. Do vậy, để đo lường và đánh giá được hiệu quả công tác QLNN về ĐTMSC cần phải xem xét đến các yếu tố liên quan đến các yêu cầu về kỹ thuật, yêu cầu về chất lượng của sản phẩm dịch vụ và năng lực tài chính chính, khả năng quản lý, uy tín của nhà thầu, cũng như các yêu cầu về kỹ thuật công nghệ tiên tiến, hiện đại với môi trường, việc sử dụng các chuyên gia quốc tế, chuyên gia giỏi trong việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ cho chính phủ để đánh giá. Bởi đối với những sản phẩm hàng hóa, dịch vụ trong ĐTMSC nếu thiếu các quy định chặt chẽ, yêu cầu phù hợp về chất lượng, kỹ thuật, giá thành của sản phẩm và các yêu cầu liên quan thì sẽ gây thất thoát, tổn thất cho ngân sách nhà nước.

Đối với những gói thầu mua sắm công quan trọng, có vốn lớn, yêu cầu kỹ thuật cao, có thể sử dụng các tiêu chí sau để đánh giá: hồ sơ mời thầu có quy định đấu thầu quốc tế hay không? Có quy định tổ chức đấu thầu bằng hình thức đấu thầu rộng rãi? Có yêu cầu về chuyên gia nước ngoài? Hoặc có những yêu cầu về chất lượng sản phẩm, điều kiện bảo hành, bảo trì của sản phẩm hay không để đánh giá mức độ hiệu quả của công tác QLNN về ĐTMSC của dự án hay gói thầu đó.

2.2.2. Tiêu chí kinh tế

Để đánh giá công tác QLNN về ĐTMSC có hiệu quả hay không thì việc xác định tính hiệu quả về kinh tế là rất cần thiết. Bởi QLNN về ĐTMSC để giúp Chính phủ sử dụng một cách tiết kiệm, hợp

lý và hiệu quả vốn ngân sách nhà nước thông qua chi tiêu công bằng hình thức đấu thầu. Tiêu chí tiết kiệm, hiệu quả về mặt kinh tế trong QLNN về ĐTMSC được xét theo hai khía cạnh tiếp cận.

Khía cạnh tiếp cận thứ nhất đó là tính hiệu quả của hoạt động mua sắm công đối với sản phẩm dịch vụ, hàng hóa thông qua hoạt động đấu thầu được đo lường, đánh giá, định tính bằng chất lượng sản phẩm, các điều kiện về dịch vụ hậu mãi, chính sách bảo hành, bảo trì, chi phí vận chuyển,

lắp đặt, bàn giao...cho toàn bộ vòng đời của sản phẩm, dịch vụ để làm căn cứ xem xét, tính mức hiệu quả kinh tế cho hoạt động ĐTMSC.

Khía cạnh tiếp cận thứ hai đó là đo lường bằng tỷ lệ tiết kiệm trong đấu thầu. Căn cứ kết quả phỏng vấn chuyên sâu các nhà hoạch định chính sách, nhà lãnh đạo, quản lý và các nhà khoa học, theo quan điểm của tác giả tiêu chí hiệu quả kinh tế trong QLNN về ĐTMSC có thể đo lường định lượng bằng công thức sau:

$$k_{DT} = 100\% - \frac{m_t}{M_K} * 100\%$$

k_{DT} : là tỷ lệ tiết kiệm trong ĐTMSC

M_K : là tổng giá trị ĐTMSC được phê duyệt trong kế hoạch

m_t : tổng giá trị ĐTMSC trên thực tế sau khi đấu thầu

Công thức trên có thể dùng để hiệu quả kinh tế của riêng từng gói thầu hoặc dự án, cũng có thể dùng để tính hiệu quả kinh tế cho công tác QLNN về ĐTMSC trên phạm vi quản lý theo đơn vị thời gian: tháng, quý hoặc theo năm.

2.2.3. Tiêu chí về thời gian

Một trong những tiêu chí quan trọng để đánh giá hiệu quả của công tác QLNN về ĐTMSC đó là tiêu chí về mặt thời gian, tức là thời gian tổ chức cuộc thầu phải được rút ngắn lại so với kế hoạch và so với cách

thức đấu thầu truyền thống trước kia. Để có thể rút ngắn được thời gian tổ chức ĐTMSC đòi hỏi phải có quy trình tổ chức ĐTMSC chuẩn hóa, các cơ quan, đơn vị và các cá nhân tổ chức tham gia vào việc tổ chức quy trình đấu thầu phải am hiểu rõ và thành thạo chuyên môn, nghiệp vụ, đồng thời có sự phối hợp tốt để quy trình đấu thầu được thực hiện nhanh chóng, hiệu quả, rút ngắn thời gian tổ chức đấu thầu so với kế hoạch đề ra. Tiêu chí thời gian trong ĐTMSC có thể đo lường bằng công thức tính như sau:

$$\Delta_t = t_K - t_{th}$$

Trong đó:

Δ_t : Thời gian rút ngắn trong đấu thầu (1 cuộc thầu)

t_K : Thời gian tổ chức đấu thầu theo kế hoạch

t_{th} : Thời gian tổ chức thực tế của cuộc thầu

Thời gian trong ĐTMSC phản ánh mức độ chuyên nghiệp, hiện đại trong công tác tổ chức và QLNN về ĐTMSC. Theo đó

thời gian tổ chức một cuộc thầu càng kéo dài (Δ_t nhỏ), phản ánh sự yếu kém, thiếu chuyên nghiệp và sự trì trệ của bộ máy.

Theo đó Δ_t càng lớn thì cuộc thầu càng phản ánh rõ thời gian được tiết kiệm càng nhiều, công tác tổ chức đấu thầu càng chuyên nghiệp, hiệu quả. Đồng thời để đánh giá đúng tiêu chí thời gian trong đấu thầu, cơ quan quản lý đấu thầu cũng cần chú trọng trong việc nâng cao chất lượng công tác lập kế hoạch đấu thầu để phù hợp với quy định và thực tế thời gian tổ chức các cuộc thầu, tránh tình trạng cố tình kéo dài thời gian tổ chức đấu thầu trong Kế hoạch đấu thầu.

2.2.4. Tiêu chí hội nhập quốc tế

Tiêu chí hội nhập quốc tế nhằm đo lường mức độ và khả năng hội nhập của pháp luật ĐTMSC trong nước và công tác QLNN về ĐTMSC so với thông lệ quốc tế và các cam kết, ràng buộc trong các cam kết quốc tế mà quốc gia đã gia nhập, ký kết.

Cụ thể tiêu chí đánh giá mức độ công khai, minh bạch và tính công bằng của

công tác QLNN về ĐTMSC ở trong nước so với với khu vực và quốc tế. Xu hướng khu vực và thế giới đang tăng cường đẩy mạnh ứng dụng khoa học kỹ thuật vào trong công tác QLNN nói chung và QLNN về ĐTMSC nói riêng, chuyển sang phương pháp đấu thầu mua sắm công qua mạng để thay thế cho phương pháp ĐTMSC truyền thống. Mức độ thực hiện và quyết tâm triển khai thực hiện đấu thầu qua mạng phản ánh quyết tâm và nỗ lực của chính phủ trong việc phòng chống tham nhũng, lãng phí, đấu tranh chống lại các nhóm lợi ích, để công khai minh bạch, công bằng và trách nhiệm giải trình của Chính phủ.

Tiêu chí về tính hội nhập quốc tế trong ĐTMSC được đo lường bằng các chỉ số sau:

- Mức độ triển khai áp dụng phương pháp đấu thầu qua mạng trong ĐTMSC:

$$M_{Eqm} = \frac{e_{qm}}{E_{Hqm}} * 100\%$$

M_{Eqm}: Tỷ lệ áp dụng đấu thầu qua mạng

e_{qm}: Tổng số gói thầu MSC áp dụng phương pháp đấu thầu qua mạng

E_{Hqm}: Tổng số gói thầu MSC đã triển khai trong thực tế

Độ mở và hội nhập của pháp luật về đấu thầu mua sắm công được đo lường bằng việc Chính phủ giảm hoặc xóa bỏ bớt các hàng rào thuế quan, quy định về bảo hộ hàng hóa và doanh nghiệp trong nước tạo cơ hội cạnh tranh bình đẳng cho các doanh nghiệp, nhà thầu nước ngoài được tham gia thị trường ĐTMSC của Chính phủ. Mức độ phù hợp giữa pháp luật ĐTMSC trong nước so với các cam kết trong các thỏa thuận đã tham gia ký kết với quốc gia, khu vực và các tổ chức trên thế giới. Mức độ áp dụng hình thức tổ chức đấu thầu quốc tế

trong QLNN về ĐTMSC, số lượng gói thầu mua sắm công được thực hiện bằng hình đấu thầu quốc tế phản ánh tính mở và hội nhập của quốc gia trong công tác QLNN về ĐTMSC, đồng thời phản ánh tính hiệu quả trong mỗi lần mua sắm công của Chính phủ, cũng như tính hiệu quả của công tác QLNN về ĐTMSC.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả QLNN về Đấu thầu mua sắm công ở Việt Nam

Trong những năm qua, việc ban hành và triển khai thực hiện Luật Đấu thầu số

43/2013/QH13, Nghị định số 63/2014/NĐ-CP của Chính phủ về hướng dẫn chi tiết một số điều của Luật Đấu thầu về lựa chọn nhà thầu và các Thông tư hướng dẫn của các Bộ đã góp phần nâng cao hiệu quả

công tác quản lý, hướng dẫn, kiểm tra, giám sát công tác đấu thầu của các cơ quan nhà nước, các chủ đầu tư, bên mời thầu và nhà thầu, từng bước chuyên nghiệp hóa trong hoạt động đấu thầu.

Bảng 3.1. Bảng tổng hợp tình hình Chi NSNN ở Việt Nam giai đoạn 2005-2022

(ĐVT: Tỷ đồng. Tính theo giá hiện hành)

Nội dung	Chi Ngân sách nhà nước					Tốc độ tăng về quy mô			
	Năm 2005	Năm 2010	Năm 2015	Năm 2017	Năm 2022	Giai đoạn 2005 - 2010	Giai đoạn 2010- 2015	Giai đoạn 2015-2017	Giai đoạn 2017- 2022
	(QT)	(QT)	(QT)	(QT)	(QT)				
Tổng chi	229,75	582,2	1.147,10	1.355.034	2.076.244	352,45 (12.11%)	564,9 (9.85%)	243,38 (8.75%)	721.210 (6,95%)
Chi thường xuyên	65,995	125,5	195	881.688	1.172.295	59,505	69,5	881.493	290.607
Chi thường xuyên (% so với tổng chi)	28.72%	21.56%	17.00%	65,07%	56,46%	9.48%	7.13%	19,9956%	4,96%
Chi đầu tư phát triển	101,28	335,56	767	372.792	726.684	234,28	431,44	372.025	353.892
Chi đầu tư phát triển (% so với tổng chi)	44.08%	57.64%	66.86%	27,51%	35,00%	13.96%	11.25%	19,9589%	9,74%

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Báo cáo Ngân sách nhà nước hàng năm của Bộ Tài chính)

Qua bảng số liệu trên cho thấy, ở nước ta, hàng năm kinh phí đầu tư cho hoạt động mua sắm công rất lớn, có xu hướng tăng dần với tốc độ và quy mô ngày càng lớn. Quy mô chi đầu tư phát triển năm 2022 đạt 726.684 tỷ đồng, chiếm 35% tổng chi ngân sách; chi thường xuyên đạt 1.172.295 tỷ đồng, chiếm 56,46% chi ngân sách.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đã đạt được, công tác đấu thầu tại các bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp còn nhiều tồn tại, thách thức, như: thời gian trong đấu thầu kéo dài do các nguyên nhân chủ quan, hiệu quả đấu thầu chưa đạt được như kỳ vọng; các bên trong đấu thầu (người có thẩm quyền, chủ đầu tư, bên mời thầu, tư vấn đấu thầu...) chưa thực hiện đầy

đủ trách nhiệm theo quy định, quá trình thực hiện còn dễ xảy ra nhiều sai sót, vi phạm; vẫn còn tình trạng đùn đẩy trách nhiệm lên Thủ tướng Chính phủ đối với những nhiệm vụ đã được phân cấp giải quyết theo thẩm quyền; việc công khai, minh bạch thông tin chưa được đảm bảo theo quy định; các hành vi vi phạm chưa được giải quyết triệt để, tình trạng biến tướng với những biểu hiện phức tạp và tinh vi như dàn xếp, “quân xanh”, “quân đỏ”, chia nhỏ gói thầu để chỉ định thầu, quy định các điều kiện bất hợp lý, không phù hợp trong hồ sơ mời thầu, đặc biệt tình trạng cản trở, hạn chế sự tham gia của nhà thầu (quây thầu, vây thầu) vẫn tiếp diễn, chưa được khắc phục.

3.1. Hoàn thiện môi trường pháp lý

trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC

a, Xây dựng hệ thống pháp luật Đấu thầu mua sắm công nhất quán, hoàn thiện, đầy đủ, rõ ràng. Xây dựng và hoàn thiện các quy định, định mức, tiêu chuẩn cả về tài chính, kỹ thuật, chất lượng, quy định về công tác kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm trong đấu thầu... nhằm tạo lập môi trường hành lang pháp lý, đầy đủ, rõ ràng và phù hợp. Để thực hiện chức năng QLNN về ĐTMSC thì pháp luật là công cụ đóng vai trò đặc biệt quan trọng, cần phải tiếp tục được hoàn thiện các quy định theo hướng phù hợp với đặc thù trong nước, thông lệ quốc tế. Đặc biệt là việc ban hành các thông tư hướng dẫn về các biểu mẫu trong đấu thầu và ban hành tài liệu cảm nang, sổ tay về ĐTMSC ...

b, Xây dựng hệ thống pháp luật về Đấu thầu mua sắm công qua mạng đồng bộ, chế tài mạnh mẽ hơn về việc bắt buộc áp dụng đấu thầu mua sắm công qua mạng trong thời gian tới. Đấu thầu qua mạng là một trong những phương thức, công cụ hiệu quả của Nhà nước trong việc tăng cường công khai, minh bạch thông tin trong đấu thầu, nâng cao hiệu quả và tiết kiệm trong hoạt động đấu thầu mua sắm chính phủ. Do vậy, Chính phủ cần tiếp tục phối hợp, đôn đốc các bộ, ngành, địa phương và Tập đoàn kinh tế trong cả nước tổ chức đào tạo và triển khai thực hiện đấu thầu qua mạng, thay đổi nhận thức của các cán bộ làm công tác đấu thầu cũng như nhà thầu tham dự. Để việc triển khai áp dụng đấu thầu qua mạng được thuận lợi và đạt hiệu quả tích cực, Việt Nam cần có những quy định đồng bộ và chế tài mạnh mẽ hơn về việc bắt buộc áp dụng ĐTMSC qua mạng trong thời gian tới.

c, Xây dựng hệ thống pháp luật về Đấu thầu mua sắm công theo hướng tăng cường mở rộng hợp tác và phù hợp với xu thế hội nhập. Trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC, Việt Nam cần tích cực mở rộng hợp tác và tăng cường hội nhập, học hỏi kinh nghiệm quốc tế của các quốc gia trong khu vực và trên thế giới, tham khảo kinh nghiệm và sự hỗ trợ của các tổ chức tài chính quốc tế như Ngân hàng thế giới World Bank, Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB)... để hỗ trợ cho Chính phủ Việt Nam cả về chuyên môn, nghiệp vụ và kinh phí, hoàn thiện chính sách QLNN về đấu thầu. Đặc biệt, Việt Nam cần tích cực phối hợp và mở rộng hợp tác với các tổ chức quốc tế và sự hỗ trợ của chính phủ các nước trong việc truyền đạt và chia sẻ kinh nghiệm QLNN về ĐTMSC. Đồng thời tham vấn kinh nghiệm, cũng như góp ý chính sách trong việc rà soát, hoàn thiện và bổ sung các quy định của pháp luật trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC để phù hợp với thực tiễn, đồng thời phù hợp với các thông lệ, điều ước quốc tế mà Việt Nam ký kết. Có như vậy, pháp luật trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC ở nước ta mới không bị lạc hậu so với thế giới, cũng như tạo sự thống nhất cao trong quá trình triển khai thực hiện.

3.2. Giải pháp về nhân sự trong lĩnh vực QLNN về Đấu thầu mua sắm công

a, Nâng cao trình độ, năng lực và đạo đức của đội ngũ cán bộ, công chức

- Thứ nhất, Hoàn thiện quy định của pháp luật và các văn bản hướng dẫn chi tiết các quy định về yêu cầu tiêu chuẩn trình độ, năng lực, đạo đức của cán bộ, công chức thực hiện công tác QLNN về ĐTMSC; hoàn thiện các quy định về công tác đào tạo, bồi dưỡng, các loại chứng chỉ

ngành nghiệp trong lĩnh vực đấu thầu, đồng thời quản lý chặt chẽ các cơ sở đủ điều kiện đào tạo, chất lượng đội ngũ giảng dạy, quy trình tổ chức đào tạo của các cơ sở đào tạo về lĩnh vực đấu thầu. Đồng thời xây dựng và hoàn thiện quy trình tuyển dụng, sử dụng và bổ nhiệm cán bộ, công chức trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC, để đảm bảo rằng các cán bộ công chức làm công tác QLNN về ĐTMSC đều được tuyển lựa một cách khoa học và là những người được đào tạo cơ bản, có trình độ am hiểu về lĩnh vực ĐTMSC và có phẩm chất, đạo đức tốt để có thể đóng góp tốt nhất cho công tác QLNN về ĐTMSC.

- *Thứ hai*, Tuyên truyền, nâng cao nhận thức của cán bộ Lãnh đạo đơn vị, đặc biệt là người đứng đầu về tầm quan trọng của việc học, nâng cao trình độ, kiến thức về lĩnh vực ĐTMSC để bản thân tự học tập nâng cao, cũng như quan tâm tổ chức lớp học hoặc cử cán bộ đi học. Đồng thời cần tiếp tục tăng cường, cập nhật kiến thức về đấu thầu cho cán bộ làm công tác đấu thầu nói chung và ĐTMSC nói riêng. Xây dựng và triển khai thực hiện các đề án, dự án, kế hoạch đào tạo, nâng cao chất lượng đội ngũ nhân lực tham gia công tác ĐTMSC như: tăng cường công tác đào tạo nghiệp vụ về đấu thầu đối với các cơ quan QLNN về ĐTMSC, các ban quản lý dự án chuyên ngành; thắt chặt các điều kiện cấp chứng chỉ hoạt động đấu thầu; phối hợp với các trường đại học hình thành các khoa chuyên ngành đào tạo về đấu thầu. Do vậy, để đảm bảo hiệu quả của việc thực thi về ĐTMSC, các bộ, ngành, địa phương phải tiếp tục nâng cao trình độ, tiếp tục đào tạo, đào tạo lại và tăng cường đào tạo, bồi dưỡng chuyên sâu về đấu thầu cho các cán bộ làm công tác ĐTMSC của mình.

- *Thứ ba*, các Bộ, Ngành và địa phương cần xây dựng quy định cụ thể về việc phân bổ kinh phí hàng năm của đơn vị để hỗ trợ công tác đào tạo, bồi dưỡng về kiến thức chuyên môn liên quan đến công tác QLNN về ĐTMSC như: chế độ đào tạo, bồi dưỡng, đặc biệt điều kiện bổ nhiệm đối với cán bộ lãnh đạo quản lý phải có chứng chỉ liên quan đáp ứng yêu cầu chuyên môn công tác. Coi việc đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về ĐTMSC là một trong những nhiệm vụ thường xuyên của đơn vị, lồng ghép vào nội dung sơ, tổng kết hàng năm của đơn vị có như vậy hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ kiến thức của cán bộ, công chức mới thực sự được quan tâm đúng mức và có điều kiện khả thi để thực hiện.

- *Thứ tư*, Chú trọng quan tâm, tạo điều kiện đầu tư và nâng cao chất lượng công tác giảng dạy, đào tạo, xây dựng chương trình giảng dạy của một số đơn vị chuyên đào tạo về đấu thầu như: Bộ môn Đấu thầu (thuộc Học viện Chính sách và Phát triển) và Trung tâm Hỗ trợ đấu thầu (thuộc Cục Quản lý Đấu thầu) Bộ Kế hoạch và Đầu tư và một số cơ sở đào tạo uy tín khác. Trong đó đặc biệt quan tâm và chú trọng đầu tư nâng cao chất lượng chương trình giảng dạy và đào tạo của Bộ môn Đấu thầu (Học viện Chính sách và Phát triển), bởi đây là cơ sở đào tạo duy nhất hiện nay của Việt Nam đào tạo cử nhân chuyên ngành đấu thầu và quản lý dự án, là cái nôi đào tạo ra các chuyên gia đấu thầu tương lai của đất nước, thực hiện đúng chủ trương của Chính phủ, Bộ Kế hoạch và Đầu tư về chương trình nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành Kế hoạch và Đầu tư.

- *Thứ năm*, Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ văn hóa, Thể thao và Du lịch và Chính

quyền các cấp cần quan tâm và phối hợp thực hiện tốt công tác tuyên truyền, giáo dục đạo đức, lối sống, tinh thần và truyền thống yêu nước đối với toàn thể nhân dân và xã hội để nâng cao tinh thần dân tộc, tính “Cần – Kiệm – Liêm – Chính” trong đội ngũ cán bộ, công chức qua đó nâng cao phẩm chất, đạo đức công vụ hạn chế tình trạng tham nhũng, lãng phí trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC.

b, Nâng cao chất lượng công tác Quản lý tổ chức đào tạo về Đấu thầu mua sắm công

Thứ nhất, Thống nhất và hoàn thiện các quy định về điều kiện cấp phép cho các cơ quan, đơn vị được tổ chức đào tạo, cấp chứng chỉ chuyên môn trong lĩnh vực đấu thầu nói chung và QLNN về ĐTMSC nói riêng. Hoàn thiện khung khổ pháp lý quy định về công tác tổ chức, quản lý và đào tạo trong lĩnh vực ĐTMSC. Kiểm soát chặt chẽ về tiêu chuẩn đội ngũ giảng viên đủ điều kiện tham gia giảng dạy, kiểm soát việc tổ chức giảng dạy, tình hình cấp chứng chỉ trong lĩnh vực đấu thầu. Đồng thời, hàng quý và hàng năm các đơn vị, tổ chức phải báo cáo về Bộ Kế hoạch và Đầu tư về tình hình hoạt động của đơn vị, đồng thời kiến nghị đề xuất các giải pháp nhằm kịp thời nâng cao chất lượng công tác đào tạo trong lĩnh vực ĐTMSC.

Thứ hai, Thực hiện công khai toàn bộ danh sách các cơ sở đào tạo, danh sách các giảng viên đủ tiêu chuẩn được tham gia giảng dạy chuyên môn về lĩnh vực ĐTMSC lên trên Hệ thống mạng đấu thầu quốc gia. Thường xuyên cập nhật các thông tin về các cơ sở đào tạo, đội ngũ giảng viên, tình hình khen thưởng, kỷ luật, tình hình xử lý các vi phạm trong lĩnh vực đào tạo, cấp chứng chỉ trong lĩnh vực

ĐTMSC. Qua đó tạo sự công khai, minh bạch và tạo cơ chế kiểm tra, giám sát của cộng đồng đối với các cơ sở đào tạo cũng như tạo ra tính răn đe, xử lý nghiêm đối với các tổ chức, cá nhân vi phạm.

Thứ ba, Xây dựng giáo trình, tài liệu đào tạo cơ bản, quy định khung chương trình đào tạo trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC phù hợp đối với các nhóm đối tượng học viên, đồng thời phân loại trình độ đào tạo và các loại chứng chỉ để phù hợp với yêu cầu thực tiễn, tạo sự thống nhất chung, để kiểm soát chất lượng của công tác đào tạo.

Thứ tư, Hoàn thiện cơ chế kiểm tra, giám sát của cơ quan chuyên môn và cơ chế kiểm tra, giám sát của cộng đồng về hoạt động đào tạo, cấp chứng chỉ trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC. Đặc biệt thực hiện nghiêm, có hiệu quả và tính răn đe của pháp luật đối với các hành vi vi phạm trong lĩnh vực đào tạo cấp chứng chỉ về ĐTMSC.

3.3. Nâng cao chất lượng công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm trong QLNN nhà nước về Đấu thầu mua sắm công

Nhằm phát huy vai trò hậu kiểm trong đấu thầu, các cơ quan thanh tra, kiểm tra trong đấu thầu tại các bộ, ngành và địa phương cần tăng cường việc thanh tra, kiểm tra thường xuyên trong lĩnh vực đấu thầu nhằm ngăn ngừa và phát hiện sớm các hành vi tiêu cực, sai phạm trong đấu thầu. Trong trường hợp có những kiến nghị, phản ánh của nhà thầu về tính không minh bạch, lành mạnh của cuộc thầu cần xác minh, kiểm tra các thông tin được cung cấp. Trên cơ sở đó, trường hợp những phản ánh, kiến nghị là đúng cần đưa ra các biện pháp xử lý thích đáng. Tăng cường vai trò của giám sát cộng đồng, thường xuyên

đánh giá chất lượng các cuộc kiểm tra và có biện pháp xử lý nghiêm đối với những cán bộ có biểu hiện buông lỏng, thiếu trách nhiệm, kiểm tra mang tính hình thức.

- Công tác kiểm soát được thực hiện bằng nhiều hình thức khác nhau: bao gồm kiểm soát nội bộ bên trong đơn vị thực hiện hoạt động QLNN về ĐTMSC, kiểm soát bên ngoài của các cơ quan thanh tra, kiểm tra, giám sát có nhiệm vụ và kỹ năng chuyên môn, đủ thẩm quyền để thực hiện công tác thanh tra, kiểm soát việc thực hiện hoạt động ĐTMSC và QLNN về ĐTMSC, ngoài ra còn có biện pháp kiểm soát ngoài của các cơ quan, tổ chức, báo chí, người dân...đối với hoạt động QLNN về ĐTMSC của Chính phủ. Có như vậy, mới tạo ra áp lực và trách nhiệm cao đối với các cơ quan thực hiện chức năng QLNN về ĐTMSC phải thực hiện đúng chức năng, nhiệm vụ trong việc thực hiện công tác QLNN về ĐTMSC. Trong các năm gần đây, hoạt động thanh tra, kiểm tra đã có nhiều chuyển biến tích cực nhưng vẫn còn những tồn tại như chưa có nhiều cuộc kiểm tra chuyên sâu, chưa có kế hoạch cụ thể...Do vậy, để khắc phục các tồn tại trong hoạt động thanh tra, kiểm tra, các bộ, ngành, địa phương cần đẩy mạnh các cuộc thanh tra, kiểm tra trọng tâm, trọng điểm về hoạt động ĐTMSC.

- Nhà nước cần có sự quan tâm đúng mực, tập trung giải quyết và xử lý dứt điểm, nghiêm minh theo pháp luật đúng người đúng tội các hành vi vi phạm pháp luật trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC. Qua đó tạo lập tính nghiêm minh, tăng cường tính răn đe của pháp luật trong lĩnh vực quản lý tài chính công nói chung và QLNN về ĐTMSC nói riêng. Công tác xét xử và thi hành án phải được thực hiện

nghiêm, công khai trên các phương tiện thông tin đại chúng, đồng thời đối với những vụ án tham nhũng nghiêm trọng cần phải tăng mức hình phạt nghiêm minh hơn bằng các hình phạt với khung hình phạt cao nhất là tù chung thân hoặc tử hình để đảm bảo tính tôn nghiêm và thượng tôn pháp luật trong lĩnh vực QLNN về ĐTMSC.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, *Báo cáo công tác Quản lý Đấu thầu từ năm 2015-2022*.
2. Chỉ thị số 47/CT-TTg ngày 27 tháng 12 năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc chấn chỉnh công tác đấu thầu trong các dự án đầu tư phát triển và hoạt động mua sắm thường xuyên sử dụng vốn nhà nước.
3. TS. Nguyễn Quang Duệ, Ths. Đào Thu Trang (2011), *Nghiệp vụ Đấu thầu*, NXB Thông tin và Truyền thông, HN.
4. TS. Nguyễn Thế Vinh, ThS. Lê Văn Tăng (2022), *Giáo trình Đấu thầu mua sắm*, NXB ĐHKQTĐ.
5. Lan Phương (2014), Tạp chí kinh tế dự báo, *Một số giải pháp chủ yếu nâng cao hiệu quả công tác đấu thầu*, HN
6. Quốc hội (2013), *Luật Phòng, chống tham nhũng*, HN.
7. Quốc hội (2013), *Luật Đấu thầu*, HN.

Các website:

1. Báo Đấu thầu, Bộ Kế hoạch và Đầu tư - <http://baodauthau.vn>
2. Báo Dân trí - <http://dantri.com.vn>
3. Báo Điện tử của Chính phủ - <http://baodientu.chinhphu.vn>
4. Báo điện tử Đại biểu nhân dân -

http://www.daibieunhandan.vn

http://www.mof.gov.vn

5. Bộ Kế hoạch và Đầu tư -
http://www.mpi.gov.vn

8. Cục Quản lý công sản, Bộ Tài chính
- *http://taisancong.vn*

6. Báo Viet Nam net -
http://Vietnamnet.vn

9. Hệ thống mạng đấu thầu quốc gia,
Cục Quản lý đấu thầu

7. Bộ Tài chính -

https://muasamcong.mpi.gov.vn

Linh Phạm (2023). Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tự học tiếng anh của sinh viên năm thứ nhất. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 117-126

Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tự học tiếng anh của sinh viên năm thứ nhất

Phạm Thị Diệu Linh (TS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: dieulinh85@gmail.com

Tóm tắt

Tự học đóng một vai trò quan trọng trong quá trình dạy học, nhận thức, đặc biệt trong đào tạo theo hệ thống tín chỉ. Tuy nhiên, sinh viên vẫn còn rất nhiều vướng mắc, khó khăn khi học tập, chưa thực sự dành nhiều thời gian cho việc tự học, chưa xây dựng và rèn luyện kỹ năng tự học hợp lí. Bài viết tập trung vào các vấn đề: Vị trí, vai trò của tự học đối với quá trình học tập, nhận thức của sinh viên, các yếu tố thúc đẩy hoạt động tự học của sinh viên theo phương thức đào tạo theo tín chỉ, đặc điểm hoạt động tự học ở trường Đại học, và đề xuất một số giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động tự học tiếng Anh của sinh viên năm thứ nhất tại Học viện Chính sách và Phát triển.

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS100223

Từ khóa: *hoạt động tự học, nhận thức, động cơ học tập.*

Abstract:

Self-study is essential in the learning and cognitive processes, particularly credit-based training. On the other hand, students continue to face many obstacles in learning, have not spent much time on self-study, and have not developed and trained in reasonable self-study skills. The following issues are addressed in the article: The position and role of self-study in the learning process, student awareness, and factors promoting students' self-study activities through credit-based training, characteristics of self-study activities at the University, and some solutions to improve the efficiency of first-year students' English self-study activities at the Academy of Policy and Development.

Keywords: *self-study activities, awareness, learning motivation.*

1. Đặt vấn đề

Đào tạo theo hệ thống tín chỉ là một phương thức đào tạo có nhiều ưu thế so với phương thức đào tạo truyền thống. Các nước có nền giáo dục đại học tiên tiến, phương thức này đã được thực hiện từ lâu. Ở Việt Nam, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT của Bộ Giáo dục và Đào tạo Ban hành quy chế đào tạo Đại học và Cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ. [1]. Theo kế hoạch của Bộ Giáo dục đào tạo, từ năm học 2010-2011 trở đi, các trường Đại học đã từng bước thực hiện chuyển đổi từ đào tạo theo phương thức truyền thống sang đào tạo theo hệ thống tín chỉ.

Việc tự học, tự nghiên cứu của sinh viên là hoạt động vô cùng cần thiết, mặc dù đã làm quen với hình thức tín chỉ, nhưng sinh viên vẫn gặp một số khó khăn do chưa thực sự tìm ra phương pháp học tập hiệu quả nhất khi học theo hình thức này. Tại Học viện Chính sách và Phát triển, từ thực tế giảng dạy cho sinh viên năm thứ nhất qua nhiều năm của tác giả, có thể thấy rằng, phần lớn đối tượng sinh viên này vẫn còn rất nhiều vướng mắc, khó khăn khi học tập, chưa thực sự dành nhiều thời gian cho việc tự học, chưa xây dựng và rèn luyện kỹ năng tự học hợp lý. Do vậy, vấn đề nghiên cứu các giải pháp phát huy hiệu quả hoạt động tự học của sinh viên khi học theo phương thức tín chỉ ngay từ những năm đầu là vấn đề cần được quan tâm tại Học viện.

2. Nội dung

2.1. Hoạt động tự học của sinh viên

2.1.1. Khái niệm

Trong các giáo trình, tài liệu, các tác giả đã đưa ra các định nghĩa khác nhau về tự học, sau đây là một số định nghĩa cơ bản:

Nhà tâm lý học Rubakin (2002) cho

việc “tự tìm lấy kiến thức - có nghĩa là tự học”[2]. Tự học là quá trình lĩnh hội tri thức, kinh nghiệm xã hội, lịch sử trong thực tiễn hoạt động cá nhân bằng cách thiết lập các mối quan hệ cải tiến kinh nghiệm ban đầu, đối chiếu với các mô hình phản ánh hoàn cảnh thực tại, biến tri thức của loài người thành vốn tri thức, kinh nghiệm, kỹ năng, kỹ xảo của chủ thể.

Trong cuốn “Học tập hợp lý” tác giả Retxke (1994) chủ biên, coi “Tự học là việc hoàn thành các nhiệm vụ khác không nằm trong các lần tổ chức giảng dạy” [3].

Theo GS. Đặng Vũ Hoạt và PGS. Hà Thị Đức (2003) trong cuốn “Lý luận dạy học đại học” thì tự học là một hình thức tổ chức dạy học cơ bản ở đại học [4]. Đó là một hình thức nhận thức của cá nhân, nhằm nắm vững hệ thống tri thức và kỹ năng do chính người học tự tiến hành ở trên lớp hoặc ở ngoài lớp, theo hoặc không theo chương trình và sách giáo khoa đã được qui định.

2.2. Ý nghĩa, tầm quan trọng của tự học đối với quá trình học tập, nhận thức của sinh viên

2.2.1. Ý nghĩa của việc tự học

Không thể phủ nhận rằng, tự học luôn là cách học được ưu tiên hàng đầu. Ở các trường học, học sinh luôn được thầy cô khuyến khích tự tìm tòi, học hỏi thêm kiến thức nâng cao ngoài những giờ lên lớp. Khi bước chân vào Đại học, tự học trở thành phương pháp học chủ yếu của các bạn sinh viên.

Trong quá trình hoạt động dạy học (DH), nhiệm vụ của giảng viên (GV) không chỉ dừng lại ở việc truyền thụ những tri thức có sẵn, không chỉ yêu cầu sinh viên ghi nhớ mà quan trọng hơn là phải định

hướng, tổ chức cho sinh viên tự mình khám phá ra những qui luật, thuộc tính mới của các vấn đề khoa học. Giảng viên đóng vai trò là người cố vấn, hướng dẫn sinh viên lĩnh hội kiến thức. Giúp sinh viên không chỉ nắm bắt được tri thức mà còn biết cách tìm đến những tri thức ấy. Thực tiễn cũng như phương pháp dạy học hiện đại còn xác định rõ: càng học lên cao thì tự học càng cần được coi trọng, nói tới phương pháp dạy học đại học thì cốt lõi chính là dạy tự học. Phương pháp tự học là cầu nối giữa học tập và nghiên cứu khoa học. Bởi vì sinh viên đại học không phải là những học sinh cấp bốn. Họ cần có thói quen nghiên cứu khoa học, mà để có được thói quen ấy thì không thể không thông qua con đường tự học. Muốn thành công trên bước đường học tập và nghiên cứu thì phải có khả năng phát hiện và tự giải quyết những vấn đề mà cuộc sống, khoa học đặt ra.

Với các học phần tiếng Anh đang giảng dạy tại Học viện, sinh viên được yêu cầu tự học và chuẩn bị bài ở nhà trước khi học bài mới trên lớp. Với phương pháp này, người học không còn phụ thuộc nhiều vào người dạy, mà sẽ là người tự làm chủ tri thức của mình. Nhờ áp dụng phương pháp tự học, sinh viên mới có thể theo kịp các bài giảng, kiến thức ở trên lớp. Sau một thời gian dài áp dụng phương pháp này liên tục, người học sẽ thấy kiến thức và kỹ năng của mình được cải thiện đáng kể. Như vậy, có thể thấy, tự học đóng vai trò rất quan trọng để giúp sinh viên tự hoàn thiện bản thân.

2.2.2. Lợi ích của việc tự học

Tự học mang đến rất nhiều trải nghiệm và lợi ích đối với sinh viên. Nhìn chung, phương pháp học tập này có những lợi ích nổi bật như:

Giúp người học chủ động trong việc tìm tòi và tiếp thu những kiến thức mới, dễ dàng học bất cứ điều gì mà mình thích.

Luôn cập nhật kiến thức đều đặn và liên tục hằng ngày, hằng giờ.

Giúp người học biết được thêm nhiều kiến thức mới mẻ và bổ ích không có trong sách vở hoặc không được thầy cô giảng dạy.

Cải thiện năng suất và hiệu quả học tập, làm việc.

Giúp người học nâng cao kiến thức lẫn kinh nghiệm, các kỹ năng cứng, kỹ năng mềm...

Giúp mỗi người phát triển và hoàn thiện bản thân.

Phát huy khả năng sáng tạo và năng lực của mỗi người.

Khả năng tự học sẽ tạo tiền đề cho sự phát triển cho công việc trong tương lai.

2.3. Các yếu tố thúc đẩy hoạt động tự học của sinh viên theo phương thức đào tạo theo tín chỉ

2.3.1. Vai trò của giảng viên đối với hoạt động tự học của sinh viên theo phương thức đào tạo theo tín chỉ

Vai trò của giảng viên trong việc trợ giúp và tạo điều kiện phát triển hoạt động tự học là rất quan trọng và đòi hỏi nhiều nỗ lực. Như vậy, tự học không có nghĩa là học không cần giảng viên hay giảng viên trở nên dư thừa và từ bỏ việc kiểm soát những gì đang diễn ra trong quá trình học. GS. Cao Xuân Hạo (2001) trong bài “Bàn về chuyện tự học” đã viết, “theo lời một nhà văn Pháp mà tôi không nhớ tên, nói rằng xưa nay chưa có và không thể có người nào thực sự tự học cả. Và chỉ có những kẻ cực

kỳ hờm hĩnh và vô ơn mới có thể nói khoác rằng mình là người tự học” [5]. Và theo ông “tự học ở đây chỉ cái phần tích cực, chủ động, quyết đoán của người học. Vai trò quyết định sự thành công hay thất bại của quá trình học tập là vai trò của người học, tuy vai trò của người dạy không phải không quan trọng”. Holmes và Ramos (1991) cũng khẳng định, “để giúp người học kiểm soát được việc học của chính mình rất quan trọng, phải giúp họ trở nên có tri thức và xác định được chiến lược mà họ đã từng sử dụng hoặc có thể sẽ sử dụng” [6]. Và chính giảng viên sẽ là người thực hiện vai trò này. giảng viên trước hết phải giúp sinh viên nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của việc tự học, tiếp đến cung cấp cho sinh viên kiến thức về cách học ngoại ngữ và hướng dẫn họ tự học có hiệu quả. Ngoài ra, cũng cần lưu ý rằng tự học là một quá trình không phải là một sản phẩm, và sẽ phải mất rất nhiều thời gian để phát triển khả năng này. Đặc biệt là đối tượng sinh viên năm thứ nhất đang quen với cách giảng dạy ở phổ thông là thầy cô đọc cho ghi chép, khi chuyển lên học đại học tự học trở thành phương pháp học chủ yếu của các bạn sinh viên.

Như vậy, không thể trông đợi người học có thể trong một thời gian ngắn chuyển sang cách học tự học mà không cần thời gian hay không gặp một khó khăn nào.

Trong dạy học người giảng viên không chỉ là người nêu rõ mục đích mà quan trọng hơn là khơi gợi động cơ học tập cho sinh viên. Điều này làm cho sinh viên nhận thức được những mục đích đặt ra và tạo được động lực bên trong giúp sinh viên học tập tự giác, tích cực chủ động sáng tạo. Thông qua việc dạy học của giảng viên, sinh viên nắm vững tri thức, kỹ năng, kỹ xảo, hình thành năng lực và thế giới quan. Từ đó mà

phương pháp tự học của sinh viên được hình thành kéo theo đó là sự hình thành và phát triển năng lực tự học của sinh viên.

Giảng viên đóng vai trò quan trọng hàng đầu trong việc định hướng và kích thích ý thức tự học cho sinh viên. Giảng viên không chỉ có nhiệm vụ quan trọng trong những giờ lên lớp mà còn trong những giờ tự học, tự nghiên cứu của sinh viên. Hơn nữa, đối với hoạt động tự học của sinh viên, giảng viên phải quan tâm hơn. Giảng viên là người cố vấn, định hướng cho sinh viên trong quá trình lĩnh hội kiến thức. Đối với hoạt động tự học, giảng viên cần kịp thời tư vấn khi sinh viên cần. Giảng viên là người dẫn dắt sinh viên trong quá trình lĩnh hội tri thức. Một số nhiệm vụ chính của giảng viên đối với hoạt động tự học của sinh viên năm thứ nhất.

**** Giúp sinh viên nắm được đề cương môn học***

Khi bắt đầu một môn học, giảng viên cần giới thiệu và cung cấp cho sinh viên đề cương của môn học đó. Qua đó, sinh viên chủ động lên kế hoạch tự học, tự nghiên cứu để thực hiện được các mục tiêu của môn học. Giảng viên cần phải tuân thủ theo đúng kế hoạch trong đề cương và yêu cầu sinh viên nghiêm túc thực hiện đề cương này.

**** Xác định rõ nội dung tự học và phương tiện để thực hiện nội dung đó***

Trong đào tạo theo tín chỉ, trong nội dung của hoạt động tự học, giảng viên cần thiết kế các nhiệm vụ tự học cụ thể cho sinh viên để họ có thể tự chiếm lĩnh được các nội dung này, đáp ứng mục tiêu và yêu cầu của từng bài học trong một khoảng thời gian định trước. Để giúp sinh viên thực hiện được nhiệm vụ tự học của mình, giảng viên cần giới thiệu đầy đủ các tài liệu bắt

buộc, tài liệu tham khảo, cách thu thập, tra cứu và xử lý thông tin trong tài liệu với những hướng dẫn chi tiết, cụ thể. Bên cạnh đó, giảng viên cần tăng cường hướng dẫn, giúp đỡ sinh viên xây dựng kế hoạch tự học khoa học, hợp lý, phù hợp với điều kiện của mình để đạt tới đích một cách hiệu quả..

*** Kiểm tra - đánh giá hoạt động tự học của sinh viên**

Đánh giá trong giáo dục là vấn đề có tính phát triển và có tác động trực tiếp đến hoạt động dạy và học. Rowntree (1987) đã nhận thức được tầm quan trọng của đánh giá khi cho rằng “Nếu muốn biết thực chất của một nền giáo dục, hãy nhìn vào cách đánh giá của nền giáo dục đó” [7]. Đánh giá trong trường học gồm đánh giá thường xuyên và đánh giá định kỳ nhằm giúp sinh viên cải thiện kết quả, phương pháp học tập và đồng thời cung cấp cơ sở cho giáo viên cải tiến phương pháp và chương trình, tài liệu giảng dạy theo Brown, G.T.L, (2008) [8]. Đánh giá định kỳ thường diễn ra cuối học kỳ hoặc một thời gian học tương đối và thường có sử dụng bài kiểm tra (test). Việc sử dụng đánh giá định kỳ thường không cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời và hữu ích cho quá trình cải thiện chất lượng học và dạy ngoại ngữ bằng các hoạt động đánh giá thường xuyên (Brown, Kenedy, Fok, Chan & Yu. (2009) [9].

Trong phương thức đào tạo theo tín chỉ, khi hoạt động tự học là một thành phần bắt buộc trong cơ cấu thời khóa biểu thì cần phải có các hình thức kiểm tra - đánh giá hoạt động này. Nếu giảng viên chỉ giao nhiệm vụ tự học mà không tổ chức kiểm tra, đánh giá thì hoạt động học tập này chỉ mang tính hình thức, đối phó mà không đem lại kết quả như mong muốn. Giảng

viên thường xuyên sử dụng một trong hai hình thức đánh giá là đánh giá thường xuyên và đánh giá định kỳ. Giảng viên thường xuyên đánh giá sinh viên trong suốt quá trình của môn học thông qua các hình thức kiểm tra đa dạng như bài tập cá nhân (tuần); bài tập nhóm (tháng); bài tập lớn (học kỳ thông thường là một bài tổng hợp về môn học) và các bài thi giữa kỳ, cuối kỳ. Qua đó hình thành cho sinh viên cách làm việc nghiêm túc, tính tích cực và ý chí phấn đấu vươn lên để đạt kết quả cao trong học tập.

Ngoài sự hướng dẫn của giảng viên, sự quản lý của nhà trường thì yếu tố then chốt, đóng vai trò quan trọng là sự nỗ lực của sinh viên. Khi chuyển sang phương thức đào tạo theo tín chỉ, sinh viên phải thay đổi nhận thức, xóa bỏ sức ỳ để có những phương pháp học tập tích cực, thái độ tự chủ- tự chịu trách nhiệm nhằm thích ứng với những yêu cầu học tập mới.

Ý thức học tập và động cơ nhận thức có ý nghĩa quyết định trong quá trình hình thành và phát triển năng lực tự học của sinh viên. Vì xét cho cùng chất lượng học tập phải là kết quả trực tiếp của sự nỗ lực của chính bản thân người học. Nếu người học không xác định được vai trò quyết định của mình trong sự thành bại của sự học, thì không bao giờ tự học thành công. Chỉ khi đã xác định được mục đích và động cơ học tập đúng đắn. Sinh viên mới có thể phát huy được “nội lực” trong học tập, từ đó kết hợp các yếu tố “ngoại lực” khác để tổ chức các hoạt động học tập diễn ra một cách hợp lý và thu được kết quả cao.

2.3.3. Vai trò của các điều kiện phục vụ tự học của sinh viên

Hoạt động tự học của sinh viên

không thể thực hiện tốt nếu không đảm bảo các điều kiện cần thiết về cơ sở vật chất: phòng học, trang thiết bị học tập, nguồn học liệu v.v... Trong đó, hệ thống nguồn học liệu đầy đủ về số lượng, phong phú về nội dung và chuẩn mực về chất lượng là một yêu cầu không thể thiếu trong hoạt động tự học của sinh viên.

2.4. Đặc điểm hoạt động tự học ở trường Đại học

Trong giai đoạn hiện nay, mục tiêu đào tạo của Học viện là “đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, trình độ cao về lĩnh vực kinh tế, kinh doanh, quản lý, quản trị, luật và chính sách phát triển, có tư duy năng động, sáng tạo, đủ năng lực làm việc trong môi trường quốc tế, nghiên cứu khoa học, chuyển giao tri thức, bồi dưỡng tư vấn và phân biện chính sách đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành kế hoạch và đầu tư và của đất nước” (Sứ mạng của Học viện Chính sách và Phát triển, 2023). Trên ý nghĩa đó, việc tự học của sinh viên không còn giống tự học của học sinh phổ thông. Học đại học là đi sâu vào một chuyên ngành để chuẩn bị cho một nghề trong tương lai. Sinh viên học theo định hướng nghề nghiệp đã có sẵn. Do đó, sinh viên phải tự trang bị cho mình những hiểu biết cơ bản, vững vàng về nghề đó, đồng thời phải có nhiều hiểu biết khác nữa theo yêu cầu của cuộc sống. Hoạt động tự học đã trở thành một yêu cầu bắt buộc. Giờ đây, công việc tự học của sinh viên trở nên rất quan trọng, rất nặng nề, nó trở thành một bộ phận cấu thành của giáo dục đại học. Do phương pháp học tập ở trường đại học khác cơ bản so với phương pháp học ở phổ thông, ở đại học không có sự kiểm tra hàng ngày của giáo viên nên việc học tập của sinh viên phần lớn là tự học. Sinh viên tự đề ra kế hoạch và tự thực hiện kế hoạch. Sinh viên phải hoàn toàn

chủ động trong quá trình lĩnh hội kiến thức. Các bài kiểm tra chính là kết quả học tập và nghiên cứu của sinh viên. Có nhiều sinh viên cho biết rằng 50% kiến thức là do tự học. Việc tự học của sinh viên đại học còn có một đặc điểm; đó là hoạt động tự học diễn ra liên tục, trong một phạm vi lớn nhằm lĩnh hội rất nhiều tri thức. Nếu như học sinh phổ thông được cô giáo ra những bài tập nhất định về nhà thì sinh viên đại học phải tự tìm tòi tài liệu, chọn đọc tài liệu sao cho thích hợp với môn học và phải thật sự khoa học trong hoạt động tự học mới có kết quả tốt. Thêm vào đó, việc tự học của sinh viên đại học đòi hỏi sự nỗ lực cao, tính tự giác cao hơn học sinh phổ thông; sinh viên thực sự làm chủ thời gian, phương pháp phải quan tâm đến chất lượng tự học của bản thân để từ đó có phương hướng nâng cao kỹ năng nghề nghiệp cho mình, chuẩn bị cho ngày mai lập nghiệp bằng sự tự tin tuyệt đối. Hoạt động tự học - một nhân tố quan trọng đối với quá trình lĩnh hội tri thức. Do đó, ý thức tự giác, chủ động có ý nghĩa rất quan trọng trong quá trình tự học. Hoạt động tự học chính là lần thứ hai lĩnh hội tri thức, đó là lĩnh hội bằng sự tái tạo lại của bản thân sinh viên. Bước tái tạo này giúp sinh viên nắm chắc hơn điều đã được học, hoàn thành những chỗ khó, hệ thống hoá lại bài học trên lớp, nhờ đó tránh được "học vẹt", học mà không hiểu. Trong thực tế, hoạt động tự học còn giúp sinh viên, lĩnh hội tri thức mới, rèn luyện kỹ năng vận dụng tri thức vào cuộc sống để tự rút ra kinh nghiệm cho mình nhất là theo hình thức tín chỉ. Điều quan trọng là việc tự học còn phát triển ở sinh viên khả năng độc lập, sáng tạo trong lĩnh hội tri thức và trong hoạt động. Khi tự học, sinh viên làm quen với nhiều thuật ngữ, nhiều cách đề cập đến một vấn đề, vì vậy

họ sẽ trở nên năng động hơn, tự chủ hơn trong việc tiếp thu tri thức. Qua đó có thể nói rằng tự học của sinh viên không chỉ là một nhân tố quan trọng trong lĩnh hội tri thức mà còn có ý nghĩa to lớn trong việc hình thành nhân cách sinh viên.

3. Các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tự học tiếng Anh của sinh viên năm thứ nhất Học viện Chính sách và Phát triển

3.1. Giảng viên

3.1.1. Trang bị kiến thức về hoạt động tự học để hướng dẫn sinh viên

Giảng viên giữ vai trò chủ đạo trong mọi hoạt động học tập, là người tổ chức, giao nhiệm vụ, hướng dẫn, kiểm tra, đánh giá quá trình tự học của sinh viên. Nếu bản thân họ nhận thức đúng đắn vai trò hoạt động tự học đối với sinh viên thì chắc chắn họ sẽ tích cực hỗ trợ sinh viên rèn luyện hoạt động ấy nhiều hơn.

Trong những năm qua, các giảng viên Bộ môn Ngoại ngữ của Học viện luôn nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề tự học đối với sự thành công trong học tập của sinh viên và góp phần hoàn thành mục tiêu nhiệm vụ năm học. Các giảng viên luôn tích cực giúp đỡ sinh viên rèn luyện và nâng cao khả năng tự học môn tiếng Anh: Ghi chép lại từ vựng mới theo cách riêng của mỗi sinh viên, ôn lại bài học trên lớp và bài tự học; tìm kiếm những thứ thú vị dựa trên nền tảng tiếng Anh để xem, đọc và nghe.

3.1.2. Đổi mới phương pháp giảng dạy, điều chỉnh phương pháp giảng dạy theo hướng tăng cường tự học cho sinh viên

Giảng viên đóng vai trò quan trọng hàng đầu trong việc định hướng và kích

thích ý thức tự học cho sinh viên. Qua phỏng vấn, phần lớn sinh viên cho rằng việc trao đổi trực tiếp hoặc gián tiếp với giảng viên giúp bản thân các sinh viên đạt hiệu quả cao nhất trong việc tự học. Giảng viên không phải chỉ có nhiệm vụ quan trọng trong giờ lên lớp còn giờ tự học, tự nghiên cứu của sinh viên thì không cần can thiệp. Ngược lại, đối với hoạt động tự học của sinh viên, giảng viên phải quan tâm hơn, kịp thời tư vấn khi sinh viên cần. Trong sự tương tác giữa dạy và học, phương pháp dạy chỉ đạo phương pháp học, do đó muốn sinh viên tự học nhiều hơn thì chắc chắn giảng viên phải thay đổi phương pháp lên lớp theo hướng tăng cường tự học. Một số nhiệm vụ chính của giảng viên đối với hoạt động tự học của sinh viên như sau:

3.1.3. Tư vấn, hướng dẫn cách thức tự học cho sinh viên

Tư vấn, hướng dẫn cách thức tự học là biện pháp trực tiếp và nhanh đạt hiệu quả nhất. Thông qua những chia sẻ của giảng viên, sinh viên sẽ dễ dàng tiếp nhận và thực hiện chúng, bởi đó là những tri thức đã được diễn đạt bằng lời và vì chính từ thầy cô giảng dạy của các em.

3.1.4. Tăng cường kiểm tra, đánh giá các nhiệm vụ tự học của sinh viên

Trong quá trình tự học, không chỉ sinh viên phải tự kiểm tra, đánh giá kết quả hoạt động của mình mà với vai trò chủ thể hoạt động dạy học, giảng viên cũng phải tham gia vào nội dung này. Việc giảng viên kiểm tra, đánh giá buộc sinh viên không được lơ là khi thực hiện nhiệm vụ tự học và tích cực nỗ lực cao hơn. Đồng thời, thông qua cách thức của giảng viên, sinh viên có thể học tập biện pháp tự kiểm tra, đánh giá kết

quả ngoài lớp cho bản thân.

Giảng viên cũng cần thường xuyên kiểm tra, đánh giá các nội dung yêu cầu tự học, có thể sau mỗi bài, mỗi chương, hay một phần kiến thức lớn. Các hình thức kiểm tra, đánh giá quá trình tự học của sinh viên được sử dụng đa dạng như: thuyết trình, trắc nghiệm, tự luận, trò chơi, tiểu luận,... Nội dung kiểm tra, đánh giá phải phản ánh được mức độ yêu cầu lĩnh hội tri thức từng phần cụ thể. Kết quả cần phải ghi nhận một cách chính thức, tránh thái độ xem nhẹ kết quả quá trình tự học ở sinh viên.

3.2. Sinh viên

Dù với bất cứ lí do gì thì sinh viên – người học cũng vẫn là người có vai trò quyết định tới quá trình học tập của mình. Do vậy, sinh viên phải tích cực, chủ động cho việc học. Sinh viên không chỉ học một cách thụ động những gì giảng viên yêu cầu hoặc làm theo những gì được chỉ dẫn mà họ phải tìm ra những phương pháp học tập riêng phù hợp với hoàn cảnh và trình độ của mình.

Việc rèn luyện kỹ năng tự học còn phụ thuộc vào chính bản thân mỗi sinh viên trong việc đổi mới nhận thức việc học của mình. Bên cạnh sự hướng dẫn của giảng viên, sự quản lý của nhà trường thì hoạt động tự học chỉ có thể thực sự đem lại hiệu quả khi có sự nỗ lực của bản thân chủ thể tham gia, đó chính là sinh viên. Khi chuyển sang phương thức đào tạo theo tín chỉ, sinh viên phải thay đổi nhận thức, xóa bỏ sức ỳ để có những phương pháp học tập tích cực, thái độ tự chủ- tự chịu trách nhiệm nhằm thích ứng với những yêu cầu học tập mới.

Các cách tự học hiệu quả đối với sinh viên năm thứ nhất:

Lập kế hoạch mục tiêu: Việc lập kế

hoạch sẽ giúp sinh viên kiên trì hơn với con đường học vấn, hiểu rõ kết quả mình muốn đạt được, từ đó tránh được cảm giác chán nản và muốn bỏ cuộc. Để lập kế hoạch mục tiêu, sinh viên có thể ghi nó ra giấy, hoặc trên app (Evernote, Microsoft OneNote, Sticky Notes,...). Sau đó đặt ở những vị trí dễ nhìn thấy trên bàn học. Với mỗi mục tiêu, sinh viên nên chia nhỏ chúng ra bằng cách đặt “deadline” thời hạn hoàn thành mỗi mục tiêu. Làm như vậy sẽ giúp sinh viên có động lực học tập mỗi ngày.

Lựa chọn các nguồn tài liệu học tập hiệu quả: Nguồn tài liệu đáng tin cậy nhất chính là thư viện. Ngoài ra, sinh viên cũng có thể hỏi ý kiến thầy cô, bạn bè về các đầu sách chất lượng, so sánh và đối chiếu từng tài liệu, sau đó mới lựa chọn. Sinh viên cũng có thể tham gia các group học tập trên Facebook, hoặc học qua Youtube...

Tạo không gian học tập thoải mái và yên tĩnh: Chỉ cần dọn dẹp bàn học ngăn nắp, sắp xếp lại đồ dùng, sách vở, trang trí một chút cho bàn học,... là sinh viên đã có thêm động lực để học tập.

Ghi chép lại khi học: khi ghi chép bằng bút viết, não sẽ ghi nhớ kiến thức nhanh hơn và lâu hơn. Tuy nhiên, sinh viên cần lưu ý một điều là hãy chất lọc thông tin để ghi chép. Không phải lúc nào ghi chép nhiều cũng sẽ mang lại hiệu quả. Đối với những kiến thức khô khan hoặc quá nhiều, sinh viên nên ghi chép lại từ khóa, gạch chân những ý chính cần phải ghi nhớ.

Liên hệ thực tế qua lý thuyết: sau khi đã học từ vựng và ngữ pháp, sinh viên nên rèn kỹ năng nghe - nói bằng cách nói chuyện với người nước ngoài, tập giao tiếp bằng tiếng Anh với bạn bè, tập nói trước gương và ghi âm lại giọng nói của mình,...

3.3. Bộ môn ngoại ngữ

Bộ môn nên thường xuyên tổ chức seminar, hội nghị học tốt, bàn về các phương pháp tự học tiếng Anh,

Bộ môn cần tăng cường tập huấn, đào tạo cho giảng viên phương pháp dạy học tích cực

3.4. Cố vấn học tập

Cố vấn học tập cần phát huy vai trò và trách nhiệm của mình. Tư vấn và hướng dẫn kỹ năng tự học không chỉ được thực hiện bởi các giảng viên bộ môn, trực tiếp phụ trách môn học mà còn là lực lượng giảng viên kiêm nhiệm công tác cố vấn học tập. Với Bộ môn Ngoại ngữ, các cố vấn học tập đã thiết lập lịch làm việc riêng cố định trong tuần để gặp gỡ sinh viên và tư vấn các vấn đề học tập, đặc biệt là khả năng tự học cho sinh viên. Cố vấn học tập không nhất thiết phải hướng dẫn cách thức học cho từng môn cụ thể nhưng có thể chỉ dẫn về các hoạt động tự học nói chung.

3.5. Học viện

Học viện cần tăng cường các điều kiện phục vụ tự học của sinh viên. Khi ý thức tự học của sinh viên đã được nâng cao thì kéo theo nhu cầu tìm kiếm tài liệu, khai thác thông tin. Khi đó, các điều kiện phục vụ tự học như: phòng học, trang thiết bị học tập, nguồn học liệu tiếng Anh... cũng cần được đảm bảo. Trong đó hệ thống nguồn học liệu đầy đủ về số lượng, phong phú về nội dung và chuẩn mực về chất lượng là một yêu cầu không thể thiếu trong hoạt động tự học tiếng Anh của sinh viên. Nhận thức được vai trò quan trọng của yếu tố này, Học viện đã có kế hoạch để không ngừng cải thiện điều kiện cơ sở vật chất của mình như:

Củng cố, nâng cấp, mở rộng hệ thống phòng học, phòng lab, thư viện; bám sát yêu cầu của các đề cương môn học để chuẩn bị các học liệu được coi là bắt buộc ghi trong đề cương môn học.

Học viện có cơ sở dữ liệu sách điện tử bằng tiếng Anh cả các môn học tiếng Anh và các môn chuyên ngành bằng tiếng Anh phục vụ sinh viên đang học tập tại Học viện.

Tăng cường khả năng khai thác các tiện ích của mạng nội bộ, mở rộng nguồn tư liệu điện tử, thiết bị dạy học vv... bằng cách ứng dụng các thành tựu công nghệ thông tin hiện đại.

Ngoài các điều kiện về cơ sở vật chất, khi xem xét các điều kiện phục vụ hoạt động tự học, Học viện đã có chế độ giải quyết thủ tục hành chính cho sinh viên qua cơ chế một cửa, các điều kiện phục vụ, thái độ phục vụ sinh viên của các bộ phận chuyên trách, các chính sách hỗ trợ kịp thời của nhà trường để tạo cho sinh viên một môi trường học tập tốt nhất.

3.6. Câu lạc bộ tiếng Anh của Học viện

Các giảng viên Bộ môn Ngoại ngữ phối hợp với câu lạc bộ tiếng Anh của Học viện tổ chức các chuyên đề về các hoạt động tự học cho sinh viên, đặc biệt là đối tượng sinh viên năm nhất.

Qua tham dự các chuyên đề hoạt động tự học, sinh viên nâng cao nhận thức vai trò của hoạt động tự học này, biết được những cách thức rèn luyện hoạt động tự học hiệu quả.

Thời gian tổ chức tập huấn các hoạt động tự học là đầu mỗi năm học với đối tượng chủ yếu là tân sinh viên. Báo cáo viên được mời từ các giảng viên tâm lý –

giáo dục có kinh nghiệm trong lĩnh vực này hoặc là các giảng viên phụ trách bộ môn, các sinh viên từng có thành tích học tập xuất sắc cũng có thể đến chia sẻ các bí quyết tự học tốt.

Các giảng viên Bộ môn Ngoại ngữ phối hợp với câu lạc bộ tiếng Anh của Học viện tổ chức các cuộc thi về hoạt động tự học.

Thi đua trong giáo dục là phương pháp có nhiều ưu điểm và thường mang lại hiệu quả cao. Trong rèn luyện hoạt động tự học ngoài lớp, càng cần phát huy phương pháp này. Khi sinh viên bị lôi cuốn vào những cuộc thi, họ hăng hái nỗ lực rèn luyện hoạt động tự học và thúc giục các thành viên khác trong tập thể cùng làm như thế để giành chiến thắng.

Nội dung các cuộc thi gắn bó chặt chẽ với việc thực hành và phát triển các hoạt động tự học tiếng Anh của sinh viên. Tạo sự đa dạng của cuộc thi bằng cách kết hợp nhiều hình thức thi, có thể tổ chức thi trắc nghiệm ở vòng loại để chọn ra một số đội tham gia thi trắc nghiệm.

4. Kết luận

Hoạt động tự học là một trong những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động học tập ở đại học của sinh viên. Ngoài ra, hoạt động tự học còn giúp người học có thể chủ động học tập suốt đời, trau dồi kiến thức chuyên môn, luôn luôn muốn khám phá kiến thức mới. Người học tự bồi dưỡng năng lực chuyên môn, nghiệp vụ trong suốt cuộc đời và hình thành các khái niệm tự học trong quá trình lĩnh hội kiến thức. Các hoạt động tự học có thể được hình thành bằng con đường đào tạo, huấn luyện và tự rèn luyện.

Tài liệu tham khảo

1. Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT của Bộ Giáo dục và Đào tạo: *Ban hành Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ.*
2. Rubankin N.A. (2002). *Tự học như thế nào.* NXB Trẻ, TP. HCM.
3. Retxke R. (1994). *Học tập hợp lí.* NXB Đại học Công nghệ, Hà Nội.
4. GS. Đặng Vũ Hoạt, PGS. Hà Thị Đức (2003). *Lý luận dạy học đại học.* Đại học Sư phạm T.P Hồ Chí Minh.
5. Cao Xuân Hạo (2001). *Bàn về chuyện tự học.* Kiến thức ngày nay số 396
6. Holmes, J. L. and Ramos, R. (1991). *Talking about learning: establishing a framework for discussing and changing learning processes.* In James, C. and Garrett, P. (eds.). *Language Awareness in the Classroom.* 1991: 198-212).
7. Derek Rowntree (1987). *Assessing Students: How Shall We Know Them?* Kogan Page.
8. Brown, G.T.L. (2008). *Conceptions of assessment: Understanding what assessment means to teacher and students.* Psychological Report, 99, 166-170.
9. (Brown, Kenedy, Fok, Chan & Yu. (2009). *Assessment for student improvement: Understanding Hong Kong teachers' conceptions and practices of assessment.* *Assessment in Education: Principles, Policy & Practice*, 16 (3).

Tuấn Nguyễn (2023) Ứng dụng mô hình ARIMA dự báo chỉ số giá tiêu dùng Việt Nam. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 127-134

*Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển*

Bài báo khoa học

Ứng dụng mô hình ARIMA dự báo chỉ số giá tiêu dùng Việt Nam

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Nguyễn Văn Tuấn (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển

Email: tuannv.apd@gmail.com

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Tóm tắt

Bài báo sử dụng mô hình ARIMA với phương pháp Box-Jenkins để dự báo chỉ số giá tiêu dùng (CPI) của Việt Nam dựa trên chuỗi dữ liệu CPI được thu thập từ tháng 1/2012 đến tháng 2/2023. Kết quả cho thấy mô hình ARIMA(2,1,2) là một lựa chọn hiệu quả để dự báo chỉ số CPI những tháng còn lại trong năm 2023. Theo kết quả dự báo của mô hình, chỉ số CPI của Việt Nam trong các tháng sắp tới khá ổn định và chỉ có xu hướng tăng rõ ràng ở bốn tháng cuối năm.

Mã số: ĐS110223

Từ khóa: *Dự báo, chỉ số CPI, mô hình ARIMA, ...*

Abstract

The article uses the ARIMA model with the Box Jenkins method to forecast the consumer price index (CPI) of Vietnam based on the CPI data series collected from January 2012 to February 2023. The results show that the ARIMA(2,1,2) model is a reliable and effective choice to forecast the CPI of the remaining months in 2023. According to the model's forecast results, the CPI index of Vietnam in the coming months is relatively stable, and the trend is clear only in the last four months of the year.

Keywords: *Forecast, CPI, ARIMA model, ...*

1. Tổng quan nghiên cứu

Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) là một trong những chỉ số quan trọng nhất để đo lường mức tăng giá của các sản phẩm và dịch vụ tiêu dùng trong một quốc gia. CPI có ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống của người dân, cũng như đến quá trình ra quyết định của chính phủ và các tổ chức kinh tế. Trong bối cảnh

nền kinh tế Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, việc dự báo chính xác CPI sẽ giúp các nhà quản lý kinh tế, doanh nghiệp, nhà đầu tư và các cá nhân có thể đưa ra quyết định về chiến lược kinh doanh và đầu tư một cách hiệu quả hơn. Vì vậy, việc dự báo chỉ số CPI là một vấn đề cấp bách và quan trọng trong việc quản lý và điều hành kinh tế. Có nhiều mô hình dự báo chuỗi thời gian, như mô hình ARIMA, VAR, CRACH,... Tuy nhiên, mô hình ARIMA vẫn được các nhà nghiên cứu hay sử dụng hơn cả vì tính hiệu quả, chính xác trong dự báo ngắn hạn. Trên thế giới có nhiều nghiên cứu sử dụng mô hình ARIMA để dự báo về chỉ số giá tiêu dùng. Nghiên cứu của P.Prasanna (2014) đã sử dụng mô hình ARIMA(1,1,1) để dự báo chỉ số giá tiêu dùng tại Ấn Độ, kết quả cho thấy đây là mô hình dự báo tốt. A. M. Elgindy et al (2016) đã sử dụng mô hình ARIMA để dự báo chỉ số giá tiêu dùng tại Ai Cập. Các kết quả cho thấy rằng mô hình ARIMA(0,1,1) có thể được sử dụng để dự báo chỉ số giá tiêu dùng tại Ai Cập với độ chính xác tương đối cao. Trong nghiên cứu của M.Pervin et al (2017) đã sử dụng mô hình ARIMA để dự báo chỉ số giá tiêu dùng tại Bangladesh. Các kết quả cho thấy rằng mô hình ARIMA(1,1,1) có thể được sử dụng để dự báo chỉ số giá tiêu dùng tại Bangladesh với độ chính xác cao. Trong nghiên cứu của Nguyễn Thị Hồng Vân (2015), Nguyễn Thị

Mỹ Hạnh và Đỗ Thị Ngọc Thảo (2019), Nguyễn Thị Thúy Nga et al (2020) đã sử dụng mô hình ARIMA để dự báo chỉ số giá tiêu dùng tại Việt Nam đều cho kết quả tương đối chính xác.

Trong bài báo này, tác giả hướng tới xây dựng mô hình ARIMA dự báo chỉ số CPI theo tháng của Việt Nam trong năm 2023. Tác giả hy vọng kết quả nghiên cứu sẽ đóng góp vào việc cải thiện việc dự báo CPI của Việt Nam và hỗ trợ cho quá trình quản lý và điều hành kinh tế của đất nước.

2. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp tự hồi quy tích hợp trung bình trượt, ký hiệu là ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) để dự báo CPI của Việt Nam. Phương pháp ARIMA là một trong những phương pháp hiệu quả nhất, và đã được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu dự báo chuỗi thời gian trên thế giới. Phương pháp này kết hợp ba thành phần: tự tương quan bậc p (AR(p)) - autoregression, sai phân bậc d của chuỗi dữ liệu - integration (I(d)) và trung bình trượt bậc q (MA(q)) - moving average.

AR(p) là mô hình hồi quy mà giá trị ước tính tương lai của mô hình phân tích chuỗi thời gian chỉ phụ thuộc vào giá trị trong quá khứ của chính nó:

$$Y_t = a_0 + a_1 Y_{t-1} + a_2 Y_{t-2} + \dots + a_p Y_{t-p} + e_t$$

trong đó:

$Y_t, Y_{t-1}, \dots, Y_{t-p}$ là giá trị của biến Y tại thời điểm t, t-1, ..., t-p.

a_0, a_1, \dots, a_p : là các hệ số.

e_t : là nhiễu ngẫu nhiên, là một nhiễu trắng (có kỳ vọng bằng 0 và phương sai không đổi).

Mô hình trung bình trượt MA(q): là quá trình được mô tả hoàn toàn bằng phương trình tuyến tính có trọng số của các sai số ngẫu nhiên hiện hành và các giá trị trễ của

nó. Mô hình được viết như sau:

$$Y_t = \alpha + b_0 u_t + b_1 u_{t-1} + b_2 u_{t-2} + \dots + b_q u_{t-q} + \epsilon_t$$

Trong đó: Y_t : chuỗi dữ liệu ở thời điểm t

b_0 : là giá trị trung bình của quá trình

ϵ_t : là nhiễu ngẫu nhiên, nhiễu trắng

$b_0, b_1, b_2, \dots, b_p$: là hệ số ước lượng

$u_t, u_{t-1}, \dots, u_{t-p}$: là sai số ở giai đoạn t, t-1, ..., t-p.

Mô hình tự tương quan tích hợp với trung bình trượt, được xây dựng dựa trên hai quá trình AR(p), MA(q) và chuỗi dữ

liệu sai phân bậc d. Mô hình ARIMA(p,d,q) tổng quát có dạng:

$$Y_t = \theta + a_1 Y_{t-1} + \dots + a_p Y_{t-p} + b_0 u_t + b_1 u_{t-1} + \dots + b_q u_{t-q}$$

Theo Gujarati (2004), để ước lượng mô hình ARIMA thì chuỗi dữ liệu phải có tính dừng và cần đi qua 4 bước chính sau: i) Nhận dạng mô hình; ii) ước lượng mô hình; iii) kiểm định mô hình; iv) dự báo.

Vì vậy trước tiên, tác giả tiến hành kiểm tra tính dừng của dữ liệu CPI bằng cách sử dụng kiểm định Augmented Dickey-Fuller (ADF).

ARIMA (p, d, q) bằng cách sử dụng phương pháp ước lượng tối đa hợp lý (maximum likelihood estimation). Trong đó, p là bậc độ trễ trong phần tự tương quan, d là bậc của sai phân để chuyển đổi chuỗi dữ liệu gốc thành chuỗi dữ liệu ổn định, và q là số lượng các độ trễ trong phần trung bình trượt. Cách xác định p, d, q dựa vào dấu hiệu ở bảng dưới đây:

Tiếp theo, tác giả xác định các tham số

Bảng 1. Tổng kết cách chọn bậc p,q trong mô hình ARIMA

Loại mô hình	Dạng đồ thị ACF	Dạng đồ thị PACF
AR(p)	Giảm nhanh theo hàm mũ hoặc dạng hình sin, hoặc cả hai.	Có đỉnh ở trễ thứ p
MA(q)	Có đỉnh sau trễ q	Giảm dần theo hàm mũ
ARMA(p,q)	Giảm nhanh theo hàm mũ	Giảm nhanh theo hàm mũ

(Nguồn: Gujarati et al.,)

Sau khi xác định các tham số p, d, q của mô hình ARIMA, nếu có nhiều bộ số như vậy thì ta phải tiến hành lựa chọn mô hình ARIMA hợp lý nhất (tốt nhất) bằng cách sử dụng các chỉ số đánh giá mô hình như Akaike Information Criterion (AIC) và Bayesian Information Criterion (BIC) và hệ số xác định R².

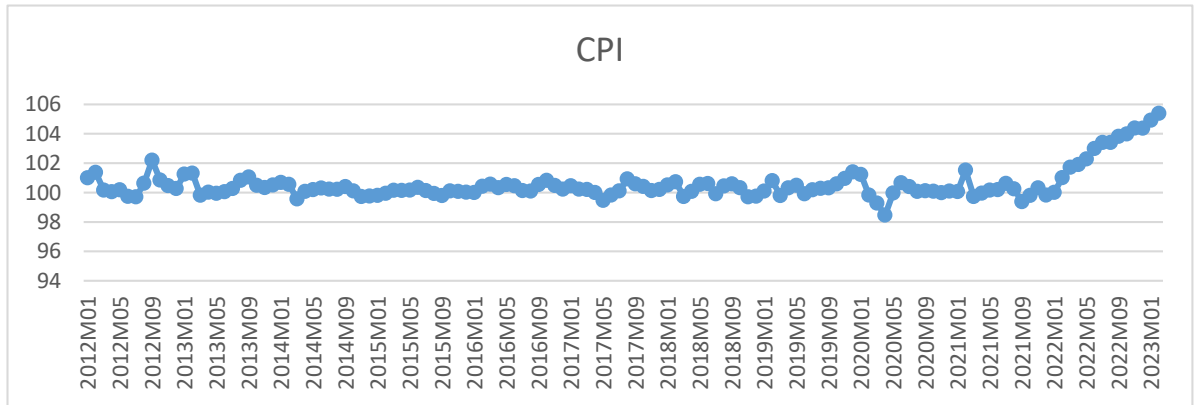
Với việc lựa chọn mô hình ARIMA một cách phù hợp nhất, tác giả sử dụng mô hình này để dự báo CPI của Việt Nam trong tương lai. Trong nghiên cứu cũng sẽ tiến hành kiểm định độ chính xác của mô hình bằng cách so sánh giá trị dự báo với giá trị thực tế của CPI.

3. Quá trình xây dựng mô hình ARIMA dự báo CPI Việt Nam

3.1 Giới thiệu về dữ liệu

Dữ liệu CPI theo tháng sử dụng trong

nghiên cứu này được thu thập trên trang web của Tổng cục Thống kê với 132 quan sát từ tháng 1 năm 2012 đến tháng 2 năm 2023.



Hình 1. Chỉ số giá tiêu dùng Việt Nam giai đoạn 1/2012 đến 2/2023

(Nguồn: Tính toán của tác giả)

Chỉ số giá tiêu dùng của Việt Nam từ năm 2012 đến cuối năm 2019 về cơ bản tương đối ổn định. Đầu năm 2020 đến cuối năm 2021 do ảnh của dịch Covid 19 nên chỉ số CPI có sự biến động nhẹ, điều này cho thấy khả năng dịch Covid 19 tác động đến chỉ số CPI là không nhiều. Từ đầu năm 2022 đến tháng 3/2023 chỉ số CPI có xu hướng tăng mạnh, nguyên nhân chính gây ra điều này vì do ảnh hưởng của cuộc chiến tranh giữa Nga và Ukraina làm cho giá dầu thế giới tăng cao ảnh hưởng đến chi phí đầu vào làm cho giá cả của hầu hết hàng hóa đều tăng cao.

liệu CPI

Đầu tiên, cần kiểm định chuỗi dữ liệu CPI có tính dừng hay không bằng kiểm định Augmented Dickey-Fuller. Kết quả cho thấy chuỗi CPI không có tính dừng vì giá trị P-value của kiểm định bằng lớn hơn mức ý nghĩa 10%.

Sau đó lấy sai phân bậc 1 của chuỗi CPI và ký hiệu chuỗi sai phân này là $D(CPI)$. Kiểm tra tính dừng của chuỗi $D(CPI)$ cho kết quả giá trị P-value = 0,0000 < 1% nên chuỗi CPI đã có tính dừng ở sai phân bậc 1, vậy ta đã chọn được $d = 1$. Kết quả kiểm định bằng ADF cho ở bảng dưới đây:

3.2. Kiểm định tính dừng của chuỗi dữ

Bảng 2. Kết quả kiểm định tính dừng của chuỗi dữ liệu CPI bằng kiểm định ADF

Null Hypothesis: $D(CPI)$ has a unit root				
Exogenous: Constant				
Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=12)				
			t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic			-10.70604	0.0000
Test critical values:	1% level		-3.480818	

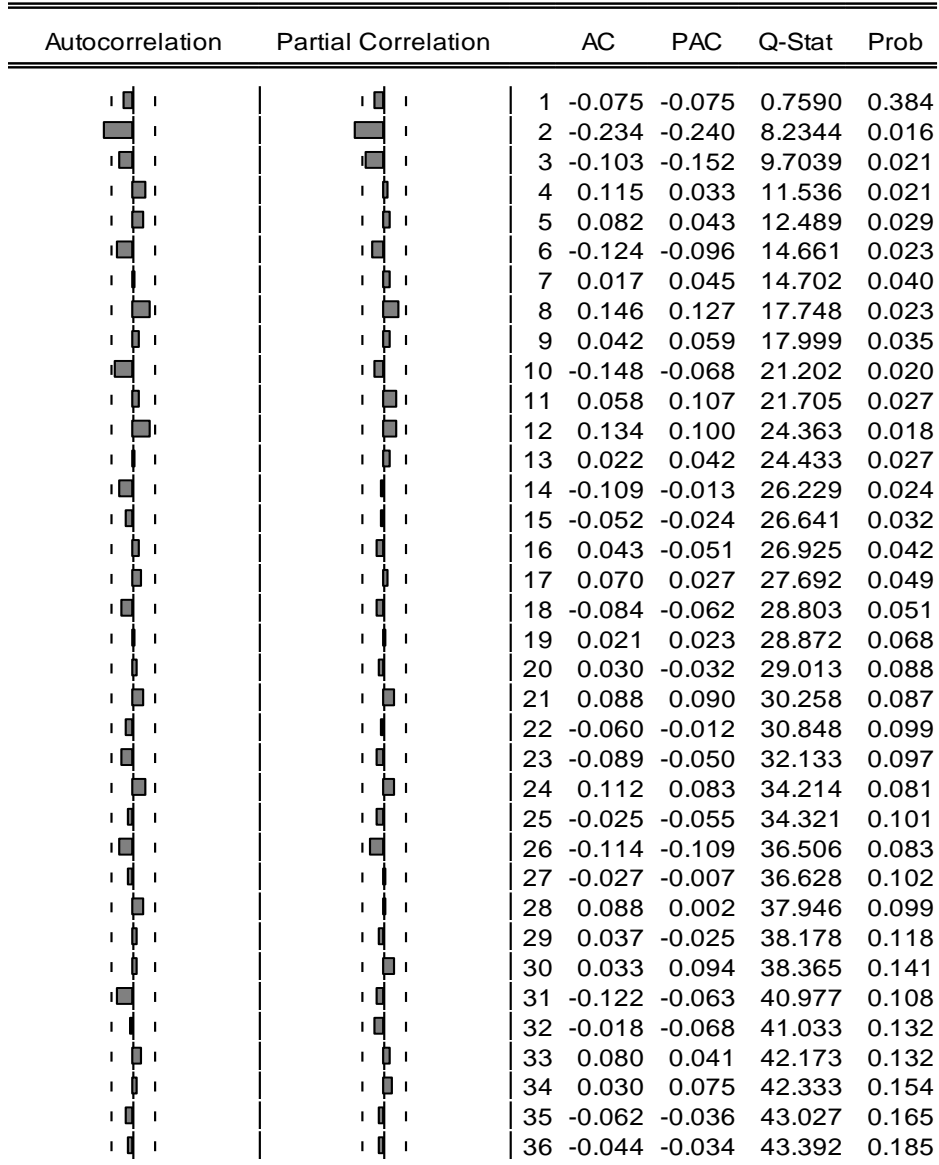
	5% level		-2.883579	
	10% level		-2.578601	

(Nguồn: Tính toán của tác giả bằng phần mềm Eview 10)

3.3. Nhận dạng mô hình ARIMA

Để nhận dạng mô hình ARIMA ta thực hiện vẽ biểu đồ ACF và PACF bằng phần mềm Eview 10, từ đó xác định các tham số p và q.

Date: 04/21/23 Time: 13:23
 Sample: 2012M01 2023M02
 Included observations: 133



Hình 1. Biểu đồ ACF và PACF của chuỗi dữ liệu sai phân PCI

(Nguồn: Tính toán của tác giả bằng phần mềm Eview 10)

Qua biểu đồ ACF cho thấy chỉ có độ trễ bậc 2 vượt ra ngoài đường trend, do đó dự đoán p = 2. Còn từ biểu đồ hàm PACF cũng

chỉ có độ trễ 2 vượt qua đường trend vì thế dự đoán q = 2. Như vậy mô hình ARIMA(2,1,2) được chọn để dự báo chỉ số giá tiêu dùng theo tháng của Việt Nam.

3.4. Ước lượng mô hình

Do chỉ có một mô hình ARIMA(2,1,2) mô hình này, kết quả như sau: được chọn nên ta tiến hành ước lượng

Bảng 3. Kết quả hồi quy mô hình ARIMA(2,1,2)

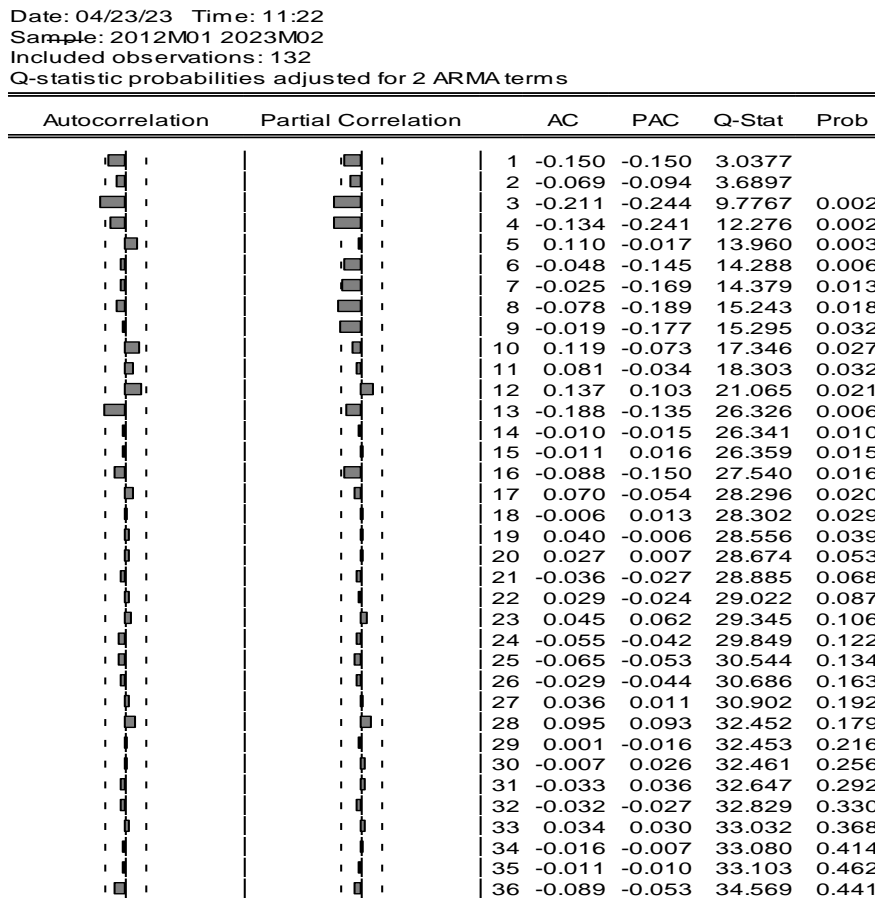
Biến phụ thuộc: D(CPI)				
Biến	Hệ số	Sai số chuẩn	t-Statistic	Xác suất
C	0.006716	0.030045	-0.223524	0.8235
AR(2)	0.901301	0.062318	-14.46305	0.0000
MA(2)	0.68108 1	0.114825	5.931486	0.0000

(Nguồn: Tính toán của tác giả bằng phần mềm Eview 10)

3.5. Kiểm định mô hình

Để kiểm tra xem mô hình ARIMA(2,1,2) có thực sự hiệu quả hay

không, ta tiến hành kiểm định Corrolegram-Q-Statistics, thu được kết quả như hình dưới đây:



Hình 2. Biểu đồ kết quả kiểm định tự tương quan

(Nguồn: tính toán của tác giả bằng phần mềm Eview 10)

Qua hình 2 cho thấy không có giá trị nào của trẻ vượt ra xa ngoài khoảng tin cậy nên có thể cho rằng mô hình ARIMA(2,1,2) là hiệu quả khi dùng dự báo chỉ số CPI theo tháng của Việt Nam.

3.6. Dự báo

Kết quả dự báo giá trị CPI của Việt Nam các tháng còn lại trong năm 2023 như sau:

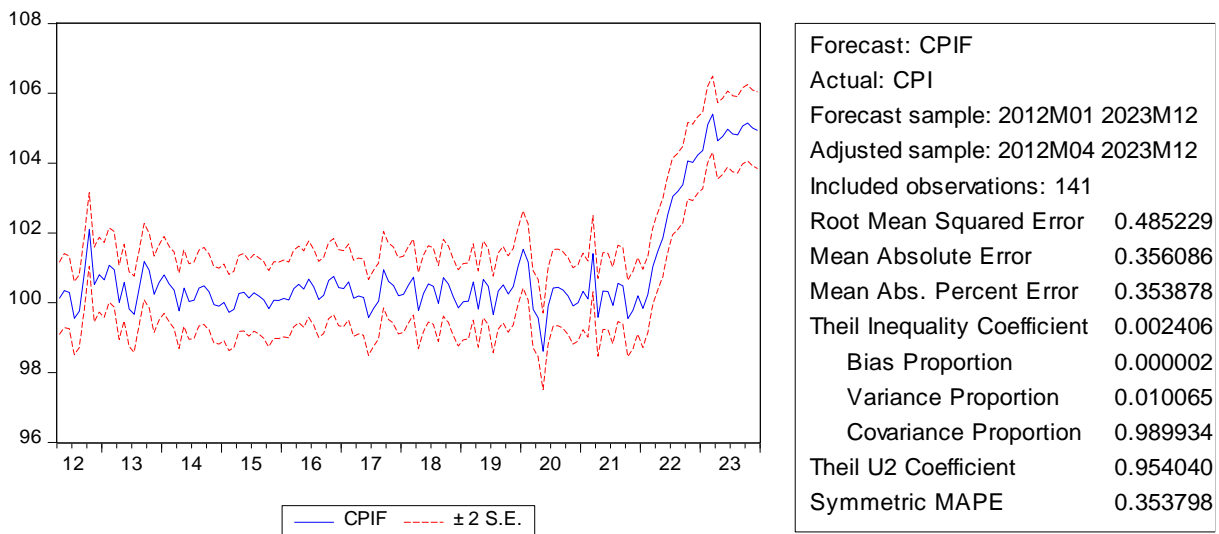
Bảng 4. Kết quả dự báo CPI theo tháng của Việt Nam năm 2023

Đơn vị: %

Tháng	3/2023	4/2023	5/2023	6/2023	7/2023	8/2023	9/2023	10/2023	11/2023	12/2023
CPI	105,4	104,64	104,769	104,973	104,839	104,808	105,064	105,152	105,004	104,938

(Nguồn: tính toán của tác giả bằng phần mềm Eview 10)

Để có cái nhìn trực quan về sự biến động của chỉ số CPI trong năm 2023, ta có thể quan sát biểu đồ sau:



Hình 3. Đồ thị biểu diễn giá trị dự báo chỉ số CPI của Việt Nam năm 2023

(Nguồn: tính toán của tác giả bằng phần mềm Eview 10)

Với kết quả dự báo cho thấy về cơ bản chỉ số giá tiêu dùng theo tháng của nước ta tương đối ổn định, chênh lệch giữa các tháng không lớn. Tuy nhiên, về cuối năm 2023 có xu hướng gia tăng, điều này cũng dễ hiểu vì các về cuối năm thì càng có sự biến động mạnh về giá cả.

4. Kết luận

Trong nghiên cứu này, tác giả đã sử dụng mô hình ARIMA(2,1,2) để dự báo

chỉ số CPI của Việt Nam từ tháng 3 đến tháng 12 năm 2023. Kết quả cho thấy rằng CPI của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm tương đối ổn định nhưng có xu hướng tăng vào cuối năm 2023. Điều này có thể có tác động tiêu cực đến nền kinh tế của Việt Nam, vì việc tăng giá có thể dẫn đến giảm sức mua của người dân và ảnh hưởng đến sự phát triển của các ngành công nghiệp, dịch vụ khác nhau. Do vậy, chính phủ cần có những chính sách cân bằng để kiểm soát

tình hình tăng giá và duy trì sự ổn định của nền kinh tế.

Một hạn chế của mô hình nghiên cứu đó là chưa đề cập đến yếu tố chu kỳ và xu hướng, đồng thời chỉ số CPI còn phụ thuộc nhiều vào sự biến động của kinh tế thế giới nên kết quả của mô hình ARIMA cũng chỉ mang tính chất tham khảo. Tuy nhiên có thể khẳng định rằng ARIMA là một mô hình tốt để dự báo trong ngắn hạn.

Tài liệu tham khảo Tiếng Việt

[1] Nguyễn Văn An, Võ Hồng Quang, & Lê Trung Thành (2021). Dự báo số lượng khách sạn được đặt phòng sử dụng mô hình ARIMA. Tạp chí Khoa học Công nghệ Quân sự, 64(1), 62-68.

[2] Trần Đình Hiền, Nguyễn Trung Hòa, & Nguyễn Thành Tâm (2021). Mô hình ARIMA trong dự báo sản lượng điện tháng tại Trung tâm điều khiển điện lực Đồng Nai. Tạp chí Khoa học Công nghệ, 59(4), 164-169.

[3] Lê Văn Nghĩa, Trần Thị Thu Thảo, & Trần Thanh Tùng (2020). Ứng dụng mô hình ARIMA để dự báo lượng mưa tại tỉnh Long An. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, 58(6B), 65-69.

[4] Nguyễn Thị Thúy Nga et al (2020). Sử dụng mô hình ARIMA trong dự báo chỉ số giá tiêu dùng Việt Nam. Tạp chí nghiên cứu Tài chính Kế toán, 2020.

[5] Nguyễn Thị Hồng Vân (2015). Mô hình ARIMA trong dự báo chỉ số giá tiêu dùng Việt Nam. Tạp chí Châu Á Thái Bình Dương 63(2), 45-51.

Tài liệu tham khảo Tiếng Anh

[1] A. M. Elgindy et al. (2016). Using Arima model to forecast consumer price index of Egypt. Applied Economic, 265, 1153458.

[2] P.Prasanna (2014) . Consumer Price Index forecasting of Indian, India. Economic Research, 135, 105003.

[3] M. Pervin et al. (2017). Consumer Price Index forecasting of Bangladesh. Economic Research, 162, 105047.

[4] Singh, R. K., Kumar, A., & Kumar, R. (2021). Forecasting of renewable energy consumption using ARIMA and LSTM models. Energy Reports, 7, 3453-3463.

[5] He, X., Li, J., Li, W., & Wang, J. (2020). A novel ARIMA-SVM hybrid model for short-term wind power forecasting. Applied Energy, 275, 115355.

[6] Yadav, V., Sharma, R., Chauhan, A. K., & Verma, A. K. (2020). ARIMA and ARIMAX models based daily rainfall forecasting using climate indices in upper Yamuna river basin, India. Atmospheric Research, 244, 105005.

Hàng Cao, Hà Đỗ, Mến Nguyễn (2023) Sử dụng giáo cụ trực quan trong việc giảng dạy ngữ pháp tiếng anh. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 135-141

Đặc san Nghiên cứu Chính sách và Phát triển

Bài báo khoa học

Sử dụng giáo cụ trực quan trong việc giảng dạy ngữ pháp tiếng Anh

© Học viện Chính sách và Phát triển 2023
© CSR,2023

Cao Thu Hằng (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển

Email: hangct@apd.edu.vn

Đỗ Thị Thanh Hà (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển

Email: hadt@apd.edu.vn

Nguyễn Thị Hồng Mến (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển

Email: hongmen1105@apd.edu.vn

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS120223

Tóm tắt:

Giảng dạy ngữ pháp đóng một vai trò quan trọng trong các giờ học tiếng Anh. Một trong những cách nhanh chóng và hiệu quả trong việc truyền đạt kiến thức ngữ pháp tiếng Anh tới người học là sử dụng các giáo cụ trực quan. Trên thực tế, giáo cụ trực quan đã được chứng minh rằng chúng không chỉ hữu ích để giảng dạy từ vựng mà còn hiệu quả để giảng dạy ngữ pháp tiếng Anh. Giáo cụ trực quan được dùng như một công cụ thiết thực cho việc giảng dạy ngữ pháp tiếng Anh vì các giáo cụ này được xem như là những học liệu hỗ trợ tối ưu việc tiếp nhận kiến thức ngữ pháp vốn luôn được cho là khô khan và cứng nhắc. Việc giảng dạy ngữ pháp thông qua giáo cụ trực quan giúp người học nâng cao kiến thức ngữ pháp và phát triển bốn kỹ năng nghe, nói, đọc, viết nhằm toàn diện hóa khả năng ngôn ngữ của họ.

Từ khóa: *Giáo cụ trực quan, giảng dạy ngữ pháp*

Abstract:

Teaching grammar plays an important role in every English lesson. One of the fastest and most effective ways to impart the knowledge of English grammar to learners is to use visual aids. In fact, visual aids have been proven to be useful for teaching vocabulary and effective for teaching English

grammar. Visual aids are currently used as a practical and useful tool for teaching English grammar because these tools are considered as optimal learning materials to support the acquisition of grammar knowledge that is always considered difficult and boring. Teaching grammar through visual aids will develop learners' grammar knowledge and help them to improve their four skills in order to boost their language performance comprehensively.

Keywords: *Visual aids, teaching grammar*

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, tiếng Anh đã trở thành ngôn ngữ không thể thiếu trong giao tiếp quốc tế vì nó được sử dụng rộng rãi trong mọi lĩnh vực như ngoại giao, khoa học kỹ thuật, kinh tế, hàng không và du lịch... Tiếng Anh mang lại cho chúng ta cơ hội để bắt kịp với sự phát triển của xu thế hiện đại. Vì vậy, việc dạy và học tiếng Anh đóng vai trò hết sức quan trọng trong giai đoạn toàn cầu hóa, hiện đại hóa hiện nay. Trong quá trình giảng dạy tiếng Anh, ngữ pháp là một phần không thể tách rời. Tuy nhiên, chất lượng giảng dạy ngữ pháp tiếng Anh hiện nay còn thấp, chưa đáp ứng yêu cầu về hiệu quả và chất lượng. Một trong những nguyên nhân chính là do phương pháp giảng dạy truyền thống mang tính chất diễn giải đơn thuần vẫn được sử dụng rộng rãi vì ngữ pháp là loại hình kiến thức khô khan, cứng nhắc, người học khó tiếp thu (Tuệ & Điệp, 2020). Do vậy, việc áp dụng các phương pháp dạy và học tiếng Anh theo hướng tiếp cận mới nhằm cải thiện hiệu quả của việc giảng dạy ngữ pháp là rất cần thiết.

Giáo cụ trực quan (visual aids) từ lâu đã được coi là một trong những phương

tiện bổ sung hiệu quả nhất cho việc giảng dạy ngôn ngữ. Giáo cụ trực quan giúp cho lớp học ngôn ngữ trở nên thú vị và người học có nhiều cơ hội tương tác hơn. Nếu sử dụng giáo cụ trực quan trong giờ học tiếng Anh một cách hiệu quả thì cả người dạy và người học đều cảm thấy hài lòng với chất lượng buổi học. Do vậy, trong bài viết này, chúng tôi xin đưa ra một số đề xuất sử dụng giáo cụ trực quan nhằm góp phần nâng cao chất lượng giảng dạy ngữ pháp tiếng Anh tại Việt Nam.

2. Sử dụng giáo cụ trực quan trong việc giảng dạy ngữ pháp tiếng anh

Thuật ngữ ngữ pháp là một khái niệm quen thuộc trong việc dạy và học ngôn ngữ. Theo ngôn ngữ học, ngữ pháp là tập hợp các quy tắc logic và các cấu trúc chi phối thành phần của câu, cụm từ và từ trong bất kỳ ngôn ngữ tự nhiên nhất định nào đó. Nói một cách đơn giản, khi nhắc đến ngữ pháp, người học biết đó là cách đặt câu dựa trên sự thay đổi hình thức và kết hợp các từ theo đúng thứ tự. Tuy nhiên, thuật ngữ ngữ pháp có thể được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau. Theo từ điển Oxford Advanced Learner's Dictionary, ngữ pháp là "các quy tắc trong ngôn ngữ để thay đổi hình thức của từ và kết hợp chúng thành câu". Ur (1988), tác giả của cuốn sách "*Grammar Practice Activities: A Practical Guide for Teachers (Các hoạt động thực hành ngữ pháp: Hướng dẫn thực hành cho giáo viên)*" định nghĩa ngữ pháp là "cách một ngôn ngữ vận dụng và kết hợp các từ hoặc các đoạn từ để tạo thành các đơn vị nghĩa dài hơn". Tiếp đó trong cuốn sách "*A course in language teaching practice and theory (Một khóa học về lý thuyết và thực hành giảng dạy ngôn ngữ)*", ông nói rõ hơn: "Ngữ pháp là một tập hợp các quy tắc xác định cách các

từ, hoặc một phần của từ được kết hợp hoặc thay đổi để tạo thành các đơn vị nghĩa có thể chấp nhận được trong một ngôn ngữ” (Ur, 1996).

Tóm lại, ngữ pháp là một khía cạnh đặc trưng của một ngôn ngữ. Một ví dụ cụ thể của nó được gọi là "cấu trúc" và cấu trúc được thể hiện trong cả diễn ngôn nói và viết. Các quy tắc về thì quá khứ, danh từ số nhiều, dạng bị động là những ví dụ đơn giản nhất về cấu trúc ngữ pháp. Mỗi cấu trúc ngữ pháp này lại có hình thức, ý nghĩa và cách sử dụng riêng.

2.1. Nguyên tắc dạy ngữ pháp

Theo Goodman (2015), có bảy nguyên tắc về việc giảng dạy ngữ pháp, cụ thể như sau:

a. Dạy ngữ pháp một cách gián tiếp

Người dạy trình bày các ví dụ về cấu trúc và cho phép người học tập trung vào ý nghĩa mà không cần dạy các quy tắc ngữ pháp.

b. Trình bày một mục ngữ pháp bằng lời

Người dạy trình bày một mục ngữ pháp bằng lời nói trước khi trình bày bằng một dạng văn bản và giải thích vì khi nghe, người học sẽ dễ dàng tập trung vào ý nghĩa hơn và khi đọc thì họ sẽ dễ dàng tập trung vào hình thức hơn. Do vậy, việc nghe trước sẽ giúp người học hiểu được ý nghĩa mà mục ngữ pháp muốn truyền đạt.

c. Sử dụng giáo cụ trực quan

Giáo cụ trực quan được sử dụng để giúp người học nhìn thấy cấu trúc và ý nghĩa ngữ pháp dễ dàng hơn. Người dạy có thể sử dụng bảng cấu trúc hoặc bất cứ thứ gì mà người học có thể nhìn thấy để làm cho cấu trúc dễ nhận thấy và rõ ràng.

d. Kết nối hình thức với ý nghĩa cấu trúc câu

Người học cần phải hiểu được ý nghĩa của các cấu trúc mà họ đang học. Để tập trung vào ý nghĩa, người dạy có thể sử dụng các cấu trúc trong ngữ cảnh (như trong các đoạn hội thoại hoặc đoạn văn), hiển thị các phương tiện trực quan (tranh, ảnh, đồ thị, v.v.) hoặc đối chiếu với các cấu trúc tương tự khác mà người học đã hiểu.

e. Không nhấn mạnh việc sử dụng các yếu tố đặc biệt

Người dạy nên sử dụng những từ phổ biến như ‘khía cạnh’, ‘tác nhân’ hoặc ‘sự chuyển đổi’ để mô tả ngôn ngữ.

f. Sửa lỗi

Cùng với việc sửa lỗi, người dạy cần đưa ra phản hồi tích cực cho người học và quan tâm đến khía cạnh giao tiếp hơn là độ chính xác về mặt ngữ pháp.

g. Thực hành

Sau khi thực hành một cấu trúc trong một bài tập có kiểm soát, hãy cho người học cơ hội sử dụng cấu trúc đó trong giao tiếp tự do hơn.

2.2. Giáo cụ trực quan

Theo Rod (2008), giáo cụ trực quan là bất cứ thứ gì người học có thể nhìn thấy được mà người dạy sử dụng cho các mục đích giảng dạy khác nhau trong lớp. Chúng có thể là những bức ảnh; những tấm thẻ ghi nhớ được chuyển từ tay này sang tay khác, nhóm này sang nhóm khác; những đồ vật có thật trong lớp học hoặc mang vào lớp học hoặc có thể được nhìn thấy qua cửa sổ hoặc chính người dạy và người học. Giáo cụ trực quan đóng vai trò quan trọng trong hoạt động giảng dạy ngôn ngữ, cụ thể như sau:

a. Vai trò của giáo cụ trực quan trong giảng dạy ngôn ngữ

Ngôn ngữ là một phương tiện giao tiếp vì vậy việc giảng dạy một ngôn ngữ càng đa dạng càng tốt và cần bao gồm nhiều cách tiếp cận nhất có thể. Một trong những cách hiệu quả nhất để tạo ra lớp học ngoại ngữ thú vị hơn là sử dụng giáo cụ trực quan. Việc học ngôn ngữ là một quá trình phức tạp, các giáo cụ trực quan này sẽ giúp ích rất nhiều trong việc kích thích việc học ngoại ngữ vì người học học nhanh hơn qua những gì họ nhìn thấy. Giáo cụ trực quan càng hấp dẫn thì người học càng có động lực học tập. Nhờ đó, người học sẽ chú ý vào bài học và hứng thú sẽ kéo dài đến cuối buổi học. Nói cách khác, giáo cụ trực quan có ảnh hưởng tích cực đến động cơ học tập của người học. (Pfortenhauer, 2019)

Thực tế đã chứng minh rằng trong việc giảng dạy ngôn ngữ, giáo cụ trực quan tạo ra vô số kết quả giảng dạy đáng mơ ước mà lớp học bình thường không có giáo cụ trực quan không thể làm được. Một lớp học ngoại ngữ sẽ trở nên thú vị và thành công nếu các giáo cụ trực quan được khai thác và sử dụng tốt. Người dạy có thể tiết kiệm rất nhiều thời gian từ việc cố gắng trình bày và giải thích một mục ngôn ngữ mới để người học thực hành nhiều hơn. Người học dễ dàng nhận thức, hiểu, thực hành và sử dụng ngữ pháp một cách tự tin, sáng tạo. (Goodman, 2015)

b. Vai trò của việc sử dụng giáo cụ trực quan trong việc giảng dạy ngữ pháp

Trên thực tế, người học thường cảm thấy khó khăn và nhàm chán khi học và ghi nhớ các cấu trúc ngữ pháp. Trong khi đó, một số người dạy phải mất nhiều thời gian giải thích một quy tắc ngữ pháp nhưng đôi khi, kết quả lại không như ý. Do đó, điều quan trọng là người học phải có nhiều ví dụ được ngữ cảnh hóa về cấu trúc và hiểu

chúng.

Để nhấn mạnh vai trò của giáo cụ trực quan trong giảng dạy ngữ pháp, Doff (2015) cho rằng cách đơn giản nhất để trình bày một cấu trúc thường là trình bày trực tiếp nó bằng cách sử dụng những thứ mà người học có thể nhìn thấy: đồ vật, lớp học, bản thân bạn, chính người học, hình ảnh.

Có thể nhận thấy rằng việc trình bày ngữ pháp sẽ dễ dàng và hiệu quả hơn rất nhiều nhờ việc sử dụng các tình huống, ngữ cảnh mà giáo cụ trực quan cung cấp. Người học có thể hiểu đầy đủ và thực hành hiệu quả hơn. Hơn nữa, người học có thể giao tiếp thành công khi được tiếp xúc với thực tế và thực hành nói thường xuyên hơn với sự trợ giúp của các giáo cụ trực quan. Mặt khác, các giáo cụ trực quan tạo động lực cho người học khi họ cảm thấy mệt mỏi với những bài viết ngữ pháp dài lê thê. Kết quả là, người học sẽ quan tâm và chú ý đến các hoạt động ngữ pháp nhiều hơn.

c. Nguyên tắc áp dụng giáo cụ trực quan trong quá trình giảng dạy

Theo Ur (1996), vai trò của giáo cụ trực quan trong việc dạy học ngôn ngữ là không thể phủ nhận. Tuy nhiên, để sử dụng đồ dùng trực quan một cách hiệu quả, điều quan trọng là phải lựa chọn loại đồ dùng trực quan phù hợp. Trước khi quyết định sử dụng công cụ hỗ trợ nào trong giáo án của mình, người dạy nên cân nhắc những điểm sau:

- Mục đích của bài học liên quan đến yêu cầu công việc và đề cương
- Mục tiêu học tập cụ thể của bài
- Đặc điểm của các thành viên trong lớp (tuổi, giới tính, trình độ học vấn và lý do muốn học ngôn ngữ)

- Các vấn đề về giao tiếp có thể ảnh hưởng đến bài học (do dự hoặc rút lui do ngại ngùng, lo lắng hoặc khó khăn trong các mối quan hệ trong nhóm)

- Thiết kế của bài học (giáo án)

- Các nguồn sẵn có (hình ảnh và âm thanh)

Thông thường, sẽ không hiệu quả khi bắt đầu ngay với một giáo cụ trực quan, dù thú vị và hấp dẫn, sau đó mới lập kế hoạch cho bài học để sử dụng nó. Mục tiêu và nội dung của bài học cần phải được quyết định trước để có thể lựa chọn hình ảnh phù hợp nhất cho những mục đích đó.

d. Các loại giáo cụ trực quan và đề xuất một số cách thức sử dụng giáo cụ trực quan trong việc giảng dạy ngữ pháp tiếng Anh

Giáo cụ trực quan rất đa dạng và phong phú về chủng loại. Mỗi loại hình đều có những ưu và nhược điểm riêng trong việc dạy và học ngữ pháp, cụ thể như sau:

- *Bảng*

Bảng đen hoặc trắng là dụng cụ phổ biến ở hầu hết các lớp học. Đây là giáo cụ lớp học đơn giản nhất nhưng lại có nhiều lợi ích khác nhau như sau:

- Thu hút sự chú ý của người học.

- Làm cho bài học trở nên thú vị hơn, dễ hiểu hơn.

- Tạo sự linh hoạt cho quá trình giảng dạy, tức là chúng ta có thể viết, vẽ hình và nhiều người có thể làm việc cùng một lúc.

Cách người dạy sắp xếp, trình bày thông tin có vai trò quan trọng, ảnh hưởng đến hiệu quả của việc dùng bảng. Nhìn trên bảng, người dạy có thể biết mình đang ở đâu, sắp xếp các nội dung ra sao. Như vậy,

người dạy sẽ cảm thấy tin tưởng và thực hiện theo đúng quy trình đã định. Bảng nên được chia thành ba phần - hai bảng bên nhỏ hơn và một khu vực trung tâm lớn hơn. Một bảng phụ được sử dụng để liệt kê các từ và cụm từ mới và không nên xóa sạch trong bài học và không có gì khác được đưa vào phần này. Phần nhỏ thứ hai được dành cho các hình vẽ hình minh họa, từ khóa quan trọng, v.v. và có thể bị xóa liên tục. Một khu vực trung tâm lớn của bảng nên được sử dụng để trình bày tài liệu chính của bài học - ví dụ như chủ điểm ngữ pháp, bài tập, v.v.

Bảng thậm chí còn hữu ích hơn nếu người dạy có thể vẽ trên đó. Hình vẽ trên bảng không cần phức tạp và đẹp vì người dạy không có nhiều thời gian. Bảng có thể được sử dụng để hiển thị hoặc thực hành ý nghĩa của các cấu trúc ngữ pháp, từ mới về con người, thái độ, hành động, v.v. một cách nhanh chóng, hấp dẫn. Ngoài ra, giảng viên có thể tạo ra nhiều ngữ cảnh khác nhau để người học hình dung và sử dụng ngôn ngữ một cách có ý nghĩa.

- *Đồ dùng học tập (đồ dùng sẵn có ngay tại lớp học)*

Theo Goodman (2015), có hai loại đồ dùng: Đồ dùng thực tế (Realia or Real Objects) và Đồ dùng tượng trưng (Representational Objects).

➤ Đồ dùng thực tế (Realia or Real Objects) - là loại giáo cụ trực quan dễ sử dụng nhất trong lớp học vì chúng là bất cứ thứ gì có sẵn bên trong hoặc bên ngoài lớp học mà không cần chuẩn bị đặc biệt hoặc làm từ vật liệu mà người học có thể nhìn thấy từ những thứ đơn giản nhất như sách, bút, bảng, chính người dạy và người học, một cảnh từ cửa sổ hoặc các vật thật không

cần chuẩn bị đặc biệt. Chúng có thể được sử dụng cho nhiều mục đích khác nhau.

Ví dụ, để dạy cấu trúc so sánh, người dạy có thể tạo một đoạn hội thoại như sau:

*Teacher (T): How tall are you, Viet?

Viet: I'm 165 cm.

T: (turns to another student): How about you, Nam?

Nam: I'm 170 cm.

T: So, Nam is taller than Viet.

Như vậy, có thể thấy rằng, cách trình bày này thực sự thú vị và thực tế đối với người học để hiểu được tình huống cận kề. Tùy thuộc vào đồ vật thực, người dạy có thể tạo ra một số loại hoạt động ngôn ngữ để người học tham gia như mô tả đồ vật, phân tích nguồn gốc của sự vật, phát triển hội thoại dựa trên những điều đã cho, v.v. Trong các hoạt động này, người dạy nên chia lớp thành các cặp, nhóm để người dạy có cơ hội nói chuyện trực tiếp, thực hành và sản sinh ra ngôn ngữ.

➤ Đồ dùng tượng trưng (Representational Objects) là đối tượng có thể thay thế các vật thể thực trong trường hợp người dạy và người học không thể chuẩn bị các đối tượng thực để sử dụng trong lớp học. Khi sử dụng các đối tượng thay thế, cả người dạy và người học nên lựa chọn cẩn thận và chuẩn bị kỹ lưỡng để tránh hiểu sai nghĩa của từ.

• *Hình ảnh (vẽ và chụp)*

Hình ảnh có thể đến từ hai nguồn: hình vẽ của người dạy và hình ảnh cắt ra từ tạp chí. Để đạt được hiệu quả cao nhất, người dạy cần lưu ý một số tiêu chí sau:

- Hình ảnh được sử dụng phải hấp dẫn và giàu trí tưởng tượng.

- Tranh ảnh phải góp phần tạo nên nội

dung và mục đích của bài học.

- Tranh ảnh phải đủ lớn và có thể nhìn thấy ở mọi nơi trong lớp học.

- Tạp chí có thể chứa các yếu tố gây mất tập trung như tên thương mại, chữ viết trên quảng cáo, do vậy, cần phải cắt bỏ chúng trước khi sử dụng trong bài.

Tranh ảnh treo tường (wall pictures) là một hình ảnh minh họa lớn về một khung cảnh hoặc một sự kiện, các đồ vật và con người khác nhau, nhằm mục đích sử dụng cho cả lớp. Hình ảnh trên tường cũng hữu ích theo những cách khác. Người dạy có thể trình bày từ vựng một cách hiệu quả với sự trợ giúp của các bức tranh treo tường. Đặc biệt, chúng cung cấp bối cảnh cho trò chơi ngôn ngữ cũng như tạo điều kiện cho người học được tự do diễn đạt và thảo luận ở giai đoạn vận dụng ngôn ngữ. Ví dụ, để giới thiệu cấu trúc: **S+used to +V**, giảng viên có thể chiếu ảnh cho sinh viên xem và tạo đoạn hội thoại như sau:

*T: Look at the picture. This is Nam. How did he look like last year?

S: He looked fat.

T: How about this year?

S: He is thin.

T: So, we can say he used to be fat.

Can you say it?

S: He used to be fat.

Tương tự như vậy, giảng viên có thể treo một bức tranh của một người trò chuyện trong công viên, nơi có nhiều người đang thực hiện các hoạt động khác nhau. Sau đó, chia lớp học thành hai hoặc ba nhóm và yêu cầu sinh viên nhìn vào bức tranh trong vài phút rồi giấu bức tranh đi. Giảng viên sẽ đặt câu hỏi về các chi tiết

trong hình ảnh để yêu cầu sinh viên mô tả và trả lời. Bằng những hình ảnh rất sinh động, cụ thể này, giảng viên có thể giới thiệu cấu trúc ngữ pháp rất hiệu quả và người học có thể hiểu rõ ràng ý nghĩa của cấu trúc ngữ pháp trong một bối cảnh cụ thể.

- *Thẻ học liệu*

Thẻ học liệu là những thẻ từ hoặc hình ảnh đơn giản, người dạy có thể cầm lên hoặc phát cho người học để làm việc theo cặp và làm việc nhóm. Nhìn chung, thẻ học liệu được sử dụng cho các mục đích khác nhau và chúng mang lại kết quả tích cực. Trong lớp học, thẻ học liệu hình ảnh phù hợp để trình bày một khái niệm đơn lẻ, chẳng hạn như một đối tượng hoặc một hành động. Thẻ học liệu hình ảnh có ưu điểm là người dạy có thể chuẩn bị chúng khi rảnh rỗi ở nhà. Bằng cách này, chúng có thể trở nên hấp dẫn và nhiều màu sắc hơn và chúng cung cấp sự đa dạng về ngữ cảnh ngôn từ cho người học thực hành (Gelfgren, 2012)

Thẻ học liệu có rất nhiều công dụng. Ở giai đoạn thực hành, có thể tiết kiệm thời gian và thay thế bằng cách dán các tín hiệu flashcard lên tường hoặc bảng hiển thị thay vì viết lên bảng. Đối với việc đọc, các thẻ từ cũng rất hữu ích. Ví dụ, các lệnh có thể được in trên thẻ và giơ lên để cả lớp đọc và tuân theo. Người học có thể sử dụng các thẻ được đặt trên màn hình theo thứ tự ngẫu nhiên để soạn câu. Người học viết các câu, sau đó đọc lên thành tiếng. Cụ thể, thẻ từ có thể được sử dụng để thực hành các mục ngôn ngữ cụ thể như mệnh đề trạng ngữ. Các từ như “when”, “after”, “in the meantime”, “before”, “until” được in trên các thẻ riêng biệt. Một câu chuyện được vẽ trên bảng hoặc hiển thị dưới dạng tranh ảnh

và người học kể câu chuyện bằng lời khi người dạy giơ lên, hoặc người học có thể được phát trước các thẻ nhớ và yêu cầu cho cả lớp xem khi các em đóng góp các phần tiếp theo của câu chuyện. Tương tự, một bộ sưu tập ngẫu nhiên các động từ, danh từ, tính từ và trạng từ có thể được in trên thẻ nhớ và được sử dụng cho các bài tập xác định các phần của bài nói.

Tóm lại, nếu được khai thác triệt để, các thẻ học liệu từ mang lại hiệu quả bất ngờ cho quá trình giảng dạy ngôn ngữ. Mặc dù chúng cần chuẩn bị kỹ lưỡng, chúng có thể được sử dụng lại trong nhiều hoạt động cũng như trong tất cả các giai đoạn của một bài học.

3. Kết luận

Không thể phủ nhận rằng ngữ pháp đóng một vai trò to lớn trong việc giảng dạy ngôn ngữ, vì vậy việc giảng dạy ngữ pháp cần được quan tâm và chú trọng nhiều hơn. Tuy nhiên, việc giảng dạy ngữ pháp hiện nay chưa mang lại nhiều kết quả khả quan. Do vậy, người dạy cần khai thác hiệu quả những giáo cụ dạy học trực quan, kỹ thuật dạy học hiện đại và cần phải có sự thay đổi trong phương pháp dạy học để cải thiện chất lượng giờ học ngữ pháp tiếng Anh hiện nay.

Trên thực tế, có rất nhiều phương pháp hoặc kỹ thuật hữu ích cho việc giảng dạy ngữ pháp, và rõ ràng là không có phương pháp hoặc kỹ thuật đơn lẻ nào là đủ cho việc giảng dạy ngôn ngữ một cách hiệu quả. Các công cụ hỗ trợ trực quan cũng không phải là ngoại lệ. Người dạy có thể kết hợp sử dụng giáo cụ trực quan với các kỹ thuật khác để làm cho bài học ngữ pháp thú vị hơn và tạo ra kết quả tốt hơn để tạo hứng thú học tập cho người học trong các

bài học ngữ pháp.

Tài liệu tham khảo

1. Doff, A. (2018). *Teaching English: Trainer's Handbook*. Cambridge University Press.
2. Duong, H.T. (2022). *Tăng cường hiệu quả dạy-học ngữ pháp tiếng Anh theo đường hướng giao tiếp cho sinh viên*. Trích xuất từ nguồn <https://sti.vista.gov.vn/tw/Lists/TaiLieuKHCN/Attachments/336667/CVv328S1312022078.pdf>
3. Gelfgren, V. (2012). *Fun with flashcards*. Trích xuất nguồn từ <http://www.teachingideas.co.uk/sites/default/files/funwithflashcards.pdf>
4. Goodman, S. (2015). *An Introduction to the Grammar of Visual Design*. Oxford University Press.
5. Pfortenhauer, R. (2019) *A Visual Approach to Teaching Grammar*. Victoria University. Melbourne. Australia.
6. Rod, E. (2008). *Teaching Grammar*. Oxford, Oxford University Press.
7. Tuệ, H.T & Điệp, N.T. (2020). *Nhận thức của giáo viên và thực tế hoạt động giảng dạy ngữ pháp tiếng Anh cho sinh viên không chuyên*. Trích xuất từ nguồn <https://sti.vista.gov.vn/tw/Lists/TaiLieuKHCN/Attachments/309970/CVv517S052020110.pdf>
8. Ur, P. (1988). *Grammar practice activities: A practical guide for teachers*. Cambridge University Press.
9. Ur, P. (1996). *A course in language teaching: practice and theory*. Cambridge University Press.

Trịnh Tùng (2023) Tạo động lực làm việc trong các doanh nghiệp Logistics. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 143-151

Đặc san Nghiên cứu Chính sách và Phát triển

Tạo động lực làm việc trong các doanh nghiệp Logistics

© Học viện Chính sách và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Trịnh Tùng (TS)

Học viện Chính sách và Phát triển

Email: bong26@gmail.com

Tóm tắt:

Con người là tài sản quan trọng nhất mà một tổ chức cần có, vì vậy sự thành công của tổ chức phụ thuộc vào tính hiệu quả trong cách “quản lý con người” của chính tổ chức đó. Để có thể quản lý được con người một cách thực sự có hiệu quả đem lại những thành công chung, nhà quản trị phải hiểu rõ những nhu cầu, những vấn đề cá nhân của từng đối tượng lao động cần được thỏa mãn hoặc được xem xét điều chỉnh theo hướng tích cực một cách tối đa, phù hợp với đặc điểm của tổ chức. Đó chính là công tác tạo động lực làm việc cho mọi người trong tổ chức, động lực làm việc như một đòn bẩy mạnh mẽ thúc đẩy mọi người làm việc hăng say với tinh thần cống hiến và xây dựng tổ chức ngày càng lớn mạnh. Hiện nay, có nhiều lý thuyết tạo động lực cho người lao động, mỗi loại hình doanh nghiệp, sẽ cần áp dụng linh hoạt các lý thuyết đó một cách khoa học và linh hoạt. Doanh nghiệp logistics là một tổ chức pháp nhân được thành lập theo quy định của pháp luật nhằm mục đích kinh doanh các dịch vụ thuộc lĩnh vực phân phối và lưu thông hàng hoá nên cần tạo ra sự kỳ vọng thông qua các công cụ để tạo ra những giá trị vô hình và hữu hình cho người lao động và cho bản thân doanh nghiệp.

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS130223

Từ khóa: tạo động lực, tạo động lực bằng học thuyết kỳ vọng, tạo động lực trong các doanh nghiệp Logistics

Abstract:

Humans are the most important asset that an organization needs, so the success of the organization depends on the effectiveness of the "managing" of the organization itself. In order to be able to manage people effectively to bring success,

managers must clearly understand the needs and problems of each employee that need to be satisfied or adjusted in the most positive direction, in accordance with the characteristics of the organization. It is the working motivation in the organization, which is a powerful lever that motivates everyone to work enthusiastically with a spirit of dedication and build a growing organization. There are many theories to motivate employees; each type of business will need to apply those theories scientifically and flexibly. A Logistics enterprise is a legal entity established by the law for trading services in the distribution and circulation of goods, so it is necessary to create expectations through tools to create intangible and tangible values for employees and the business itself.

Keywords: *motivation, motivation by expectation theory, motivation in Logistics enterprises*

1. Đặt vấn đề

Nền kinh tế của thế giới nói chung và của Việt Nam nói riêng đã và đang trải qua một thời kỳ sóng gió do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan. Trong một hệ thống kinh tế, ngành vận chuyển hàng hóa - Logistics đóng một vai trò cực kỳ quan trọng trong sự phát triển kinh tế, xã hội. Nó là cầu nối, là bước trung gian giúp cho các hoạt động lưu thông, chuyên chở hàng hóa được thực hiện nhanh chóng, dễ dàng. Vai trò lớn nhất của Logistics là đưa sản phẩm, hàng hóa từ các doanh nghiệp đến tận tay người tiêu dùng, ở khắp mọi vùng, miền đất nước và ra nước ngoài. Bên cạnh những thuận lợi nhất định, ngành vận tải ở Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn, thách thức, đòi hỏi công ty vận tải luôn luôn nỗ lực để

đáp ứng được nhu cầu thị trường. Theo Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam (VLA) cũng cho biết, tốc độ phát triển của ngành logistics tại Việt Nam những năm gần đây đạt khoảng 14-16%, có quy mô khoảng 40-42 tỷ USD/năm. Với lợi thế nằm trên trục giao thương hàng hải thuận tiện, Việt Nam có những điều kiện thuận lợi để có thể trở thành trung tâm trung chuyển hàng hóa vận tải đường biển quốc tế. Tận dụng lợi thế đó, các cảng biển Việt Nam đã đầu tư, xây dựng quy mô lớn, có khả năng tiếp nhận tàu có tải trọng trên 100.000 tấn; có 70 đường bay quốc tế... rất có lợi thế để phát triển dịch vụ logistics. Mặc dù vậy, đến nay năng lực cạnh tranh của ngành logistics Việt Nam vẫn còn khá nhiều hạn chế. Trong đó, nguồn nhân lực chính là vấn đề nan giải nhất của ngành hiện nay, bởi do phát triển nóng nên nguồn nhân lực của ngành này vừa thiếu, vừa yếu. Sự khó khăn về nguồn nhân lực của ngành này càng được nhân lên khi Việt Nam gia nhập Cộng đồng Kinh tế ASEAN và tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Các số liệu nghiên cứu chỉ ra rằng, nguồn nhân lực logistics của Việt Nam không những thiếu về số lượng mà còn yếu về chất lượng. Hiện nay tại Việt Nam có khoảng 3.000 doanh nghiệp logistics và dự kiến đến năm 2030, nhu cầu nguồn nhân lực về logistics là trên 200.000 người. Trong khi khả năng đáp ứng về nhu cầu nguồn nhân lực logistics chỉ khoảng 10% nhu cầu của thị trường nên có thể nói nguồn nhân lực logistics tại Việt Nam đang thiếu cả về số lượng lẫn chất lượng.

Đứng trước các con số biết nói đó, các nhà quản trị doanh nghiệp Logistics không khỏi hoang mang, ra sức tìm mọi biện pháp để đứng vững trước những khó khăn về thị trường, chiến lược cũng như nhân sự... Một

trong những biện pháp mà nhiều nhà quản trị lựa chọn là tìm cách giữ chân người lao động thông qua nghệ thuật tạo động lực. Bài viết này, sẽ đưa ra một công cụ tạo động lực theo học thuyết kỳ vọng của Victor Vroom, hy vọng sẽ giúp các nhà quản trị doanh nghiệp logistics có thể tạo động lực tốt cho người lao động cùng doanh nghiệp vững bước vượt qua những khó khăn.

2. Tổng quan nghiên cứu:

a. Các nghiên cứu ngoài nước

Qua khảo sát cho thấy hiện nay có nhiều công trình nghiên cứu về tạo động lực cho người lao động, có thể kể đến:

Foreman Facts, Viện quan hệ lao động New York (1946) đã nghiên cứu đưa ra mô hình các yếu tố tạo động lực làm việc cho nhân viên trên các đối tượng nhân viên ngành công nghiệp. Sau đó, mô hình này được phổ biến rộng rãi và được nhiều nhà nghiên cứu, nhiều tổ chức ứng dụng nghiên cứu ở nhiều ngành công nghiệp khác nhau trong đó Kennett S.Kovach (1987) đã bổ sung và đưa ra mô hình 10 yếu tố động viên nhân viên, ông cho rằng đối với nhóm lao động thu nhập cao họ chỉ cần duy trì một công việc thú vị, thoải mái nhưng với nhóm lao động có thu nhập thấp thì điều quan trọng nhất là tiền lương.

Đi sâu vào đối tượng lao động ở khu vực công, một số nhà khoa học đã chỉ ra nhiều yếu tố liên quan đến động lực của người lao động. Downs (1957), Tullock (1965), Brehm and Gates (1997) thì khẳng định lương chỉ là một phần cấu thành động lực làm việc của công chức. Để tạo ra được động lực cho cán bộ, công chức làm việc hăng say cần có những nghiên cứu cụ thể trên nhiều yếu tố trong tổ chức tác động

trực tiếp đến họ. Massey và Brown (1998) cho rằng công chức còn bị ảnh hưởng nhiều bởi sự đa dạng, thú vị của công việc. Emmert and Taher (1992) đã chứng minh giờ làm việc linh hoạt và cơ hội thăng tiến mới là nhân tố thúc đẩy động lực làm việc của cán bộ, công chức. Katherine (1998) đã giải thích hiện tượng chảy máu chất xám từ khu vực công sang khu vực tư do công chức nhà nước không hài lòng với chế độ động viên, khuyến khích của các cơ quan nơi họ làm việc. Họ không chỉ giảm nhiệt huyết trong lao động mà còn quyết định nghỉ việc vì họ muốn đến nơi cho họ nhiều lợi ích hơn. Như vậy, nếu khu vực công đảm bảo được các lợi ích cá nhân chủ yếu cho cán bộ, công chức thì họ sẽ gắn bó với công việc và cống hiến hết mình vì công việc.

Đối với nhóm lao động quản lý cấp cao ở các doanh nghiệp khi đã mạnh về kinh tế họ lại có nhu cầu vươn lên để thỏa mãn về thứ bậc xã hội, nhu cầu phục vụ nhân dân, hoặc do đam mê nghề nghiệp nên họ có động lực chuyển sang làm việc tại các tổ chức công. Nhận định này đã được nghiên cứu ở Mỹ những năm thập niên 1990 do Dilulio (1994), Rom (1996), Brehm and Gates (1997), Monroe (1998) nghiên cứu và khẳng định.

Buelens & Van den Broeck (2007) đã triển khai nghiên cứu “Phân tích sự khác biệt trong động lực làm việc giữa những tổ chức ở khu vực công và khu vực tư”. Nghiên cứu được thực hiện nhằm tìm ra sự khác biệt về động lực làm việc của người lao động ở khu vực công so với khu vực tư nhân tại Vương quốc Bỉ. Sự khác biệt đó thể hiện rõ hơn ở đối tượng lao động nam giới và nữ giới, ở lao động trẻ tuổi và lao động nhiều tuổi. Re'em (2010) đã thực

hiện nghiên cứu “Tạo động lực thúc đẩy nhân viên ở khu vực công: các công cụ ứng dụng trong thực tiễn”. Nghiên cứu được thực hiện nhằm hướng đến việc tìm ra các nhân tố lý thuyết và các chiến thuật có thể áp dụng trong thực tế, từ đó giúp nhà quản lý khu vực công tạo ra nhiều động lực làm việc hơn cho nhân viên của họ. Kết quả nghiên cứu cho thấy có ít nhất 14 nhân tố để khuyến khích người lao động làm việc tốt hơn bao gồm: các phần thưởng; sự thừa nhận; sự tự chủ; sự thăng tiến; sự công bằng; cơ hội được học tập...

Bên cạnh đó, các tác giả như Nevis (1983), Hofstede (1984) (trích trong Gambrel & Cianci, 2003) kết luận rằng những học thuyết về tạo động lực làm việc xuất phát từ châu Âu, Hoa Kỳ cần phải có sự điều chỉnh thích hợp trước khi ứng dụng vào các quốc gia có nền văn hóa tập thể như Trung Quốc hay Đông Á, cần cân nhắc kỹ lưỡng những đặc trưng cơ bản của khu vực công và yếu tố văn hóa bản địa là hoàn toàn cần thiết.

b. Các nghiên cứu trong nước

Luận án tiến sĩ Kinh tế của tác giả Vũ Thị Uyên (2007) với đề tài nghiên cứu về “Tạo động lực cho lao động quản lý trong các doanh nghiệp Nhà nước trên địa bàn thành phố Hà Nội đến năm 2020” đã phân tích về thực trạng động lực và tạo động lực cho lao động quản lý trong các doanh nghiệp nhà nước ở Hà Nội, đánh giá tình hình thực trạng về động lực làm việc, rút ra một số nguyên nhân cơ bản làm giảm động lực làm việc lao động ...

Bài viết của Trần Hương Thanh (2008), “Một số giải pháp nâng cao tính tích cực lao động của cán bộ, công chức trong các cơ quan hành chính nhà nước” cũng chỉ ra những nguyên nhân cơ bản dẫn đến không

ít cán bộ công chức trong các cơ quan hành chính nhà nước trong cách nghĩ, cách làm thiếu sự năng động, sáng tạo và đổi mới; cách làm việc quan liêu, hành chính hóa, không thạo việc, tác phong chậm chạp, rườm rà, thái độ thờ ơ, ỷ lại, thiếu trách nhiệm... xuất phát từ thiếu động lực làm việc và chưa có giải pháp cụ thể khoa học để chấm dứt tình trạng đó.

Hoàng Thị Hồng Lộc và Nguyễn Quốc Nghi (2014), Khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ với bài viết “Xây dựng khung lý thuyết về động lực làm việc ở khu vực công tại Việt Nam”. Bài viết được thực hiện nhằm xây dựng một khung lý thuyết phục vụ cho mục đích tìm ra các nhân tố chính ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên ở khu vực công tại Việt Nam. Khung lý thuyết được đề xuất dựa trên mô hình Tháp nhu cầu của Maslow (1943) và mô hình Tháp nhu cầu của người Trung Quốc do Nevis đề xuất (1983), nhưng đã có sự điều chỉnh, bổ sung để phù hợp với đối tượng nghiên cứu là công chức, viên chức Việt Nam. Đồng thời, nghiên cứu còn thể hiện rõ sự cân nhắc kỹ lưỡng đến các đặc trưng của nền văn hóa tập thể và bối cảnh kinh tế - xã hội ở nước ta hiện nay.

Nguyễn Thị Phương Lan (2015) trong Luận án Tiến sĩ Quản lý công về đề tài “Hoàn thiện hệ thống công cụ tạo động lực cho công chức ở các cơ quan hành chính Nhà nước” cũng đưa ra những yêu cầu cho công tác tạo động lực bằng các giải pháp hoàn thiện hệ thống công cụ tạo động lực cho công chức hành chính Nhà nước Việt Nam: Hoàn thiện các công cụ tạo động lực bằng vật chất và công cụ tạo động lực thông qua khuyến khích tinh thần; xác định vai trò trung tâm của hệ thống công cụ tạo động lực là công cụ đánh giá kết quả thực

thi công việc; tăng cường mối liên hệ tương hỗ của hệ thống công cụ tạo động lực trong hệ thống.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Học thuyết kỳ vọng Vroom là gì?

Victor H. Vroom là một nhà tâm lý học người Canada, ông phát triển học thuyết kỳ vọng Vroom của mình vào năm 1964. Vroom đưa ra một cách tiếp cận kỳ vọng để hiểu về động lực. Theo đó, một cá nhân sẽ hành động theo một cách nhất định dựa trên những mong đợi của họ về một kết quả nào đó, hoặc sự hấp dẫn của kết quả đó với chính bản thân họ. Ông đã thực hiện nghiên cứu của mình về động lực của con người và kết luận động lực phụ thuộc vào 3 yếu tố:

- Kỳ vọng (Expectancy)
- Phương tiện, công cụ (Instrumentality)
- Giá trị, chất xúc tác, mức độ hấp dẫn (Valence)

Như vậy, Vroom xem xét nỗ lực mà một người bỏ ra, hiệu suất của họ và kết quả cuối cùng họ đạt được. Lý thuyết Vroom chủ yếu liên quan đến động lực trong môi trường làm việc, khi mà nhân viên có thể đưa ra các lựa chọn trong công việc của mình, thì họ sẽ chọn những gì thúc đẩy họ nhất. Các yếu tố trên được thể hiện trong phương trình toán học như sau:

$$\text{Động lực (M)} = \text{Kỳ vọng (E)} \times \text{Công cụ (I)} \times \text{Giá trị (V)}$$

Kỳ vọng có nhiều quan điểm để xác định và đánh giá nhưng để đơn giản và dễ vận dụng thì kỳ vọng nên được chia ra thành hai nhóm chính là kỳ vọng có cơ sở và kỳ vọng chưa có cơ sở. Kỳ vọng có cơ sở là những kỳ vọng được hình thành từ những căn cứ nào đó của người đang kỳ

vọng. Căn cứ đó có thể đang hiện hữu trên thực tế hoặc có thể chỉ là những giả định nào đó của người đang kỳ vọng.

3.2. Học thuyết kỳ vọng với công tác tạo động lực tại các doanh nghiệp Logistics và giải pháp cho các tình huống (chủ yếu dựa trên luận điểm của tác giả)

Tại các doanh nghiệp logistics, do đặc thù là mô hình kinh doanh là các dịch vụ logistics như giao nhận hàng hóa từ nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Sẽ có nhiều tiêu chí để đánh giá chất lượng dịch vụ này như: đúng thời gian, đúng địa điểm, đảm bảo đúng chất lượng hàng hóa, đúng mẫu mã, thậm chí nhiều giao nhận còn đúng người giao nhận... Tuy nhiên, trên thực tế nhiều đơn vị còn bỏ ngỏ ở nhiều khâu chưa đảm bảo đúng chất lượng đề ra. Do đó, công tác tạo động lực làm việc và gắn bó với công ty là hết sức quan trọng. Các chủ doanh nghiệp cần tạo ra các kỳ vọng, các giá trị hữu hình lớn hơn những gì mà người lao động nhận được vào thời điểm doanh nghiệp logistics đang gặp khó khăn do đứt chuỗi cung ứng, hạn chế lưu thông do phân luồng đồ hay sự cạnh tranh khốc liệt của các doanh nghiệp cùng lĩnh vực, cùng tệp khách hàng... Lúc đó, bản thân người lao động cũng tự tạo động lực cho bản thân thông qua sự kỳ vọng về công việc, vị trí, mối quan hệ, hay một tương lai tươi sáng nào đó để nuôi dưỡng tinh thần và tạo ra sự gắn kết với doanh nghiệp. Một số biểu hiện của sự kỳ vọng đó có thể kể đến:

a. Yếu tố Kỳ vọng (Expectancy)

- Mối quan hệ giữa Nỗ lực và Thành tích: Là khả năng mà một nhân viên tin rằng nỗ lực sẽ giúp họ đạt được kết quả mục tiêu và mức độ thành tích nhất định.

Sự kỳ vọng được xây dựng dựa trên niềm tin rằng nếu người lao động cố gắng làm việc thì họ sẽ được ghi nhận về những thành tích hay kết quả của họ. Việc này tưởng chừng đơn giản nhưng thực tế cho thấy nhiều doanh nghiệp logistics lại xem nhẹ việc này và coi những kết quả họ đạt được là đương nhiên hoặc bản thân doanh nghiệp ngại, né tránh việc công nhận thành tích hay kết quả công việc của người lao động. Hoặc đơn giản doanh nghiệp logistics chỉ ghi nhận những thành tích mới, thành tích đặc biệt chứ những kết quả bình thường thì không được ghi nhận. Ví dụ như, một nhân viên kinh doanh đạt doanh số bằng tháng trước thì lại coi đó là việc bình thường mà không xét trong bối cảnh hiện tại có nhiều đối thủ cạnh tranh và nhiều doanh nghiệp logistics thì nhân viên kinh doanh phải làm đặt xe, bố trí người bốc hàng... Điều này sẽ làm triệt tiêu sự kỳ vọng của người lao động.

Giải pháp cho vấn đề này là: doanh nghiệp logistics cần thiết lập bảng thành tích theo từng thang điểm hoặc xây dựng KPI cho từng vị trí để xác định và đánh giá kết quả của từng vị trí. Nếu doanh nghiệp chưa xây dựng được KPI thì cũng cần có bảng đánh giá kết quả và khen thưởng từ tuân thủ làm đúng giờ, đến việc đi sớm về muộn, làm thêm giờ, sắp xếp giao nhận hàng hóa đúng người, đúng địa điểm, đúng thời gian, hay có những sáng kiến đóng góp, có doanh số vượt bao nhiêu... Điều này sẽ tạo dựng niềm tin về những nỗ lực của người lao động.

- *Sự gắn kết giữa Nỗ lực và Môi trường:* Là khả năng mà một nhân viên tin rằng nỗ lực sẽ giúp họ đạt được những mối quan hệ có chất lượng trong tương lai.

Trong nhiều trường hợp, người lao

động đi làm không phải vì đồng lương, cũng không phải vì đồng tiền thưởng mà vì họ kỳ vọng về mối quan hệ chất lượng sẽ được tạo dựng trong quá trình làm việc khi sự nỗ lực của họ được ghi nhận. Nếu có được mối quan hệ chất lượng thì sẽ giúp cho người lao động hy vọng về sự thay đổi công việc trong tương lai, có thể trong chính chỗ họ đang làm hoặc vị trí khác trong một môi trường khác... Ví dụ, một người đến công ty A làm việc không phải vì lương nhận được từ công ty A mà là vì họ nhận thấy ban lãnh đạo công ty A có những “mối quan hệ tốt” với những quan chức hoặc với các nhóm doanh nghiệp mà bản thân người lao động đang muốn tiếp cận...

Giải pháp cho vấn đề này là: người lãnh đạo doanh nghiệp logistics phải có năng lực thực sự, bản thân nhà lãnh đạo doanh nghiệp cũng cần khẳng định hay thể hiện về mối quan hệ của mình trong quá trình điều hành và dẫn dắt doanh nghiệp. Điều này không đồng nghĩa với việc tung hô, chém gió, nói về các mối quan hệ của bản thân mà cần thể hiện qua công việc điều hành... Ví dụ, khi nhân viên gặp khó khăn ở một khâu nào đó trong quá trình giao nhận như: đặt xe, liên hệ với các hàng tàu lớn, phương thức bốc xếp... thì người lãnh đạo cần khẳng định mối quan hệ và giải quyết vấn đề hiệu quả, nhanh gọn. Có như vậy, mới tạo dựng niềm tin cho nhân viên để họ không ngừng nỗ lực để có được những mối quan hệ chất lượng từ những người lãnh đạo trong doanh nghiệp.

- *Mối quan hệ giữa Nỗ lực và Môi trường làm việc:* Là khả năng mà một nhân viên tin rằng nỗ lực của họ sẽ được làm việc ở trong một môi trường chuyên nghiệp hay lý tưởng.

Nhiều người lao động kỳ vọng nơi mình làm việc sẽ là một môi trường chuyên nghiệp, nơi mà ở đó họ có thể sống và làm việc theo sở thích, đam mê và những sở trường của bản thân, nơi mà ở đó họ có thể học hỏi được từ những đồng nghiệp từ tác phong, lối sống, tư duy và khả năng giải quyết vấn đề. Do đó, họ sẽ không ngừng nỗ lực để thể hiện bản thân, để hòa đồng với các mối quan hệ, để thỏa sức vùng vẫy trong một môi trường có nhiều chất xúc tác cho bản thân họ.

Giải pháp cho vấn đề này: doanh nghiệp logistics cần tạo dựng một môi trường văn hóa riêng mang đậm bản sắc của doanh nghiệp bên cạnh những cơ sở vật chất thích hợp với tài chính của doanh nghiệp. Hiện nay, nhiều doanh nghiệp logistics còn chỉ tập trung khai thác nguồn hàng, tập trung phát triển phát triển kho bãi, nâng cấp hệ thống vận tải... mà chưa chú trọng việc xây dựng môi trường văn hóa cho doanh nghiệp của mình mà chỉ đơn giản đưa ra những nội quy, quy định hay các chế tài xử phạt đối với lao động. Điều này sẽ tạo bầu không khí có phần khô khan, khiên cưỡng trong các hoạt động của nhân viên mà chưa tạo ra động lực phấn đấu, cống hiến hay say mê làm việc tại chính công ty mình đang làm. Doanh nghiệp logistics cần xây dựng một môi trường làm việc mang tính đặc trưng của từng đơn vị như: màu sắc nên đồng bộ với màu logo của doanh nghiệp, không gian nên tạo hướng mở, xanh từ ngoài cổng đến bàn làm việc của nhân viên, tạo dựng những sinh hoạt định kỳ của tập thể... và kích thích sự hưng phấn của người lao động mỗi khi đến chỗ làm...

b. Yếu tố Công cụ (Instrumentality)

Trong quá trình quản trị doanh nghiệp

logistics, nhà quản trị luôn cần có các công cụ quản trị để điều hành doanh nghiệp. Một số công cụ mà các nhà quản trị hay sử dụng là: Giáo dục, hành chính, kinh tế.

- *Mối quan hệ giữa Thành tích và Giáo dục:* Mức độ mà nhân viên tin rằng nếu họ có hiệu suất làm việc tốt hay thành tích nào đó thì sẽ dẫn đến việc công nhận của cả doanh nghiệp logistics.

Khi người lao động bước chân vào doanh nghiệp logistics, họ sẽ không hiểu nhiều về doanh nghiệp như: văn hóa doanh nghiệp, hành vi ứng xử, phong cách làm việc... mà họ sẽ mang theo toàn bộ những gì họ có trong quá khứ để vận dụng vào doanh nghiệp mới. Do đó, có thể ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường hiện tại, ảnh hưởng tới lối sống, hành vi của những đồng nghiệp. Mặt khác, khi người lao động có được hiệu suất làm việc tốt hay đạt được thành tích nào đó như có sáng kiến đột phá, tấm gương điển hình về người tốt, việc tốt mà doanh nghiệp logistics coi đó là chuyện bình thường vì họ sẽ nhận được tiền thưởng vào cuối tháng hoặc cuối năm thì sẽ không tạo động lực cho bản thân người đó và những người xung quanh.

Giải pháp cho vấn đề này là: các doanh nghiệp logistics cần có một bộ phận chuyên tuyên truyền giáo dục về những hành vi, lối sống, văn hóa ứng xử... trong doanh nghiệp logistics và cũng qua những lần tuyên truyền giáo dục này thổi vào trong tâm trí người lao động tình yêu doanh nghiệp. Ví dụ: muốn nhân viên không đi muộn, về sớm, không tận dụng thời gian trong cơ quan để làm việc cá nhân thì cần cho họ hiểu doanh nghiệp tồn tại và phát triển được là do doanh nghiệp coi trọng chữ “Tín” như thế nào? Để họ có thể tự hào về điều đó... Đồng thời, cần tổ chức

buổi chia sẻ của những người đạt thành tích với những người lao động khác, để họ có cảm giác được tôn vinh gián tiếp và nâng cao tính tự tôn trong mỗi người lao động.

- *Mối quan hệ giữa Thành tích và Yếu tố hành chính:* Mức độ mà nhân viên tin rằng nếu họ có hiệu suất làm việc tốt, có thành tích nào đó tốt thì sẽ dẫn đến sự ghi nhận tương xứng. Yếu tố hành chính trong quá trình tạo động lực là việc ban hành các quyết định khen thưởng, là các chứng nhận, bằng khen về các thành tích mà người lao động đạt được trong quá trình làm việc.

Giải pháp cho vấn đề này là: nhà quản trị trong doanh nghiệp logistics cần ban hành ngay các quyết định và bằng khen khi người lao động có thành tích hay kết quả đặc biệt nào đó chứ đừng để cuối năm, đợi đến lúc tổng kết mới làm, có được như vậy mới kích thích sự hăng say, nhiệt tình cống hiến của người lao động. Việc công bố quyết định và trao bằng khen cũng nên được tổ chức trọng thể, có được sự chứng kiến của đại đa số người lao động, chứ đừng làm hình thức cho xong sẽ không làm kích thích sự đua tranh đối với những người lao động khác.

- *Mối quan hệ giữa Thành tích và Yếu tố kinh tế:* Mức độ mà nhân viên tin rằng nếu họ có hiệu suất làm việc tốt hay thành tích nào đó thì sẽ dẫn đến phần thưởng tương xứng về vật chất.

Nếu một người đáp ứng đủ, thậm chí vượt quá so với mong đợi, thì họ có niềm tin rằng họ xứng đáng nhận được phần thưởng lớn hơn những người không đạt được kết quả. Yếu tố tạo động lực sẽ thấp nếu phần thưởng không có sự khác biệt giữa các cấp độ hiệu suất. Yếu tố này cho thấy sự tin tưởng mà nhân viên dành cho

cấp lãnh đạo, độ tin cậy của lời hứa sẽ có những phần thưởng cho những thành tích tốt là rất quan trọng.

Một số khía cạnh ảnh hưởng đến yếu tố công cụ có thể kể đến như chính sách, quy định về lương thưởng, các phần thưởng hoặc lợi ích khác nhau, ...

Như vậy, một tổ chức có thể kích thích động lực làm việc của nhân viên bằng cách thực hiện đúng những gì đã hứa, có thể quan tâm đến vấn đề về lương thưởng, xem xét thăng chức, ... Quan trọng là nhân viên phải tin rằng nếu họ thực hiện công việc tốt, thì kết quả đó sẽ được đánh giá cao, đồng thời họ sẽ được thưởng xứng đáng với công sức và nỗ lực của họ. Các nhà quản trị doanh nghiệp logistics cần lưu ý thêm về tính minh bạch trong suốt quá trình khen thưởng, đây cũng là một điều kiện quan trọng trong việc xây dựng động lực và niềm tin.

c. *Yếu tố Giá trị (Valence)*

Mức độ một cá nhân đánh giá các phần thưởng tiềm năng liên quan đến kết quả hoặc hành vi cụ thể

Giá trị là mức độ so sánh của một cá nhân giữa phần thưởng công việc với nhu cầu, mục tiêu và giá trị của họ, như vậy mỗi người sẽ có mức độ đánh giá giá trị khác nhau. Chính vì vậy, các doanh nghiệp logistics nên tìm hiểu xem nhân viên của mình coi trọng điều gì và nhu cầu cá nhân của họ ra sao, từ đó dẫn đến động lực làm việc của họ thế nào. Thông thường, một cá nhân sẽ coi trọng các yếu tố như lương thưởng, tiền bạc, môi trường làm việc, thời gian làm việc, số ngày nghỉ, thăng chức ...

4. Kết luận

Tạo động lực cho người lao động là một trong những nội dung quan trọng nhất của

công tác quản trị nguồn nhân lực trong doanh nghiệp logistics. Thực chất của quản trị nguồn nhân lực chính là quản lý con người với mục tiêu phát huy hết năng suất, hiệu quả, nỗ lực, cố gắng của nhân viên. Lãnh đạo công ty cần ý thức được rằng việc tạo động lực cho người lao động là một hoạt động thường xuyên, liên tục và mang tính lâu dài bởi hầu hết việc thành công hay thất bại của tổ chức đều có tác động ảnh hưởng của các biện pháp tạo động lực. Học thuyết kỳ vọng Vroom giúp chúng ta hiểu hơn về sự tương quan giữa động lực và hài lòng trong công việc. Kỳ vọng tăng có thể làm cho động lực tăng, dù cho kết quả cuối cùng đôi khi không đáp ứng được kỳ vọng. Học thuyết này nhấn mạnh sự cần thiết của phần thưởng, các phúc lợi và thành tích công việc và cho thấy nỗ lực tăng sẽ dẫn đến hiệu suất tăng, từ đó dẫn đến đạt được kết quả mong muốn.

Tài liệu tham khảo

1. Phạm Thị Minh Lý (2015), "Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành phố Hồ Chí Minh", Tạp chí Phát triển Kinh tế 26 (3), 64-81
2. Jim Collins (2011) "Từ tốt đến vĩ đại". TP. Hồ Chí Minh: NXB trẻ
3. Jim Collins (2011) "Xây dựng đế trường tồn". TP. Hồ Chí Minh: NXB trẻ
4. Trần Kim Dung (2009) "Quản trị

nguồn nhân lực". TP. Hồ Chí Minh: NXB Thống kê.

5. Hoàng Trọng – Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008) "Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS". TP. Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức.

6. Phan Thăng, Nguyễn Thanh Hội (2007) "Quản trị học". TP. Hồ Chí Minh: NXB Thống kê.

7. PGS.TS. Nguyễn Ngọc Quân, ThS. Nguyễn Văn Điềm (2015) "Quản trị nhân lực". Đại học kinh tế quốc dân, NXB Lao động - Xã hội

8. Viện Quản Trị Kinh Doanh FPT. 2015. Tài liệu môn học Hành Vi Tổ Chức. Hà nội

9. Viện Quản Trị Kinh Doanh FPT 2016. Tài liệu môn học Phương Pháp Luận Nghiên Cứu. Hà Nội.

10. Ths Nguyễn Văn Điềm và PGS.TS Nguyễn Ngọc Quân (2007), *Giáo trình quản trị nhân lực*, NXB Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội, 134.

11. TS. Nguyễn Minh Tuấn (2012), *Mấy suy nghĩ về chính sách đãi ngộ cán bộ, công chức hiện nay*. Địa chỉ: www.tuyengiao.vn/Home/khoagiao/cvandexahoi/40571/May-suy-nghi-ve-chinh-sach-dai-ngo-can-bo-cong-chuc-hien-nay

12. Business Edge (2006), *Tạo động lực làm việc – phải chăng chỉ có thể bằng tiền*, NXB trẻ, Hà Nội

Anh Đỗ (2023) Tác động của công nghệ 4.0 tới nền kinh tế tuần hoàn. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 152-159

Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR,2023

Bài báo khoa học

Tác động của công nghệ 4.0 tới nền kinh tế tuần hoàn

Đỗ Thị Hà Anh (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển

Email: dothihaanh@apd.edu.vn

Tóm tắt:

Trong thập kỷ qua, cách mạng công nghiệp 4.0 và nền kinh tế tuần hoàn đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, chú ý của tất cả các bên liên quan trong nền kinh tế. Tuy nhiên, chưa có nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của từng loại công nghệ 4.0 đối với các lĩnh vực của nền kinh tế tuần hoàn. Nghiên cứu này đưa ra một số nhận định về ảnh hưởng của các công nghệ 4.0 chủ yếu như: Sản xuất đắp lớp, Trí tuệ nhân tạo, Thị giác nhân tạo, Dữ liệu lớn và Phân tích nâng cao, An ninh mạng, Internet vạn vật, Robot và Thực tế ảo và thực tế tăng cường đối với nền kinh tế tuần hoàn ở các khía cạnh như giảm tiêu thụ đầu vào, tái sử dụng, thu hồi, tái chế và giảm chất thải và khí thải.

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS140223

Từ khóa: Kinh tế tuần hoàn, công nghệ 4.0

Abstract:

The fourth industrial revolution and the circular economy have received considerable attention from all stakeholders over the past decade. There have not been many studies on the effects of each type of 4.0 technology on the circular economy. This study examines the impact of major 4.0 technologies, including Additive Manufacturing, Artificial Intelligence, Artificial Vision, Big Data and Advanced Analytics, Cybersecurity, Internet of Things, Robots, and Virtual and Augmented Reality, on the circular economy in terms of input consumption reduction, reuse, recovery, recycling, and waste and emissions reduction.

Keywords: Circular economy, industrial 4.0 technologies

Giới thiệu

Những năm gần đây, nhiều quốc gia và tổ chức quốc tế đã đưa

các nguyên tắc của mô hình Kinh tế tuần hoàn (KTTH) vào các chính sách, các chương trình nghị sự về phát triển bền vững. Với mục tiêu chuyển từ mô hình kinh tế tuyến tính (sản xuất – phân phối – tiêu dùng – thải loại) sang một mô hình hiệu quả hơn, tối đa hóa việc sử dụng các nguồn lực sẵn có, một số quốc gia đã ban hành văn bản pháp lý liên quan tới việc áp dụng mô hình KTTH như Luật sử dụng hiệu quả vật liệu có thể tái chế tại Nhật Bản vào năm 1991, chương trình thực hiện KTTH – một chiến lược tiềm năng để phát triển bền vững tại Trung Quốc vào năm 2002, đạo luật xúc tiến Kinh tế tuần hoàn tại Trung Quốc năm 2008, Đạo luật KTTH (Đức, 2012) và Đạo luật Khung lưu thông tài Nguyên (Hàn Quốc, 2016).

Việc thực thi những luật và đạo luật này đòi hỏi nhiều sự thay đổi để tận dụng những cơ hội mới mà tiến bộ khoa học công nghệ và các hoạt động đổi mới sáng tạo mang lại. Trong bối cảnh đó, các công nghệ 4.0 có tiềm năng rất lớn trong việc mang lại sự thay đổi. Đây là cơ sở cho sự phát triển của các công nghệ kết nối mới. Công nghệ 4.0 là một mô hình mới để cải thiện quy trình/hiệu suất kinh doanh bằng cách sử dụng số hóa và tích hợp (đọc, ngang và đầu cuối) của các công nghệ mạng, có thể thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang mô hình kinh tế tuần hoàn bằng cách tối đa hóa việc sử dụng các nguồn tài nguyên sẵn có và giảm thiểu chất thải và khí thải. Do đó, công nghệ 4.0 phải được phát triển để sản xuất trong điều kiện hạn chế về môi trường nhằm định hướng nền kinh tế theo hướng bền vững.

CN 4.0 mang đến vô số cơ hội giúp cải thiện hiệu suất của KTTH. Tuy nhiên, hiện nay chưa có đủ công trình nghiên cứu mối

quan hệ giữa các công nghệ 4.0 với tính bền vững và có rất ít nghiên cứu phân tích mối quan hệ giữa các công nghệ 4.0 và KTTH khác nhau.

Bởi vậy, bài viết này với mục đích làm rõ tác động của các loại hình công nghệ 4.0 đối với mô hình KTTH sẽ phần nào làm rõ được khoảng trống nghiên cứu còn bỏ ngỏ. Bài báo có kết cấu các phần còn lại như sau: Phần 2.1 mô tả về kinh tế tuần hoàn, phần 2.2. trình bày về công nghệ 4.0, phần 2.3 đưa ra các ảnh hưởng của công nghệ 4.0 tới mô hình kinh tế tuần hoàn. Phần 3 đưa ra các kết luận, hạn chế.

Nội dung

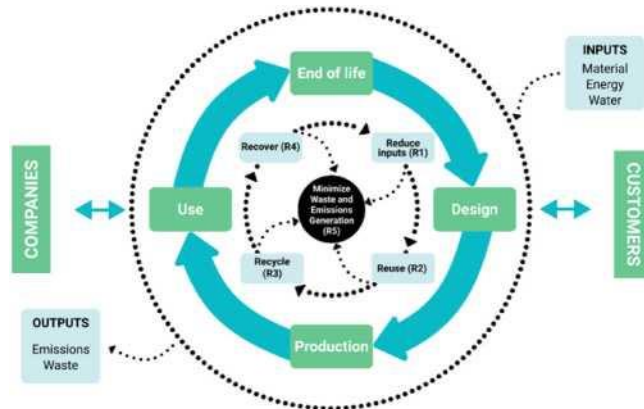
Kinh tế tuần hoàn

Kinh tế tuần hoàn là một sự thay đổi trong cách sử dụng tài nguyên thiên nhiên. Cốt lõi của KTTH là dòng nguyên liệu khép kín, giảm thiểu và thu nhỏ thông qua nhiều giai đoạn, đầu vào (nguyên liệu thô, nước và năng lượng) và đầu ra không mong muốn (chất thải và khí thải) từ hệ thống. Để đạt được mục tiêu này, cần có một cách tiếp cận tích hợp, liên kết hiệu quả tài nguyên ở thượng nguồn với các vấn đề về chất thải và khí thải ở hạ nguồn. Giá trị của sản phẩm, vật liệu và dịch vụ phải được duy trì càng lâu càng tốt thông qua các đặc điểm, khía cạnh của nền kinh tế tuần hoàn.

Có nhiều cách tiếp cận khác nhau về đặc tính của nền kinh tế tuần hoàn, bắt đầu từ cách tiếp cận của Haas và cộng sự (2015), trong đó chỉ ra nền kinh tế tuần hoàn hoạt động với nguyên tắc 3R: reduce-reuse-recycle (giảm thiểu, tái sử dụng và tái chế). Về sau, nhiều nghiên cứu khác bổ sung việc tối đa hóa thu hồi giá trị là kết quả của dòng chảy khép kín và giảm thiểu

chất thải và khí thải. Một mô hình đã được đề xuất cho phép xây dựng các chiến lược tuần hoàn trong khi vẫn duy trì chức năng

chính của sản phẩm đã được thể hiện ở hình 1 dưới đây:



Hình 1: Mô hình xây dựng chiến lược tuần hoàn

Nguồn: Iker Laskurain-Iturbea, 2020

Một số chiến lược tuần hoàn có thể đề cập tới như:

- Giảm tiêu thụ đầu vào (Reduce Input Consumption - RIC) như nguyên vật liệu, năng lượng và nước: Tập trung vào sản xuất và sử dụng sản phẩm thông minh hơn. Chiến lược R này bao gồm việc loại bỏ các sản phẩm dư thừa, suy nghĩ lại về thiết kế của sản phẩm (tìm kiếm các sản phẩm đa chức năng), quá trình sản xuất (đơn giản hóa và giảm thiểu việc sử dụng tài nguyên) và việc sử dụng sản phẩm (chuyên sâu hơn, ví dụ: bằng cách chia sẻ sản phẩm).

- Tái sử dụng (Reuse): Mục tiêu của chiến lược R này là trực tiếp kéo dài thời gian sử dụng hữu ích của sản phẩm, tập trung vào việc tái sử dụng các sản phẩm hoặc thành phần trong cùng một loại sản phẩm bị người tiêu dùng khác loại bỏ khi chúng đã hoàn thành các chức năng ban đầu.

- Phục hồi (Recovery): Chiến lược này bao gồm các hành động để kéo dài tuổi thọ hữu ích của sản phẩm và các bộ phận cấu thành, cụ thể như sửa chữa (sửa chữa hoặc bảo trì các sản phẩm bị lỗi), tân trang (khôi

phục sản phẩm cũ và cập nhật), tái sản xuất (sử dụng các linh kiện trong cùng loại sản phẩm) và tái sử dụng linh kiện (sử dụng các linh kiện hoặc sản phẩm đã loại ra từ các loại sản phẩm khác).

- Tái chế (Recycling): Hướng đến ứng dụng hữu ích của vật liệu, tập trung vào việc nâng cao chất lượng cao của nguyên vật liệu để thay thế việc sử dụng tài nguyên thiên nhiên.

- Giảm chất thải và khí thải (Reduce waste and emissions - RWE): Đây là kết quả của các chiến lược Rs bên trên, tập trung chủ yếu vào việc phục hồi tài nguyên. Ở các bước cuối của mô hình KTTH cần có một chiến lược quản lý chất thải và khí thải nhằm tăng cường khả năng tuần hoàn các nguồn tài nguyên, giảm thiểu các hậu quả môi trường.

Công nghệ 4.0

Công nghệ 4.0 chủ yếu dựa trên sự tích hợp của công nghệ thông tin và truyền thông và công nghệ công nghiệp. Mục tiêu chính là nâng cao hiệu quả của hệ thống sản xuất và quản lý để có lợi nhuận cao hơn. Công nghệ 4.0 tạo ra một hệ thống

không gian mạng thực - ảo (cyber-physical systems) để tạo ra một mô hình sản xuất các sản phẩm và dịch vụ kỹ thuật số và cá nhân hóa có tính linh hoạt cao, với sự tương tác liên tục giữa con người, sản phẩm và thiết bị trong quá trình sản xuất. Chuyển đổi kỹ thuật số sẽ giúp các công việc với các quy trình ngày càng phức tạp trở nên dễ dàng hơn đối với những người thực hiện các công việc đó, đồng thời đảm bảo rằng hoạt động sản xuất có thể đồng thời bền vững trong môi trường đô thị và mang lại lợi nhuận (Kagermann và cộng sự, 2013).

Có nhiều cách phân loại công nghệ 4.0 khác nhau dựa trên sự phát triển của từng công nghệ và ứng dụng của chúng. Nhìn chung, không có sự đồng thuận rõ ràng trong tài liệu về cách nhóm các loại công nghệ này. Tuy nhiên, hầu hết các tài liệu nghiên cứu trước đó đều xoay quanh tám nhóm công nghệ 4.0 sau:

- Sản xuất đắp lớp/Công nghệ in 3D (Additive manufacturing - AM): đây là một quá trình kết nối vật liệu để hình thành nên vật thể cần gia công từ dữ liệu mô hình 3D, bằng cách xây dựng lần lượt từng lớp.

- Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI): Là khoa học nhận thức, là thành quả mô phỏng các quá trình trí tuệ của con người bằng máy móc, đặc biệt là các hệ thống máy tính. Các quy trình này bao gồm học tập (thu nhận thông tin và quy tắc sử dụng thông tin), hệ thống lý luận (sử dụng quy tắc để đạt được kết luận gần đúng hoặc xác định) và tự điều chỉnh. Các ứng dụng đặc biệt của AI bao gồm hệ thống chuyên gia, nhận dạng giọng nói và thị giác máy.

- Thị giác nhân tạo (Artificial Vision -

AV): Dựa trên việc ghi lại hình ảnh hoặc video kỹ thuật số (thường thông qua máy ảnh) của các quy trình công nghiệp. Trích xuất một loạt dữ liệu và phân tích, sau khi được đánh giá sẽ đưa ra các quyết định phù hợp (Alonso và cộng sự, 2019).

- Dữ liệu lớn và phân tích nâng cao (Big Data and Advance Analysis - BDAA): Sự kết hợp sử dụng Internet vạn vật - IoT và Lưu trữ đám mây - Cloud cho phép các thiết bị và hệ thống sản xuất hoặc hệ thống quản lý khác nhau của công ty và khách hàng được kết nối với nhau. Thông qua BDAA, dữ liệu thu thập được cập nhật và phân tích liên tục, đồng thời cải thiện quy trình ra quyết định. Điều này giúp cải thiện tính linh hoạt trong sản xuất, chất lượng sản phẩm, hiệu quả năng lượng và dịch vụ thiết bị (RuBmann và cộng sự, 2015).

- An ninh mạng (Cybersecurity - CS): Trong môi trường siêu kết nối, cần phải đảm bảo thông tin liên lạc an toàn và đáng tin cậy giữa các hệ thống đảm bảo khả năng bảo vệ khỏi hành vi trộm cắp hoặc phá hủy thông tin hoặc thay đổi trong quy trình sản xuất và lỗi chất lượng sản phẩm hoặc ngừng hoạt động hoàn toàn dẫn đến các cuộc tấn công mạng.

- Internet vạn vật (IoT): IoT nhằm giải quyết các vấn đề giao tiếp giữa tất cả các đối tượng và hệ thống trong một nhà máy. IoT kết hợp các máy móc thông minh với nhau, tiến hành các thuật toán phân tích dự đoán nâng cao và kết hợp giữa máy và người để cải thiện năng suất, hiệu quả và độ tin cậy.

- Người máy (Robotics - RB). Khi các nhiệm vụ sản xuất trở nên cá nhân hóa và linh hoạt hơn, máy móc sẽ cần kết hợp với nhau để thực hiện các nhiệm vụ khác nhau

mà không cần lập trình lại. Để đạt được mục tiêu này, rô-bốt đang trở nên tự chủ, linh hoạt và hợp tác hơn, chúng sẽ sớm có thể tương tác với nhau và làm việc an toàn với con người, thậm chí có thể học hỏi từ con người.

- Thực tế ảo và thực tế tăng cường (Virtual and Augmented Reality - VAR): VAR cho phép mô phỏng các tình huống thực để đào tạo công nhân, tránh các tình huống nguy hiểm, cải thiện việc ra quyết định và/hoặc làm việc theo quy trình. Ngoài ra, VAR cho phép tạo ra một phiên bản nâng cao của thực tế, trong đó các chế độ xem trực tiếp hoặc gián tiếp về môi trường vật lý trong thế giới thực được tăng cường bằng hình ảnh lớp phủ do máy tính tạo ra (Oztemel và Gursev, 2020).

Tác động của công nghệ 4.0 tới nền kinh tế tuần hoàn

Hiện nay, có rất ít các nghiên cứu về tác động của công nghệ 4.0 đến mô hình KTTH. Hơn nữa, hầu hết các nghiên cứu về ảnh hưởng của công nghệ 4.0 đối với KTTH đều đề cập đến chủ đề này một cách chung chung; rất ít người đã so sánh tác động của từng công nghệ một cách riêng biệt. Diễn đàn Kinh tế Thế giới (2019) đã chỉ ra rằng việc áp dụng công nghệ 4.0 đang dẫn đến những cải tiến hữu hình, thúc đẩy giá trị kinh doanh, rất nhiều sự cải tiến này đã giúp giảm mức tiêu thụ tài nguyên. Công nghệ 4.0 giúp các công ty cải thiện hiệu quả sử dụng lao động, vốn, vật liệu, năng lượng, thời gian và tài nguyên.

Khi phân tích ảnh hưởng của các công nghệ cụ thể, một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng công nghệ Sản xuất đắp lớp có khả năng làm giảm tiêu thụ nguyên liệu thô và tiêu thụ năng lượng (Campbell và cộng sự, 2011). So với gia công thông thường, tùy

thuộc vào dạng hình học của sản phẩm, mức giảm tiêu hao vật liệu dao động từ 20% đến 85%. Thay vì sử dụng vật liệu trong quá trình sản xuất, vật liệu được thêm vào theo từng lớp (VD: 20 bộ phận tạo nên vòi phun nhiên liệu ban đầu của máy bay có thể giảm xuống chỉ cần 1 bộ phận). Trong quá trình sản xuất thông thường, chất thải từ quy trình sản xuất 20 bộ phận là 83% (Iker Laskurain-Iturbe và cộng sự, 2021). Tuy nhiên, hầu như sẽ không có chất thải nếu sử dụng phương pháp Sản xuất đắp lớp. Việc không có mối hàn và ốc vít, kết hợp với khả năng tạo hình phức tạp và tối ưu hóa cấu trúc liên kết giúp giảm 15% trọng lượng của kim phun. Trong lĩnh vực ô tô, mức giảm tiêu thụ vật liệu chưa được chứng minh nhưng mức tiêu thụ vật liệu của một số bộ phận có thể giảm tới 60%. Ngoài ra, các sản phẩm được sản xuất ra bởi công nghệ này ít hao mòn và có khả năng chịu nhiệt tốt hơn, chất lượng sản phẩm tạo ra rất gần với sản phẩm rèn. Điều này giúp kéo dài thời gian sử dụng sản phẩm và giảm số lượng phụ tùng thay thế phải sản xuất, đồng thời cho phép bố trí nhà máy hiệu quả hơn, các bộ phận được in ra gần dây chuyền sản xuất hơn, giảm thiểu nhu cầu vận chuyển hàng hóa nội bộ. Tuy nhiên, công nghệ này tồn tại một số hạn chế nhất định như kích thước, loại vật liệu và dung sai của các bộ phận yêu cầu. Khả năng tái sử dụng, phục hồi và tái chế vật liệu là khá lớn. Tuy nhiên, một số công nghệ Sản xuất đắp lớp sử dụng hỗn hợp các loại nhựa có thành phần không xác định, ngăn cản việc phục hồi và tái chế. Việc sử dụng vật liệu tốt hơn sẽ giảm thiểu chất thải trong giai đoạn sản xuất cũng như trong giai đoạn sử dụng; hỗ trợ giảm thải.

Các nghiên cứu khác chỉ ra rằng Dữ liệu lớn và phân tích nâng cao, IoT và công

nghệ Thực tế ảo – Thực tế tăng cường cũng góp phần giảm mức tiêu thụ năng lượng. Cụ thể, Dữ liệu lớn và phân tích nâng cao thực hiện thu thập và khai thác thông tin khách quan về tình trạng thực tế của các nhà máy giúp tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên, đặc biệt là năng lượng và nguyên liệu thô, kiểm soát tốt hơn các quy trình và tình trạng của kho dự trữ, dẫn đến việc giảm từ 10 đến 20% vật liệu xuống cấp, giảm 80% tới 100% việc sử dụng giấy ở các công ty. Tuy nhiên, đây không phải là ưu điểm duy nhất của công nghệ này, Dữ liệu lớn và phân tích nâng cao hỗ trợ giảm mức tiêu thụ năng lượng, tăng tỷ lệ sử dụng của máy vào những thời điểm nhất định, tránh sử dụng không cần thiết và giảm mức tiêu thụ do bật và tắt. Ngoài ra, công nghệ này vận hành ánh sáng thông qua các thuật toán để chuyển đổi thành một hệ thống thông minh, giúp tiết kiệm 30% năng lượng so với đèn hơi thủy ngân. Do đó, công nghệ Dữ liệu và phân tích nâng cao đồng thời giúp quản lý tài nguyên năng lượng bằng cách giảm phát thải, sử dụng ít năng lượng hơn và trong một số trường hợp, tối ưu hóa thời gian sử dụng, cho phép sử dụng năng lượng rẻ hơn và/hoặc sạch hơn (năng lượng tái tạo). Liên quan đến IoT, Lin và cộng sự (2016) đã đề xuất một phương pháp kéo dài tuổi thọ mạng, triển khai các hệ thống tiết kiệm năng lượng và giảm tần suất thay thế các cảm biến bị lỗi để giảm mức tiêu thụ. Công nghệ IoT thúc đẩy sử dụng vật liệu hiệu quả hơn, giảm vật liệu sử dụng cho hoạt động bảo trì từ 5 đến 30%, chủ yếu nhờ việc kiểm soát tốt hơn các hoạt động sản xuất và bảo trì, giảm tỷ lệ sản phẩm bị lỗi và kéo dài thời gian sử dụng hữu ích của các nguồn lực sản xuất.

Công nghệ 4.0 nói chung và công nghệ

Sản xuất đắp lớp và Dữ liệu lớn và phân tích nâng cao nói riêng là sự hỗ trợ hiệu quả cho việc tháo dỡ hoặc tái sử dụng vật liệu. Sản xuất đắp lớp rất hữu ích trong việc hỗ trợ tái sản xuất sản phẩm hoặc linh kiện. Công nghệ này cũng cho phép người dùng khôi phục các bộ phận ở tình trạng kém bằng cách chuyển đổi chúng thành dây tóc. Tuy nhiên, sự phục hồi này chỉ giới hạn trong những trường hợp nhất định khi sử dụng một số chất phụ gia. Dữ liệu lớn và phân tích nâng cao cũng có thể giúp đánh giá các chiến lược giảm chi phí thông qua tái sản xuất và IoT có thể giúp phát triển các sản phẩm tái sản xuất sáng tạo (French và cộng sự, 2018).

Trong khi đó, trí thông minh nhân tạo (AI) góp phần giảm gần như 100% mức tiêu thụ giấy, thay thế giấy bằng màn hình. AI đã giảm hơn 50% mức tiêu thụ năng lượng hóa thạch và tác động đến đa dạng sinh học bằng cách hỗ trợ giảm việc cử người, máy bay trực thăng hoặc máy bay không người lái đến các trang trại gió và các khu vực khai thác được điều khiển qua vệ tinh, giảm thời gian vận hành và tiêu thụ năng lượng của máy móc thông qua việc sử dụng tìm kiếm tự động (từ 7 đến 15%). Ngoài ra, AI có thể giảm mức tiêu thụ năng lượng bằng cách tối ưu hóa quy trình, điều chỉnh dữ liệu và thông số kỹ thuật của máy ảnh. Tương tự, thị giác nhân tạo hỗ trợ tự động hóa quy trình kiểm tra chất lượng giúp giảm tỷ lệ hàng kém chất lượng, góp phần làm giảm tiêu hao nguyên vật liệu (thường giảm dưới 2% trong các quy trình ổn định). Ứng dụng của công nghệ 4.0 này trong lĩnh vực tự động hóa cũng giúp giảm thời gian ngừng hoạt động và do đó giảm tổn thất về kinh tế và năng lượng.

Đối với tái chế, Sản xuất đắp lớp là là công nghệ 4.0 nổi bật nhất, có ảnh hưởng tích cực nhất tới quá trình này. Tuy nhiên, vấn đề này phụ thuộc vào loại công nghệ phụ trợ. Có rất ít nghiên cứu về các công nghệ 4.0 còn lại trong việc tái chế. Cụ thể, chỉ ra rằng Dữ liệu lớn và phân tích nâng cao có thể giúp giải quyết các vấn đề về tái chế trong quá trình thiết kế sản phẩm và công nghệ Thực tế ảo – thực tế tăng cường có thể hỗ trợ tính toán một tập hợp các chỉ số hiệu suất tái chế.

Bên cạnh đó, Diễn đàn Kinh tế Thế giới (2019) cũng đã tính toán được 44 địa điểm trên toàn thế giới đã giảm được lượng chất thải trung bình hơn 40% sau khi triển khai công nghệ 4.0. Việc sử dụng công nghệ sản xuất đắp lớp đã tạo điều kiện sản xuất gần hơn với người tiêu dùng cuối cùng, dẫn đến ít ô nhiễm hơn do nhu cầu vận chuyển giảm, phân cấp chuỗi giá trị lớn hơn và định hướng người dùng tốt hơn. Ngoài ra, công nghệ này làm giảm nhu cầu về hàng tồn kho, hạn chế hậu quả thất thoát sản phẩm. Trong khi đó, công nghệ Robot cải thiện việc quản lý vòng đời sản phẩm, kéo dài tuổi thọ sản phẩm và giảm phát sinh chất thải. Các chuyên gia dự báo trong tương lai, các công ty sản xuất sẽ sử dụng công nghệ mạng để liên kết sản xuất với nhà cung cấp và khách hàng, giảm nhu cầu về hàng tồn kho và sản xuất các sản phẩm trở nên lỗi thời. Việc sử dụng công nghệ Thị giác nhân tạo, Thực tế ảo – Thực tế tăng cường có thể giúp giảm phát sinh chất thải bằng cách giảm thiểu tỷ lệ/số lượng lỗi sản xuất.

Kết luận

Thế kỷ 21 đặc trưng bởi sự tăng tốc phát triển công nghệ trên toàn thế giới. Sự phát triển này đi kèm với sự gia tăng tiêu

thụ tài nguyên và tạo ra chất thải và khí thải. Bởi vậy, việc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế tuyến tính sang nền kinh tế tuần hoàn ngày càng trở nên cần thiết. Sự chuyển đổi này phụ thuộc sâu sắc vào mối quan hệ của nền kinh tế với sự phát triển công nghệ, do đó phải tính đến các cơ hội và mối đe dọa mà cuộc cách mạng công nghệ này tạo ra.

Công nghệ 4.0 có ảnh hưởng tích cực đến mô hình kinh tế tuần hoàn, đặc biệt là các tác động tới việc giảm tiêu thụ đầu vào và giảm khí thải, chất thải. Các công ty khi đưa ra các chiến lược phát triển cần quan tâm cải thiện quy trình tái sử dụng, phục hồi và tái chế để củng cố vòng lặp kinh tế tuần hoàn. Ngoài ra, các nhà hoạch định chính sách và các bên liên quan khác nên lưu ý đến những ảnh hưởng này và thúc đẩy các chính sách khuyến khích các công ty tăng cường sử dụng công nghệ 4.0. Ngoài ra, cần xem xét trong quá trình xây dựng chính sách là khuyến khích áp dụng các công nghệ 4.0 khác nhau để quản lý rủi ro môi trường, tính đến các rủi ro do nhu cầu kết nối mạng tăng lên.

Tài liệu tham khảo Tiếng Việt

1. <https://aie.com.vn/additive-manufacturing-la-gi/>
2. <https://dhkthc.bocongan.gov.vn/TrangChu/tin-tuc/99-tri-tue-nhan-tao-la-gi-lich-su-phat-trien-tri-tue-nhan-tao-ai.html>

Tài liệu tham khảo Tiếng Anh

1. Alonso, V., Dacal-Nieto, A., Barreto, L., Amaral, A., Rivero, E., 2019. Industry 4.0 implications in machine vision metrology: an overview. *Procedia Manuf.* 41, 359-366.
2. Campbell, T., Williams, C., Ivanova, O., Garrett, B., 2011. Could 3D

- Printing Change the World? Technologies, Potential, and Implications of Additive Manufacturing, vol. 3. Atlantic Council, Washington, DC.
3. French, R., Benakis, M., Marin-Reyes, H., 2018. Intelligent Sensing for Robotic Re-manufacturing in Aerospace - an Industry 4.0 Design Based Prototype. In: Proceedings - 2017 IEEE 5th International Symposium on Robotics and Intelligent Sensors. IRIS 2017, 2018-January, pp. 272-277. <https://doi.org/10.1109/IRIS.2017.8250134>
4. Haas, W., Krausmann, F., Wiedenhofer, D., Heinz, M., 2015. How circular is the global economy?: an assessment of material flows, waste production, and recycling in the European Union and the world in 2005. *J. Ind. Ecol.* 19 (5), 765-777.
5. Kagermann, H., Helbig, J., Hellinger, A., Wahlster, W., 2013. Recommendations for Implementing the Strategic Initiative INDUSTRIE 4.0: Securing the Future of German Manufacturing Industry; Final Report of the Industrie 4.0 Working Group. Forschungsunion.
6. Oztemel, E., Gursev, S., 2020. Literature review of Industry 4.0 and related technologies. *J. Intell. Manuf.* 31 (1), 127-182.
7. RuBmann, M., Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, J., Engel, P., Harnisch, M., 2015. Industry 4.0: the future of productivity and growth in manufacturing industries. Boston Consult. Group 9 (1), 54-89.

Mùng Đào (2023) Vấn đề xây dựng môi trường văn hóa ở Học viện Chính sách và Phát triển hiện nay. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 160-166

*Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển*

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR,2023

Bài báo khoa học

Vấn đề xây dựng môi trường văn hóa ở Học viện Chính sách và Phát triển hiện nay

Đào Văn Mùng (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển

Email: daomung68@gmail.com

Tóm tắt:

Môi trường văn hóa có vai trò đặc biệt quan trọng đối với mọi cấu trúc xã hội, đặc biệt là ở các tổ chức hoạt động trong lĩnh vực đào tạo và nghiên cứu khoa học. Do hoàn cảnh của mình, Học viện Chính sách và Phát triển chưa có điều kiện xây dựng được cho mình một môi trường văn hóa phù hợp, làm động lực cho để Học viện phát triển. Sau khi phân tích vai trò, ý nghĩa và bản chất của văn hóa cơ sở, tác giả đã trình bày một số gợi ý có tính phác thảo để tiến tới xây dựng một môi trường văn hóa phù hợp, làm động lực thúc đẩy Học viện Chính sách và Phát triển phát triển mạnh mẽ trong tương lai.

Từ khóa: *Môi trường văn hóa; cấu trúc xã hội; văn hóa do mình*

Abstract:

The cultural environment is crucial for all social structures, especially in organizations operating in the fields of training and scientific research. Due to its circumstances, the Academy of Policy and Development has not been able to build a suitable cultural environment as a driving force for the Academy. After analyzing the role, meaning, and nature of the base culture, the author presented some sketchy suggestions to move towards building an appropriate cultural environment as a driving force to promote The Academy of Policy and Development thrives in the future.

Keywords: *Cultural environment; social structure; culture by itself*

Đặt vấn đề

Văn hóa bao giờ cũng gắn liền với sự phát triển của mọi cấu

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS150223

trúc xã hội và là động lực phát triển của chính các cấu trúc xã hội ấy. Thiết chế văn hóa xuất hiện ở các mô thức xã hội có trình độ phát triển cao và có mối quan hệ biện chứng với cấu trúc xã hội mà nó điều chỉnh. Sự hình thành thiết chế văn hóa bị quy định bởi sự tồn tại của không gian văn hóa của cấu trúc xã hội mà nó phản ánh. Với ý nghĩa đó, Học viện Chính sách và Phát triển với tư cách là một cấu trúc xã hội cấp cơ sở, tất yếu cũng cần phải xây dựng cho mình một môi trường văn hóa, phù hợp với đặc thù nghiên cứu khoa học và đào tạo nguồn nhân lực ở trình độ đại học và trên đại học thông qua các thiết chế văn hóa tương ứng. Trong bài viết này, chúng tôi muốn góp phần phác thảo một số nét cơ bản của việc xây dựng mô hình văn hóa cơ sở tại Học viện Chính sách và Phát triển, qua đó tiến tới xây dựng một môi trường văn hóa tốt, tạo động lực để Học viện tiếp tục phát triển nhanh và bền vững.

1. Một số vấn đề về văn hóa và môi trường văn hóa

Cho đến nay, giới nghiên cứu văn hóa đều thống nhất: phạm trù văn hóa có nội hàm rất rộng, cho nên có rất nhiều cách định nghĩa khác nhau về văn hóa. UNESCO định nghĩa rằng: “Văn hóa là tổng thể sống động các hoạt động và sáng tạo trong quá khứ và trong hiện tại. Qua các thế kỷ, hoạt động sáng tạo ấy đã hình thành nên một hệ thống các giá trị, các truyền thống và thị hiếu - những yếu tố xác định đặc tính riêng của mỗi dân tộc” (1). Từ thực tiễn hoạt động cách mạng của mình, Chủ tịch Hồ Chí Minh khi bàn về văn hóa lại cho rằng: “Vì lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống, loài người mới sáng tạo và phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn

giáo, văn học, nghệ thuật, những công cụ sinh hoạt hằng ngày về mặc, ăn, ở và các phương thức sử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hóa” (2). Định nghĩa này có tính bao quát hơn, đã đề cập đến “phương thức sử dụng” tức là đã xuất hiện yếu tố quản lý văn hóa ở trong đó. Với tư cách nhà khoa học, học giả Đào Duy Anh khẳng định: “Phàm tất cả những gì do con người có ý thức tạo ra để thỏa mãn nhu cầu tồn tại của mình thì đó là văn hóa” (3) Phân tích các khái niệm trên có thể thấy, văn hóa như là một hệ thống các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo, tích lũy trong các hoạt động sống của mình và trầm tích lại dưới những giá trị cụ thể nào đó.

Ở góc độ thực tiễn, văn hóa là không gian sinh tồn của con người, là không gian sinh tồn cụ thể của một cộng đồng người, một tổ chức xã hội xác định. Không gian sinh tồn đó cũng có thể gọi là *môi trường văn hóa*. Bàn về khái niệm môi trường văn hóa, A.I. Ác-môn-đốp nhà nghiên cứu văn hóa hàng đầu Nga cho rằng: “Môi trường văn hóa là một tổng thể ổn định những yếu tố vật thể và nhân cách, nhờ đó các cá thể tác động lẫn nhau. Chúng ảnh hưởng tới hoạt động khai thác và sáng tạo giá trị văn hóa, tới nhu cầu tinh thần, hứng thú và định hướng giá trị của họ. Môi trường văn hóa không chỉ là tổng hợp những yếu tố văn hóa vật thể mà còn có những con người hiện diện văn hóa” (4).

Khái quát các kết quả nghiên cứu trên, xét cấp độ văn hóa cơ sở ở quy mô một trường đại học (học viện) có thể khẳng định rằng, môi trường văn hóa nhà trường là hệ thống các giá trị vật chất và tinh thần, có tính đặc thù do tập thể cán bộ, giảng viên, sinh viên... tạo ra trong quá trình

phát triển của một trường đại học xác định; thể hiện qua sắc thái riêng và được biểu hiện sinh động trong các hoạt động của nhà trường ấy. Như vậy, môi trường văn hoá nhà trường liên quan đến toàn bộ đời sống vật chất, tinh thần và các thiết chế quản lý văn hóa tương ứng của nó; biểu hiện từ chiến lược, tầm nhìn, sứ mạng, triết lý, mục tiêu, phong cách lãnh đạo, quản lí, hệ giá trị và thái độ làm việc của tất cả mọi thành viên trong đơn vị. Trên cơ sở đó, nhà trường phải tiến hành xây dựng được bộ quy tắc ứng xử, các thang giá trị, chuẩn mực trong các quan hệ cơ bản giữa các thành tố cấu thành văn hóa nhà trường. Về cơ bản văn hoá trường đại học (học viện) được biểu hiện qua các thành tố sau:

- *Thứ nhất*, hệ giá trị: Hệ giá trị trong nhà trường là hệ thống những kết quả được xác lập thông qua các hoạt động của toàn bộ các tập thể, cá nhân của nhà trường được kết tinh lại dưới dạng các chuẩn mực đạo đức, thang giá trị, thái độ ứng xử... đến lượt nó, hệ giá trị đó sẽ tự động điều chỉnh đến hành vi hoạt động của tất cả các tổ chức, đến mọi thành viên trong nhà trường. Cốt lõi của hệ giá trị đó chủ yếu được kế thừa từ hệ giá trị văn hóa cơ bản của toàn xã hội kết hợp với tính đặc thù, sáng tạo của nhà trường. Do đó, bản sắc của một đơn vị đào tạo và nghiên cứu khoa học đậm hay nhạt phụ thuộc rất lớn đến ý thức xây dựng của chính đơn vị và bề dày truyền thống của chính đơn vị đó.

- *Thứ hai*, không gian văn hóa vật chất: Không gian văn hóa vật chất trong một trường đại học là hệ thống các yếu tố vật chất phục vụ cho nhu cầu đào tạo và nghiên cứu khoa học của trường đại học đó. Do vậy, có thể phân chia không gian văn hóa vật chất thành hai dạng thức: đó là cảnh quan bên ngoài và cấu trúc không gian bên

trong hệ thống phòng ốc phục vụ các hoạt động của nhà trường. Trong đó cảnh quan bên ngoài bao gồm: hệ thống các khu phức hợp thể thao, cảnh quan và giải trí ngoài trời, như công viên, hệ thống cây xanh, hệ thống chiếu sáng và các cấu trúc tiện ích liên quan. Một không gian văn hóa vật chất đồng bộ, lành mạnh, thân thiện tất yếu sẽ là cơ sở để tạo ra những sinh hoạt văn hóa tích cực. Cấu trúc của không gian văn hóa bên trong cũng phản ánh rõ nét “bản chất văn hóa” của nhà trường. Cách thức tổ chức không gian bên trong hệ thống các phòng ốc làm việc, hệ thống giảng đường và các khu phức hợp chức năng vừa đảm bảo tính thân thiện, khoa học, vừa toát lên tính nghiêm túc của một đơn vị đào tạo đại học, tất yếu sẽ hàm chứa trong đó rất nhiều thông điệp về giá trị văn hóa của nó.

- *Thứ ba*, không gian văn hóa tinh thần: Không gian văn hóa tinh thần là biểu hiện về mặt tinh thần của tất cả các hoạt động nghiên cứu, giảng dạy, học tập, lao động và quản lý trong nhà trường. Điều này được biểu hiện gián tiếp và sinh động qua các mối quan hệ công tác, thái độ ứng xử, tác phong học tập và lao động của mọi thành viên trong nhà trường. Đây là điều hết sức quan trọng, đóng vai trò quyết định đến hiệu quả và chất lượng của quá trình giảng dạy, học tập và nghiên cứu khoa học của nhà trường. Đương nhiên, vai trò của không gian văn hóa tinh thần còn được biểu hiện trực tiếp qua các hoạt động văn hóa nghệ thuật, các hình thức giải trí của các tổ chức công đoàn, đoàn thanh niên, các câu lạc bộ Tuy nhiên, những hoạt động này chỉ mang tính phong trào, hình thức, không liên tục và thường gắn liền với các sự kiện nên nó không có vai trò quyết định lớn đến chất lượng các hoạt động cơ bản của nhà trường so với loại hình không

gian văn hóa tinh thần nói trên.

Ba mặt trên có mối quan hệ biện chứng với nhau, mặt này là tiền đề tồn tại của mặt kia; tạo thành một cấu trúc văn hóa có tính ổn định tương đối, thúc đẩy nhà trường phát triển.

2. Sự cần thiết phải xây dựng thiết chế văn hóa cơ sở tại Học viện chính sách và Phát triển

Với tư cách là một cơ sở đào tạo và nghiên cứu khoa học ở cấp Học viện, Học viện Chính sách và Phát triển trước hết và tất nhiên phải là một trung tâm văn hóa, phải xác lập cho được những giá trị cơ bản cấu thành diện mạo văn hóa của mình để làm động lực cho mục tiêu phát triển nhanh và bền vững.

Được thành lập theo Quyết định số 10/QĐ-TTg ngày 04/01/2008 của Thủ tướng Chính phủ, cho đến nay Học viện Chính sách và Phát triển vừa bước qua tuổi 15. Với chỉ 15 năm xây dựng và trưởng thành của một đơn vị đào tạo và nghiên cứu khoa học, mặc dù rất cố gắng nhưng phải thừa nhận rằng, bề dày thành tích, kết quả đào tạo và nghiên cứu khoa học của Học viện Chính sách và Phát triển (APD) còn rất khiêm tốn. Trong bối cảnh đó, những giá trị có tính chất dấu ấn của một trường đại học ở Học viện là chưa thực sự đậm nét, chưa có khả năng phát xạ để tạo ra những xung lực tinh thần trong mỗi cá nhân mỗi đơn vị; và do đó cũng chưa thể hình dung được diện mạo văn hóa ở APD hiện nay là gì. Trong khi đó. “Văn hóa là sức mạnh nội sinh, là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu và cũng là động lực để thúc đẩy sự phát triển của đất nước”(5). Theo nghĩa đó, thu hẹp lại thì văn hóa Học viện Chính sách và Phát triển cũng là nguồn lực nội

sinh, là động lực thúc đẩy sự phát triển của chính bản thân Học viện Chính sách và Phát triển. Như vậy, Học viện Chính sách và Phát triển đang đứng trước một thực trạng là khuyết thiếu động lực văn hóa để phát triển. Nói cách khác, những yếu tố cấu thành động lực văn hóa chưa đủ mạnh, diện mạo văn hóa chưa được xác lập; thậm chí chưa nhìn thấu triệt vai trò của văn hóa đối với sự sinh tồn của Học viện trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Để xây dựng môi trường văn hóa cơ sở, theo chúng tôi, văn hóa của bất kỳ cấu trúc xã hội nào cũng đều hình thành từ hai phương diện:

- *Thứ nhất*, sự hình thành diện mạo văn hóa dưới dạng tự phát, nói cách khác đó là thứ “văn hóa tự nó”. Văn hóa tự nó hình thành một cách tự nhiên thông qua hoạt động sống của cấu trúc xã hội mà nó phản ánh. Có nghĩa là, con người xã hội cứ tiến hành sinh hoạt, lao động sản xuất vật chất và đời sống tinh thần ... theo thời gian các hoạt động đó trầm tích lại thành các hệ giá trị, truyền thống, thói quen, các chuẩn mực luân lý xã hội ... và cuối cùng hình thành môi trường văn hóa của xã hội tại một thời điểm nào đó.

- *Thứ hai*, văn hóa tự giác, có thể gọi cách khác đó là “văn hóa do mình”. Dạng văn hóa này được hình thành một cách có chủ đích, tức là có ý thức của con người trong xã hội mà trước hết là những người giữ địa vị quản lý xã hội. Khi nhận thức được tầm quan trọng của văn hóa đối với sự phát triển xã hội, các nhà quản lý tất nhiên phải xây dựng các chiến lược, các mục tiêu phát triển văn hóa, sử dụng văn hóa như một công cụ hữu hiệu để quản lý xã hội bên cạnh vai trò động lực của nó. Biểu hiện cụ thể của dạng thức văn hóa này là sự xuất hiện các chế định văn hóa do nhà

nước ban hành, điều hành và quản lý. Tất cả nhằm mục đích xây dựng một nền văn hóa phục vụ cho nhu cầu quản lý và phát triển xã hội của mình. Ngày nay, hai dạng thức này có quan hệ hữu cơ với nhau, trong đó “văn hóa do mình” đóng vai trò chi phối còn “văn hóa tự nó” là cơ sở của “văn hóa do mình”.

Hiện nay, Học viện Chính sách và Phát triển tiến hành xây dựng môi trường văn hóa cho mình trong bối cảnh các điều kiện thuận lợi và khó khăn đan xen lẫn nhau. Thuận lợi ở chỗ, Học viện là đơn vị vừa thành lập chưa lâu nên diện mạo văn hóa cơ sở ở đây về cơ bản vẫn đang trong quá trình hình thành. Đây là điều kiện tốt để lãnh đạo Học viện có thời gian và cơ hội để lựa chọn các mô thức văn hóa phù hợp, trên cơ sở kế thừa môi trường văn hóa đặc sắc của tất cả các mô hình hoạt động tương đồng khác; từ đó đề ra các mục tiêu văn hóa và các chương trình hành động nhằm xây dựng môi trường văn hóa Học viện Chính sách và Phát triển tiên tiến, có tính động lực cao.

Khó khăn lớn nhất của Học viện Chính sách và Phát triển trong việc xây dựng môi trường văn hóa hiện nay cơ bản là yếu tố thời gian. Biểu hiện ở chỗ, lượng thời gian cần thiết để các yếu tố cấu thành môi trường văn hóa trầm tích lại thành các hệ giá trị cơ bản tạo thành bản sắc của Học viện là chưa đủ. Khó khăn tiếp theo là nguồn lực tài chính còn hạn hẹp để phục vụ cho mục tiêu xây dựng các chương trình phát triển môi văn hóa của đơn vị. Trong điều kiện hiện nay, một mô hình văn hóa lành mạnh, tiến bộ chỉ có thể được xây dựng trên nền tảng của sự hài hòa về lợi ích. Khi người lao động – nhân tố trung tâm và là đối tượng của văn hóa cảm nhận được giá trị vật chất và tinh thần tương

xứng với lao động của mình thì khi đó biểu hiện văn hóa của họ sẽ phát tác ở trình độ cao nhất. Đây là một bài toán lớn mà Học viện Chính sách và Phát triển cần phải giải quyết nếu muốn xây dựng được môi trường văn hóa một cách sớm nhất.

Một số gợi ý về việc xây dựng môi trường văn hóa tại Học viện Chính sách và Phát triển

Từ nhận thức trên, chúng tôi thấy cần thiết phải nêu ở đây một vài gợi ý có tính phác thảo để xây dựng môi trường văn hóa tại Học viện Chính sách và Phát triển như sau:

- Về mục tiêu:

Cần phải xác định xây dựng môi trường văn hóa tại Học viện Chính sách và Phát triển là một nhiệm vụ chiến lược, là nhiệm vụ chính trị của mọi tổ chức và cá nhân trong toàn Học viện. Phải coi mục tiêu phát triển văn hóa cơ sở tại Học viện chính là xây dựng động lực để đưa Học viện Chính sách và Phát triển phát triển bền vững và nhanh hơn trong kỷ nguyên số hiện nay. Nội dung cơ bản, tổng quát của mục tiêu này là xây dựng con người văn hóa Học viện phải dựa trên nền tảng của triết lý: “TRÍ TUỆ VÀ PHÁT TRIỂN” đã được kiên định, xuyên suốt từ khi thành lập Học viện đến nay. Để triển khai chiến lược này chúng tôi cho rằng, Học viện Chính sách và Phát triển phải xác định được đâu là mục tiêu trước mắt và đâu là mục tiêu lâu dài. Trên cơ sở đó xác định đúng đối tượng và phân công các lực lượng tham gia xây dựng mục tiêu chiến lược này một cách hiệu quả nhất.

- Về nhiệm vụ:

Trước hết phải xây dựng được lộ trình phát triển mô hình văn hóa Học viện

một cách khoa học, khách quan; trong đó phải xác định bằng được đâu là yếu tố trong tâm, có dấu ấn, phản ánh được nét khác biệt của văn hóa Học viện Chính sách và Phát triển so với môi trường văn hóa của các trường đại học (học viện) khác. Trên cơ sở phân tích cấu trúc của mục tiêu, mô hình văn hóa mà mình lựa chọn, Học viện Chính sách và Phát triển phân công nhiệm vụ cho các tổ chức cá nhân, đi từ các nội nhánh đến nội dung thành phần và cuối cùng là ghép nối thành cấu trúc tổng thể, từ đó định hình được diện mạo văn hóa tại Học viện Chính sách và Phát triển. Từ diện mạo văn hóa ban đầu đó, thông qua các thiết chế văn hóa cụ thể, từng bước chúng ta sẽ xây dựng được một môi trường văn hóa tốt, phục vụ cho nhu cầu phát triển của chính Học viện Chính sách và Phát triển

- *Về tổ chức thực hiện:*

Phải huy động được nguồn nhân lực tốt nhất trong và ngoài Học viện tham gia vào mục tiêu chiến lược này, bao gồm những người có kinh nghiệm nghiên cứu về văn hóa, những nhà quản lý văn hóa có uy tín để làm hạt nhân cho chương trình xây dựng mô hình văn hóa tại Học viện Chính sách và Phát triển. Lấy ý kiến rộng rãi trong và ngoài Học viện để xác định cho được đâu là yếu tố văn hóa cốt lõi của mô hình văn hóa Học viện trong tương lai; mục tiêu văn hóa đó có khả năng lan tỏa và trở thành động lực thúc đẩy Học viện Chính sách và Phát triển phát triển hay không. Đích đến cuối cùng của Học viện là xây dựng thành công quy chế văn hóa cơ sở dựa trên triết lý riêng của mình để khẳng định được phong cách, xác định được thang giá trị và chuẩn mực đạo đức của Học viện Chính sách và Phát triển; qua đó, thống nhất và hướng dẫn hành vi ứng xử

của mọi thành viên trong Học viện hành động theo các giá trị và chuẩn mực văn hóa đã xác định đó.

- *Về bước đi:*

Như trên đã trình bày, xây dựng môi trường văn hóa ở Học viện Chính sách và Phát triển phải có lộ trình, có bước đi cụ thể. Xây dựng mô hình văn hóa, nhất là văn hóa cơ sở bao giờ cũng là vấn đề phức tạp, vì vậy những người làm công tác tổ chức xây dựng môi trường văn hóa tại Học viện phải xác định rõ từng bước đi cụ thể trong tiến trình xây dựng mục tiêu ấy. Chẳng hạn, chất lượng môi trường văn hóa luôn biểu hiện ở con người văn hóa. Do đó bước đi đầu tiên là phải xây dựng cho được các điển hình về con người văn hóa Học viện. Thành công trong việc xây dựng con người văn hóa Học viện sẽ mở đường cho việc xây dựng đơn vị văn hóa. Tiếp đến, lựa chọn một số đơn vị cụ thể ở cấp bộ môn, sau đó là cấp phòng, ban, khoa để xây dựng môi trường văn hóa mang tính thí điểm ở đó. Khi hai bước đi đó được đánh giá thành công thì việc hoàn thành bước đi cuối cùng là xác lập mô hình văn hóa Học viện Chính sách và Phát triển sẽ trở thành hiện thực. Mô hình văn hóa Học viện hình thành đồng nghĩa với việc chúng ta đã tạo dựng thành công môi trường văn hóa Học viện Chính sách và Phát triển.

Kết luận

Như vậy, việc xây dựng môi trường văn hóa tại Học viện Chính sách và Phát triển là nhiệm vụ có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong bối cảnh hiện nay. Hoạt động trong điều kiện của một đơn vị đào tạo và nghiên cứu khoa học còn non trẻ, các giá trị văn hóa cơ bản chưa định hình là một hạn chế rất lớn, tác động tiêu cực đến quá

trình phát triển của Học viện. Cho nên, trong điều kiện hiện nay, xây dựng môi trường văn hóa phải trở thành ưu tiên chiến lược trong nhiệm vụ xây dựng và phát triển đơn vị. Đây là nhiệm vụ phức tạp và khó khăn, đòi hỏi sự kiên trì và thái độ vào cuộc tích cực từ các cấp lãnh đạo đến mọi tổ chức, cá nhân trong toàn Học viện. Bên cạnh vai trò tối quan trọng là động lực của sự phát triển, thành công của việc xây dựng môi trường văn hóa Học viện Chính sách và Phát triển sẽ góp phần khẳng định vị thế và tầm vóc của chính Học viện trong bối cảnh sự cạnh tranh trong các hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ ngày càng khốc liệt như hiện nay.

Tài liệu tham khảo

- (1). *Đảng Cộng sản Việt Nam: Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2016, tr.78*
- (2). *Hồ Chí Minh: Toàn tập, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, t. 3, tr. 458*
- (3). *Đào Duy Anh: Việt nam văn hóa sử cương, Nxb Văn hóa-Thông tin, tr. 27.*
- (4). *A.I. Ác-môn-đốp: Cơ sở lý luận văn hóa Mác - Lênin, Nxb Văn hóa, Hà Nội, 1981, tr.75*
- (5). *Báo Nhân Dân Điện tử, thứ Tư, 17/11/2021 | 12:43*

Tâm Vũ (2023) Vai trò của chính quyền trong marketing lãnh thổ đối với sự phát triển bền vững du lịch: Nghiên cứu trường hợp tỉnh Phú Thọ. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 167-177

Đặc san Nghiên cứu Chính sách và Phát triển

© Học viện Chính sách và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Vai trò của chính quyền trong marketing lãnh thổ đối với sự phát triển bền vững du lịch: Nghiên cứu trường hợp tỉnh Phú Thọ

Vũ Thị Tâm (ThS)

Học viện Chính sách và phát triển

Email: vutam278@gmail.com

Ngày nhận bài:
04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:
20/03/2023

Ngày duyệt bài:
26/04/2023

Tóm tắt:

Trong bối cảnh phát triển thị trường du lịch toàn cầu, việc cập nhật sở thích và những yêu cầu cơ bản của du khách đối với chất lượng sản phẩm du lịch, marketing lãnh thổ trở thành công cụ xúc tiến điểm đến du lịch hiệu quả nhất. Marketing lãnh thổ là sự phát triển và ứng dụng khoa học marketing trong một lĩnh vực. Marketing lãnh thổ đa dạng và phức tạp hơn so với marketing sản phẩm không chỉ bởi đối tượng khách hàng mà ở chính các công cụ marketing. Trong trường hợp này, chính quyền địa phương vừa là một chủ thể quan trọng nhất, vừa là một công cụ chủ yếu trong marketing lãnh thổ. Phú Thọ là địa phương duy nhất cả nước có địa danh đất Tổ linh thiêng của người Việt Nam và được trái tim của cả nước hướng về. Phú Thọ có đền thờ các Vua Hùng, có 02 di sản được tổ chức UNESCO ghi danh là di sản văn hoá phi vật thể đại diện cho nhân loại: “Tín ngưỡng Thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ” và “Hát Xoan Phú Thọ”. Ngoài ra có vườn Quốc gia Xuân Sơn, suối nước nóng Thanh Thủy và các điểm du lịch hấp dẫn khác. Để gìn giữ và khuếch trương những giá trị truyền thống, uy tín thương hiệu điểm đến, UBND tỉnh cần thực hiện chức năng marketing lãnh thổ một cách chủ động, khoa học và phù hợp với điều kiện riêng có.

Mã số: ĐS160223

Từ khóa: chính quyền, marketing lãnh thổ, phát triển du lịch, Phú Thọ

Abstract

In the context of the globalization of the tourism market, the universalization of tourists' preferences, and basic

requirements for tourism product quality, place marketing becomes the most effective instrument of tourist destinations' promotion. Place marketing is the expansion and application of marketing theory in a relatively new area. Place marketing is more diverse and sophisticated than marketing for products in terms of customers and marketing tools. Local government is the major subject as well as the tool in the place marketing mix. Phu Tho province has its special name as a city with two world Heritages King Hung Worshipping in Phu Tho, Folk singing and songs of Xoan and Ca Tru. And the Xuan Son National Park with the Thanh Thuy hot water stream and other tourist attractions. In order to preserve and promote the values and the brand image of the place, the People Committee of Phu Tho and its departments should proactively carry out place marketing activities in accordance with its own conditions.

Keywords: *Power, place marketing, tourism development, Phu Tho*

1. Đặt vấn đề

Quản lý và phát triển địa phương luôn là mối quan tâm hàng đầu của các cấp chính quyền. Theo đó, Marketing lãnh thổ ngoài việc đảm bảo mọi hoạt động của địa phương theo đúng kế hoạch, định hướng phát triển đã đề ra còn đáp ứng nhu cầu của khách hàng cũng như tác động tới hành vi và thái độ của họ.

Phú Thọ là địa phương duy nhất cả nước có địa danh đất Tổ linh thiêng của người Việt Nam và được trái tim của cả nước hướng về. Phú Thọ có đền thờ các Vua Hùng, có 02 di sản được tổ chức UNESCO ghi danh là di sản văn hoá phi vật thể đại diện cho nhân loại: “Tín ngưỡng

Thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ” và “Hát Xoan Phú Thọ”. Tiềm năng phát triển mạnh mẽ du lịch Phú Thọ cũng đặt ra nhiều vấn đề về bảo vệ môi trường, gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống... Trong bối cảnh đó, vai trò của chính quyền như là một cơ quan điều tiết giữa phát triển và ổn định, giữa bên trong (các tổ chức và cá nhân tham gia cung cấp dịch vụ du lịch) với bên ngoài (các du khách).

Trong thời gian vừa qua, chính quyền tỉnh Phú Thọ đã ban hành và thực hiện các chính sách thu hút khách hàng mục tiêu đó là khách du lịch và nhà đầu tư. Bên cạnh đó, chính quyền tỉnh Phú Thọ còn thể hiện vai trò thông qua công tác quản lý và điều phối hoạt động của các cá nhân, tổ chức trên địa bàn nhằm tạo ra sự “cộng hưởng” trong việc thực hiện các mục tiêu. Bài viết này nghiên cứu chính quyền địa phương như là một trong những yếu tố quan trọng nhất của marketing lãnh thổ đối với sự phát triển bền vững du lịch của Phú Thọ.

2. Cơ sở lý thuyết

Các địa phương ngày càng nhận thức được rõ ràng về mức độ cạnh tranh theo phạm vi không gian và theo cách thức khác nhau (Ashworth và Voogd, 1990; Kotler và cộng sự, 1993, 1999; Ward, 1998). Bên cạnh đó, một thực tế cho thấy, sự cạnh tranh này đang diễn ra ngày càng tăng lên (Van den Berg và Braun, 1999), và do đó để tăng trưởng và phát triển bền vững các địa phương cần khai thác được các lợi thế cạnh tranh một cách hiệu quả và theo hướng bền vững (Medway D. và Warnaby G., 2008).

Do vậy, marketing lãnh thổ cần có các chính sách công (Anholt, 2008) và sự thay đổi của nền tảng đạo đức (Crane và Desmond, 2002) và sự phát triển tính cách

chúng tộc phù hợp để có được sự quan tâm của công chúng (Bovaird và Rubienska, 1996). Hiện nay, marketing lãnh thổ và tính hiệu quả của nó được đánh giá cao trong lĩnh vực phát triển du lịch. Nhưng marketing còn hỗ trợ tất cả các khía cạnh của việc phát triển thành thị, điều này làm tăng sự hấp dẫn không chỉ đối với khách thăm quan mà còn nhiều nhóm mục tiêu và khách hàng khác mà đầu tiên là dân cư sống tại đó.

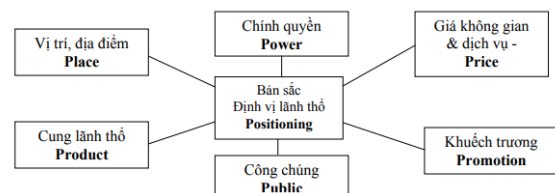
Hiện nay có nhiều cách hiểu và định nghĩa về marketing lãnh thổ. Được coi là “cha đẻ” của marketing hiện đại, Philippe Kotler cũng là người đầu tiên sử dụng thuật ngữ marketing lãnh thổ. Theo P.Kotler, marketing lãnh thổ được định nghĩa là việc thiết kế hình tượng của một vùng lãnh thổ để thỏa mãn nhu cầu của những thị trường mục tiêu. Điều này thành công khi người dân và các doanh nghiệp sẵn lòng hợp tác với cộng đồng và sự mong chờ của những người du lịch và các nhà đầu tư (Kotler, 2001).

Marketing lãnh thổ mang tính cộng đồng và gắn với vai trò, chức năng của chính quyền. Trên thực tế, chính quyền (cùng với các chính sách của mình) thường đóng vai trò động lực chủ đạo trong việc thực hiện một dự án phát triển lãnh thổ, nhất là thông qua việc ban hành và thực hiện các chính sách quy hoạch lãnh thổ. Quan điểm này được áp dụng một cách hiển nhiên ở Châu Âu, nhưng lại không được chia sẻ bởi một số tác giả lớn như Michael Porter. Theo Michael Porter, yếu tố duy nhất của sự tăng trưởng và tạo ra giá trị gia tăng chính là doanh nghiệp tư nhân.

Trong khi nhiều tác giả khám phá ra vô số mặt khác nhau của marketing lãnh thổ vẫn tồn tại một khoảng trống về cơ sở khái

niệm của marketing lãnh thổ như: Hướng dẫn đối với những người làm hành chính công; Sự phát triển của chiến lược marketing lãnh thổ; Những cảnh báo trước cho các thương hiệu lãnh thổ; Cách mở rộng phạm vi lý thuyết cho hỗn hợp marketing lãnh thổ để đáp ứng nhu cầu của địa phương (Staci M. Zavattaro, 2012).

Marketing lãnh thổ luôn có các phân nhánh. Nhiều tác giả cho rằng, marketing lãnh thổ bao gồm 3 “nhánh” marketing khác nhau. Thứ nhất, marketing doanh nghiệp: một quá trình xã hội, nhờ đó các cá nhân và tổ chức có được những gì họ cần và mong muốn thông qua việc tạo ra, cung cấp và trao đổi tự do những hàng hóa và dịch vụ có giá trị với những người khác. Thứ hai, marketing du lịch: khả năng thu hút người dân trong dài hạn hoặc ngắn hạn với tác động tích cực về các phương diện kinh tế, xã hội và văn hóa của lãnh thổ, địa phương. Thứ ba, marketing thành phố hoặc marketing nội bộ. Marketing thành phố liên quan trực tiếp đến hoạt động của công dân và các tổ chức lãnh thổ nhằm mục đích kích thích sự phát triển lãnh thổ (P.Kotler, Haider, Rein, 2010).



Hình 1: Marketing hỗn hợp lãnh thổ

Nguồn: Vũ Trí Dũng và Nguyễn Đức Hải (2011)

Chủ thể thực hiện marketing lãnh thổ là các tác nhân tham gia vào hoạt động marketing lãnh thổ. Đó là: (i) Các nhà chức trách và quản lý lãnh thổ, các tổ chức công; (ii) các doanh nghiệp và khu vực kinh tế tư nhân và (iii) các doanh nghiệp. Một cách

chung nhất, các hoạt động nhằm phát triển địa phương đồng bộ và bền vững trước tiên thuộc về chính quyền địa phương, thuộc về các tổ chức và tất cả mọi công dân sống và làm việc tại địa phương đó. Chính quyền địa phương phải là người đứng đầu, chịu trách nhiệm quy hoạch và phát triển địa phương.

Quyền lực và vai trò của chính quyền địa phương được thể hiện trước hết thông qua chính sách sản phẩm lãnh thổ với các hoạt động như: (i) tạo lập môi trường kinh doanh và đầu tư tích cực; (ii) cải thiện cơ sở hạ tầng và môi trường sống; (iii) cung cấp và đảm bảo chất lượng của các dịch vụ công cơ bản. Vai trò của chính quyền địa phương còn được thể hiện thông qua chính sách truyền thông: (i) xác lập chiến lược định vị hình ảnh lãnh thổ; (ii) Xây dựng và thực hiện chiến lược truyền thông phù hợp. Bên cạnh đó, chính quyền cũng ban hành các chính sách cụ thể như chính sách về giá (giá thuê mặt bằng, chi phí liên quan đến đầu tư...); chính sách xúc tiến đầu tư (dịch vụ hỗ trợ xúc tiến đầu tư...). UBND các tỉnh thành có vai trò hết sức quan trọng trong việc huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực của địa phương nhằm thu hút du khách và phát triển bền vững du lịch địa phương.

3. Thảo luận

Phú Thọ là tỉnh giàu tài nguyên du lịch tự nhiên với nhiều danh lam thắng cảnh kỳ thú. Đây là nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên khá phong phú và hấp dẫn có thể khai thác, phát triển các loại hình du lịch như thăm quan, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng chữa bệnh, sinh thái... có thể kể đến một vài điểm du lịch tiêu biểu: Vườn quốc gia Xuân Sơn (Huyện Tân Sơn); Khu nước khoáng nóng Thanh Thủy (huyện Thanh

Thủy); Đồi chè Long Cốc (huyện Tân Sơn); Đầm Ao Châu (Huyện Hạ Hòa); Đầm Vân Hội (huyện Hạ Hòa); Ao Giời – Suối Tiên (Huyện Hạ Hòa); Thác Mơ (huyện Thanh Sơn); Các tuyến sông Hồng, sông Lô, sông Đà....

Phú Thọ là vùng đất cổ có lịch sử lâu đời, vùng đất phát tích của dân tộc Việt Nam. Trải qua hàng ngàn năm lịch sử, nơi đây vẫn giữ được dấu ấn của những buổi đầu bình minh dựng nước của dân tộc. Hiện nay, mảnh đất này đang bảo tồn và lưu giữ 967 di tích, trong đó, 323 di tích lịch sử - văn hóa được nhà nước xếp hạng (01 Di tích Lịch sử Quốc gia đặc biệt Đền Hùng, 73 di tích quốc gia, 249 di tích cấp tỉnh), 345 di tích thờ Hùng Vương và các nhân vật thời Hùng Vương, 30 di tích liên quan đến Hát Xoan, 05 bảo vật quốc gia, các di tích khảo cổ thời tiền sử, sơ sử như Gò Mun, Làng Cả, Phùng Nguyên, Sơn Vi..., 30 di tích liên quan đến Hát Xoan, 04 bảo vật quốc gia, Bên cạnh đó, Phú Thọ có 650 di sản văn hóa phi vật thể đã được kiểm kê, nhận diện và phân loại, trong đó: 311 lễ hội truyền thống, 41 di sản văn hóa phi vật thể tiêu biểu, 14 di sản văn hóa phi vật thể quốc gia Đặc biệt, Phú Thọ vinh dự là địa phương duy nhất trong cả nước có 2 di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại được UNESCO ghi danh: Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ và Hát Xoan Phú Thọ. Đồng thời, Phú Thọ là một trong các tỉnh, thành vùng lan tỏa Di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp của nhân loại - Ca trù và Di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại - Thực hành tín ngưỡng thờ Mẫu Tam phủ của người Việt. Hiện nay, Phú Thọ cũng đang kết hợp với tỉnh Hòa Bình xây dựng hồ sơ di sản văn hóa phi vật thể Mo Mường đệ trình UNESCO ghi danh vào danh sách

DSVHPVT cần bảo vệ khẩn cấp. Với hệ thống tài nguyên du lịch Phú Thọ có thể khai thác các sản phẩm loại hình du lịch tham quan, trải nghiệm nét văn hóa độc đáo với nhiều di chỉ khảo cổ, di tích lịch sử, lễ hội dân gian, các loại hình nghệ thuật đặc sắc gắn liền thời đại các Vua Hùng, cội nguồn dân tộc Việt Nam. Những điểm du lịch này phù hợp cho phát triển loại hình du lịch về nguồn, du lịch văn hóa, tâm linh

Qua các giai đoạn phát triển chiến lược ngành Du lịch của Chính phủ với nhiều chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển du lịch được thể chế hóa bằng các văn bản quy phạm pháp luật. Trên cơ sở đó, Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ Đại hội XVII đã xác định rõ: “Phát triển mạnh mẽ dịch vụ du lịch, từng bước xây dựng du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh”. Cũng trong giai đoạn này, Tới Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XVII, du lịch lại được xác định là một trong ba khâu đột phá phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Đại hội Đảng bộ tỉnh Phú Thọ lần thứ XVIII xác định du lịch là một trong bốn khâu đột phá phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Phú Thọ. Bên cạnh đó còn có các chương trình, kế hoạch, chính sách nhằm phát triển du lịch tỉnh Phú Thọ như Kế hoạch 4772/KH – UBND ngày 20/10/2016 của UBND tỉnh chỉ ra những nhiệm vụ trọng tâm, các nhóm giải pháp thực hiện, nhu cầu vốn thực hiện, tổ chức thực hiện để đạt được mục tiêu xây dựng Phú Thọ trở thành địa bàn trọng điểm du lịch của Vùng và đảm bảo điều kiện để Phú Thọ đăng cai năm du lịch quốc gia vào năm 2020; Chương trình hành động số 24 – Ctr/TU của Tỉnh ủy Phú Thọ thực hiện Nghị quyết số 08- NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển thành ngành kinh tế mũi nhọn, các chính sách ưu đãi nhằm thu hút

đầu tư phát triển du lịch.... Đây là những định hướng và là quan điểm rất quan trọng chỉ đạo phát triển du lịch Phú Thọ trong thời gian vừa qua và những năm tiếp theo.

Trong những năm qua tỉnh Phú Thọ đã ưu tiên tập trung huy động các nguồn lực đầu tư hình thành 5 trung tâm du lịch trọng điểm theo quy hoạch nhằm tạo cơ sở xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng của tỉnh phục vụ khách:

- Trung tâm Tp. Việt Trì và Khu di tích lịch sử Đền Hùng: Tập trung đầu tư xây dựng các cơ sở hạ tầng giao thông, hạ tầng dịch vụ du lịch quan trọng và đưa vào sử dụng: Hồ Công viên Văn Lang, khách sạn Mường Thanh (đạt tiêu chuẩn 5 sao), khách sạn Sài Gòn - Phú Thọ (đạt tiêu chuẩn 4 sao), phố ẩm thực Nguyễn Du, phố ẩm thực Tiên Dung. Các điểm du lịch văn hóa được hình thành và đưa vào phục vụ khách du lịch trong nước và quốc tế như: Hùng Lô, Miếu Lãi Lèn. Năm 2020, khu du lịch Đền Hùng, Tp. Việt Trì được công nhận là Khu du lịch quốc gia.

- Trung tâm Thanh Thủy: Cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch trong khu du lịch được đầu tư, cải tạo nâng cấp cả về số lượng và chất lượng đã góp phần thu hút lượng lớn khách tham quan, nghỉ dưỡng. Hiện nay, khu du lịch nước khoáng nóng Thanh Thủy đã đáp ứng đủ các tiêu chí công nhận là Khu du lịch cấp tỉnh và trở thành điểm nghỉ dưỡng của tuần của khách du lịch Hà Nội và các tỉnh lân cận.

- Trung tâm Vườn Quốc gia Xuân Sơn: Các dự án đầu tư xây dựng hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch Vườn Quốc gia Xuân Sơn được tập trung triển khai thực hiện gắn với công tác bảo vệ rừng, bảo tồn đa dạng sinh học. Cơ sở vật chất kỹ thuật

du lịch bước đầu được đầu tư, sản phẩm du lịch sinh thái cộng đồng đang hình thành rõ nét tại khu du lịch vườn quốc gia Xuân Sơn và thu hút ngày càng đông du khách đến tham quan trải nghiệm. Khu du lịch Vườn Quốc gia Xuân Sơn được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt bổ sung vào danh mục các địa điểm tiềm năng phát triển Khu du lịch quốc gia để tiếp tục huy động các nguồn lực đầu tư phát triển du lịch.

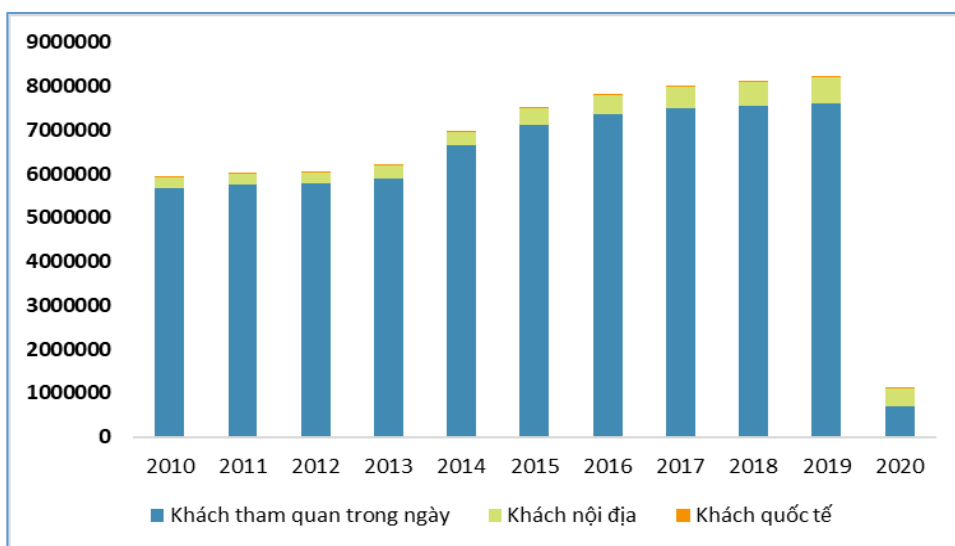
- Trung tâm Hạ Hòa: Cơ sở hạ tầng giao thông gắn với phát triển du lịch được tập trung đầu tư, cơ sở hạ tầng điểm du lịch văn hóa Đền Mẫu Âu Cơ được hoàn thiện như: Mở rộng bãi đỗ xe, đường vào, khu vực trồng cây lưu niệm, quầy thông tin, giới thiệu và bán sản vật địa phương phục vụ khách du lịch. Điểm du lịch văn hóa Đền Mẫu Âu Cơ đã đáp ứng các tiêu chí công nhận là điểm du lịch địa phương.

- Khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, thể thao Tam Nông: Tập trung kêu gọi, thu hút các nhà đầu tư xây dựng dự án du lịch nghỉ dưỡng, thể thao cao cấp nhằm hình thành trung tâm nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, thể thao phục vụ nhân dân và du khách khi đến Phú Thọ.

Tổng thu từ du lịch của Phú Thọ tăng từ 625 tỷ đồng năm 2010 lên 2.000 tỷ đồng năm 2020. Mức tăng trưởng doanh thu bình quân trong giai đoạn 2011 - 2020 đạt 9%/năm song vẫn thấp hơn nhiều so với bình quân cả nước (22,7%/năm). Trong cơ cấu tổng thu từ du lịch, dịch vụ ăn uống và giải trí đóng góp 69%, mua sắm chiếm tỷ trọng còn thấp (23%), hoạt động lữ hành cũng như các dịch vụ khác chiếm tỷ trọng rất nhỏ và tăng trưởng chậm (0,8%), thu từ hoạt động lưu trú là 7,5%.

Trong giai đoạn 2011-2020, số lượng khách đến Phú Thọ tham quan và lưu trú tăng liên tục. Năm 2020, dịch bệnh Covid-19 đã ảnh hưởng đến việc hoàn thành các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh du lịch trên địa bàn tỉnh: Du lịch Phú Thọ đón và phục vụ 1,1 triệu lượt khách tham quan, đạt 13,4% so với kế hoạch, lượt khách lưu trú là 394.700 lượt, đạt 58% so với kế hoạch đề ra, trong đó lượt khách du lịch quốc tế là 4.900 lượt, đạt 49% so với kế hoạch; khách quốc tế tăng dần qua các năm tuy nhiên vẫn chiếm tỷ lệ rất nhỏ chỉ khoảng 1% trong giai đoạn 2011 - 2020

Đơn vị tính: Lượt khách



Hình 2: Số lượt khách du lịch tại Phú Thọ trong giai đoạn 2011-2020

Nguồn: Sở văn hóa - Thể thao và Du lịch tỉnh Phú Thọ. lịch của tỉnh.

Cơ sở vật chất kỹ thuật đã được đầu tư xây dựng với tốc độ tăng trưởng nhanh. Đến nay trên địa bàn đã có 397 cơ sở lưu trú, trong đó có 6 khách sạn đạt tiêu chuẩn từ 3-5 sao, công suất sử dụng buồng trung bình đạt 40%, 5.932 cơ sở dịch vụ ăn uống, vui chơi giải trí, 26 doanh nghiệp lữ hành.

Vai trò của chính quyền địa phương được thể hiện thông qua công tác quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn tỉnh Phú Thọ. Nội dung chủ yếu là tập trung vào việc xây dựng quy hoạch, chiến lược, văn bản quy phạm pháp luật, công tác thanh tra, kiểm tra nhằm định hướng phát triển du lịch của tỉnh, cải thiện môi trường kinh doanh du lịch. Trên cơ sở định hướng chỉ đạo của Chính phủ và của tỉnh, Ngành Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xác định các nhóm nhiệm vụ cụ thể theo từng giai đoạn để thực hiện.

Giai đoạn 2010 - 2020, công tác xúc tiến quảng bá hình ảnh du lịch Phú Thọ, thu hút đầu tư vào du lịch Phú Thọ được tiến hành có trọng tâm, trọng điểm và hướng vào tiềm năng, thế mạnh của các khu, điểm du lịch trọng điểm của tỉnh. Thực hiện hiệu quả chương trình xúc tiến du lịch hàng năm. Đẩy mạnh công tác quảng bá xúc tiến du lịch Phú Thọ thông qua 2 trang thông tin điện tử <http://dulichphutho.com.vn> và <http://dulichtaybac.vn>, cổng thông tin Du lịch thông minh tỉnh Phú Thọ qua ứng dụng trên thiết bị di động thông minh, ứng dụng app du lịch trên thiết bị du lịch, kênh Youtube Đất Tổ, Đền Hùng - Cội nguồn dân tộc Việt Nam... Khai thác các trang mạng xã hội trong công tác thông tin, quảng bá, xúc tiến giới thiệu sản phẩm du

Xây dựng được 02 bộ nhận diện logo du lịch Phú Thọ: 01 bộ logo du lịch gắn với chương trình hợp tác phát triển du lịch 8 tỉnh Tây Bắc mở rộng và 01 bộ logo du lịch với tên gọi là “Phú Thọ về với cội nguồn dân tộc”. Việc xây dựng logo nhận diện thương hiệu hoàn chỉnh cho du lịch sẽ góp phần quan trọng cho việc phát triển và định vị thương hiệu du lịch của vùng Đất Tổ trở thành điểm đến trên bản đồ Du lịch Việt Nam.

Công tác xúc tiến quảng bá tiềm năng, hình ảnh du lịch Phú Thọ được các cơ quan thông tin truyền thông, Báo Phú Thọ, Đài phát thanh và truyền hình tỉnh đăng tải các tin bài, chuyên trang, chuyên mục tuyên truyền quảng bá, giới thiệu các hình ảnh, sự kiện du lịch; xây dựng các phim, phóng sự chuyên đề giới thiệu tuyên truyền về 2 di sản văn hóa phi vật thể đại diện của nhân loại được UNESCO vinh danh, giới thiệu các khu điểm du lịch trọng điểm của tỉnh, các clip quảng bá du lịch, phát hành tập gấp, bản đồ, tờ rơi du lịch, cẩm nang du lịch Phú Thọ, sách thuyết minh du lịch Phú Thọ...

Tham gia các hội nghị xúc tiến đầu tư khu vực, các hội chợ chuyên đề về du lịch như Hội nghị xúc tiến đầu tư khu vực Tây Bắc, Hội chợ du lịch Quốc tế thành phố Hồ Chí Minh ITE, Hội chợ du lịch quốc tế Việt Nam - VITM Hà Nội... Tham gia các hội nghị xúc tiến đầu tư tại nước ngoài (Pháp, Nhật, Thái Lan, Trung Quốc...) và trong nước (Hội nghị xúc tiến đầu tư khu vực Tây Bắc, Hội chợ du lịch quốc tế Việt Nam VITM Hà Nội, Hội chợ du lịch quốc tế thành phố Hồ Chí Minh ITE,...); đón các đoàn farmtrip (Cung đường Tây Bắc,

Khám phá di sản văn hóa vùng đất Tổ, Qua miền Tây Bắc, Du lịch về nguồn...) đến khảo sát và xây dựng sản phẩm du lịch kết nối các khu, điểm du lịch Phú Thọ với các tỉnh trong cả nước.

Thực hiện hoạt động kết nối với các doanh nghiệp lữ hành trong và ngoài nước: tổ chức các chương trình Presstrip “Xuân Sơn kỳ thú”, famtrip “Về miền đất tổ, cội nguồn dân tộc cho các doanh nghiệp lữ hành Hồ Chí Minh, xây dựng sản phẩm cho thị trường khách du lịch phía Nam. Tham gia trưng bày quảng bá du lịch, xây dựng mới bộ nhận diện logo du lịch Phú Thọ; xây dựng biển chỉ dẫn một số khu điểm du lịch...

Triển khai có hiệu quả Chương trình liên kết hợp tác phát triển du lịch với 8 tỉnh Tây bắc mở rộng, với thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh miền Đông Nam Bộ đã tạo điểm nhấn “Du lịch Tây Bắc” trên bản đồ du lịch Việt Nam, trong đó Phú Thọ được coi là điểm đến đầu tiên của Cung đường Tây Bắc; thu hút được các đơn vị lữ hành của các tỉnh liên kết đưa khách du lịch đến Phú Thọ⁷. Các hoạt động xúc tiến quảng bá, liên kết phát triển du lịch đã có sự phối hợp chặt chẽ

giữa cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp du lịch.

Ngoài ra, nhờ đã vận dụng linh hoạt cơ chế, chính sách Phú Thọ đã thu hút được các tập đoàn lớn đầu tư vào lĩnh vực du lịch: Tập đoàn Mường Thanh, TCT Saigon Tourist đầu tư xây dựng khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 - 5 sao đã đưa vào hoạt động, dự án KĐT sinh thái và thể thao Việt Trì của CTCP Tập đoàn FLC đã triển khai động thổ, khởi công dự án Quần thể du lịch nghỉ dưỡng sinh thái FLC Phú Thọ, Dự án Phố đi bộ - Khu Nhà ở đô thị Tiên Cát của CTCP tập đoàn Sông Hồng Thủ Đô, Dự án KĐT sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng và sân golf Tam Nông, tỉnh Phú Thọ của Tập đoàn T&T Group.

Để đánh giá đầy đủ hơn về vai trò của chính quyền trong marketing lãnh thổ, có thể sử dụng chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI). Chỉ số PCI được xây dựng nhằm đánh giá môi trường kinh doanh, chất lượng điều hành kinh tế và nỗ lực cải cách hành chính của chính quyền các tỉnh, thành phố của Việt Nam, qua đó thúc đẩy sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân trong nước.

Bảng 1: Yếu tố “chính quyền” theo PCI của tỉnh Phú Thọ

Chỉ số	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
PCI	66.11	64.52	65.54	63.95	62.55	58.60	58.37	57.72
Xếp hạng	20	22	26	24	27	29	35	39
Tính năng động	7.18	6.76	6.93	5.24	5.35	4.65	4.63	3.90
Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp	7.21	5.17	6.03	7.09	6.62	5.96	6.15	6.46
Đào tạo lao động	6.21	7.12	7.15	7.04	6.90	6.60	6.02	5.57
Thiết chế pháp lý	7.02	7.42	7.55	6.35	6.28	5.40	5.85	5.31

⁷ Phát hành Bản đồ Du lịch Hà Nội - Phú Thọ; tổ chức các hoạt động, chương trình tuyên truyền quảng bá hình ảnh, xúc tiến điểm đến du lịch Phú Thọ tại Hà Nội, TP HCM và 8 tỉnh Tây Bắc; tổ chức tour du lịch hàng ngày Hà Nội - Phú Thọ; hỗ trợ liên kết tổ chức kết nối các tour, tuyến du lịch liên tỉnh phục vụ du khách tham quan du lịch Phú Thọ và các tỉnh Tây Bắc...

Theo đánh giá PCI, yếu tố “Chính quyền” trong marketing hỗn hợp lãnh thổ có trọng số lên tới 40% bao gồm một số chỉ tiêu.

Thứ nhất: Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh (trọng số là 10%) đo lường tính sáng tạo, sự sáng suốt của tỉnh trong quá trình thực thi chính sách Trung ương cũng như trong việc đưa ra những sáng kiến riêng nhằm phát triển khu vực kinh tế tư nhân.

Thứ hai: Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp (trọng số là 5%). Chỉ số này dùng để đo lường các dịch vụ của tỉnh để phát triển khu vực tư nhân như xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin tư vấn pháp luật cho doanh nghiệp, hỗ trợ tìm kiếm đối tác kinh doanh, phát triển các khu/cụm công nghiệp tại địa phương và cung cấp các dịch vụ công nghệ cho doanh nghiệp.

Thứ ba, đào tạo lao động (trọng số là 20%).

Thứ tư: Thiết chế pháp lý (trọng số là 5%) phản ánh lòng tin của doanh nghiệp dân doanh đối với các thiết chế pháp lý của địa phương, việc doanh nghiệp có xem các thiết chế tại địa phương như là một công cụ hiệu quả để giải quyết tranh chấp hoặc là nơi mà doanh nghiệp có thể khiếu nại những hành vi những thiếu sót của cán bộ công quyền tại địa phương hay không. Một địa phương được coi là có chất lượng điều hành tốt khi có: (i) lãnh đạo tỉnh năng động, sáng tạo trong giải quyết vấn đề cho doanh nghiệp; (ii) dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp phát triển, chất lượng cao; (iii) chính sách đào tạo lao động tốt; và (iv) thủ tục giải quyết tranh chấp công bằng, hiệu quả.

4. Kết luận và giải pháp

Phát triển du lịch Phú Thọ một cách bền vững phụ thuộc vào nhiều chủ thể như chính quyền địa phương, cộng đồng doanh nghiệp, người dân địa phương... trong đó, chính quyền đóng vai trò quan trọng nhất. Để tỉnh Phú Thọ có thể thực hiện các hoạt động marketing lãnh thổ nhằm thu hút du khách và phát triển du lịch bền vững, có thể và cần phải:

- Có nhận thức đúng đắn và nâng cao hơn nữa vai trò của hoạt động marketing. Mỗi tác nhân, tùy theo vị trí trong “chuỗi marketing” hay trong “hệ thống marketing” của lãnh thổ, thực hiện một cách tốt nhất các hoạt động marketing tương ứng với vị trí và vai trò trong “chuỗi marketing” của lãnh thổ.

- Cần đầu tư thỏa đáng cho hoạt động marketing lãnh thổ: từ nguồn lực tài chính cho đến nhân sự, thời gian.

- Chiến lược marketing lãnh thổ cần phải được thiết kế và thực hiện theo một quy trình chặt chẽ, logic và hợp lý, các hoạt động marketing cần bao hàm nội dung phong phú và đồng bộ. Trong thời gian tới, Tỉnh tập trung triển khai xây dựng và thực hiện các đề án phát triển sản phẩm du lịch, tạo nên các sản phẩm du lịch hấp dẫn, đặc sắc thu hút khách du lịch đến với Phú Thọ;

Đối với du khách, hầu hết các địa phương thu hút các du khách bằng cách thiết lập các sở, phòng và bộ phận chuyên trách về du lịch có trách nhiệm phân bổ ngân sách của địa phương cho phát triển du lịch một cách có hiệu quả nhất.

Bên cạnh đó cần thực hiện một số các giải pháp sau đây:

- Bảo vệ môi trường, cảnh quan:

Thứ nhất, trồng nhiều cây xanh tại các đường phố lớn, khu đông dân, khu du lịch, cây mới trồng thành.

Thứ hai, tuyên truyền giáo dục ý thức bảo vệ môi trường xử lý rác thải của người dân. Lực lượng tham gia bao gồm: Đài phát thanh và truyền hình, Cán bộ tổ dân phố và người dân.

- Niêm yết giá tại điểm bán sản phẩm dịch vụ và xử phạt các trường hợp vi phạm.

Thứ nhất, thực thi quy định yêu cầu các doanh nghiệp phải đăng ký giá thông qua chương trình phần mềm trực tuyến dưới sự giám sát của các cơ quan chức năng (Cảnh sát kinh tế, Phòng ban quản lý dữ liệu tỉnh, Cảnh sát mạng...)

Thứ hai, Tại các điểm đen lắp đặt camera theo dõi và mở đường dây nóng liên hệ cơ quan chính quyền. Sử dụng hệ thống camera, Phòng ban giám sát, Phòng ban trực đường dây nóng.

Thứ ba, huy động lực lượng cảnh sát trật tự xử phạt các trường hợp vi phạm, thu hồi giấy phép kinh doanh và công khai thông tin xử phạt trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Công tác quảng bá xúc tiến và xây dựng thương hiệu:

Tuyên truyền quảng bá du lịch thông qua các ấn phẩm truyền thông, truyền hình. Xây dựng và tổ chức các chương trình quảng bá, xúc tiến du lịch có trọng tâm, trọng điểm gắn với các sự kiện văn hóa lễ hội, hội chợ, hội nghị, hội thảo. Tích cực triển khai thực hiện công tác xã hội hóa và tăng cường liên kết hợp tác với các tỉnh, thành phố trong hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch. Bên cạnh đó, có sự kết hợp

chặt chẽ giữa Nhà nước và doanh nghiệp, giữa địa phương và Trung ương trong quảng bá, xúc tiến du lịch thông qua nhiều hoạt động khác nhau.

Xây dựng cơ chế liên kết phát triển sản phẩm du lịch giữa ngành du lịch và các ngành liên quan (giao thông, văn hoá, nông nghiệp, truyền thông, thương mại...); tạo cơ chế liên kết chặt chẽ giữa các đơn vị quản lý phát triển du lịch từ cấp tỉnh tới cấp huyện, ban quản lý khu/điểm du lịch; tạo cơ chế liên kết phát triển sản phẩm du lịch giữa tỉnh và các điểm đến du lịch nổi bật trong vùng (Hà Nội - Quảng Ninh, Hải Phòng, Bắc Giang, Bắc Ninh, các tỉnh trong khối Việt Bắc, Các tỉnh Tây Bắc mở rộng, các tỉnh trong nhóm Đông Bắc với TP Hồ Chí Minh...), quốc tế (với các nước trong khu vực ASEAN, Trung Quốc).

Ngoài ra, hiện nay Phú Thọ đã và đang ứng dụng công nghệ 4.0 trong việc xây dựng chiến lược chuyển đổi số, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số hỗ trợ khách du lịch, nâng cao hiệu quả quản lý điểm đến du lịch, phát triển điểm đến du lịch thông minh; Phát triển hệ thống thông tin du lịch và các ứng dụng thông minh; Hỗ trợ các doanh nghiệp, cộng đồng khởi nghiệp sáng tạo ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực du lịch; Tuyên truyền, đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao nhận thức về ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành du lịch. Nâng cao hiệu quả hoạt động của Cổng thông tin du lịch thông minh tỉnh Phú Thọ và ứng dụng du lịch trên thiết bị di động dựa trên nền tảng IOS và Android là PhuTho Tourism và Đền Hùng nhằm hỗ trợ đồng bào và du khách dễ dàng tìm các địa điểm cần đến tham quan, khách sạn, nhà hàng một cách dễ dàng.

Tài liệu tham khảo

1. Anholt S. (2008), ‘Editorial: Place branding: Is it marketing, or isn’t it?’,
2. Place Branding and Public Diplomacy, 4: 1 – 6. Ashworth, G. & Voogd, H. (1990), Selling the City, Belhaven, Lond
3. Bovaird, T. & Rubienska, A. (1996), ‘The clashing cultures of marketing and organizational learning: Some emerging contradictions in the public sector’, Annals of Public and Cooperative Economics, 67(1): 51-83.
4. Crane, A. & Desmond, J. (2002), ‘Societal marketing and morality’, European Journal of Marketing, 36 (5 – 6): Số 214(II) tháng 4/2015 71 144-154.
5. Hall, C.M. (2000), Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships, Harlow, UK: Prentice Hall.
6. Kotler, Haider, Rein (2010), Marketing Places, Free Press.
7. Kotler, P. (2001), Marketing các địa phương Châu Á, Chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright, Thành phố Hồ Chí Minh 2004.
8. Kotler, P., Asplund, C., Rein, I. and Haider, D. (1999), Marketing Places Europe: Attracting Investments, Industries, and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations, Financial Times Prentice-Hall, Harlow
9. Kotler, P., Haider, D.H. & Rein, I. (1993), Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations, The Free Press, New York, NY.
10. Medway D. & Warnaby G. (2008), ‘Alternative perspectives on marketing and the place brand’, European Journal of Marketing, Vol. 42, No. 5/6, pp. 641-653.
11. Nguyễn Đức Hải (2014), ‘Marketing lãnh thổ nhằm thu hút đầu tư nước ngoài trên địa bàn thành phố Hà Nội’, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Viện Quản lý kinh tế Trung ương.
12. Staci M. Zavattaro (2012), ‘Place marketing and phases of the image: a conceptual framework’, Journal of Place Management and Development, Vol. 5, No. 3, pp. 212-222.
13. Báo cáo tổng kết thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, Sở văn hóa - Thể thao và Du lịch tỉnh Phú Thọ, 2020
14. VCCI (2021), Báo cáo chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh, www.pcivietnam.org
15. Vũ Trí Dũng và Nguyễn Đức Hải (2011), Marketing lãnh thổ, NXB Kinh tế quốc dân.
16. Ward, V.S. (1998), Selling Places: The Marketing and Promotion of Towns and Cities 1850 – 2000, London, New York: Routledge

Nga Nguyễn (2023) Vai trò của tuyên truyền đối với sinh viên trong giai đoạn hiện nay. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 178-186

*Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển*

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Vai trò của tuyên truyền đối với sinh viên trong giai đoạn hiện nay

Nguyễn Thị Thanh Nga (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: nguyenthanhnga7411@gmail.com

Tóm tắt

Lịch sử phát triển của xã hội loài người, gắn liền với sự phát triển của các lợi ích khác nhau là sự hình thành và phát triển của tuyên truyền. Trong bối cảnh hiện nay, khi xung đột lợi ích giữa các quốc gia đang trong giai đoạn gia tăng, bên cạnh đó, sự phát triển mạnh mẽ của cách mạng 4.0 đã làm cho thế hệ trẻ nói chung và sinh viên nói riêng có cơ hội tiếp cận với luồng thông tin đa chiều, trong biển thông tin đó, công tác tuyên truyền đóng vai trò quan trọng trong định hướng tư tưởng cho sinh viên biết chọn lọc và “bơi” đúng hướng. Bài viết này nhằm làm rõ hơn vai trò của tuyên truyền, thông qua khảo sát cụ thể sinh viên của APD, từ đó có những gợi ý giải pháp để giúp sinh viên có được sự lựa chọn đúng đắn, phù hợp với quá trình phát triển chung của đất nước.

Từ khóa: *Lý luận chính trị, tuyên truyền, giáo dục, truyền thông, ...*

Abstract

The development history of human society, associated with the development of various interests, is the formation and development of communicating strategies. In the current context, when conflicts of interest between countries are in the increasing stage, besides, the strong development of the 4.0 revolution has given the young generation in general, and students, in particular, the opportunity to access multi-dimensional information flow in that sea of information, communicating strategies plays an important role in orienting students' ideas to choose and "swimming" in the right direction. This article aims to clarify the role of communicating strategies through a specific survey of AP

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Mã số: ĐS170223

students, from which there are suggestions for solutions to help students make the right choice suitable for the development process of the country's general development.

Keywords: *Political theory, propaganda, education, communication,...*

Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã làm thay đổi trên tất cả các mặt của đời sống kinh tế - xã hội bao gồm cả nhận thức, tư duy. Lý thuyết của K.Mác đã chỉ ra mối quan hệ biện chứng giữa lực lượng sản xuất với quan hệ sản xuất, cơ sở hạ tầng với kiến trúc thượng tầng. Cách mạng 4.0 đã thực sự thay đổi về lực lượng sản xuất, làm xuất hiện những tư liệu sản xuất mới, từ đó, xuất hiện những người lao động mới với những ngành nghề mới, tư duy mới mà trước đây chưa từng có. Quan hệ giữa người với người cũng đã có những thay đổi rõ rệt, trong kinh tế, khi nguồn lực đầu vào thay đổi, các quan hệ trên thị trường yếu tố sản xuất và thị trường hàng hóa dịch vụ và văn hóa, đạo đức, luật pháp, chính trị...cũng thay đổi theo. Quy luật phát triển cũng chỉ ra, đây là động lực để thúc đẩy phát triển mọi mặt của đời sống xã hội, song cũng tạo ra những thách thức không nhỏ khi mức độ truyền thông tin qua internet và mạng xã hội gần như tạo hiệu ứng ngay lập tức, nhiều khi tạo những tác động nhiều chiều trước khi người đọc thông tin kịp kiểm chứng và phân tích thông tin mình nhận được.

Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư với mục

tiêu tổng quát “tận dụng có hiệu quả các cơ hội do cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đem lại để thúc đẩy quá trình đổi mới mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế gắn với thực hiện các đột phá chiến lược và hiện đại hóa đất nước; phát triển mạnh mẽ kinh tế số, phát triển nhanh và bền vững dựa trên khoa học – công nghệ, đổi mới sáng tạo và nhân lực chất lượng cao; nâng cao chất lượng cuộc sống, phúc lợi của người dân, đảm bảo vững chắc quốc phòng an ninh, bảo vệ môi trường sinh thái”. Để đảm bảo được mục tiêu này, công tác tuyên truyền đóng vai trò cực kì quan trọng để thay đổi tư duy, nhận thức của mỗi người, đồng thời không làm chệch lý tưởng cách mạng, đưa đất nước chúng ta đi đúng hướng.

Trong kinh tế, để cạnh tranh được trong điều kiện chuyển đổi số, các nhà sản xuất cần truyền tải thông tin đến người tiêu dùng, quảng bá sản phẩm nhiều, vừa thông qua phương pháp truyền thống, vừa dựa trên nền tảng số. Thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ làm thu hẹp thị trường theo cách hiểu truyền thống, giao lưu kinh tế, văn hóa giữa các vùng miền, các quốc gia trên thế giới ngày càng mở rộng hơn.

Nằm trong bối cảnh chung đó, các trường đại học nói riêng và các cơ sở giáo dục nói chung cũng chuyển đổi dần phương thức đào tạo, mở những chuyên ngành mới phù hợp với điều kiện mới. Thay đổi cách thức tuyên truyền là vấn đề tất yếu mà các trường đại học phải làm để tồn tại và phát triển, đồng thời giúp sinh viên nhận thức rõ về mục tiêu, con đường phát triển của đất nước.

1. Tuyên truyền và vai trò của tuyên truyền

Khi con người biết dùng ngôn ngữ để diễn tả quan điểm, suy nghĩ của mình, đặt biệt là từ khi bắt đầu có những lợi ích chính trị xuất hiện thì loài người đã có nhiều cách khác nhau để thuyết phục người khác đi theo, phục vụ cho lợi ích của mình. Thuật ngữ tuyên truyền (propagate) xuất hiện ban đầu trong lĩnh vực làm vườn với ý nghĩa là nhân giống để tạo điều kiện thuận lợi cho việc sinh sản của động vật hoặc thực vật. Tuy vậy, đến thế kỉ 16, thuật ngữ này đã được hiểu rộng hơn, với ý nghĩa tái tạo một cái gì đó vô hình, chẳng hạn như một ý tưởng hoặc niềm tin⁸.

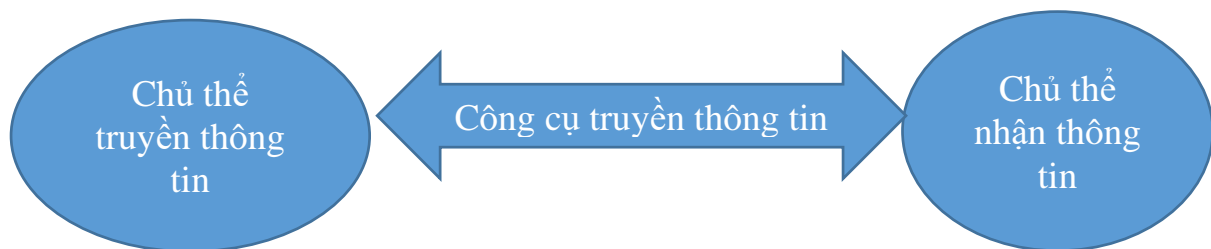
Theo từ điển tiếng Việt, tuyên truyền là truyền ra cho mọi người ủng hộ, làm theo, hay phổ biến một chủ trương, một học thuyết, để làm chuyển biến thái độ của quần chúng và thúc đẩy quần chúng hoạt động theo một đường lối và nhằm một mục đích nhất định⁹

Trong bài viết cho chuyên mục Công tác thiết thực của báo Sự thật, Hồ Chí Minh (1947) đã nêu rõ: “Tuyên truyền là đem một việc gì đó nói cho dân hiểu, dân nhớ, dân theo, dân làm”¹⁰

Từ khi ra đời, tuyên truyền được dùng cho nhiều mục đích khác nhau, theo Ellul (1973), tuyên truyền là để nâng cao ủng hộ của quần chúng, có thể được hiểu giống như quảng cáo hoặc giải thích hành động của cá nhân hay tổ chức, tạo sự đồng thuận hoặc định hướng dư luận, trong chính trị có thể kết nối các tổ chức cá nhân, đề cao tinh thần dân tộc.

Tuyên truyền có thể được hiểu là truyền tải thông tin đến các đối tượng khác nhau trong xã hội, một thông tin nào đó thường được liên kết với dữ liệu, các dữ liệu thông qua những phương tiện cụ thể. Thông tin được coi như là nguồn nguyên liệu để chế biến ra các sản phẩm, do vậy, cùng một nguồn thông tin có thể cho ra nhiều sản phẩm khác nhau. Điều này phụ thuộc vào sự ràng buộc, kiểm soát thông tin, giao tiếp, giáo dục, ý nghĩa, hiểu biết của chủ thể tiếp nhận thông tin, kích thích tinh thần, nhận thức... trong từng bối cảnh khác nhau.

Một thông tin tuyên truyền cần có các yếu tố sau:



Để chủ thể nhận thông tin tiếp cận và ủng hộ thông tin được truyền đến, cần đảm bảo đồng thời 3 yếu tố:

- Thứ nhất: Chủ thể truyền thông tin, để đảm bảo người tiếp nhận thông tin có

thể nghe và làm theo, chủ thể truyền thông tin cần có một nội dung rõ ràng, dễ hiểu, quan trọng nhất là mục đích của thông tin truyền đến phải đảm bảo được lợi ích của người tiếp nhận thông tin.

- Thứ hai: Công cụ truyền thông tin,

⁸ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/propagate>
⁹ <https://vtudien.com/viet-viet/dictionary>

¹⁰ Hồ Chí Minh: Toàn tập, nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2011, tập 5, tr. 191

chính là các phương pháp tuyên truyền, cách để truyền tải thông tin từ chủ thể truyền thông tin đến chủ thể nhận thông tin. Các công cụ càng đa dạng, linh hoạt thì khả năng truyền thông tin càng dễ dàng. Có nhiều công cụ khác nhau để có thể truyền tải được mục đích của mình, có thể thông qua văn chương, báo cáo báo chí, hình ảnh, tin đồn và nhiều loại thông tin xã hội khác (Lasswell, 1927). Trong giai đoạn công nghệ thông tin chưa phổ biến, các bích chương, biểu ngữ, tranh cổ động, tượng đài, hay truyền đơn ... được sử dụng như một trong những công cụ tuyên truyền hữu hiệu. Tuyên truyền còn được thể hiện qua các hoạt động văn hóa nghệ thuật, thông qua âm nhạc, phim ảnh, các tác phẩm nghệ thuật...

Sử dụng báo chí, phương tiện truyền thông, truyền hình, hệ thống internet và các nền tảng mạng xã hội là các công cụ tuyên truyền chủ yếu trong giai đoạn cách mạng 4.0.

Giáo dục với hệ thống trường học cũng là một kênh đặc biệt quan trọng để truyền tải thông điệp của người dạy, của nhà trường và của cả hệ thống chính trị. Trong giai đoạn bùng nổ thông tin hiện nay, việc định hướng tư tưởng cho người học đóng một vai trò quan trọng. Nhà trường là một trong những kênh thông tin chính thống, giúp sinh viên có thể định hướng và chọn lọc được thông tin mình tiếp cận.

- Thứ ba: chủ thể nhận thông tin, các chủ thể nhận thông tin qua các giác quan: nhìn thấy, nghe thấy, cảm nhận được thông tin được truyền đến. Thông qua tri thức mà chủ thể nhận thông tin có được, họ sẽ xử lý và có những quyết định của riêng mình.

Như vậy, để một thông tin được tuyên

truyền đến đối tượng nhận thông tin, làm theo đúng định hướng của chủ thể phát thông tin, cần đảm bảo cả 3 yếu tố trên vận hành đúng chức năng, nhất là đối tượng nhận thông tin phải cảm thấy được lợi ích của họ được đảm bảo hoặc có tác động tích cực đến họ.

Vai trò của tuyên truyền trong lịch sử

Trong lịch sử phát triển của xã hội, loài người đã dùng nhiều cách để truyền thông tin cho nhau: các kí hiệu trong hang động (người Neanderthal, đã bị tuyệt chủng), sử dụng động vật (viết thư và cài vào động vật: chuột, bò câu đưa thư, khắc thông điệp lên thân một loại động vật nào đó...), kể chuyện truyền miệng, tín hiệu bằng khói (người Trung Quốc đã chuyển tin nhắn bằng khói dọc Vạn Lý Trường Thành), gửi thư tay (dịch vụ bưu chính). Từ thế kỉ 19, con người đã bắt đầu truyền tin thông qua các kí tự mã hóa điện tử bằng các mã Morse. Thế kỉ XX đánh dấu sự ra đời của phát thanh (1920) và truyền hình (1925), thư điện tử (1965), các hình thức tuyên truyền phát triển mạnh mẽ khi internet ra đời (1969) cùng với đó là sự xuất hiện của hệ thống nhắn tin nhanh (instant messaging- năm 1969). Sang thế kỉ XXI, bước sang thời kì kỉ nguyên số với sự bùng nổ của mạng xã hội, thì mức độ truyền thông tin đến người khác nhanh chóng, con người ngập chìm trong biển thông tin. Điều này làm cho người phát thông tin cần phải có nhiều hình thức khác nhau để truyền đạt được mục đích của mình để cạnh tranh với nhiều nguồn thông tin khác.

Tuyên truyền là một trong ba bộ phận quan trọng của công tác tư tưởng (lý luận, tuyên truyền, cổ động), góp phần nâng cao nhận thức, hình thành và củng cố niềm tin cho mọi người.

Các nước phương Tây đã sử dụng nhiều công cụ khác nhau để tuyên truyền cho ý tưởng của mình, đặc biệt trong các chiến dịch tranh cử và kêu gọi sự ủng hộ trong các hoạt động (bảo vệ môi trường, bảo vệ phụ nữ trẻ em, quyền con người, ...), đặc biệt được đưa vào giảng dạy trong các trường học để nâng cao nhận thức của thế hệ trẻ¹¹...

Ở Việt Nam, tuyên truyền đã đóng vai trò quan trọng trong việc thu phục lòng dân, đồng sức đồng lòng dựng nước và giữ nước.

Từ thời Phong kiến, mặc dù đứng đầu cả nước, nắm trong tay tất cả mọi quyền lực, được coi là “thiên tử”, nhưng các vua trong từng triều đại khác nhau cũng đã phải thực hiện nhiều biện pháp khác nhau để truyền đi tư tưởng của mình cho quan lại và dân thông qua nhiều hình thức như: ban hành các chỉ, dụ để khuyên răn quan lại, dân nhận thức đúng quan điểm của vua, và cả truyền miệng để chuyển tải thông tin đến mọi người. Giáo dục là một kênh quan trọng để các vua quan thời kỳ phong kiến củng cố tư tưởng “trung quân, ái quốc”, do đó việc lựa chọn hệ tư tưởng, tôn giáo nào để giảng dạy đạo lý trong nhà trường là được ưu tiên hàng đầu trong định hướng tư tưởng, lòng trung thành cho người dân. Nước mạnh hay yếu, thịnh hay suy đều thông qua tư tưởng của người đứng đầu được truyền bá trong dân chúng.

Tuyên truyền góp phần nâng cao nhận thức, hình thành và củng cố niềm tin, uốn nắn những nhận thức lệch lạc, đấu tranh với những quan điểm sai trái, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, nhà nước, giúp người dân đồng sức đồng lòng cùng chiến

đấu và chiến thắng trong các cuộc chiến tranh chống giặc ngoại xâm và cả trong quá trình xây dựng đất nước tiến lên chủ nghĩa xã hội.

Vai trò của tuyên truyền đối với sinh viên

Trong các nhiệm kỳ đại hội, Đảng ta luôn nhấn mạnh công tác chính trị tư tưởng, công tác này được đã được chú trọng triển khai trên tất cả các mặt của đời sống xã hội. Để thực hiện được nhiệm vụ đó, trước hết cần thống nhất từ nhận thức cho đến hành động. Trong bối cảnh kinh tế thị trường ngày càng phát triển, đời sống của người dân ngày càng được nâng cao, hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, song song với đó, các tác động từ mặt trái của các quy luật của thị trường, đòi hỏi tăng cường công tác giáo dục, bồi dưỡng, nâng cao trình độ giác ngộ cho cán bộ, người dân và đặc biệt là thế hệ trẻ về chủ nghĩa Mác – Lê nin, tư tưởng Hồ Chí Minh. Kiên định mục tiêu, lý tưởng và con đường đi lên Chủ nghĩa xã hội, củng cố niềm tin của nhân dân vào sự nghiệp đổi mới do Đảng khởi xướng và lãnh đạo; nâng cao lòng tự hào về truyền thống tốt đẹp của dân tộc. Ở hầu hết các trường đại học, cao đẳng đều có bộ môn lý luận chính trị, bộ môn này là cánh tay phải của Đảng để tuyên truyền, giáo dục sinh viên có nhận thức đúng đắn, hiểu và hành động vì một mục tiêu: dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh. Ngoài ra, người học cần được giáo dục nhận thức về pháp luật để thực hiện quyền dân chủ: xây dựng luật, thực thi luật và kiểm tra giám sát việc thực thi luật pháp. Giáo dục là một hình thức của tuyên truyền, do đó, mỗi môn học là một công cụ để truyền tải thông tin đến sinh viên.

¹¹<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>

Việc truyền bá các tư tưởng, thông điệp của nhà trường đến sinh viên góp phần giúp người học định hình được văn hóa của ngôi trường mà mình đang học. Từ đó, lan tỏa đến các cộng đồng dân cư và doanh nghiệp nhằm nâng cao thương hiệu của trường, tăng khả năng hợp tác, kết nối với các trường, các trung tâm nghiên cứu, các doanh nghiệp và mở rộng quy mô tuyển sinh góp phần nâng cao nguồn thu dài hạn cho các nhà trường.

2. Bối cảnh kinh tế chính trị xã hội hiện nay

Theo Các Mác, trong quá trình sinh tồn, con người tạo ra những tư liệu sinh hoạt vật chất trực tiếp và chính mỗi giai đoạn phát triển kinh tế nhất định của một dân tộc hay một thời đại tạo ra cơ sở để từ đó người ta phát triển các thể chế nhà nước, các quan điểm pháp quyền, nghệ thuật¹²... để cải biến giới tự nhiên nhằm tạo ra của cải vật chất, người lao động cần có một sức mạnh tổng hợp, trước hết là những yếu tố tạo nên khả năng lao động của con người đó là sức mạnh của thể chất và trí tuệ. Con người sẽ sử dụng khả năng của mình cùng với các tư liệu sản xuất để tạo ra sản phẩm, mỗi người sẽ có các phương pháp (công nghệ sản xuất) khác nhau kết hợp các yếu tố đầu vào, do đó, dù cùng các yếu tố đầu vào như nhau, nhưng công nghệ sản xuất khác nhau cũng sẽ tạo ra sản phẩm khác nhau.

Tiến trình phát triển của xã hội, các tư liệu sản xuất ngày các thay đổi theo chiều hướng ngày càng hiện đại hơn, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của con người. Các cuộc cách mạng công nghiệp diễn ra đánh dấu sự thay đổi vượt bậc của lực lượng sản

xuất, từ đó mối quan hệ giữa người với người cũng bắt đầu thay đổi. Phương thức truyền tải thông tin đến người khác cũng có những thay đổi từ các phương pháp thủ công như truyền miệng trực tiếp, rải tờ đơn, truyền thông thì với sự xuất hiện của cách mạng công nghiệp lần thứ 4, việc truyền tải thông tin thông qua hệ thống mạng internet cùng các ứng dụng phần mềm trở nên phổ biến, mức độ lan truyền thông tin nhanh hơn, đa dạng hơn.

Trong giai đoạn toàn cầu hóa như hiện nay, sự mâu thuẫn lợi ích kinh tế - chính trị giữa các quốc gia đã dẫn đến các cuộc xung đột. Đứng sau các cuộc chiến tranh khu vực vùng Vịnh, cuộc chiến Nga – Ucraina hiện nay cũng xuất phát từ những nguyên nhân đó. Các bên đều cố gắng sử dụng triệt để các công cụ để tuyên truyền đến thế giới theo hướng có lợi cho mình. Nguồn thông tin trên mạng internet như một kho thực phẩm khổng lồ, người tiếp cận thông tin không có đủ thời gian để đánh giá nguồn gốc của thông tin đó là “sạch” hay “bẩn”, quan điểm về bản hay sạch lại tùy thuộc vào nhãn quan của từng cá nhân, điều này bắt buộc các nhà nước đều phải sử dụng công cụ thông tin, truyền thông để tuyên truyền các thông tin có lợi nhất cho mình.

Thời kì quá độ, hay giao thoa giữa các hình thái kinh tế xã hội, chắc chắn xảy ra xung đột về hệ tư tưởng, đạo đức, văn hóa... các phe đối lập nhau luôn tìm mọi cách để chứng minh quan điểm của mình đúng đắn, do đó, để người dân nhận thức rõ hơn, cần tuyên truyền về đường lối, chủ trương, mục tiêu để định hướng đúng đắn cho người dân. Lực lượng sản xuất phát triển, kéo theo quan hệ sản xuất và kiến

¹² C. Mác và Ph. Ăng-ghen: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1995, t. 19, tr. 500

trúc thượng tầng cũng thay đổi, xu thế nghề nghiệp cũng biến đổi, điều này đặt ra yêu cầu đổi mới các trường đại học phải thay đổi ngành đào tạo để phù hợp với yêu cầu thực tiễn, tuyên truyền trở thành một trong các công cụ hữu hiệu để người học tiếp cận được với những ngành học mới, đồng thời giúp sinh viên có nhận thức đúng đắn, hiểu rõ con đường mà mỗi quốc gia lựa chọn.

3. Đánh giá những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động tuyên truyền cho sinh viên ở các trường đại học

Trong nghiên cứu của mình, tác giả tập trung vào nghiên cứu chủ thể tuyên truyền thông tin là Đảng, nhà nước và Nhà trường, đánh giá nội dung theo các tiêu chí: Mục đích phù hợp với lợi ích của người được tuyên truyền, dễ hiểu, dễ tiếp cận. Về công cụ tuyên truyền, nghiên cứu tập trung vào các công cụ được sử dụng được các trường đại học sử dụng ở các trường để truyền tải đến sinh viên. Về đối tượng được tuyên truyền, tập trung vào nghiên cứu sinh viên của Học Viện Chính sách và Phát triển, trên các góc độ: khả năng tiếp nhận thông tin, các kênh tiếp nhận thông tin. Các số liệu nghiên cứu thông qua bảng hỏi sinh viên năm thứ 2, thứ 3, là những sinh viên đã trải qua giai đoạn lựa chọn trường đại học và đã học tập các môn lý luận chính trị (đã tiếp xúc với chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và nhà nước).

Với số lượng sinh viên năm 2, năm 3 của Học viện Chính sách và Phát triển là khoảng 2700 sinh viên, sai số cho phép khoảng 10%, thì số mẫu tối thiểu cần khảo sát là 96,43. Tác giả đã tiến hành khảo sát 115 sinh viên qua công cụ google biểu mẫu, thời gian khảo sát vào tháng 11 năm 2022.

Kết quả điều tra sinh viên cho thấy, có

69,2% số sinh viên được hỏi cho rằng, nội dung đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước là dễ hiểu, 11% thấy khó hiểu, cần có người giảng giải, giải thích thêm, số còn lại đánh giá tùy vào từng loại chính sách. Về nội dung, đường lối chính sách của Đảng, đa số sinh viên được hỏi đánh giá mức các đường lối, chính sách phù hợp với lợi ích của mình (92,3%), điều này cho thấy mục tiêu chung của Đảng và Nhà nước đã hướng đến lợi ích của đa số người dân nói chung và sinh viên nói riêng. Khi sinh viên nhận thấy lợi ích của mình được đảm bảo, sẽ tin tưởng hơn vào những chiến lược phát triển đất nước, từ đó sống và làm việc đúng định hướng và lý tưởng phát triển của đất nước. Các chính sách mà sinh viên quan tâm đến bao gồm: chính sách về nguồn nhân lực, chính sách vay vốn hỗ trợ sinh viên, chính sách mở cửa nền kinh tế, giao lưu hợp tác quốc tế, chính sách bảo vệ môi trường, đảm bảo quyền tự do tín ngưỡng, tôn giáo; chính sách giáo dục, y tế...

80,8% số sinh viên được hỏi cho biết kênh thông tin mà sinh viên tiếp cận với chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước chủ yếu thông qua giáo viên giảng dạy trên lớp. Điều này càng khẳng định vai trò của giáo dục và đặc biệt là người giáo viên trong việc tuyên truyền chính sách. Chỉ có 3,8% số sinh viên tự tìm hiểu qua sách và giáo trình. Mặc dù mạng xã hội và công nghệ thông tin đang phát triển mạnh mẽ trong giai đoạn hiện nay, nhưng chỉ có 15,4% tìm hiểu qua mạng xã hội. Cho thấy do đặc thù của chính sách nhà nước không phải là những thông tin phù hợp với thị hiếu của sinh viên, bản thân sinh viên cũng chưa có nhiều va chạm trong cuộc sống để chủ động tìm hiểu các đường lối, chính sách. Hầu như không có sinh viên nào chủ

động vào các website của các cơ quan nhà nước để tìm hiểu các thông tin về chính sách, đường lối. 87% sinh viên được hỏi cảm thấy họ dễ hiểu chính sách hơn khi được giáo viên giảng dạy trên lớp, chỉ có 13% số người thấy dễ hiểu khi tiếp cận qua mạng xã hội. Đa số sinh viên

Đối với chủ thể truyền thông tin là nhà trường, có đến 24% số sinh viên được hỏi không biết đến thông điệp hay chiến lược phát triển của nhà trường. Tuy vậy, Đa số sinh viên đã nhận thấy văn hóa của nhà trường, cụ thể, với Học viện Chính sách và phát triển, các em đã được tuyên truyền và cảm thấy đó là văn hóa của sinh viên: Văn hóa chào hỏi, văn hóa xếp hàng, đánh giá giảng viên sau mỗi kì học, tổ chức các hoạt động gắn kết, văn hóa xây dựng môi trường an toàn, lành mạnh, thầy cô giáo thân thiện tâm lý... Tín hiệu tích cực khi nhiều sinh viên nhận thấy không có tiêu cực trong thi cử, không bạo lực học đường, ứng xử văn minh... đã trở thành văn hóa của Học viện. Các thông tin từ phía nhà trường muốn truyền tải đến sinh viên đã đạt được mục tiêu nhất định, tạo được lòng tin của sinh viên đối với nhà trường, điều này đã có tác động nhất định, ảnh hưởng đến cả kết quả tuyển sinh khi 32% số sinh viên biết đến Học viện nhờ sự lan tỏa của các anh chị khóa trước và sự tin tưởng của phụ huynh, các doanh nghiệp nơi các cựu sinh viên đến làm việc. 56% số người được hỏi biết đến Học viện thông qua website và chương trình xúc tiến tuyển sinh.

Như vậy, với chủ thể truyền thông tin là trường đại học nói chung, Học viện Chính sách và phát triển nói riêng, với mục tiêu cụ thể hơn, hướng đến lợi ích trực tiếp của sinh viên... được sinh viên tìm hiểu qua nhiều kênh thông tin, trong đó mạng

xã hội và website là kênh thông tin chủ yếu. Ngược lại, đối với chủ thể truyền thông tin là Đảng và Nhà nước, việc dựa vào hệ thống giáo dục, cụ thể là thông qua các môn học, các giờ giảng và sự hiểu biết, phương pháp giảng dạy của giáo viên đóng vai trò trọng yếu trong việc tuyên truyền đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến sinh viên.

4. Kết luận và một số đề xuất khuyến nghị

Mục tiêu của Đảng là luôn hướng đến lợi ích của nhân dân, tuy vậy, các đường lối, chính sách của Đảng cần có đủ tư duy, đủ thời gian nghiên cứu và học tập mới có thể hiểu một cách rõ ràng và cặn kẽ. Vì vậy, trong việc tuyên truyền tư tưởng, chính sách của Đảng và Nhà nước đến sinh viên cần có các công cụ đủ mạnh, với hiểu biết sâu rộng để chuyển tải các thông điệp mà Đảng nhà nước đã đưa ra. Ở các trường đại học nói chung, bộ môn Lý luận chính trị đảm nhận nhiệm vụ này, do đó các thầy cô bộ môn này cần tập trung nghiên cứu, am hiểu về các vấn đề kinh tế chính trị trong nước và quốc tế để minh họa rõ nét hơn, dễ hiểu hơn đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước. Bên cạnh các thầy cô bộ môn Lý luận chính trị, ở các môn học khác, các thầy cô cũng cần lồng ghép các chính sách đi kèm với cơ sở lý thuyết chuyên ngành để sinh viên có sự liên kết, hiểu rõ hơn chính sách đường lối của Đảng, pháp luật của Nhà nước.

Muốn tăng được tính thuyết phục với nhân dân nói chung và sinh viên nói riêng, chủ trương đường lối của Đảng, cơ chế hoạt động của Nhà nước trước hết phải hợp lòng người, thay đổi dần và có tầm nhìn dài hạn để đảm bảo lợi ích cơ bản, lâu dài của các tầng lớp nhân dân phù hợp với tiến

trình phát triển chung của toàn xã hội. Để làm được việc đó, cần hiểu rõ bản chất các vấn đề thông qua các mối quan hệ biện chứng, các quy luật vốn có của tự nhiên và xã hội. Việc tuyên truyền phải nắm được tâm lý của người dân, cụ thể ở đây là sinh viên, phải thực sự đi vào lòng người, không áp đặt cưỡng cầu, không quan trọng hóa vấn đề và cũng không nguy hiểm cho những gì chưa đúng.

Đối với chủ thể truyền thông tin là trường Đại học, cần có thông điệp rõ ràng về chiến lược phát triển, về tư duy trồng người, về văn hóa của trường. Do đó, các trường đại học phải vạch rõ mục tiêu, chiến lược phát triển và các hành động thể hiện văn hóa đặc trưng của nhà trường, bao gồm từ những hành vi nhỏ nhất: như tôn trọng, yêu thương, trung thực, nỗ lực... để văn hóa này ngấm vào máu, trở thành một phần không thể thiếu của sinh viên nói chung và sinh viên APD nói riêng.

Đối với các công cụ truyền thông tin, ở các trường đại học, không thể thiếu con người và các công cụ khác. Con người ở đây bao gồm toàn bộ giảng viên, cán bộ công nhân viên của nhà trường và các em học sinh qua các thế hệ. Việc tuyên truyền được thông qua các bài giảng của các thầy cô trên lớp, các quy định về ứng xử trong trường học và cả những hành động làm gương. Những con người đó sẽ sử dụng các thành quả của cuộc cách mạng khoa học công nghệ, với sự bùng nổ của hệ thống internet trở thành công cụ truyền thông tin hữu hiệu, nhằm đạt được mục tiêu của mình.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Tư Pháp, các hình thức phổ biến, giáo dục pháp luật hiện nay Xem thêm: <https://pbgdpl.moj.gov.vn>
2. Brands Việt Nam (2014), *Lịch sử các phương thức truyền thông của loài người*. truy cập ngày 15/4/2014. Xem thêm: <https://www.brandsvietnam.com/3617-Infographic-Lich-su-cac-phuong-thuc-truyen-thong-cua-loai-nguoi>
3. C. Mác và Ph. Ăng-ghe-n: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1995, t. 19.
Inside the Propagation Utility: xem thêm: https://docs.oracle.com/cd/E13218_01/wl/p/docs81/prodOps/propToolRef.html
4. Jacques Ellul (1973), *Communicating strategies : The Fomation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books
5. Lasswell,H. (1927), the theory of Political Communicating strategies , *Political Science* 21, P627 -631
6. Lê Thị Hằng (2016), *Truyền thông trong bầu cử Tổng thống Hoa Kỳ*, Tạp chí Giáo dục và Xã hội. Cập nhật ngày 3/11/2016. Xem thêm: *Truyền thông trong bầu cử Tổng thống Hoa Kỳ* (giaoducvaxahoi.vn)
7. Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27-9-2019 của Bộ Chính trị “về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư”
8. Nguyễn Tôn Nhạn (2022), *Từ điển tiếng Việt*, Nxb. Hồng Đức.

Tâm Vũ (2023) Vai trò của giảng dạy các môn lý luận chính trị trong việc giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển. *Đặc san nghiên cứu Chính sách và Phát triển*, 2(2023), 187-196

*Đặc san Nghiên cứu
Chính sách
và Phát triển*

© Học viện
Chính sách
và Phát triển 2023
© CSR, 2023

Bài báo khoa học

Vai trò của giảng dạy các môn lý luận chính trị trong việc giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển

Vũ Thị Minh Tâm (ThS)

Học viện Chính sách và Phát triển.

Email: vuminhtam1983@gmail.com

Ngày nhận bài:

04/03/2023

Bản sửa lại lần 1:

20/03/2023

Ngày duyệt bài:

26/04/2023

Tóm tắt

Thường xuyên chăm lo giáo dục lý tưởng cách mạng cho thanh niên là quan điểm nhất quán của Đảng trong suốt quá trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam. Bài viết khái quát vai trò của các môn Lý luận chính trị trong công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển. Từ đó, đề xuất các giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác giảng dạy các môn Lý luận chính trị trong việc giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển, góp phần phát huy vai trò của sinh viên nói chung và sinh viên Học viện nói riêng trong sự nghiệp xây dựng, phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc hiện nay.

Mã số: ĐS180223

Từ khóa: *Giảng dạy, lý luận chính trị, lý tưởng cách mạng, sinh viên*

Abstract

Regularly taking care of the youth's revolutionary ideal education is the Party's consistent point of view throughout the process of leading the Vietnamese revolution. This paper outlines the role of political theory subjects in the education of revolutionary ideals for students of the Academy of Policy and Development. From there, key solutions to improve the quality and effectiveness of the teaching of Political Theory subjects in educating revolutionary ideals for students of the Academy of Policy and Development, contributing to the development of political science, promoting the role of students in general, and students of the Academy in particular, in the current cause of national construction and

development, and national defense will be proposed.

Keywords: *Teaching, political theory, revolutionary ideals, students*

Đặt vấn đề

Lý tưởng cách mạng là định hướng giá trị cốt lõi, xuyên suốt, là mục tiêu phấn đấu của Đảng, của toàn dân tộc và mỗi người dân Việt Nam về độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội, về mục tiêu “Dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”. Nhận thức sâu sắc và hiện thực hóa từng bước lý tưởng cách mạng đó phù hợp với nhiệm vụ chính trị của từng thời kỳ cách mạng là trách nhiệm của cả hệ thống chính trị, của xã hội và mỗi người Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Đảng. Do đó, giáo dục lý tưởng cách mạng (GDLTCM) là một phần rất quan trọng trong việc đào tạo những thế hệ cách mạng, nhất là đối với sinh viên bởi sinh viên là lực lượng ưu tú sẽ hiện thực hóa khát vọng dân tộc Việt Nam cường thịnh, phát triển phồn vinh, hạnh phúc. Trong bối cảnh những biến động lớn về chính trị - xã hội đang tác động không nhỏ đến sinh viên, nhất là những tiêu cực từ mặt trái của nền kinh tế thị trường, sự suy thoái về đạo đức, lối sống chạy theo lợi ích vật chất, sự phai nhạt lý tưởng cách mạng, thiếu bản lĩnh chính trị... đang diễn ra, thì vấn đề GDLTCM, khơi dậy khát vọng cống hiến cho sinh viên nói chung và sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển càng trở nên cần thiết hơn bao giờ hết.

1. Hoạt động giảng dạy Lý luận chính trị ở Học viện Chính sách và Phát triển.

Trong hệ thống giáo dục Việt Nam hiện nay, hệ thống tri thức Lý luận chính trị (LLCT) là tổng thể các tri thức được khái

quát trong các môn học: Triết học Mác - Lênin, Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và Tư tưởng Hồ Chí Minh. Đây là các môn học nền tảng và bắt buộc trong các trường cao đẳng, đại học trên toàn quốc. V.I. Lênin đã khẳng định: “Không có lý luận cách mạng thì cũng không thể có phong trào cách mạng” [6]. Để đưa được lý luận cách mạng đó vào quần chúng nhân dân cần phải có những người làm công tác tư tưởng nói chung và đội ngũ thầy cô, giáo giảng dạy LLCT nói riêng. Giảng viên LLCT truyền đạt hệ thống tri thức LLCT, nhằm giúp cho người học từng bước hình thành thế giới quan duy vật biện chứng và nhân sinh quan cộng sản chủ nghĩa trong quá trình cải tạo xã hội cũ và xây dựng xã hội mới.

Giáo dục lý luận chính trị bao gồm nghiên cứu, học tập chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các văn kiện, chỉ thị, nghị quyết của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước. Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định: “Lý luận như cái kim chỉ nam, nó chỉ phương hướng cho chúng ta trong công việc thực tế. Không có lý luận thì lúng túng như nhắm mắt mà đi” (4). Lý luận rất quan trọng, vì lý luận chính trị giúp đội ngũ cán bộ, đảng viên có tư duy khoa học, có phương pháp làm việc biện chứng; có phương thức lãnh đạo và tổ chức quần chúng thực hiện nhiệm vụ chính trị, phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, ... phù hợp với quy luật khách quan.

Nghiên cứu, giảng dạy LLCT là một hoạt động có ý nghĩa rất quan trọng trong công tác tăng tư tưởng của Đảng. Đó là quá trình sử dụng các phương pháp, cách thức để luận chứng, giải thích một cách khoa học những khái niệm, quy luật, quan điểm chính trị đến người học nhằm giúp họ nhân

thức đúng đắn về những nguyên lý của chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh. Kiên định mục tiêu lý tưởng ĐLDT gắn liền với CNXH, thấm nhuần đường lối, quan điểm của Đảng, có khả năng vận dụng những tri thức đó vào cuộc sống, hình thành thế giới quan và nhân sinh quan mới, góp phần phát huy tính tích cực của người học vào quá trình nhận thức và hoạt động thực tiễn.

Giáo dục lý tưởng cách mạng cho thanh niên - sinh viên là trách nhiệm vụ chung của cả hệ thống chính trị, trong đó có đội ngũ giảng viên làm công tác nghiên cứu, giảng dạy LLCT. Trong thực tiễn, hoạt động nghiên cứu, giảng dạy LLCT đã tham gia và tác động vào tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội, đối tượng tác động trực tiếp là đội ngũ cán bộ của Đảng, chính quyền, Mặt trận Tổ quốc, các đoàn thể, sinh viên. Do đó, nhiệm vụ nghiên cứu, giảng dạy LLCT góp phần giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên trong tình hình mới càng trở nên quan trọng.

Chính vì vậy, công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho thanh niên nói chung và sinh viên nói riêng luôn nhận được sự quan tâm đặc biệt của Đảng, Thủ tướng Chính phủ và của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Ngày 24/3/2015, Ban Bí thư Trung ương Đảng đã ban hành Chỉ thị số 42-CT/TW về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống văn hóa cho thế hệ trẻ giai đoạn 2015-2030. Ngày 28/8/2015, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 1501/QĐ-TTg phê duyệt Đề án “Tăng cường giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống cho thanh niên, thiếu niên và nhi đồng giai đoạn 2015-2020”. Ngày 11/11/2021, Thủ tướng Chính phủ tiếp tục

phê duyệt Quyết định số 1895/QĐ-TTg ban hành Chương trình “Tăng cường giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống và khơi dậy khát vọng cống hiến cho thanh niên, thiếu niên, nhi đồng giai đoạn 2021-2030”.

Học viện Chính sách và Phát triển là trường đại học trực thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư. Trong 15 năm xây dựng và trưởng thành, Học viện đã rất chú trọng công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên. Học viện đã giao cho Bộ môn Lý luận chính trị - thuộc Khoa Cơ bản của Học viện Chính sách và Phát triển thực hiện chức năng giảng dạy các môn Lý luận chính trị theo chương trình của Bộ Giáo dục và Đào tạo, ngoài việc trang bị các kiến thức cơ bản của khối đại cương, giúp sinh viên nghiên cứu học tập tốt các môn khoa học cơ sở ngành và chuyên ngành, còn thực hiện mục tiêu giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên toàn Học viện.

Trong những năm qua, được sự quan tâm lãnh đạo của Đảng ủy Học viện, Ban Giám đốc, công tác giảng dạy các môn Lý luận chính trị nói chung và công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện đã đạt được những thành tựu nhất định, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực “vừa hồng, vừa chuyên” đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp đổi mới. Theo số liệu thống kê từ Phòng Chính trị và Công tác sinh viên: Giai đoạn 2015-2023 đã bồi dưỡng được gần 500 sinh viên - là những đoàn viên ưu tú được giới thiệu tham gia lớp Bồi dưỡng nhận thức về Đảng, trong số đó đã kết nạp được gần 40 sinh viên ưu tú đứng trong hàng ngũ của Đảng. Hàng năm, công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện còn thông qua những hoạt

động: Tuần sinh hoạt công dân - sinh viên đầu khóa, giữa khóa và cuối khóa, thực tế môn học Tư tưởng Hồ Chí Minh tại khu di tích lịch sử K9 - Đá Chông. Bên cạnh đó, Đoàn Thanh niên Học viện thường xuyên tổ chức cho sinh viên tham gia vào các chương trình như: Mùa hè xanh, Tết sẻ chia, Hiến máu tình nguyện, v.v.. Công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện còn được đưa vào trong các hoạt động câu lạc bộ sinh viên như: Câu lạc bộ Kỹ năng sống; CLB Startup & Marketing; CLB Sinh viên nghiên cứu khoa học, Công nghệ thông tin và truyền thông; CLB Sinh viên Tình nguyện, v.v.. Tất cả những hoạt động là minh chứng sinh động cho quá trình bồi dưỡng lý tưởng cách mạng, đào tạo thế hệ sinh viên Học viện ngày càng năng động, sáng tạo, tự tin đáp ứng yêu cầu của xã hội.

2. Những yêu cầu đặt ra đối với công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển hiện nay

Giáo dục lý tưởng cách mạng là một phần rất quan trọng trong việc đào tạo những thế hệ cách mạng, nhất là đối với học sinh, sinh viên bởi họ là lực lượng sẽ hiện thực hóa khát vọng dân tộc Việt Nam cường thịnh theo mục tiêu chiến lược “Dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”. Bên cạnh việc trau dồi những kiến thức về chuyên môn nghiệp vụ, tiếp thu kiến thức khoa học, công nghệ tiên tiến của thời đại, họ còn cần phải có được nhận thức đúng đắn về độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội, về vai trò lãnh đạo của Đảng, về sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc, sự kiên định lý tưởng cách mạng, là lực lượng xung kích trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

Lý tưởng cách mạng không hình thành một cách tự phát mà là kết quả của quá trình giáo dục, rèn luyện lâu dài với các nội dung, hình thức, phương pháp phù hợp. Chính vì vậy, Đại hội XIII của Đảng đề ra yêu cầu phải “Tăng cường giáo dục thế hệ trẻ về lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống văn hóa, nâng cao lòng yêu nước, tự hào dân tộc, nuôi dưỡng ước mơ, hoài bão, khát vọng vươn lên” [3].

Cùng với những kết quả đạt được, công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện hiện nay còn một số hạn chế. Cũng như một bộ phận thanh niên hiện nay, một bộ phận sinh viên Học viện sống thiếu lý tưởng, giảm sút niềm tin, có biểu hiện lệch lạc, có lối sống thực dụng, quá coi trọng giá trị vật chất, bản lĩnh chính trị non kém, dao động về lập trường tư tưởng, thờ ơ với những vấn đề chính trị - xã hội, dễ bị kích động, lôi kéo tham gia các hoạt động trái pháp luật. Trong học tập, sinh viên chưa xác định rõ mục tiêu học tập, vì vậy kết quả học tập của một bộ phận sinh viên chưa tốt dẫn đến bị buộc thôi học. Trước thực trạng chung đó, Nghị quyết số 25-NQ/TW của Hội nghị lần thứ bảy, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X nhận định: “Một bộ phận thanh niên sống thiếu lý tưởng, giảm sút niềm tin, ít quan tâm đến tình hình đất nước, thiếu ý thức chấp hành pháp luật, sống thực dụng, xa rời truyền thống văn hóa dân tộc. Học vấn của một bộ phận thanh niên nhất là thanh niên nông thôn, thanh niên dân tộc thiểu số còn thấp; nhiều thanh niên thiếu kiến thức và kỹ năng trong hội nhập quốc tế” [2].

Bên cạnh đó, tình hình vi phạm pháp luật trong thanh niên, sinh viên vẫn diễn biến phức tạp và ở mức cao “Một bộ phận giới trẻ giảm sút niềm tin, thiếu ý thức chấp hành pháp luật, sống thực dụng, thiếu lý

tưởng, xa rời truyền thống văn hoá tốt đẹp của dân tộc. Một số ít thanh niên, sinh viên bị các thế lực thù địch lôi kéo, kích động chống sự nghiệp cách mạng của Đảng và dân tộc ta. Tình trạng tội phạm và tệ nạn xã hội trong giới trẻ diễn biến phức tạp” [1]. Tội phạm và vướng vào các tệ nạn xã hội trong thanh niên, sinh viên có chiều hướng gia tăng, đặc biệt là tệ nạn ma túy, mại dâm. Tỷ lệ tội phạm hình sự trong thanh niên đang có chiều hướng tăng lên nhanh chóng, đặc biệt, tính chất côn đồ, nguy hiểm cũng ngày càng nghiêm trọng. Cùng với đó là những hiện tượng suy thoái đạo đức của thanh niên, sinh viên trong môi trường học đường diễn ra với tính chất ngày càng nghiêm trọng. Những hiện tượng trên chính là hồi chuông cảnh báo trong công tác giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống văn hóa cho thanh niên, sinh viên Việt Nam hiện nay là cần phải nhanh chóng chấn chỉnh kịp thời nhằm xây dựng con người Việt Nam vừa “hồng” vừa “chuyên” phục vụ đắc lực công cuộc xây dựng Chủ nghĩa xã hội hiện nay.

Nguyên nhân của tình trạng này xuất phát từ nhiều nguyên nhân. Do tác động của mặt trái cơ chế thị trường, sự xuống cấp, suy thoái về đạo đức, lối sống của một bộ phận không nhỏ cán bộ, đảng viên đã và đang gây tác động tiêu cực đến thế hệ trẻ. Không ít các vụ đại án liên quan đến tham nhũng liên quan đến một số cán bộ cấp cao đang gây nhức nhối, tác động mạnh đến tư tưởng, tình cảm của lớp trẻ. Các vụ đại án tham nhũng hiện nay trực tiếp tác động, làm giảm lòng tin của một bộ phận thanh niên, sinh viên nói chung với Đảng và Nhà nước và chế độ XHCN. Do bản thân một bộ phận giới trẻ không tự giác rèn luyện nên sa sút ý chí phấn đấu; thiếu sức đề

kháng, sức miễn dịch trước tác động của mạng xã hội, của phim ảnh, của thông tin xấu độc nên đã sa vào các tệ nạn xã hội, sống không có lý tưởng, coi đồng tiền là trên hết. Cuối cùng, nguyên nhân của mọi nguyên nhân là tình trạng “khoán trắng” công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho các cấp bộ Đoàn và các cơ sở giáo dục đào tạo; thiếu gắn kết giữa nhà trường, gia đình và xã hội trong giáo dục lý tưởng cách mạng và đạo đức lối sống cho thanh niên, sinh viên. Đó còn là tình trạng thái quá khi quá quan tâm đến các lĩnh vực, các cuộc vận động, các phong trào thi đua bề nổi nhưng lại “bỏ quên” nhiệm vụ quan trọng nhất, chiều sâu nhất đối với thanh niên, sinh viên là giáo dục tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống cho chính họ.

Cùng với những nguyên nhân trên, không thể không nhắc đến những nguyên nhân thuộc về: mục tiêu, nội dung và phương pháp giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên. Trong bối cảnh tình hình trong nước và thế giới có nhiều biến động khó lường, công tác giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức sinh viên đã có những thay đổi về mục tiêu, nội dung và phương pháp cho phù hợp với tình hình mới, song vẫn còn nhiều hạn chế. Nội dung giáo dục lý tưởng cách mạng còn chung chung, trừu tượng, chưa gắn với thực tế cuộc sống nên thiếu sức thuyết phục. Nội dung giáo dục hiện nay chưa kết hợp tốt giữa giáo dục lý tưởng cách mạng, giáo dục đạo đức, giáo dục văn hóa với giáo dục khoa học, công nghệ và kỹ thuật; nội dung chưa phù hợp với nhu cầu và xu thế thị trường lao động trong nước và quốc tế. Đặc biệt có một thời gian dài, chúng ta xem nhẹ việc giáo dục lý tưởng, đạo đức cho sinh viên, nếu có thì chỉ mang tính hình thức, kém hiệu quả.

Nhìn chung, nội dung giáo dục sinh viên Việt Nam hiện nay vẫn chỉ mới tập trung nhiều vào những vấn đề như giáo dục tri thức, giáo dục nghề nghiệp, công ăn, việc làm... Trong khi đó có những nội dung cơ bản, quan trọng và cấp bách vẫn chưa được quan tâm đúng mức, trong đó đặc biệt là những vấn đề giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức. Nghị quyết số 25-NQ/TW của Hội nghị lần thứ bảy Ban Chấp hành Trung ương khóa X khẳng định “Việc đổi mới nội dung và phương thức hoạt động của Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh và Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam chưa theo kịp sự phát triển của tình hình thanh niên” [2].

Ở Việt Nam, sinh viên là lực lượng đông đảo trong xã hội, được kế thừa truyền thống hiếu học của dân tộc, được Đảng, Nhà nước và toàn xã hội quan tâm, kỳ vọng là tương lai của đất nước, do vậy, một trong những nhiệm vụ quan trọng của Đảng ta là phải giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên. Việc này khác với giáo dục kiến thức, kỹ năng về khoa học, công nghệ, chuyên môn, nghiệp vụ, giáo dục lý tưởng chính là hình thành nền tảng tinh thần dân tộc, hình thành thế giới quan và nhân sinh quan cách mạng trong thế giới nội tâm của thế hệ trẻ, được khai mở từ học sinh phổ thông, được định hình ở lứa tuổi sinh viên. Đây là công việc thường xuyên, liên tục, tích hợp trong từng môn học với học tập trong chương trình, môn học chuyên biệt, có sự phối kết hợp giữa nhà trường, gia đình và xã hội. Tuyên truyền, giác ngộ, đưa sinh viên vào những hoạt động trải nghiệm xã hội là điều cần thiết, từ bỏ lối “tầm chương trích cú”.

Trọng tâm công tác giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống là những vấn đề cơ bản về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, chủ trương, đường lối

của Đảng, nhất là nội dung Chỉ thị số 42-CT/TW của Ban Bí thư về “Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống văn hóa cho thế hệ trẻ giai đoạn 2015-2030” và Nghị quyết Trung ương 4 khóa XI, XII, về tăng cường xây dựng và chỉnh đốn Đảng. Những nội dung này trang bị cho thanh niên, sinh viên thế giới quan, phương pháp luận đúng đắn, căn bản, nền tảng, để có thể luận giải những vấn đề thực tiễn đặt ra. Trên cơ sở đó giúp thanh niên, sinh viên hiểu rõ hơn, đầy đủ và chính xác hơn vai trò của chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, quan điểm của Đảng trong xây dựng đất nước theo định hướng XHCN, giữ vững lập trường trước những âm mưu, thủ đoạn và hành động chống phá của các thế lực thù địch đối với cách mạng nước ta, nhận thức đúng các giá trị chân, thiện, mỹ để phấn đấu học tập, rèn luyện, công tác, sẵn sàng công hiến. Đại hội XIII của Đảng cũng đã chỉ rõ thời gian tới cần phải “Tăng cường giáo dục thế hệ trẻ về lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống văn hóa, nâng cao lòng yêu nước, tự hào dân tộc, nuôi dưỡng ước mơ, hoài bão, khát vọng vươn lên; nêu cao tinh thần trách nhiệm đối với đất nước, với xã hội” [3]. Mới đây nhất, ngày 18/5/2021, Bộ Chính trị đã ban hành Kết luận số 01-KL/TW về tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 05-CT/TW ngày 15/5/2016 của Bộ Chính trị khóa XII về “Đẩy mạnh học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh”. Trong đó nhấn mạnh, đổi mới mạnh mẽ nội dung, phương pháp, hình thức học tập, tuyên truyền về tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh trong cán bộ, đảng viên và nhân dân, nhất là cho thế hệ trẻ, cho cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài. Thường xuyên bồi dưỡng lý

tưởng cách mạng, xây dựng đạo đức, lối sống theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh cho đội ngũ cán bộ, đảng viên, nhất là thế hệ trẻ. Đây là sự định hướng của Đảng có ý nghĩa quan trọng đối với công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho thế hệ trẻ nói chung, sinh viên Học viện nói riêng.

Để thực hiện tốt mục tiêu đề ra, hơn lúc nào hết cần phải tạo bước chuyển biến căn bản, toàn diện về công tác giáo dục lý tưởng cho thế hệ trẻ, nhất là với sinh viên, trước hết thông qua việc giảng dạy các môn lý luận chính trị. Trong đó, việc học tập các môn như: Triết học, Kinh tế chính trị học, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Tư tưởng Hồ Chí Minh và Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam là một trong những hình thức nổi bật nhất, giữ vai trò quan trọng.

Thông qua học tập các môn Lý luận chính trị, giảng viên tác động vào đối tượng sinh viên để truyền thụ, luận giải, phân tích một cách khoa học những nguyên lý của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam, giúp sinh viên tiếp thu tri thức khoa học, hình thành thế giới quan, nhân sinh quan cách mạng; có lý tưởng, tư duy khoa học, đạo đức cách mạng, năng lực sáng tạo trong hoạt động thực tiễn; nắm được những kiến thức căn bản, cốt lõi, quan trọng để xây dựng cơ sở khoa học cho nhận thức và niềm tin vững chắc vào sự nghiệp cách mạng, vào sự lựa chọn và con đường độc lập dân tộc gắn liền chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam.

Một điểm cần chú ý nữa là, các môn học lý luận chính trị cần cập nhật một số điểm mới của Đảng được nêu trong Nghị quyết Đại hội XIII, trong những bài viết mới đây của Tổng Bí thư Nguyễn Phú

Trọng về khát vọng dân tộc, về chủ nghĩa xã hội khoa học và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam, để giúp sinh viên có thêm nhãn quan chính trị trong thời đại mới. Từ đó, làm cho chủ nghĩa xã hội được nhận thức đúng đắn trên cơ sở nắm vững, quán triệt, thấm sâu, vận dụng sáng tạo và phát triển chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, lấy đó làm nền tảng tư tưởng và kim chỉ nam cho hành động cách mạng.

3. Biện pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác giảng dạy các môn Lý luận chính trị trong việc giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển.

Để nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên Học viện Chính sách và Phát triển trong thời gian tới, cần thực hiện những biện pháp trọng tâm như sau:

Thứ nhất, tăng cường vai trò lãnh đạo, quản lý của Đảng ủy, Hội đồng học viện, Ban Giám đốc Học viện, các đoàn thể chính trị - xã hội trong Học viện. Trong đó, cần có kế hoạch thường xuyên tổ chức kiểm tra, đánh giá, tổng kết và rút kinh nghiệm về việc áp dụng các phương pháp dạy và học tích cực vào trong tất cả các môn học, trong đó có các môn Lý luận chính trị. Cần tăng cường đầu tư cơ sở vật chất như hệ thống âm thanh, ánh sáng, đầu tư trang thiết bị, phương tiện hiện đại như máy chiếu, micro không dây... đồng thời không nên bố trí lớp học quá đông sinh viên. Đồng thời xây dựng thư viện với số lượng giáo trình, sách báo, tạp chí, nhất là những tài liệu liên quan đến lĩnh vực chính trị tư tưởng. Bên cạnh đó Đảng ủy, Ban Giám đốc cũng cần quan tâm hơn nữa cả về vật chất lẫn tinh thần đến các hoạt động của Đoàn Thanh niên, Hội Sinh viên trong

việc tổ chức các hoạt động ngoại khóa sinh động, hấp dẫn, mang tính tư tưởng cao.

Thứ hai, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, giảng viên làm công tác giảng dạy các môn khoa học Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh.

Đối với đội ngũ cán bộ, giảng viên giảng dạy các môn Lý luận chính trị, tư tưởng cần phải khơi dậy cho sinh viên sự hứng thú, ham thích, say mê nhận thức và vận dụng kiến thức chính trị tư tưởng. Trong giảng dạy, truyền đạt kiến thức, các chủ thể cần định hướng giá trị sống có lý tưởng cách mạng, hun đúc ý chí vươn lên trong học tập và cuộc sống; điều chỉnh phương pháp giảng dạy, giảm thuyết trình, tăng cường trao đổi, gợi mở vấn đề cho sinh viên thảo luận và tăng cường khả năng tự nghiên cứu. Giảng viên cần giới thiệu những vấn đề căn bản, mang tính nguyên lý về chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước; áp dụng những phương pháp giảng dạy tích cực để định hướng sinh viên biết tìm đọc tài liệu tham khảo, tự học, tự nghiên cứu để thu nhận và mở mang tri thức. Bên cạnh đó cần đa dạng hóa các phương pháp như đóng vai, thảo luận nhóm..., thậm chí tổ chức các trò chơi có liên quan đến nội dung học tập, tạo nên không khí học tập sôi nổi hấp dẫn sinh viên.

Thứ ba, phát huy vai trò nêu gương của người giảng viên giảng dạy các môn LLCT. Muốn xây dựng ở sinh viên lý tưởng cách mạng thì trước hết người giảng viên phải có lý tưởng cách mạng. Bản thân người giảng viên phải là tấm gương mẫu mực về đạo đức, lối sống, tác phong điều lệnh, luôn không ngừng tự rèn luyện bản thân, nâng cao khả năng chuyên môn thì

sinh viên mới tin tưởng, học tập làm theo. Bên cạnh đó, trong quá trình giảng dạy, xuất phát từ tính đặc thù của mỗi môn học có thể lồng ghép, liên hệ những câu chuyện kể về những tấm gương sáng trong thực tế như Chủ tịch Hồ Chí Minh, các nhà kinh điển của Chủ nghĩa Mác - Lênin.

Thứ tư, từng bước đổi mới chương trình, nội dung, phương pháp dạy học các môn khoa học Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và phương pháp giáo dục chính trị tư tưởng, lý tưởng cách mạng cho sinh viên.

Nếu trước đây chúng ta quen với cách dạy là phương pháp thuyết trình. Thầy giảng, trò nghe, thầy đọc, trò ghi, thì hiện nay, định hướng quan trọng của việc đổi mới phương pháp dạy học là biến quá trình dạy học thành quá trình hoạt động và tự học, lấy học trò làm trung tâm. Vì vậy, các thầy cô nên thông qua quá trình giảng dạy, giảng viên làm toát lên vai trò ý nghĩa to lớn vĩ đại của việc tìm hiểu học tập tư tưởng chính trị, tạo cho sinh viên niềm tự hào về truyền thống kiên cường bất khuất của các thế hệ cha anh dưới sự lãnh đạo của Đảng. Cùng cố niềm tin cho sinh viên về công cuộc đổi mới đất nước do Đảng khởi xướng và lãnh đạo hiện nay thông qua giáo dục chủ nghĩa Mác - Lênin; Tư tưởng Hồ Chí Minh; Đường lối, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước cho sinh viên. Khuyến khích xây dựng các bài giảng, video clip, hình ảnh, bài viết về giáo dục đạo đức, lối sống phù hợp với từng cấp học. Xây dựng môi trường học đường an toàn, lành mạnh, thân thiện. Cần chú trọng hướng dẫn học sinh các kỹ năng học tập, làm việc như: phương pháp tự học, tự nghiên cứu; tăng cường tổ chức cho các em học tập, nghiên cứu, làm việc nhóm;

khuyến khích, hướng dẫn và tạo điều kiện để học sinh nghiên cứu khoa học, vận dụng các kiến thức đã học vào thực tế. Tăng cường giáo dục các kỹ năng xã hội, kỹ năng ứng xử nhằm giúp học sinh có thái độ và hành vi tích cực, có khả năng nhìn nhận vấn đề, giải quyết tình huống theo hướng tích cực, biết thích nghi với từng hoàn cảnh cụ thể, biết ứng phó, tránh xa cái xấu như: chống lại sự cám dỗ của các tệ nạn xã hội, bạo lực học đường. Chú trọng kết hợp chặt chẽ giữa nhà trường, gia đình và xã hội; bằng nhiều hoạt động trải nghiệm đa dạng, phong phú như: qua hoạt động sinh hoạt trong gia đình; qua hoạt động văn hóa, nghệ thuật, hoạt động xã hội, hoạt động ngoại khóa, hoạt động tham quan, dã ngoại; qua các hoạt động đoàn, đội.

Thứ năm, tăng cường vai trò của phòng Phòng Chính trị và Công tác sinh viên, Đoàn Thanh niên trong việc nâng cao chất lượng giáo dục lý tưởng cách mạng cho sinh viên. Phòng Chính trị và Công tác sinh viên là nơi tham mưu cho Đảng ủy, Ban Giám đốc và chịu trách nhiệm triển khai về nội dung, chương trình các hoạt động văn hóa, chính trị tư tưởng trong nhà trường theo từng học kỳ, từng năm học. Vì thế nhà trường nên tạo ra môi trường học thuật gắn với văn hóa chính trị. Cần đa dạng hóa các hình thức giáo dục ngoại khóa như nói chuyện chuyên đề, báo cáo thời sự, nghị quyết, tham quan, nghiên cứu thực tế, các hình thức văn hóa, thể thao, các cuộc thi tìm hiểu về lý luận chính trị, tư tưởng. Phát triển các hoạt động ngoại khóa, hoặc tổ chức các cuộc thi, các trò chơi có thưởng trong các hoạt động mạng tính chính trị nhân kỷ niệm các ngày lễ lớn như Ngày sinh nhật Bác, Ngày thành lập Đảng Cộng sản Việt Nam, Ngày thành lập Đoàn

Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh.... Cần tổ chức tốt các hoạt động thực tiễn như “Đội văn nghệ xung kích”, “Thanh niên tình nguyện”, “Tiếp sức mùa thi”, “Mùa hè xanh”...Môi trường thực tiễn chính là nơi để sinh viên hiểu rõ hơn và có cơ hội vận dụng các kiến thức chính trị tư tưởng, thể hiện và kiểm nghiệm đạo đức, lý tưởng cách mạng của mình.

Thứ sáu, sinh viên cần nhận thức đúng, hành động đúng đối với sự cần thiết phải học lý luận chính trị, tu dưỡng đạo đức cách mạng, bồi dưỡng lý tưởng cách mạng.

Sinh viên cần nhận thức rằng không ai khác, chính mình là những chủ nhân tương lai của đất nước, đất nước đang trông chờ rất nhiều ở việc học tập và rèn luyện của sinh viên. Việc học tập các môn chuyên ngành là điều cần thiết, song nếu chỉ có kiến thức chuyên ngành sinh viên sẽ bị lạc hậu về mặt lý luận, vì việc học tập các môn khoa học Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh giúp họ nắm bắt được những kiến thức cơ bản, kết hợp với việc liên hệ thực tiễn, từ đó có tư duy độc lập, đúng đắn, hành động phù hợp trong cuộc sống, qua đó sinh viên có được phương pháp tiếp cận, nắm bắt thông tin, kiến thức một cách hiệu quả nhất. Học lý luận chính trị là học phương pháp luận tiên tiến, là trang bị nền tảng tư tưởng cách mạng, tư duy đúng về thế giới, biết hành động có ích cho xã hội.

Sinh viên cần tự giác học tập, nghiên cứu, tìm hiểu và chấp hành nghiêm pháp luật nhà nước, nhất là pháp luật về tư tưởng chính trị; không tham gia các hoạt động tệ nạn xã hội (cờ bạc, nghiện ma túy, nghiện rượu, đua xe trái phép). Chấp hành nghiêm những quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo, nội quy, kỷ luật của nhà trường. Sinh viên nên tích cực tham gia các phong trào

của Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam, phong trào Bảo vệ an ninh trật tự trong trường học và nơi cư trú.

Kết luận

Để phát huy tốt vai trò của công tác giảng dạy các môn LLCT trong việc giáo dục lý tưởng cách mạng của sinh viên, người giảng viên giảng dạy các môn LLCT trong thời gian tới cần chú ý trước hết việc đảm bảo nội dung và phương pháp dạy học phù hợp, phát huy vai trò nêu gương và phối hợp chặt chẽ với các đơn vị khác trong việc quản lý, giáo dục sinh viên. Làm tốt những vấn đề trên sẽ góp phần hình thành và phát triển những thế hệ sinh viên có lý tưởng cách mạng đúng đắn, thực hiện theo lời căn dặn của Chủ tịch Hồ Chí Minh trong Di chúc với thanh niên rằng: “Đảng cần phải chăm lo giáo dục đạo đức cách mạng cho họ, đào tạo họ thành những người thừa kế xây dựng chủ nghĩa xã hội vừa “hồng”, vừa “chuyên”. Bồi dưỡng thế hệ cách mạng cho đời sau là một việc rất

quan trọng và rất cần thiết” [5].

Tài liệu tham khảo

1. Chỉ thị số 42-CT/TW ngày 24-3-2015 của Ban Bí thư “Về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống văn hóa, cho thế hệ trẻ giai đoạn 2015-2030”.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Hội nghị lần thứ bảy Ban chấp hành Trung ương khóa X*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2008, tr.37, 38.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, t.I, tr.168.
4. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2011, t.5, tr.273
5. Hồ Chí Minh, *Toàn tập*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2011, t.15, tr 622
6. V.I. Lênin: *Toàn tập*, Nxb. Tiến bộ, Mátxcova, 1975, t.6, tr.30