Tạp chí

TÀI CHÍNH - QUẢN TRỊ KINH DOANH

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - QUẢN TRỊ KINH DOANH

JOURNAL OF FINANCE AND BUSINESS ADMINISTRATION

TẠP CHÍ
TÀI CHÍNH -
QUẢN TRỊ KINH DOANH
Số 36 - Tháng 12/2024

TÒA SOẠN
Trường Đại học
Tài chính - Quản trị kinh doanh,
Trưng Trắc, Văn Lâm, Hưng Yên.
Điện thoại: 02213.980.757
Website: http://tcqtkd.edu.vn
Email:
tapchitcqtkd@ufba.edu.vn
PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:
NGUYỄN TRỌNG NGHĨA
THƯ KÝ:
ĐÀO VĂN TÚ
HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:
LÊ TUẤN HIỆP
LÊ VĂN BỀN
ĐẶNG VĂN THANH
NGUYỄN HUY CƯỜNG
NGUYỄN THÀNH ĐỘ
NGUYỄN THỊ BÍCH ĐIỆP
NGUYỄN QUANG HIỆP
ĐỖ ĐỨC MINH
ĐỖ THỊ MINH NHÂM
NGUYỄN THỊ CẨM THÚY
NGUYỄN THỊ THÚY
NGUYỄN XUÂN TRUNG
ĐỖ TIẾN TỚI
TRỊ SỰ:
ĐỖ MINH NGỌC

ISSN 2525 - 2305
In 500 cuốn, khổ 19x27 cm.
Giấy phép hoạt động báo chí số: 723/GP-BTTTT, Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 29/12/2015.
In tại công ty TNHH In & Thương mại Thái Dương, phường Minh Khai, quận Bắc Từ Liêm, Thành Phố Hà Nội. In xong và nộp lưu chiểu Quí I Năm 2025

MỤC LỤC

1 Nghiên cứu ảnh hưởng của quản lý & đánh giá kết quả làm việc và thù lao & khen thưởng tới hành vi xanh của nhân viên tại các doanh nghiệp Việt Nam
Nguyễn Thị Liên Hương, Hà Nguyễn Ngọc Linh 3

2 Quy định xử lý hành vi thao túng thị trường chứng khoán: Kinh nghiệm quốc tế, thức trạng và khuyến nghị cho Việt Nam
Phạm Tiến Đạt, Nguyễn Trung Thành, Nguyễn Minh Đức 13

3 Kinh nghiệm giáo dục khởi nghiệp của một số trường đại học trên thế giới và bài học cho Việt Nam
Đào Văn Tú, Nguyễn Năng Khoa 20

4 Hoạt động thẩm định giá bất động sản theo quy định hiện hành
Trần Đình Thắng, Nguyễn Minh Nhật 29

5 Tạo động lực làm việc cho nhân viên y tế tại các bệnh viện công lập tự chủ tài chính thông qua các công cụ phi tài chính
Nguyễn Thị Phương Thùy, Đắc Thị Khánh Huyền, Nguyễn Đức Anh 37

6 Công nghiệp phụ trợ ở các nước Đông Á và bài học cho Việt Nam
Đỗ Văn Lương, Nguyễn Văn Thế 45

7 Nguồn nhân lực số trong phát triển kinh tế số ở Việt Nam
Nguyễn Thị Hồng Thúy 53

8 Phát triển thị trường bán lẻ Việt Nam trong bối cảnh hiện nay
Nguyễn Thị Ngọc Hà, Lương Minh Ngọc, Vũ Anh Dũng 62

9 Tài chính xanh trong sự phát triển bền vững năng lượng tái tạo tại Việt Nam
Bùi Văn Bằng 71

10 Hành vi tiêu dùng xanh của người Việt - Thực trạng và giải pháp
Dương Thị Trang, Hoàng Thị Mậu 80

JOURNAL OF FINANCE AND BUSINESS ADMINISTRATION

No 36 - 12/2024

EDITORIAL OFFICE
The University of Finance and Business Administration,
Trung Trac, Van Lam, Hung Yen
Tel: (84.4) 2213.980.757
Website: http://tcqtkd.edu.vn
Email: tapchitcqtkd@ufba.edu.vn

DEP. EDITOR-IN-CHIEF:
NGUYEN TRONG NGHIA

EDITORIAL SECRETARY:
DAO VAN TU

EDITORIAL BOARD:
LE TUAN HIEP
LE VAN BEN
DANG VAN THANH
NGUYEN HUY CUONG
NGUYEN THANH DO
NGUYEN THI BICH DIEP
NGUYEN QUANG HIEP
DO DUC MINH
DO THI MINH NHAM
NGUYEN THI CAM THUY
NGUYEN THI THUY
NGUYEN XUAN TRUNG
DO TIEN TOI

MANAGER
DO MINH NGOC
ISSN 2525 – 2305

THE TABLE OF CONTENTS

1 Research on the impact of performance management &appraisal and reward & payment system on employees' green behavior in Vietnamese enterprises
Nguyen Thi Lien Huong, Ha Nguyen Ngoc Linh 3

2 Regulations on handling stocks market manipulation: International experience, status and recommendations for Vietnam
Pham Tien Dat, Nguyen Trung Thanh, Nguyen Minh Duc 13

3 Entrepreneurship education experiences of some universities in the world and lessons for Vietnam
Dao Van Tu, Nguyen Nang Khoa 20

4 Real estate valuation activities according to current regulations
Tran Dinh Thang, Nguyen Minh Nhat 29

5 Motivation for health staff at public hospitals through non - financial tools
Nguyen Thi Phuong Thuy, Dac Thi Khanh Huyen, Nguyen Duc Anh 37

6 Supporting industry in East Asian Countries and lessons for Vietnam
Do Van Luong, Nguyen Van The 45

7 Digital human resources in digital economic development in Vietnam
Nguyen Thi Hong Thuy 53

8 Developing Vietnam's retail market in the current context
Nguyen Thi Ngoc Ha, Luong Minh Ngoc, Vu Anh Dung 62

9 Green finance in the sustainable development of renewable energy in Vietnam
Bui Van Bang 71

10 Green consumer behavior in Vietnam - Current situation and soluations
Duong Thi Trang, Hoang Thi Mau 80

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA QUẢN LÝ & ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ LÀM VIỆC VÀ THÙ LAO & KHEN THƯỞNG TỚI HÀNH VI XANH CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Nguyễn Thị Liên Hương[1], Hà Nguyễn Ngọc Linh[2]

Ngày nhận bài: *23/08/2024*
Ngày nhận bài sửa: *18/10/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: *Nghiên cứu này đánh giá mức độ ảnh của quản lý & đánh giá kết quả làm việc và thù lao & khen thưởng tới hành vi xanh trong và ngoài phạm vi công việc của nhân viên tại các doanh nghiệp Việt Nam. Nhóm tác giả tiến hành khảo sát và thu được 403 phiếu khảo sát hợp lệ. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả 2 nhân tố quản lý & đánh giá kết quả làm việc và thù lao & khen thưởng đều có tác động tích cực tới hành vi xanh trong và ngoài phạm vi công việc của nhân viên. Ngoài ra, trong nghiên cứu này nhóm tác giả đã bổ sung thêm nhân tố nhận thức môi trường nhằm đánh giá mức độ ảnh hưởng điều tiết của nó tới mối quan hệ giữa các biện pháp quản trị nhân sự và hành vi xanh của nhân viên. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, nhân tố nhận thức môi trường của nhân viên có ảnh hưởng điều tiết tới mối quan hệ giữa quản lý & đánh giá kết quả làm việc và hành vi xanh ngoài phạm vi công việc. Đồng thời nhận thức môi trường của nhân viên cũng điều tiết mối quan hệ giữa thù lao & khen thưởng và hành vi xanh ngoài phạm vi công việc.*

Từ khóa: *hành vi xanh trong phạm vi công việc, hành vi xanh ngoài phạm vi công việc, nhận thức môi trường*

RESEARCH ON THE IMPACT OF PERFORMANCE MANAGEMENT &APPRAISAL AND REWARD & PAYMENT SYSTEM ON EMPLOYEES' GREEN BEHAVIOR IN VIETNAMESE ENTERPRISES

Abstract: *In this study, the impact of performance management & appraisal on in-role and extra-role green behavior of employees in Vietnamese enterprises is evaluated. The research team conducted a survey and obtained 403 valid responses. The research results show that both factors, performance management & appraisal, positively influence employees' in-role and extra-role green behavior. Additionally, in this study, the authors have incorporated the factor of environmental awareness to evaluate the moderating impact of this awareness on the relationship between human resource management practices and employees' green behavior. This results show that environmental awareness moderates the relationship between performance management & appraisal and extra-role green behavior. In additions, environmental awareness moderates the relationship between the reward & payment system and extra-role green behavior.*

Keywords: *in-role green behavior, extra-role green behavior, environmental awareness.*

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh bảo vệ môi trường và phát triển bền vững ngày càng trở thành ưu tiên hàng đầu, các doanh nghiệp không chỉ chú trọng vào hiệu quả kinh tế mà còn cần tích hợp trách nhiệm xã hội và môi trường vào chiến lược hoạt động. Điều này yêu cầu sự chú trọng đặc biệt đến hành vi xanh của nhân viên, yếu tố quan trọng góp phần nâng cao hiệu suất xanh và đạt được các mục tiêu phát triển bền vững.

Hành vi xanh của nhân viên, bao gồm cả trong (IGB) và ngoài (EGB) phạm vi công việc, đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy sự bền

[1] Tiến sỹ, Đại học Kinh tế quốc dân, email: lienhuong@neu.edu.vn
[2] Cử nhân, Công ty cổ phần Quốc tế Tường Vân

vững. Nghiên cứu tại Công ty Thép Sài Gòn cho thấy thái độ xanh của nhân viên có tác động tích cực đến hành vi làm việc xanh, gợi ý rằng phát triển thái độ xanh có thể khuyến khích nhân viên thực hiện nhiều hành vi xanh hơn trong công việc (Vũ Thị Hạnh Tâm, 2024). Bên cạnh đó, khảo sát về tiêu dùng xanh tại Việt Nam cho thấy 83% người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm xanh vì lợi ích sức khỏe và 82% để giảm thiểu tác hại môi trường, tuy nhiên giá cả cao vẫn là rào cản lớn khi 78% người tiêu dùng gặp khó khăn trong việc tiếp cận sản phẩm xanh (Thời báo Người Đô Thị, 2024).

Tại Việt Nam, các doanh nghiệp đang đối mặt với thách thức cân bằng giữa tăng trưởng kinh tế và bảo vệ môi trường. Mặc dù vậy, việc áp dụng các biện pháp khuyến khích hành vi xanh vẫn còn hạn chế, phần lớn vì thiếu nghiên cứu chuyên sâu về tác động của các yếu tố quản trị nhân sự, như quản lý và đánh giá kết quả làm việc (PMA), thù lao & khen thưởng (RP), đến hành vi xanh của nhân viên. Đồng thời, vai trò điều tiết của nhận thức về môi trường (EA) trong mối quan hệ này vẫn chưa được làm rõ.

Nghiên cứu này sẽ kiểm định ảnh hưởng của các yếu tố quản trị nhân sự, bao gồm PMA và RP, đến IGB và EGB của nhân viên. Nghiên cứu cũng bổ sung biến EA để đánh giá vai trò điều tiết của nó trong mối quan hệ giữa các biện pháp quản trị PMA và RP và IGB và EGB, qua đó giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược quản lý bền vững, tăng cường trách nhiệm môi trường và góp phần vào phát triển bền vững.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Hành vi xanh của nhân viên

Qua tổng quan các tài liệu nghiên cứu, hành vi xanh được chia thành hai loại chính: hành vi xanh trong công việc và hành vi xanh ngoài công việc (Bissing-Olson & cộng sự, 2012; Dumont & cộng sự, 2017; Zhang & cộng sự, 2019). IGB bao gồm các hành vi mà nhân viên phải thực hiện trong quá trình làm việc chính thức để bảo vệ môi trường. Bissing-Olson & cộng sự (2012) định nghĩa IGB là mức độ hoàn thành nhiệm vụ theo cách thân thiện với môi trường. Dumont & cộng sự (2017) mở rộng định nghĩa này, coi đó là các hành vi bắt buộc nhân viên phải thực hiện theo yêu cầu công việc. Các nghiên cứu của Francoeur & cộng sự (2021) và Zhang & cộng sự (2019) nhấn mạnh rằng IGB là những nhiệm vụ được giao và phải tuân theo quy định của doanh nghiệp.

Ngược lại, EGB là các hành vi tự nguyện, không thuộc nhiệm vụ chính thức và không nằm trong hệ thống đánh giá kết quả công việc. Những hành vi này thể hiện tính chủ động của nhân viên, như tắt máy tính khi tan giờ làm hay tắt đèn khi không sử dụng (Dumont & cộng sự, 2017). Paillé & Boiral (2013) cũng cho rằng EGB chủ yếu là sự tự nguyện của nhân viên tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường mà không bị bắt buộc. Zhang & cộng sự (2019) nhấn mạnh sự sáng tạo và trách nhiệm của nhân viên khi tự mình đề xuất, tham gia vào các sáng kiến xanh mà không có sự can thiệp của doanh nghiệp.

Sự khác biệt rõ rệt giữa EGB và IGB là tính bắt buộc và tự nguyện. IGB được quy định và đánh giá rõ ràng, trong khi EGB chủ yếu mang tính chủ động và tự nguyện. Tuy nhiên, cả hai loại hành vi này đều góp phần bảo vệ môi trường và thúc đẩy sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp.

2.2. Quản lý và đánh giá kết quả làm việc

Trong quản trị nhân sự, các thực hành về quản lý và đánh giá kết quả làm việc đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện hiệu suất của nhân viên và doanh nghiệp. PMA được coi là một quá trình liên tục nhằm cải thiện hiệu suất. Armstrong (2006) định nghĩa đây là một hệ thống có mục tiêu nâng cao hiệu suất tổ chức thông qua hiệu suất cá nhân của nhân viên. Mone & London (2018) và Wang (2022) đều khẳng định rằng quá trình này không chỉ bao gồm hiệu suất cá nhân mà còn liên quan đến hiệu suất toàn tổ chức, nhấn mạnh rằng quản lý kết quả hoạt động là một phần thiết yếu trong chiến lược phát triển tổ chức.

PMA là công cụ dùng để đo lường hiệu suất công việc của nhân viên. Fletcher (2001)

cho rằng đây là quy trình mà người quản lý trực tiếp đánh giá hiệu suất thông qua các báo cáo. PMA không chỉ là hình thức phản hồi mà còn là cơ sở để quyết định thăng chức, xét duyệt lương thưởng và đánh giá nhu cầu thăng tiến của nhân viên, từ đó nâng cao hiệu suất công việc (Appelbaum & cộng sự, 2011). Bowra & Nasir (2014) cho rằng PMA là một chương trình chính thức, trong đó nhân viên biết được kỳ vọng của người sử dụng lao động và được đánh giá mức độ đáp ứng những kỳ vọng đó.

2.3. Thù lao & khen thưởng

Thù lao và khen thưởng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hiệu quả công việc và phát triển bản thân của nhân viên. Thường bao gồm tiền lương, tiền thưởng và các phần thưởng phi tài chính như kỳ nghỉ hoặc cổ phiếu thưởng, thù lao và khen thưởng giúp tăng động lực và hiệu suất làm việc. Theo Rubino (1997), RP bao gồm các khuyến khích tài chính để hỗ trợ đạt mục tiêu công việc.

Các nghiên cứu của Bush (2003) và Samatha Anku & cộng sự (2018) cũng nhấn mạnh rằng RP bao gồm cả yếu tố tài chính và phi tài chính, nhằm động viên nhân viên đóng góp cho tổ chức. Trong khi một số nghiên cứu như Hsieh & Chen (2011) tập trung vào tiền lương, các nghiên cứu khác như Renwick & cộng sự (2013) lại chú trọng vào phần thưởng phi tài chính, như lợi ích từ tham gia hoạt động bảo vệ môi trường.

Mặc dù có sự khác biệt nhỏ về phạm vi và loại phần thưởng, tất cả các định nghĩa đều nhấn mạnh giá trị mà nhân viên nhận được từ mối quan hệ công việc, và sự quan trọng của RP trong việc thúc đẩy động lực và hiệu suất làm việc.

2.4. Nhận thức về môi trường

Nhận thức về môi trường đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hành vi thân thiện với môi trường và giải quyết các vấn đề môi trường. Đây là yếu tố kích thích thái độ và tình cảm tích cực đối với hành vi bảo vệ môi trường, giúp định hình hành vi của con người hướng tới bảo vệ môi trường (Mei & cộng sự, 2016). Klöckner (2013) cho rằng hành vi môi trường là điều kiện cần thiết để đối phó với các thảm họa môi trường, đặc biệt trong việc giải quyết các yếu tố hình thành hành vi này.

Nghiên cứu của Altin & cộng sự (2014) mô tả EA là hiểu biết về các vấn đề môi trường và sự tham gia tích cực vào các tổ chức bảo vệ môi trường. Theo Gadenne & cộng sự (2009), các yếu tố như tiếp cận thông tin, thời gian, chi phí và đặc điểm cá nhân của chủ sở hữu, nhà quản lý ảnh hưởng đến mức độ EA. Nhận thức này không chỉ bao gồm hiểu biết mà còn thái độ và cam kết hành động để bảo vệ môi trường (Shah & cộng sự, 2021). EA là một khái niệm đa chiều, bao gồm nhận thức, thái độ và hành vi, được hình thành qua học hỏi và rèn luyện sinh thái (Cherdymova et al., 2018).

3. Phát triển các giả thuyết nghiên cứu

3.1. Mối quan hệ giữa quản lý và đánh giá kết quả làm việc với hành vi xanh

Quản lý và đánh giá kết quả làm việc là một hệ thống đánh giá các hoạt động của nhân viên trong quá trình quản lý môi trường (Jabbour & Santos, 2008). Thực hành quản lý kết quả hoạt động xanh nhằm thúc đẩy nhân viên thực hiện các hành vi hỗ trợ các mục tiêu về môi trường của doanh nghiệp. Kết hợp quản lý và đánh giá sẽ giúp điều chỉnh các hành vi của nhân viên hướng tới các mục tiêu bền vững của doanh nghiệp (Chaudhary, 2019). Quản lý và đánh giá kết quả làm việc xanh có vai trò thúc đẩy động lực cho nhân viên thực hiện các hành vi xanh (Muisyo & Qin, 2021). Thông qua quản lý và đánh giá kết quả làm việc tạo điều kiện thuận lợi cho quản lý môi trường, đảm bảo nhân viên tham gia vào hành vi thân thiện với môi trường tại nơi làm việc (Al-Ghazali & Afsar, 2021). Quản lý tạo ra các chỉ số hiệu suất xanh để hình thành các tiêu chí xanh hướng dẫn nhân viên thực hành theo (Iftikar & cộng sự, 2022). Dựa trên những tiêu chí này, người đánh giá sẽ xem xét đánh giá từng cá nhân từ đó giúp nhân viên nhận thức về hiệu suất của bản thân về các hành vi xanh.

Từ các diễn giải trên các tác giả đề xuất kiểm định các giả thuyết sau :

H1a: Quản lý & đánh giá kết quả làm việc của nhân viên ảnh hưởng trực tiếp tới hành vi xanh trong phạm vi công việc của nhân viên.

H1b: Quản lý & đánh giá kết quả làm việc của nhân viên ảnh hưởng trực tiếp tới hành vi xanh ngoài phạm vi công việc của nhân viên.

3.2. Mối quan hệ giữa thù lao & khen thưởng với hành vi xanh

Thù lao & khen thưởng được coi là công cụ hiệu quả trong việc thúc đẩy hành vi xanh của nhân viên, cả trong và ngoài phạm vi công việc. Các nghiên cứu (Dumont & cộng sự, 2017; Jabbour & Santos, 2008; Renwick & cộng sự, 2013) nhấn mạnh rằng các chương trình phúc lợi xanh, như trợ cấp phương tiện công cộng hoặc chương trình tái chế rác thải, không chỉ tăng cường hành vi xanh trong công việc mà còn khuyến khích nhân viên thực hiện các hành động thân thiện với môi trường ngoài giờ làm.

Người lao động trong các doanh nghiệp có phúc lợi xanh thường áp dụng lối sống bền vững hơn, như tái chế tại nhà hoặc sử dụng phương tiện công cộng, cho thấy tác động lan tỏa của thù lao & khen thưởng. Điều này cũng khẳng định RP không chỉ thúc đẩy trách nhiệm môi trường mà còn tạo động lực để nhân viên tích cực đóng góp vào các mục tiêu bền vững của tổ chức (Zhang & cộng sự, 2019).

Có thể thấy RP có ảnh hưởng tích cực đến cả IGB và EGB đồng thời đóng vai trò then chốt trong việc hiện thực hóa mục tiêu phát triển bền vững của doanh nghiệp. Từ các phân tích trên, nghiên cứu đề xuất kiểm định các giả thuyết:

H2a: Thù lao & khen thưởng ảnh hưởng trực tiếp thuận chiều tới hành vi xanh trong phạm vi công việc của nhân viên.

H2b: Thù lao & khen thưởng ảnh hưởng trực tiếp thuận chiều tới hành vi xanh ngoài phạm vi công việc của nhân viên.

3.3. Về quan hệ điều tiết của nhận thức về môi trường đối với mối quan hệ giữa quản lý đánh giá kết quả làm việc của nhân viên và thù lao & khen thưởng với hành vi xanh trong và ngoài phạm vi công việc.

Nhận thức về môi trường được xem là yếu tố quan trọng trong việc thúc đẩy hành vi xanh của nhân viên, đặc biệt thông qua vai trò điều tiết các mối quan hệ trong tổ chức. Các nghiên cứu (Afsar & cộng sự, 2015; Ghorbani & Xuan, 2018; Latif & cộng sự, 2018) cho thấy EA tác động tích cực đến hành vi xanh của nhân viên, không chỉ thông qua ý định và thái độ mà còn thông qua việc điều chỉnh mối quan hệ giữa các yếu tố tổ chức. Nhân viên nhận thức rõ về các vấn đề môi trường và ý nghĩa của các thực tiễn bền vững thường có xu hướng tích cực tham gia vào các hành vi xanh.

Khi quản lý kết hợp tiêu chí môi trường vào chính sách đánh giá và khen thưởng, EA không chỉ khuyến khích tham gia các hoạt động bảo vệ môi trường mà còn gia tăng sự cam kết với mục tiêu phát triển bền vững. Điều này nhấn mạnh vai trò điều tiết của EA trong mối quan hệ giữa RP và hành vi xanh. Một môi trường làm việc nhấn mạnh bảo vệ môi trường sẽ thúc đẩy nhân viên hành động vì lợi ích chung, cả trong và ngoài công việc.

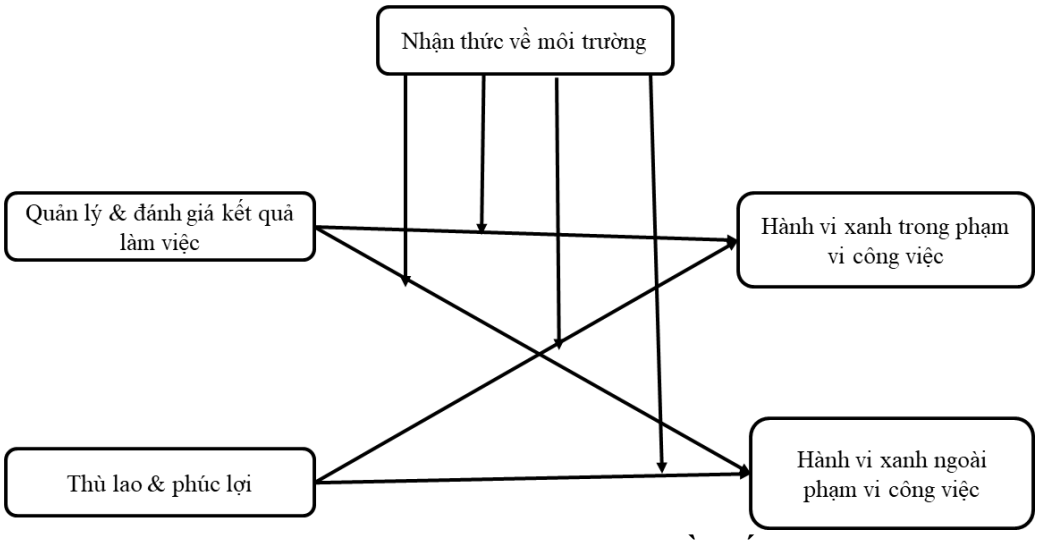
Tuy nhiên, bằng chứng về vai trò điều tiết của EA còn hạn chế, đặc biệt trong mối quan hệ giữa các biện pháp quản trị nhân sự và hành vi xanh. Ngoài ra, hành vi xanh chưa được phân biệt rõ ràng giữa trong công việc và ngoài công việc. Do đó, nghiên cứu này đề xuất kiểm định tác động điều tiết của EA trong mối quan hệ giữa các yếu tố quản trị nhân sự và EGB, IGB.

H3a: Nhận thức môi trường điều tiết mối quan hệ giữa quản lý & đánh giá kết quả làm việc tới hành vi xanh trong phạm vi công việc.

H3b: Nhận thức môi trường điều tiết mối quan hệ giữa quản lý & đánh giá kết quả làm việc tới hành vi xanh ngoài phạm vi công việc.

H3c: Nhận thức môi trường điều tiết mối quan hệ giữa thù lao & khen thưởng tới hành vi xanh trong phạm vi công việc.

H3d: Nhận thức môi trường điều tiết mối quan hệ giữa thù lao & khen thưởng tới hành vi xanh trong phạm vi công việc.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Thu thập số liệu

Mẫu nghiên cứu được chọn theo phương pháp thuận tiện từ danh sách các doanh nghiệp đạt chứng chỉ ISO 14001 tại Việt Nam. Danh sách được thu thập từ nguồn tin cậy, các doanh nghiệp được mời qua email hoặc điện thoại nhằm đảm bảo tính đại diện và thông tin chính xác. Có 27/100 doanh nghiệp đồng ý tham gia khảo sát.

Nhóm tác giả gửi 800 phiếu khảo sát, nhận về 433 phiếu. Sau khi loại bỏ phiếu không hợp lệ (thiếu thông tin, tích nhiều mục), còn lại 403 phiếu được mã hóa và phân tích trên SPSS.Bộ mẫu của nghiên cứu có những đặc điểm được trình bày ở Bảng 1 dưới đây.

Bảng 1: Kết quả thống kê mô tả bộ mẫu

Đặc điểm mẫu	Tần số	Tỷ lệ %
Giới tính	403	100
Nam	209	51.9
Nữ	194	48.1
Độ tuổi	403	100
Dưới 20 tuổi	36	8.9
Từ 20 đến 30 tuổi	122	30.3
Từ 31 đến 40 tuổi	148	36.7
Từ 41 đến 50 tuổi	51	12.7
Trên 50 tuổi	46	11.4
Trình độ học vấn	403	100
THPT/Trung cấp/Trường dạy nghề	56	13.9
Cao đẳng/Đại học	189	46.9
Sau đại học	118	29.3
Khác	40	9.9
Quy mô DN theo số nhân viên	403	100
<50	62	15.4
50-99	85	21.1
100 – 499	118	29.3
500-1000	45	11.2
>1000	93	23.1

Thâm niên	403	100
Dưới 5 năm	125	31.0
5-10 năm	112	27.8
11-15 năm	66	16.4
16-20 năm	38	9.4
Trên 20 năm	62	15.4

Nguồn: Thống kê kết quả khảo sát

4.2. Thang đo

Nghiên cứu kế thừa thang đo từ các nghiên cứu uy tín trước đây nhằm đảm bảo tính chính xác và độ tin cậy của các biến. Việc áp dụng các thang đo đã được kiểm chứng giúp tiết kiệm thời gian, tăng độ tin cậy và tính hợp lệ. Các thang đo này đã phản ánh đúng các khái niệm cần đo lường. Sau khi tham khảo chuyên gia và điều chỉnh, nghiên cứu sử dụng: biến PMA có 3 thang đo, RP có 3 thang đo, EGB có 3 thang đo, IGB có 3 thang đo và EA có 4 thang đo.

Bảng 2: Thang đo

STT	Biến	Nguồn
1	Quản lý & đánh giá kết quả làm việc	Muisyo và Qin (2021)
2	Thù lao & khen thưởng	
3	Hành vi xanh trong phạm vi công việc	Aboramadan (2022)
4	Hành vi xanh ngoài phạm vi công việc	
5	Nhận thức về môi trường	Rezapouraghdam và cộng sự (2017)

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp

5. Kết quả nghiên cứu

5.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo và nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả kiểm định độ tin cậy cho thấy Cronbach's Alpha của các biến PMA, RP, IGB, EGB và EA đều > 0.6. Tuy nhiên, với biến EA, Cronbach's Alpha if Item Deleted của EA1 là 0.810, cao hơn Cronbach's Alpha toàn thang đo (0.656). Điều này cho thấy loại bỏ EA1 sẽ tăng độ tin cậy. Ngoài ra, hệ số tương quan biến tổng của EA1 = 0.165 < 0.3, nên EA1 bị loại, và kiểm định lần 2 cho thấy Cronbach's Alpha = 0.810 > 0.8, các hệ số tương quan biến tổng > 0.3. Do đó, loại EA1 và giữ 15 biến quan sát để kiểm định EFA.

Kết quả kiểm định EFA cho thấy hệ số KMO = 0.914 và sig< 0.05, phù hợp để phân tích. Có 6 nhân tố được trích với tổng phương sai trích = 78.215 ≥ 50%. Ma trận xoay cho thấy các hệ số tải nhân tố đều >0.4, xác nhận các biến đủ điều kiện để kiểm định Pearson.

Bảng 3: Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá

Biến quan sát	Corrected Item – Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Hệ số tải nhân tố
PMA	**Cronbach's Alpha = 0.871**		
PMA1	.721	.846	.789
PMA2	.776	.797	.779
PMA3	.762	.810	.793
RP	**Cronbach's Alpha = 0.876**		
RP1	.736	.849	.803
RP2	.808	.783	.800
RP3	.742	.843	.766

EGB	**Cronbach's Alpha = 0.835**		
EGB1	.679	.788	.684
EGB2	.696	.773	.811
EGB3	.716	.754	.698
IGB	**Cronbach's Alpha = 0.836**		
IGB1	.711	.759	.630
IGB2	.715	.755	.614
IGB3	.669	.800	.435
EA	**Cronbach's Alpha = 0.656**		
EA1	.165	.810	
EA2	.560	.512	
EA3	.625	.475	
EA4	.529	.527	
EA	**Cronbach's Alpha = 0.810**		
EA2	.705	.693	.902
EA3	.748	.651	.855
EA4	.540	.865	.487

Nguồn: Kết quả SPSS

5.2. Kiểm định tương quan Pearson

Kết quả kiểm định tương quan Pearson cho thấy Sig<0.05. Như vậy có mối quan hệ tuyến tính giữa biến độc lập và biến phụ thuộc. Tiếp tục tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính để kiểm định các giả thuyết.

5.3. Phân tích hồi quy

Kiểm định lần 1 đánh giá ảnh hưởng của PMA và RP tới IGB. Kiểm định lần 2 đánh giá ảnh hưởng của chúng tới EGB. Bảng ANOVA cho thấy giá trị Sig kiểm định F là 0.000 < 0.05, khẳng định mô hình phù hợp ở cả hai lần.

Kết quả kiểm định cho thấy R bình phương hiệu chỉnh là 0.393 và 0.422, tức các biến độc lập giải thích 39.3% và 42.2% sự biến thiên của IGB và EGB. Hệ số Durbin-Watson (1.749, 1.518) nằm trong khoảng 1.5-2.5, đảm bảo không vi phạm giả định tương quan chuỗi bậc nhất. Hệ số VIF < 2 xác nhận không có đa cộng tuyến. Với sig < 0.05, cả 4 giả thuyết H1a, H1b, H2a, H2b được ủng hộ.

Bảng 4: Kết quả kiểm định mối quan hệ trực tiếp

Giả thuyết		Adjusted R square	R square change	Durbin-Watson	ANOVA Sig.	Standardized Coefficient (β)	Sig.	VIF	Kết luận
H1a	PMA	0.419	0.422	1.518	0.000	0.118	0.022	1.804	Ủng hộ
H2a	RP					0.565	0.000	1.804	Ủng hộ
H1b	PMA	0.390	0.393	1.749	0.000	0.147	0.005	1.804	Ủng hộ
H2b	RP					0.519	0.000	1.804	Ủng hộ

Nguồn: Kết quả SPSS

Kết quả kiểm định vai trò điều tiết của biến nhận thức về môi trường cho thấy, EA có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa PMA và IGB; RP và IGB do p-value lần lượt là 0.004 và 0.016 đều < 0.05. Tuy nhiên EA không có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa PMA, RP tới EGB do p-value > 0.05. Vậy giả thuyết H3b, H3d được ủng hộ còn H3a và H3c bị bác bỏ.

Bảng 5: Kết quả kiểm định mối quan hệ điều tiết

Giả thuyết				Hệ số chưa chuẩn hóa	P - value	Kết luận
H3a	PMA	EA	IGB	-0.008	0.790	Bác bỏ
H3b	PMA	EA	EGB	-0.077	0.004	Ủng hộ
H3c	RP	EA	IGB	0.043	0.13	Bác bỏ
H3d	RP	EA	EGB	-0,058	0.016	Ủng hộ

Nguồn: Nhóm nghiên cứu tổng hợp

6. Thảo luận kết quả và hàm ý nghiên cứu

6.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Quản lý & đánh giá kết quả làm việc của nhân viên ảnh hưởng trực tiếp tới hành vi xanh trong và ngoài phạm vi công việc của nhân viên. Khi doanh nghiệp gắn các chỉ tiêu đánh giá với môi trường, nhân viên sẽ có xu hướng thực hiện hành vi xanh để đạt được đánh giá tốt. Việc quy định rõ ràng các tiêu chuẩn về môi trường và tăng cường đánh giá giúp nhân viên không chỉ tuân thủ hành vi xanh trong phạm vi công việc mà còn chủ động tham gia vào các hoạt động xanh ngoài công việc, nhằm tạo ấn tượng tốt hơn với doanh nghiệp. Những thay đổi tích cực trong hành vi xanh này không chỉ nâng cao uy tín của doanh nghiệp mà còn giúp tạo dựng môi trường làm việc thân thiện và bền vững. Do đó, các doanh nghiệp cần xây dựng bộ tiêu chí về môi trường một cách cụ thể và chi tiết, đồng thời phổ biến các bộ tiêu chí này cho nhân viên và sử dụng chúng trong quá trình quản lý và đánh giá kết quả làm việc.

Thù lao & khen thưởng ảnh hưởng trực tiếp tới hành vi xanh trong và ngoài phạm vi công việc của nhân viên. Khi tổ chức thiết lập hệ thống thù lao và khen thưởng khuyến khích các hành vi thân thiện với môi trường, nhân viên sẽ có xu hướng thực hiện và duy trì các hành vi này. Ví dụ, các chính sách hỗ trợ chi phí sử dụng phương tiện công cộng hoặc cung cấp xe đạp cho nhân viên không chỉ giúp giảm lượng khí thải mà còn khuyến khích họ sử dụng phương tiện xanh trong cuộc sống hàng ngày. Thù lao và khen thưởng như vậy không chỉ nâng cao tinh thần và sự gắn bó của nhân viên với tổ chức mà còn tạo ra một văn hóa xanh bền vững, lan tỏa từ môi trường làm việc ra cộng đồng xung quanh. Các doanh nghiệp nên phát triển các mức lương, thưởng, phúc lợi dựa trên thành tích và sáng kiến bảo vệ môi trường của nhân viên. Đồng thời, các phúc lợi xanh như hỗ trợ tài chính cho việc lắp đặt năng lượng mặt trời tại nhà, cung cấp các khóa học về bảo vệ môi trường hoặc các hoạt động tình nguyện vì môi trường cũng khuyến khích nhân viên hành động vì môi trường trong cuộc sống cá nhân.

Nhận thức về môi trường điều tiết ngược chiều mối quan hệ giữa quản lý & đánh giá kết quả làm việc tới hành vi xanh ngoài phạm vi công việc. Nhận thức về môi trường đóng vai trò điều tiết ngược chiều mối quan hệ giữa quản lý và đánh giá kết quả làm việc với hành vi xanh ngoài phạm vi công việc. Khi nhân viên có nhận thức môi trường cao, họ giảm phụ thuộc vào quản lý và đánh giá để thực hiện các hành vi xanh ngoài công việc. Điều này cho thấy nhận thức môi trường thúc đẩy động lực nội tại và sự tự giác bảo vệ môi trường, bất kể sự giám sát hay đánh giá từ cấp trên.

Khi nhận thức môi trường tăng, ảnh hưởng của quản lý và đánh giá kết quả làm việc tới hành vi xanh ngoài công việc giảm rõ rệt. Nhân viên không còn cần nhiều sự định hướng từ quản lý để thực hiện các hành vi này, mà tự nguyện hành động vì mục tiêu bảo vệ môi trường. Do đó, nâng cao nhận thức môi trường không chỉ hỗ trợ bảo vệ môi trường mà còn xây dựng văn hóa làm việc tự giác và trách nhiệm trong doanh nghiệp.

Nhận thức môi trường điều tiết ngược chiều mối quan hệ giữa thù lao & khen thưởng và hành vi xanh ngoài phạm vi công việc. Tương tự, khi nhận thức về môi trường của nhân viên thấp, họ có xu hướng phụ thuộc nhiều hơn vào các thù lao & khen thưởng để thúc đẩy hành vi xanh. Trong trường hợp này,

các chính sách phúc lợi có vai trò khuyến khích và tạo điều kiện cho nhân viên thực hiện các hành vi bảo vệ môi trường. Do đó, mức độ ảnh hưởng của thù lao & khen thưởng tới hành vi xanh ngoài phạm vi công việc của nhân viên sẽ giảm khi nhận thức về môi trường của họ tăng lên. Điều này cho thấy, để thúc đẩy hành vi xanh bền vững, các doanh nghiệp không chỉ cần xây dựng thù lao & khen thưởng tốt mà còn phải nâng cao nhận thức môi trường cho nhân viên.

Nhận thức về môi trường không ảnh hưởng tới mối quan hệ giữa quản lý & đánh giá kết quả làm việc tới hành vi xanh trong phạm vi công việc; và mối quan hệ giữa thù lao & khen thưởng tới hành vi xanh trong phạm vi công việc. Kết quả kiểm định ở mục 5 cho thấy nhận thức xanh điều tiết mối quan hệ giữa biến độc lập và hành vi xanh ngoài phạm vi công việc nhưng không điều tiết mối quan hệ giữa hai biến độc lập và hành vi xanh trong phạm vi công việc. Điều này có thể được giải thích bởi tính bắt buộc của các hành vi xanh trong công việc, vốn được doanh nghiệp yêu cầu, quản lý và khuyến khích thông qua hệ thống tiêu chuẩn, đánh giá và lương thưởng. Do đó, dù nhận thức môi trường của nhân viên có tăng, tác động này không ảnh hưởng đáng kể đến mối quan hệ giữa quản lý & đánh giá kết quả làm việc và thù lao & khen thưởng với hành vi xanh trong phạm vi công việc.

Cụ thể, quản lý & đánh giá kết quả làm việc đặt ra yêu cầu rõ ràng về hành vi xanh, khiến nhân viên thực hiện mà không phụ thuộc vào nhận thức môi trường hiện có. Tương tự, thù lao & khen thưởng cũng thúc đẩy hành vi xanh trong công việc bất kể nhận thức của nhân viên về bảo vệ môi trường. Vì vậy, để tăng hành vi xanh trong công việc, doanh nghiệp nên tập trung tối ưu hóa quản lý & đánh giá kết quả làm việc cùng với các chính sách thù lao & khen thưởng.

6.2. Hàm ý nghiên cứu

Để thúc đẩy hành vi xanh của nhân viên, doanh nghiệp cần xây dựng các tiêu chí đánh giá môi trường rõ ràng, cụ thể như bộ tiêu chuẩn ISO 14001 và tích hợp chúng vào quản lý & đánh giá kết quả làm việc. Điều này giúp nhân viên tuân thủ và thực hiện các hành vi xanh trong công việc. Đồng thời, các chính sách thù lao & khen thưởng cần được thiết kế để khuyến khích hành vi thân thiện với môi trường, không chỉ nâng cao sự gắn bó của nhân viên mà còn hình thành văn hóa xanh bền vững trong doanh nghiệp.

Việc nâng cao nhận thức về môi trường của nhân viên là chìa khóa để thúc đẩy hành vi xanh tự giác. Các chương trình giáo dục và truyền thông nội bộ sẽ giúp nhân viên hiểu rõ tầm quan trọng của bảo vệ môi trường. Khi nhận thức được cải thiện, nhân viên sẽ tích cực thực hiện hành vi xanh không chỉ trong công việc mà còn trong cuộc sống, xây dựng văn hóa làm việc trách nhiệm, thân thiện và bền vững.

Doanh nghiệp cũng cần phân biệt hành vi xanh trong và ngoài phạm vi công việc để áp dụng các biện pháp phù hợp. Hành vi xanh trong công việc nên được quản lý và đánh giá chặt chẽ để đảm bảo nhân viên tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường. Trong khi đó, hành vi xanh ngoài công việc, mang tính tự nguyện, cần được thúc đẩy qua các chính sách khuyến khích và chương trình phúc lợi xanh. Các hoạt động như hỗ trợ lắp đặt năng lượng mặt trời tại nhà hay tình nguyện vì môi trường không chỉ khuyến khích hành động xanh trong cuộc sống cá nhân mà còn lan tỏa giá trị tích cực đến cộng đồng xung quanh.

7. Hạn chế nghiên cứu

Mặc dù nhóm tác giả đã nỗ lực thực hiện nghiên cứu một cách thận trọng, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế. *Thứ nhất*, các nghiên cứu trong tương lai nên mở rộng thêm các biến độc lập về quản trị nhân sự xanh như tuyển dụng, đào tạo và trao quyền để nâng cao khả năng giải thích biến phụ thuộc là hành vi xanh của nhân viên. *Thứ hai*, sử dụng các phương pháp chọn mẫu tiên tiến hơn sẽ giúp tăng độ tin cậy và tính phổ quát của kết quả nghiên cứu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Aboramadan, M. (2022). The effect of green HRM on employee green behaviors in higher education: the mediating mechanism of green work engagement. *International Journal of Organizational Analysis*, *30*(1), 7–23.
2. Dumont, J., Shen, J., & Deng, X. (2017). Effects of green HRM practices on employee workplace green behavior: The role of psychological green climate and employee green values. *Human Resource Management*, *56*(4), 613–627.
3. Latif, A., Miss, &, & Aziz, S. (2018). Workplace Spirituality and Pro-Environmental Behavior: The Role of Employee Engagement and Environmental Awareness. *Global Journal of Management and Business Research*, *18*(A5), 43–54.
4. Muisyo, P. K., & Qin, S. (2021). Enhancing the FIRM'S green performance through green HRM: The moderating role of green innovation culture. *Journal of Cleaner Production*, *289*, 125720.
5. Rezapouraghdam, H., Alipour, H., & Darvishmotevali, M. (2017). Employee workplace spirituality and pro-environmental behavior in the hotel industry. *Article in Journal of Sustainable Tourism*. https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1409229
6. Vũ Thị Hạnh Tâm (2024). Tác động của thái độ xanh đến hành vi làm việc xanh của nhân viên: Trường hợp nghiên cứu tại Công ty Thép Sài Gòn (SGC). *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*. Từ https://kinhtevadubao.vn/tac-dong-cua-thai-do-xanh-den-hanh-vi-lam-viec-xanh-cua-nhan-vien-truong-hop-nghien-cuu-tai-cong-ty-thep-sai-gon-sgc-29366.html
7. Shah, S. K., Zhongjun, T., Sattar, A., & XinHao, Z. (2021). Consumer's intention to purchase 5G: Do environmental awareness, environmental knowledge and health consciousness attitude matter? *Technology in Society*, *65*, 101563.
8. Zhang, Y., Luo, Y., Zhang, X., & Zhao, J. (2019). How Green Human Resource Management Can Promote Green Employee Behavior in China: A Technology Acceptance Model Perspective. *Sustainability 2019, Vol. 11, Page 5408*, *11*(19), 5408.

QUY ĐỊNH XỬ LÝ HÀNH VI THAO TÚNG THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ, THỰC TRẠNG VÀ KHUYẾN NGHỊ CHO VIỆT NAM

Phạm Tiến Đạt[1], Nguyễn Trung Thành[2], Nguyễn Minh Đức[3]

Ngày nhận bài: *24/06/2024*
Ngày nhận bài sửa: *30/10/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: *Thao túng thị trường là một trong các hành vi gây tổn hại nghiêm trọng đến niềm tin của nhà đầu tư và tính ổn định, bền vững của thị trường, yêu cầu các biện pháp lý hiệu quả, trong đó việc ban hành quy định xử lý đóng vai trò quan trọng. Kinh nghiệm quốc tế chỉ ra rằng, các quốc gia dựa vào 3 hình thức xử lý là hình sự, dân sự và hành chính với các quy định chặt chẽ, cụ thể và tạo tính răn đe. Trên cơ sở thực trạng các quy định tại Việt Nam, bài viết đề xuất giải pháp sửa đổi một số quy định của Luật chứng khoán năm 2019 về xác định hành vi thao túng thị trường, nâng cao mức xử phạt đối với các đối tượng vi phạm và quy định trách nhiệm đối với các tổ chức niêm yết có liên quan đến hành vi thao túng.*

Từ khóa: *Thao túng thị trường, chứng khoán, xử lý vi phạm, Luật chứng khoán*

REGULATIONS ON HANDLING STOCKS MARKET MANIPULATION: INTERNATIONAL EXPERIENCE, STATUS AND RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM

Abstract: *Market manipulation is one of the acts that seriously harms investors and market stability. The article, through analysis of international experience, shows that countries rely on three forms of punishment: criminal, personnel and administrative, with strict, specific and deterrent regulations. Based on the current status of regulations in Vietnam, the article proposes solutions to amend a number of provisions of the Securities Law on identifying market manipulation behavior, raising penalties and stipulating responsibility for listed organizations are involved in manipulative behavior.*

Keywords: *Market manipulation, securities, handling violations, Securities law.*

1. Thao túng thị trường và tác động tiêu cực đến thị trường chứng khoán

Hiểu một cách đơn giản, thao túng thị trường là các hành động có chủ đích nhằm lừa dối các nhà đầu tư (NĐT) bằng cách tác động giả tạo đến cung hoặc cầu đối với một chứng khoán và khiến giá của nó tăng hoặc giảm. Những người sắp xếp các biến động giá nhân tạo sau đó thu lợi từ hoạt động này với chi phí của các NĐT khác.

Tại Mỹ, thao túng thị trường được xác định khi chủ thể có bất kỳ sự can thiệp nào vào cơ chế hoạt động của thị trường, gây cản trở việc xác định giá hợp lý, hoặc tác động vào bất kỳ yếu tố nào có thể tác động đến cổ phiếu, khiến giá của chúng trở lên giả tạo. Các hoạt động này có thể gây trở ngại cho cung - cầu trên thị trường cổ phiếu, tạo ra giá giả tạo cho cổ phiếu và lừa dối người tham gia thị trường.

Tại Chỉ thị 2003/6/EC ngày 28/01/2003 của Nghị viện Hội đồng châu Âu về thao túng thị trường có quy định, thao túng thị trường có nghĩa là:

[1] Thạc sỹ, Viện Chiến lược và Chính sách tài chính, Email: phamtiendat1@mof.gov.vn.
[2] Tiến sỹ, Trường Cao đẳng cộng đồng Hà Tây,
[3] Nguyễn Minh Đức, SV lớp KD9C, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh

(i) Các giao dịch hoặc lệnh giao dịch đưa ra hoặc có khả năng đưa ra các tín hiệu sai lệch hoặc gây hiểu nhầm về cung – cầu hoặc giá; hoặc được thực hiện bởi một hoặc một số người phối hợp giao dịch làm cho giá ở mức bất thường hoặc giả tạo, trừ khi họ đưa ra lý do thực hiện giao dịch như vậy là hợp pháp hoặc phù hợp với thông lệ thị trường; (ii) Các giao dịch sử dụng các thiết bị hư cấu hoặc bất kỳ hình thức lừa dối hoặc có liên quan nào khác; (iii) Phổ biến thông tin (bao gồm cả tin đồn và sai sự thật) qua phương tiện thông tin đại chúng, internet hoặc bất kỳ các phương tiện thông tin nào khác mang lại hoặc có khả năng đưa ra các tín hiệu sai lệch hoặc gây hiểu nhầm.

Tại Việt Nam, hành vi thao túng thị trường được quy định tại khoản 3 Điều 12 Luật Chứng khoán năm 2019, đồng thời, khoản 2, Điều 3 Nghị định số 156/2020/NĐ-CP ngày 31/12/2020 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực chứng khoán và TTCK. Theo đó, thao túng TTCK là việc thực hiện hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động về chứng khoán và TTCK, gồm một, một số hoặc tất cả các hành vi:

(i) Sử dụng một hoặc nhiều tài khoản giao dịch của mình hoặc của người khác hoặc thông đồng liên tục mua, bán chứng khoán nhằm tạo ra cung, cầu giả tạo; (ii) Đặt lệnh mua và bán cùng loại chứng khoán trong cùng ngày giao dịch hoặc thông đồng với nhau giao dịch mua, bán chứng khoán mà không dẫn đến chuyển nhượng thực sự quyền sở hữu hoặc quyền sở hữu chỉ luân chuyển giữa các thành viên trong nhóm nhằm tạo giá chứng khoán, cung cầu giả tạo; (iii) Liên tục mua hoặc bán chứng khoán với khối lượng chi phối vào thời điểm mở cửa hoặc đóng cửa thị trường nhằm tạo ra mức giá đóng cửa hoặc giá mở cửa mới cho loại chứng khoán đó trên thị trường; (iv) Giao dịch chứng khoán bằng hình thức cấu kết, lôi kéo người khác liên tục đặt lệnh mua, bán chứng khoán gây ảnh hưởng lớn đến cung cầu và giá chứng khoán, thao túng giá chứng khoán; (v) Đưa ra ý kiến một cách trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua phương tiện thông tin đại chúng về một loại chứng khoán, về tổ chức phát hành chứng khoán nhằm tạo ảnh hưởng đến giá của loại chứng khoán đó sau khi đã thực hiện giao dịch và nắm giữ vị thế đối với loại chứng khoán đó; (vi) Sử dụng các phương thức hoặc thực hiện các hành vi giao dịch khác hoặc kết hợp tung tin đồn sai sự thật, cung cấp thông tin sai lệch ra công chúng để tạo cung cầu giả tạo, thao túng giá chứng khoán.

Như vậy, từ các quy định về thao túng chứng khoán, có thể hiểu thao túng giá trên TTCK là hành vi bị cấm theo quy định của pháp luật về chứng khoán và pháp luật khác có liên quan; đây là các hành vi gian lận nhằm ngăn cản việc xác định giá thực tế trên TTCK, tạo cung - cầu giả, ảnh hưởng đến giá chứng khoán để đánh lừa các NĐT, gây thiệt hại cho các cá nhân, tổ chức và TTCK nhằm mục đích thu lợi trái pháp luật.

Trong lĩnh vực chứng khoán, niềm tin và sự minh bạch là vô cùng quan trọng trong việc thúc đẩy thị trường công bằng, hiệu quả và bền vững. Nhiều quan điểm cho rằng, TTCK là thị trường của niềm tin. Các hành vi thao túng gây mất niềm tin của NĐT vào thị trường, đồng thời tạo ra thiệt hại về mặt tài chính cho cả NĐT, doanh nghiệp, qua đó ảnh hưởng đến tính bền vững, ổn định của TTCK.

Trên thế giới, một số vụ thao túng TTCK những năm gần đây được nhắc đến như vụ việc tại CTCK lớn của Nhật Bản SMBC Nikko Securities năm 2019- 2020, vụ việc tại công ty bán lẻ trò chơi điện tử GameStop tại Mỹ năm 2021. Năm 2018, Elon Musk cũng đã bị khởi kiện bởi những cáo buộc liên quan đến việc đưa ra "những thông tin không đúng sự thật và gây nhầm lẫn cho các NĐT" trên các nền tảng mạng xã hội.

Tại Việt Nam, một số hành vi thao túng thị trường đã bị phát hiện xử lý, trong đó tiêu biểu là hành vi thao túng thị trường của ông Trịnh Văn Quyết, cựu Chủ tịch Tập đoàn FLC. Đây là một trong những hành vi gây thiệt hại lớn nhất cho các NĐT thời gian qua. Vị này đã chỉ đạo người thân trong gia đình

và một số người khác lập 20 doanh nghiệp, mở 450 tài khoản tại 41 CTCK để thực hiện các hành vi thao túng giá cổ phiếu nhằm tạo ra cung cầu giả với 6 mã chứng khoán thuộc "họ FLC". Các giao dịch đã liên tục được thực hiện với tần suất cao bởi các cá nhân trên khiến giá của cổ phiếu được đẩy giá lên cao, mức tăng lên tới 64%, cao nhất là 24.000 đồng/cổ phiếu. Tháng 01/2022, sau khi giá được đẩy lên ở mức cao, vị này đã bán không thông báo theo quy định 74,8 triệu cổ phiếu, thu lợi bất chính hơn 530 tỉ đồng.

Một thực tế là sau mỗi hành vi thao túng TTCK, có hàng nghìn NĐT bị thiệt hại, bao gồm thiệt hại về tài chính và cả thiệt hại về niềm tin và thị trường. Vụ án thao túng cổ phiếu FLC, tòa án đã triệu tập tới hơn 30.000 NĐT được xác định là bên bị hại trong vụ án.

2. Các hình thức xử lý đối với hành vi thao túng giá thị trường chứng khoán

Việc xử lý hành vi vi phạm nói chung và hành vi thao túng thị trường nói riêng được quyết định căn cứ vào mức độ vi phạm của chủ thể và được xác định dựa vào các quy định pháp luật tại các quốc gia. Thông thường, các hình thức xử lý vi phạm thuộc một trong các nhóm: (i) Xử lý trách nhiệm hình sự; (ii) Xử lý trách nhiệm hành chính; (iii) Xử lý trách nhiệm dân sự.

Xử lý trách nhiệm hình sự là hình thức do toà án áp dụng, chủ thể vi phạm có thể phải chịu các chế tài xử phạt như cảnh cáo, phạt tiền, phạt tù có thời hạn, tù chung thân. Xử lý trách nhiệm hành chính có thể khiến chủ thể vi phạm phải gánh chịu các chế tài như cảnh cáo, phạt tiền, tước quyền sử dụng giấy phép, chứng chỉ hành nghề, hình thức này do các cơ quản quản lý chuyên ngành về chứng khoán và TTCK thực hiện. Xử lý trách nhiệm dân sự cũng có thể được thực hiện cùng với các loại trách nhiệm pháp lý trên khi mà những hành vi này cũng xâm hại đến quyền dân sự của cá nhân, tổ chức trong xã hội.

Để đảm bảo việc xử lý chính xác, đúng người, đúng tội, đúng mức độ, hoạt động này cần phải tiến hành dựa trên những căn cứ vững chắc. Đó là căn cứ pháp lý và căn cứ thực tế.

Căn cứ pháp lý chính là quy định của pháp luật liên quan đến hoạt động giao dịch chứng khoán, chúng được sử dụng làm căn cứ để xem xét, đánh giá xem hành vi đó có phải là hành vi vi phạm hay không. Căn cứ pháp lý bao gồm việc quy định về thẩm quyền, quy trình, cách thức triển khai việc truy cứu trách nhiệm của đối tượng vi phạm; các quy định đối với việc xác định một hành vi nào đó là vi phạm hay không vi phạm, các chế tài xử lý với chủ thể vi phạm, đồng thời bao gồm cả việc quy định giảm nhẹ hay tăng nặng các chủ thể. Trong khi đó, căn cứ thực thế là việc xem xét đến các yếu tố khách quan tác động đến việc chủ thể thực hiện hành vi vi phạm.

3. Các nguyên tắc xử lý đối với hành vi thao túng giá thị trường

Mục tiêu của xử lý hành vi vi phạm là để tạo tính răn đe đối với chủ thể vi phạm, hạn chế khả năng tái phạm, giúp bồi thường thiệt hại cho các đối tượng bị ảnh hưởng, qua đó tạo sự định hướng chung cho hoạt động của thị trường và xã hội. Để đạt được hiệu quả, việc xử lý các hành vi vi phạm cần thực hiện theo các nguyên nhất định:

(i) Tính hiệu quả. Yêu cầu này đòi hỏi việc phát hiện, ngăn chặn các hành vi phạm phải được thực hiện nhanh chóng, chính xác và kịp thời. Tuy mức độ vi phạm là khác nhau, nhưng các hành vi thao túng thị trường đều là hành vi trái pháp luật, gây hại cho các NĐT, thị trường và xã hội. Các hành vi này tác động tiêu cực đến TTCK thông qua việc xâm phạm, có nguy cơ xâm phạm đến quyền, lợi ích chính đáng của các thành viên thị trường.

Các hành vi vi phạm sau khi bị phát hiện cần được xử lý cứng rắn để đảm bảo khả năng ngăn ngừa tái phạm thông qua việc tăng tính răn đe, giáo dục nhận thức đối với NĐT cũng như các thành viên khác của thị trường. Các hành vi này trong trường hợp bị xử lý quá nhẹ có thể là nguyên nhân dẫn đến việc các đối tượng có tâm lý đánh đổi giữa cái được lớn hơn do vi phạm so với cái mất nhỏ hơn từ các quyết định xử phạt. Việc này cũng tạo ra tâm lý thiếu tin tưởng từ phía các NĐT đối với hoạt động quản lý của cơ quan nhà nước, sự ổn định và minh bạch của TTCK.

(ii) Tính khách quan, minh bạch và công khai. Việc xử phạt vi phạm cần được tiến hành nhanh chóng. Tuỳ vào mức độ, hình thức vi phạm và khả năng thu thập chứng cứ mà thời gian của việc xử lý sẽ khác nhau. Tính công khai, khách quan trong việc xử lý hành vi thao túng thị trường cũng cần được thực hiện. Ngoại trừ trường hợp liên quan đến bí mật nhà nước, tính công khai là nguyên tắc cơ bản trong việc xử lý hầu hết các vấn đề về quản lý nhà nước đối với xã hội. Yêu cầu về tính minh bạch và công khai được thể hiện thông qua việc các chủ thể vi phạm phải biết được hành vi vi phạm của mình là gì và họ cần được ký xác nhận vào biên bản (hoặc tương đương) do các cơ quan nhà nước thực hiện. Trong trường hợp, chủ thể vi phạm không thể có mặt do lý do khách quan, việc này phải được thực hiện bởi người đại diện theo pháp luật của chủ thể vi phạm. Các quyết định xử phạt phải được công bố công khai trên các kênh thông tin chính thống, có thể là website, báo hoặc các phương tiện khác theo quy định của pháp luật. Trong trường hợp cần thiết phải thực hiện khám người, kiểm tra nơi cất giấu tang vật, phương tiện vi phạm hành chính, cần có việc công bố quyết định khám, có người chứng kiến, cũng như lập biên bản xác nhận việc khám xét kể trên…

(iii) Tính phù hợp với mức độ vi phạm. Tính chất, mức độ, hậu quả vi phạm chính là căn cứ quan trọng cần được xem xét khi xác định việc xử lý vi phạm bao gồm hình thức, mức độ xử phạt. Đây là một trong những nguyên tắc cơ bản, quan trọng của quản lý nhà nước nói chung, xử lý vi phạm trong lĩnh vực chứng khoán nói riêng. Nguyên tắc này đòi hỏi khi ban hành quyết định xử lý, cần căn cứ vào mức độ vi phạm, dựa vào đó để ban hành các quyết định xử phạt, đảm bảo nguyên tắc đúng người, đúng tội, đúng pháp luật.

Bên cạnh đó, việc xem xét các tình tiết giảm nhẹ, tăng nặng các quy định xử lý cũng phụ thuộc và việc đánh giá của các có quan quản lý.

Ngoài ra, pháp luật thường quy định, mức phạt đối với các cá nhân thấp hơn so với mức xử phạt đối với tổ chức. Tại Việt Nam, mức phạt đối với hành vi vi phạm hành chính của cá nhân bằng ½ so với mức xử phạt đối với tổ chức.

4. Kinh nghiệm quốc tế về quy định xử lý đối với hành vi thao túng thị trường chứng khoán và các bài học rút ra cho Việt Nam

Việc quy định xử lý hành vi vi phạm đối với hành vi thao túng thị trường vẫn xoay quanh ba hình thức trách nhiệm pháp lý chính là: hình sự, hành chính và dân sự (bồi thường thiệt hại) như pháp luật Việt Nam, Nhật Bản, Mỹ, Anh, Hàn Quốc và Trung Quốc. Tuy nhiên, do việc thực thi quy định trách nhiệm bồi thường thiệt hại đối với giao dịch mang tính đại chúng này là không khả thi nên ngoại lệ pháp luật chứng khoán của một số quốc gia khác (Singapore, Thái Lan…) không quy định loại trách nhiệm này mà chỉ tập trung xây dựng hình thức trách nhiệm hình sự và phạt dân sự (hành chính). Ngoài ra, các hình thức bổ sung như: "cấm đảm nhiệm chức vụ", "cấm kinh doanh", "tước chứng chỉ hành nghề" và các chế tài hành chính bổ sung như tịch thu/buộc hoàn trả/nộp lại số tiền thu lợi bất chính, đình chỉ hành nghề cũng được ghi nhận trong pháp luật ở một số quốc gia.

Đối với hình thức xử lý hình sự. Hình thức này được quy định tại hầu hết pháp luật của các quốc gia là "phạt tù" và "phạt tiền". Cụ thể:

- Đối với hình thức phạt tù. Phạt tù có thời hạn là phổ biến với mức tối đa đến 07 năm tù (Điều 204(1) Đạo luật về chứng khoán và hợp đồng tương lai năm 2001 của Singapore) hoặc đến 10 năm tù (Điều 10(b)-5 của Đạo luật giao dịch chứng khoán Mỹ năm 1934, Điều 197 của Bộ Luật hình sự Trung Quốc, Điều 397(3) Luật thị trường và dịch vụ tài chính của Anh). Điều 207(2) Luật chứng khoán và hối đoái của Hàn Quốc cũng phạt tối đa đến 10 năm tù, nhưng người phạm tội có thể bị phạt "tù chung thân" trong trường hợp số tiền lãi hoặc lỗ do hành vi phạm tội từ 05 tỷ Won trở lên.

- Đối với hình thức phạt tiền. Singapore quy định mức phạt tiền tối đa là 250.000 đô la Singapore (Điều 204) - khoảng 4,3 tỷ đồng Việt Nam, Hồng Kông.

- Trung Quốc là 10 triệu đô la Hồng Kông – khoảng 3,1 tỷ đồng, Hàn Quốc không quá 20 triệu Won (Điều 207), Nhật Bản không quá 30 triệu Yên (Điều 197)… các mức tương ứng ở Việt Nam là không quá 4 tỷ đồng với cá nhân và 10 tỷ đồng đối với pháp nhân thương mại.

Các quy định xử lý hành chính trong pháp luật các quốc gia. Theo quy định tại Điều 232(2,3) Đạo luật về chứng khoán và hợp đồng tương lai năm 2001 của Singapore quy định mức phạt tối đa 3 lần khoản thu lợi được hoặc khoản lỗ tránh được từ hành vi vi phạm hoặc tối đa 2 triệu đô la Singapore nhưng không được ít hơn 100 nghìn đô la Singapore (khoảng 1,8 tỷ đồng) đối với doanh nghiệp và 50 nghìn đô la Singapore (khoảng 900 triệu đồng) đối với cá nhân. Cách thức phạt này giống với cấu trúc phạt của Việt Nam về chế tài.

Bồi thường thiệt hại trong pháp luật của các quốc gia. Điều 188-5 Luật Chứng khoán và Hối đoái của Hàn Quốc và Điều 160 Đạo luật Công cụ tài chính và hối đoái của Nhật Bản có những quy định về bồi thường thiệt hại khá tương đồng nhau về trách nhiệm bồi thường của đối tượng thao túng thị trường gây ra và thời hiệu thực hiện yêu cầu bồi thường thiệt hại trong trường hợp này là 3 năm. Thời điểm tính thời hiệu là "sau khi hành vi vi phạm xảy ra hoặc 1 năm sau khi được thông báo về hành vi vi phạm".

Các bài học rút ra cho Việt Nam bao gồm:

Thứ nhất, kết hợp các hình thức xử lý, tuỳ thuộc vào mức độ vi phạm

Trong đó, trách nhiệm dân sự thường được tách riêng khỏi trách nhiệm hình sự. Việc này cần thiết để đảm bảo phù hợp với mức độ nghiêm trọng của hành vi. Bên cạnh đó, áp dụng biện pháp yêu cầu nộp lại số tiền thu lợi bất chính có thể được được áp dụng ngoài việc áp dụng hình thức xử phạt chính là phạt tiền do thực hiện hành vi thao túng thị trường.

Thao túng thị trường được xác định là hành vi ảnh hưởng nghiêm trọng đến thị trường, đặc biệt là lòng tin của NĐT, yếu tố quyết định đến tính bền vững nên các hình thức xử phạt được thiết kế rất nghiêm khắc, việc phạt tiền thường là gấp nhiều lần so với tiền bất chính thu được (ngoài việc nộp lại số tiền thu được từ hành vi vi phạm). Các hình thức cấm tham gia thị trường trong một khoảng thời gian cũng được đưa ra, thậm chí có thể là cấm vĩnh viễn việc tham gia thị trường. Xử lý hình sự cũng được áp dụng với các khung hình phạt cụ thể, bao gồm phạt tù, cải tạo, án treo…

Việc xử lý vi phạm có thể kết hợp cùng một lúc nhiều biện pháp để đảm bảo tính răn đe. Mỹ, Singapore… đều đưa ra quy định việc xử lý vi phạm sẽ được thực hiện bằng cách phạm hình sự, dân sự hoặc kết hợp cả 2 hình thức này.

Thứ hai, các hình phạt hướng tới tính răn đe

Việc cá nhân, tổ chức bị phát hiện vi phạm sẽ bị xử lý nghiêm với hình thức xử lý như hình sự, dân sự, hành chính. Mức phạt tù có thể lên đến 20 năm, thậm chí là tù chung thân với những vi phạm nghiêm trọng.

Bên cạnh đó, các hình thức phạt bổ sung cũng được tiến hành như cấm tham gia điều hành, hoạt động chuyên môn liên quan đến chứng khoán và TTCK. Việc cấm được quy định trong một thời gian nhất định, thậm chí có những hành vi sẽ bị cấm vĩnh viễn khi mức độ vi phạm là nghiêm trọng.

5. Quy định xử lý đối với hành vi thao túng thị trường chứng khoán tại Việt Nam

Xác định thao túng thị trường chứng khoán là hành vi nghiêm trọng ảnh hưởng đến TTCK, các hình thức xử lý đối với hành vi này đang ngày càng hoàn thiện. Theo đó, pháp luật chứng khoán đã quy định thao túng chứng khoán là hành vi bị cấm, đồng thời đưa ra các nhận diện về hành vi này tại khoản 3 Điều 12 Luật Chứng khoán năm 2019 và khoản 2, Điều 3 Nghị định số 156/2020/NĐ-CP đã nhận diện 6 hành vi được xác định là thao túng trên TTCK.

Pháp luật chứng khoán cũng đã quy định mức xử phạt vi phạm hành chính đối với hành vi này. Hiện nay, theo quy định của Nghị định

156/2020/NĐ-CP, mức phạt tiền được quy định là 10 lần khoản thu trái pháp luật, trường hợp không có khoản thu trái pháp luật hoặc mức phạt tính theo khoản thu trái pháp luật, mức phạt tiền tối đa là 3 tỷ đồng đối với tổ chức và 1,5 tỷ đồng đối với cá nhân. Ngoài ra, hình thức xử phạt bổ sung có thể là đình chỉ hoạt động kinh doanh, dịch vụ chứng khoán trong thời hạn từ 1 tháng đến 3 tháng đối với CTCK, công ty QLQ CTCK, chi nhánh CTCK hoặc công ty QLQ nước ngoài tại Việt Nam có hành vi vi phạm. Đối với cá nhân, có thể xử lý tước quyền sử dụng chứng chỉ hành nghề chứng khoán trong thời hạn từ 18 - 24 tháng. Các đối tượng vi phạm sẽ bị buộc nộp lại khoản thu trái pháp luật có được từ thực hiện hành vi thao túng chứng khoán và bồi thường thiệt hại cho các tổ chức, cá nhân có liên quan.

So với quy định cũ (Luật Chứng khoán 2006, sửa đổi năm 2010), Luật Chứng khoán 2019 đã cho phép cơ quan quản lý Nhà nước là Ủy ban Chứng khoán Nhà nước (UBCKNN) được tăng quyền hạn trong việc tiếp cận các thông tin nhằm tạo thuận lợi trong công tác điều tra và phát hiện sớm các hành vi thao túng TTCK. Theo đó, cơ quan này có quyền yêu cầu các bên liên quan đến việc xác định hành vi vi phạm (cơ quan, tổ chức, cá nhân) cung cấp tài liệu, dữ liệu, các thông tin cần thiết hoặc yêu cầu các đối tượng này đến làm việc hoặc giải trình với các vấn đề liên quan. Bên cạnh đó, để theo dõi, giám sát giao dịch của các khách hàng có dấu hiệu thực hiện các hành vi bị cấm, UBCKNN có quyền yêu cầu các ngân hàng thương mại (bao gồm cả các chi nhánh ngân hàng thương mại của nước ngoài tại Việt Nam) cung cấp thông tin liên quan đến giao dịch trên tài khoản khách hàng. Đồng thời, để có thêm thông tin về các trao đổi của các đối tượng liên quan, UBCKNN có quyền yêu cầu cung cấp thông tin từ các doanh nghiệp viễn thông như tên, số máy được gọi, thời gian gọi, để làm căn cứ cho việc xử lý hành vi thao túng thị trường.

Hành vi phạm tội về thao túng TTCK cũng đã được quy định cụ thể tại Bộ Luật Hình sự năm 2015. Theo đó, các hành vi phạm tội liên quan đến chứng khoán đã được quy định cụ thể cả về quy định cấu thành và xử lý vi phạm. Căn cứ tại Điều 211 Bộ luật Hình sự 2015 quy định khung hình phạt đối với Tội thao túng TTCK, đối với cá nhân phạm tội thao túng thị trường chứng khoán thì hình phạt cao nhất là phạt tiền lên đến 4 tỷ đồng hoặc phạt tù đến 07 năm. Trong khi đó, đối với pháp nhân phạm tội thao túng TTCK thì hình phạt cao nhất đình chỉ vĩnh viễn hoạt động đối với trường hợp pháp nhân được thành lập chỉ với mục đích là để thực hiện tội phạm, ngoài ra, đối với hình phạt là phạt tiền thì hình phạt cao nhất đối với pháp nhân thương mại là phạt tiền lên đến 10 tỷ đồng.

6. Khuyến nghị về quy định xử lý hành vi vi phạm thao túng thị trường chứng khoán tại Việt Nam

Thứ nhất, để tạo thuận lợi cho việc thống nhất quản lý, phù hợp giữa các luật có liên quan, cần sửa đổi Luật Chứng khoán năm 2019 theo hướng bổ sung định nghĩa cụ thể về hành vi thao túng chứng khoán trong phần giải thích từ ngữ. Đồng thời, bỏ bỏ từ ***"liên tục"*** tại điểm (iii) Khoản 3, Điều 2 của Nghị định 156/2020/NĐ-CP để tạo thuận lợi cho việc xác định hành vi thao túng TTCK.

Cân nhắc xem xét quy định tại điểm (v), Khoản 3, Điều 2, Nghị định 156/2020/NĐ-CP khi chỉ xác định hành vi thao túng khi các đối tượng vi phạm "sau khi đã thực hiện giao dịch và nắm giữ vị thế đối với loại chứng khoán đó", bởi trên thực tế, các đối tượng vi phạm có thể thực hiện hành vi thao túng mà không trực tiếp sở hữu cổ phiếu hoặc giao dịch cổ phiếu mà thông đồng với các cá nhân, tổ chức khác và nhận lợi ích từ các đối tượng nắm giữ cổ phiếu khác, tức nhận lợi ích trái phép một cách gián tiếp. Do vậy, quy định này có thể dẫn đến để lọt các đối tượng vi phạm. Do vậy, xem xét bổ sung quy định trên thành "… sau khi đã thực hiện giao dịch và nắm giữ vị thế đối với loại

chứng khoán đó ***hoặc đang là người điều hành, thành viên Hội đồng quản trị, thành viên Ban kiểm soát tại tổ chức phát hành, niêm yết cổ phiếu đó***".

Thứ hai, nâng cao mức xử phạt đối với hành vi này để tăng tính răn đe. Theo đó, đối với hình thức phạt tù, các cá nhân vi phạm với các mức độ nghiêm trọng và hành vi lặp lại có thể nâng mức tù tối đa từ 7 năm lên 10 năm hoặc 15 năm. Tại Điều 207(2) Luật Chứng khoán và hối đoái của Hàn Quốc quy định phạt tối đa đến 10 năm tù, nhưng người phạm tội có thể bị phạt "tù chung thân" trong trường hợp số tiền lãi hoặc lỗ do hành vi phạm tội từ 05 tỷ Won trở lên.

Đối với các chế tài xử phạt bổ sung hành vi thao túng thị trường được quy định tại Nghị định 156/2020/NĐ-CP, cân nhắc việc nâng mức xử phạt để tăng tính răn đe. Theo đó, hiện nay, đối với các CTCK, công ty QLQ CTCK hoặc chi nhánh CTCK hoặc công ty QLQ nước ngoài tại Việt Nam thực hiện thao túng sẽ bị xử lý ở mức 1 đến 3 tháng có thể quy định nâng lên mức ***"từ 1 đến 3 năm"***. Trong khi đó, hình thức xử phạt đối cá nhân vi phạm có thể nâng lên từ tước chứng chỉ hành nghề chứng khoán từ 18-24 tháng lên mức ***"từ 3 đến 5 năm hoặc vĩnh viễn"***.

Thứ ba, bổ sung chế tài đối với các công ty có cổ phiếu bị thao túng. Theo đó, pháp luật Việt Nam nên quy định rõ trách nhiệm của công ty trong trường hợp giá cổ phiếu của công ty mình tăng trần liên tiếp mà đi ngược với kết quả hoạt động kinh doanh, yêu cầu minh bạch thông tin với các cổ đông và phải có cơ chế xử phạt trong trường hợp phát hiện ra công ty có liên quan tới các hành vi thao túng giá trên TTCK.

7. Kết luận

Để TTCK tiếp tục phát triển bền vững, ổn định, việc ngăn ngừa, giảm thiểu các hành vi gian lận là việc làm rất cần thiết, đặc biệt là những hành vi có tác động lớn như thao túng thị trường. Tại Việt Nam, trong bối cảnh thị trường còn đang trong giai đoạn hoàn thiệt thì vấn đề hoàn thiện quy định pháp lý, trong đó cso việc ban hành các quy định xử lý hành vi vi phạm lại càng quan trọng. Việc ban hành các quy định xử lý hiệu quả cần dựa trên các quy định chặt chẽ cụ thể trong việc xác định hành vi vi phạm, việc xác định mức độ thiệt hại, giá trị các khoản thu lợi bất chính cũng cần được làm cụ thể, bên cạnh đó tính răn đe cao cũng là một yếu tố cần tính đến khi ban hành quy định xử lý vi phạm./

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Tiến Đạt (2024), Xử lý hành vi thao túng thị trường cần mạnh mạnh tay, Báo Đầu tư chứng khoán, tháng 9/2024.
2. Xuân Trường (2023), *Pháp luật về giám sát thị trường chứng khoán trên thế giới và kinh nghiệm cho Việt Nam*, https://phaply.net.vn/phap-luat-ve-giam-sat-thi-truong-chung- khoan-tren-the-gioi-va-kinh-nghiem-cho-viet-nam-a253462.html, ngày truy cập.....
3. Luật Chứng khoán số 54/2019/QH14, ngày 26/11/2019.
4. Chính phủ (2020), Nghị định 156/2020/NĐ-CP. Chỉ thị 2003/6/EC ngày 28/01/2003 của Nghị viện Hội đồng châu Âu về thao túng thị trường.

KINH NGHIỆM GIÁO DỤC KHỞI NGHIỆP CỦA MỘT SỐ TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÊN THẾ GIỚI VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Đào Văn Tú[1], Nguyễn Năng Khoa[2]

Ngày nhận bài: 22/08/2024
Ngày nhận bài sửa: 28/11/2024
Ngày duyệt đăng: 06/12/2024

Tóm tắt: *Bài viết nghiên cứu kinh nghiệm giáo dục khởi nghiệp của các trường đại học trên thế giới, các nước Anh, Mỹ, Trung Quốc, là những quốc gia có thành công lớn trong giáo dục khởi nghiệp trong sinh viên. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, hoạt động khởi nghiệp phát triển mạnh mẽ là yếu tố thúc đẩy tăng trưởng kinh tế quốc gia. Giáo dục khởi nghiệp trong các trường đại học có đóng góp lớn vào việc khởi nghiệp thành công, tăng nhanh số lượng doanh nghiệp của quốc gia. Giáo dục khởi nghiệp trong sinh viên cần có sự tham gia của các bên trường đại học - chính phủ - doang nghiệp. Trên cơ sở kinh nghiệm từ các trường đại học trên thế giới bài viết đã đưa ra các bài học cho các trường đại học của Việt Nam.*

Từ khóa: *Giáo dục khởi nghiệp, trường đại học, kinh nghiệm thế giới*

ENTREPRENEURSHIP EDUCATION EXPERIENCES OF SOME UNIVERSITIES IN THE WORLD AND LESSONS FOR VIETNAM

Abstract: *The paper studies the experience of entrepreneurship education in universities around the world, in the UK, the US, and China, which are countries with great success in entrepreneurship education for students. The research results show that the strong development of entrepreneurship activities is a factor promoting national economic growth. Entrepreneurship education in universities has greatly contributed to successful startups, rapidly increasing the number of enterprises in the country. Entrepreneurship education in students requires the participation of universities - governments - enterprises. Based on the experience from universities around the world, the article has provided lessons for universities in Vietnam.*

Keywords: *Entrepreneurship education, universities, world experience*

1. Đặt vấn đề

Hoạt động khởi nghiệp được quan tâm ở nhiều quốc gia như một cách thức để thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế và tạo ra nhiều việc làm cho xã hội. Trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0, sự phát triển kinh tế quốc gia phụ thuộc vào sáng tạo, đổi mới, và khởi nghiệp. Hoạt động khởi nghiệp các doanh nghiệp mới tạo động lực cho phát triển kinh tế-xã hội, các nền kinh tế có tỷ lệ thành lập doanh nghiệp cao thường có tốc độ tăng trưởng cao (Liñán và Fayolle, 2015).

Ở Anh và Mỹ, các trường đại học ở luôn tiên phong trong thúc đẩy khởi nghiệp trong nhà trường. Kết quả là các trường đại học ở Mỹ như Học viện Công nghệ MIT hàng năm có khoảng 150 công ty mới được thành lập, hiện nay MIT có tổng số 5000 doanh nghiệp đã được thành lập tuyển dụng 1,1 triệu nhân viên và có doanh thu trung bình năm lên tới

[1] Tiến sĩ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, Email: tu.dv@ufba.edu.vn
[2] Sinh viên lớp NH9A, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh.

230 tỷ USD. 17,8% sinh viên MIT sau khi ra trường đã thành lập ít nhất 1 doanh nghiệp, trong đó 23% thành lập doanh nghiệp khi chưa đầy 30 tuổi theo như số liệu trường công bố. Trường Stanford hiện có 1200 công ty do sinh viên trường sáng lập trong ngành công nghệ cao (Gangi & Sirelkatim, 2023).

Ở Việt Nam, chính phủ và các trường đại học ở Việt Nam cũng đã nhận thức được tầm quan trọng của định hướng tinh thần doanh nhân cho sinh viên và giới trẻ Việt Nam, nhân tố chính trong công cuộc xây dựng nền kinh tế Việt Nam năng động và bền vững. Khuyến khích khởi nghiệp ở sinh viên đang là chủ trương lớn của chính phủ Việt nam với đề án 1665 "Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025" (Chính phủ, 2017). Đồng thời, để thúc đẩy các hoạt động và tinh thần khởi nghiệp trong sinh viên, các Trung tâm khởi nghiệp đã được thành lập tại các Trường Đại học. Chương trình Đào tạo Khởi nghiệp VYE "Thắp Sáng", "Khởi nghiệp cùng Kawai" của đại học Ngoại thương Hà Nội, các cuộc thi khởi nghiệp như TECHFEST... Các trường cũng tổ chức nhiều câu lạc bộ, vườn ươm, cuộc thi để tạo môi trường khởi nghiệp cho sinh viên như Dynamic NEU, Dynamic FTU.. như: FIIS, CSIE, vườn ươm doanh nghiệp,... Tuy nhiên, thực tiễn tinh thần khởi nghiệp của sinh viên đại học không cao, sinh viên ra trường chỉ muốn vào làm trong các doanh nghiệp, không muốn khởi nghiệp và tự tạo việc làm. Bài viết nghiên cứu kinh nghiệm giáo dục khởi nghiệp của một số trường đại học trên thế giới đã mang lại thành công, trên cơ sở đó đưa ra một số bài học cho các trường đại học của Việt Nam.

2. Hoạt động khởi nghiệp ở các trường đại học trên thế giới

2.1 Các trường đại học tại Anh

Giáo dục khởi nghiệp đã hiện diện dưới một số hình thức trong các cơ sở giáo dục đại học Vương quốc Anh từ đầu những năm 1970. Cơ quan giáo dục đại học Anh Quốc (Advance HE) là một tổ chức Anh quốc trụ sở chính ở London có hoạt động chủ yếu là hợp tác với các đối tác trên toàn cầu để cải thiện hoạt động giáo dục đại học. Mục tiêu chiến lược của Advance HE là hỗ trợ các trường đại học trong việc nâng cao chất lượng giáo dục để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của sinh viên và xã hội và nâng cao niềm tin của xã hội vào công tác đào tạo của trường đại học. Advance HE kết hợp với Tổ chức đảm bảo chất lượng giáo dục Anh Quốc (QAA- The Quality Assurance Agency for Higher Education), Tổ chức giáo dục doanh nghiệp Anh Quốc (enterprise education UK), Viện doanh nghiệp và nghiệp chủ (The Institute of Enterprise and Entrepreneurs), Viện khởi nghiệp và doanh nghiệp nhỏ (The Institute for Small Business and Entrepreneurship) đều là những tổ chức chuyên nghiệp hàng đầu ở Anh chuyên hỗ trợ khởi nghiệp đã tổng kết các kinh nghiệm trong giáo dục và tổ chức các hoạt động liên quan tới khởi nghiệp trong các trường đại học và ban hành cho các đối tác đại học thành viên một bộ tài liệu sổ tay "khuôn khổ về tổ chức đào tạo ngoại khóa khởi nghiệp tại các cơ sở giáo dục". Tổ chức đảm bảo chất lượng giáo dục Anh Quốc cũng ban hành bộ tài liệu "Hướng dẫn giáo dục khởi nghiệp" cho các trường đại học Vương quốc Anh (QAA, 2018), trong đó cũng nhấn mạnh sự cần thiết lồng ghép khuyến khích tinh thần kinh doanh trong chương trình giảng dạy của nhiều ngành đào tạo, không chỉ là ngành kinh tế - kinh doanh bằng các hoạt động bổ trợ ngoài khung chương trình giáo dục chính thống.

- *Các định hướng giáo dục khởi nghiệp* được thể hiện trong Cuốn sổ tay hướng dẫn khuôn khổ về tổ chức ngoại khóa (do Advance HE biên soạn), gồm:

Thứ nhất, mục tiêu của các hoạt động ngoại khóa khởi nghiệp trong nhà trường: Các hoạt động ngoại khóa khởi nghiệp, tùy theo loại hình sẽ cung cấp cho người học nhận thức theo bốn cấp độ từ thấp tới cao sau: Cấp độ 1: nâng cao nhận thức căn bản về doanh nghiệp, kinh doanh và giá trị của khởi nghiệp cho người học; Cấp độ 2: tạo cho

người học hiểu biết và kiến thức chuyên sâu về doanh nghiệp, khởi nghiệp và vận hành quá trình kinh doanh; Cấp độ 3: phát triển tư duy kinh doanh của người học gắn với tinh thần dám nghĩ dám làm và chấp nhận rủi ro để thành lập tạo lập doanh nghiệp mới; Cấp độ 4: phát triển các kỹ năng và năng lực của người học, ứng dụng các lý thuyết vào thực tiễn gắn liền với khởi nghiệp và kinh doanh.

Thứ hai, quan điểm về phương pháp dạy và học trong giáo dục khởi nghiệp: Học qua thực tế là quan điểm hiện nay được áp dụng trong đào tạo khởi nghiệp ở các trường tại Anh đặc biệt các khối đào tạo cử nhân ứng dụng. Với quan điểm học qua thực tế, vai trò của hoạt động ngoại khóa là không thể thiếu trong đào tạo và nâng cao hiệu quả đào tạo. Nội dung lý thuyết của các khóa học được truyền tải kết hợp các phương pháp thực tế và học qua trải nghiệm, kinh nghiệm. Nội dung khóa học càng áp dụng nhiều phương pháp thực tế và kinh nghiệm thì chương trình giáo dục càng thành công. Ngoài ra, để các doanh nhân phát triển kỹ năng, trường đại học cần đảm bảo cơ sở vật chất đầy đủ cho các chương trình giáo dục khởi nghiệp thành công như vườn ươm, trung tâm tư vấn, câu lạc bộ, quỹ.

Thứ ba, vai trò của giáo viên và cán bộ đào tạo: Tạo động lực và truyền cảm hứng cho người học trong việc phát triển tinh thần nghiệp chủ, tư duy, hành vi và kỹ năng khởi nghiệp và kinh doanh; Thiết kế, phát triển và cung cấp chương trình giảng dạy chính khóa và ngoại khóa về kinh doanh và khởi nghiệp; Xây dựng mối quan hệ hợp tác, xây dựng mạng lưới xã hội cho các sinh viên theo học; Cung cấp kinh nghiệm thực tiễn tư vấn các dự án kinh doanh và khởi nghiệp của sinh viên với vai trò tư vấn độc lập hoặc dưới danh nghĩa nhà trường.

Thứ tư, vai trò của tổ chức giáo dục đại học: Trường đại học là nơi tạo môi trường thể chế tạo điều kiện cho các nhà giáo dục khởi nghiệp truyền tải kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm và cảm hứng cho sinh viên. Trong tổ chức hoạt động khởi nghiệp, các trường đại học đóng vai trò sau: Hỗ trợ sinh viên tham gia các hoạt động khởi nghiệp với các bên liên quan qua chính sách hỗ trợ thúc đẩy; Tổ chức các hoạt động ngoại khóa trong nhà trường và phối hợp với đơn vị ngoài trường tổ chức ngoại khóa; Cung cấp các nguồn lực cần thiết về tài chính, con người, cơ sở hạ tầng; Thúc đẩy văn hóa, chính sách, quy trình và thực tiễn hỗ trợ học tập kinh doanh giữa những người học, nhân viên và các bên liên quan bên ngoài.

- *Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp:* Đơn vị chuyên tổ chức các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp trong trường đại học là các trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp. Các trung tâm này cung cấp cơ hội tiếp cận các nguồn lực, cố vấn và cơ hội kết nối để hỗ trợ các doanh nhân khởi nghiệp. Trung tâm có thể hoạt động dưới hình thức vườn ươm, trung tâm sáng tạo đổi mới và khởi nghiệp hoặc trung tâm ứng dụng kỹ thuật công nghệ cao. Các trung tâm này có nhiệm vụ điều tiết và tổ chức các hoạt động ngoại khóa trong nhà trường và kết nối sinh viên với các hoạt động ngoại khóa ngoài nhà trường. Trung tâm còn cung cấp các nguồn lực giúp các doanh nhân sàng lọc các ý tưởng kinh doanh, củng cố kỹ năng và kết nối với các doanh nhân và chuyên gia trong ngành, lĩnh vực. Một số trường hình thành cả trung tâm khởi nghiệp và vườn ươm doanh nghiệp. Trong khi các trung tâm tổ chức các hoạt động ngoại khóa theo cấp độ phổ biến kiến thức, gia tăng nhận thức qua các lớp học ngắn hạn, hội thảo, hội nghị thì mô hình vườn ươm cung cấp các hoạt động ngoại khóa mang tính trải nghiệm cao hơn ở các cấp độ dự án khởi nghiệp thực tế và tài trợ vốn. Vườn ươm giống như cỗ máy gia tốc hỗ trợ doanh nhân tiềm năng trong việc bắt đầu và phát triển hoạt động kinh doanh. Khi sinh viên tham gia vào các hoạt động trong vườn ươm, họ được cung cấp các dịch vụ như văn phòng không gian, tài trợ, cố vấn, đào tạo và cơ hội kết nối. Các tổ chức tài trợ cung cấp hỗ trợ tài chính, đầu tư và nguồn lực mà các

doanh nhân cần để bắt đầu kinh doanh mạo hiểm, giúp các doanh nhân đảm bảo nguồn vốn và vốn cho các công ty khởi nghiệp của họ, cho phép họ vượt qua rào cản tài chính. Trung tâm khởi nghiệp, vườn ươm và nguồn tài trợ thể chế rất quan trọng trong việc hình thành hệ sinh thái khởi nghiệp. (Gangi & Sirelkatim, 2023).

- *Về loại hình hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp*

+ Thư ngỏ, tờ rơi, buổi nói chuyện của các doanh nhân nổi tiếng, câu lạc bộ khởi nghiệp, các chiến dịch nâng cao nhận thức. Các hoạt động này nhằm nâng cao nhận thức về doanh nghiệp, kinh doanh và giá trị của khởi nghiệp cho người học, khơi nguồn đổi mới, khơi nguồn sáng tạo, nâng cao nhận thức, nhắm tới sinh viên mới vào trường đang tìm kiếm các định hướng nghề nghiệp và chọn ngành đăng ký đại học.

+ Hội thảo, hội nghị hàng tuần, các khóa đào tạo ngắn hạn, các sự kiện xây dựng mạng lưới kinh doanh của từng ngành. Mục tiêu gia tăng nhận thức, tạo cho người học hiểu biết và kiến thức về doanh nghiệp, khởi nghiệp và vận hành quá trình kinh doanh.

+ Tham gia dự án và xin tài trợ cho các dự án, phòng lab nghiên cứu đổi mới sáng tạo sản phẩm, các cuộc thi đấu, Hackathon, tham dự boostcamp cho các sinh viên năm 2 hoặc đầu năm 3 có quan tâm tới khởi nghiệp. Mục tiêu trải nghiệm thực tế để phát triển tư duy kinh doanh của người học gắn với tinh thần dám nghĩ dám làm và chấp nhận rủi ro để thành lập tạo lập doanh nghiệp mới.

+ Thực hiện dự án khởi nghiệp, phát triển các kỹ năng và năng lực của người học gắn liền với khởi nghiệp và kinh doanh. Các hoạt động gồm đi thực tập hoặc giải quyết các vấn đề ở các công ty khởi nghiệp, tham gia các dự án trong vườn ươm, khởi nghiệp, kết nối tài trợ và các sự kiện khởi nghiệp. Các hoạt động này phù hợp với sinh viên năm cuối hoặc đã có ý tưởng kinh doanh và khởi nghiệp.

Điển hình cho sự thành công là Chương trình đại học khởi nghiệp tại Đại học Lancaster Vương quốc Anh (được tổ chức kiểm định AACSB công nhận) thiết kế hoạt động đào tạo chính thống đi kèm với tổ chức các hoạt động rất đa dạng ở các trung tâm khởi nghiệp. Các hoạt động ngoại khóa được thiết kế để hỗ trợ sinh viên trong phát triển kỹ năng kinh doanh về tính sáng tạo, xác định cơ hội, mạng xã hội, khởi nghiệp kinh doanh và bán hàng. Hoạt động học tập luôn gắn kèm với các hoạt động tại trung tâm khởi nghiệp của nhà trường. Tại Đại học Lancaster, nội dung đào tạo được chia thành 3-4 giai đoạn để xây dựng kỹ năng kinh doanh dần dần. Theo các cấp độ như vậy hoạt động ngoại khóa cũng được chia thành 4 cấp độ. Năm đầu tiên khám phá kinh doanh và phân tích kinh doanh. Các hoạt động ngoại khóa thích hợp với sinh viên năm đầu sẽ là nói chuyện truyền cảm hứng của doanh nhân, hội nghị, hội thảo. Năm thứ hai đi sâu vào các thách thức đổi mới, sinh viên được tiếp cận các khóa học tư duy sáng tạo đổi mới, hình thành ý tưởng và năm cuối cốt lõi của mô-đun 'vừa học vừa làm'. Năm cuối là năm sinh viên sẽ đắm mình trong quá trình khởi nghiệp bằng cách tham gia vào thử thách khởi nghiệp tại các trung tâm hỗ trợ, dự án khởi nghiệp, các cuộc thi, trại sáng tác, huy động vốn. Trường đại học Cambridge lại cung cấp Chương trình Enterprisers là một chương trình ngoại khóa ngắn hạn, sinh viên được đào tạo kết hợp với thực tập và các hoạt động thực tế khác. Những hoạt động này có thể dễ dàng được áp dụng giúp sinh viên khởi nghiệp tìm những lời khuyên và sự động viên có ý nghĩa để kiên trì theo đuổi các dự án khởi nghiệp. Chương trình giáo dục khởi nghiệp ở nhà trường khuyến khích hình thành các dự án trong các trung tâm ươm tạo. Các dự án này kết nối các nghiên cứu sinh trong lĩnh vực khoa học, công nghệ với các cử nhân đại học đang học trong trường để hình thành các doanh nghiệp nhằm thương mại hóa các phát minh đổi mới. Nhóm dự án sẽ bắt đầu bằng việc tìm kiếm nhu cầu của khách hàng để tìm

kiếm phát minh sáng chế phù hợp hơn với thị trường, sau đó xây dựng quan hệ đối tác và xin tài trợ hạt giống. Tất cả các bước này được hỗ trợ bởi các cố vấn làm việc cho vườn ươm của trường đại học và vào cuối mỗi bước dự án, tất cả sinh viên đều trở thành cổ đông của công ty.

2.2. Các trường đại học tại Mỹ

Mỹ là quốc gia đi đầu trong đào tạo khởi nghiệp. Kể từ những năm 1950, nền giáo dục Mỹ đã lấy "tinh thần khởi nghiệp" làm lợi thế cạnh tranh chủ đạo. Ở Mỹ mỗi năm trung bình có từ 500.000 đến 600.000 doanh nghiệp mới thành lập, nhiều doanh nghiệp trong số đó trở thành những tập đoàn hùng mạnh, khiến kinh tế nước này phát triển vượt bậc. Các chương trình giáo dục khởi nghiệp trong trường đại học ở nước này phát triển nhanh chóng. Các trường đại học Mỹ đã nhấn mạnh vai trò hàng đầu của khởi nghiệp như là một cỗ máy tạo ra của cải chính trong nền kinh tế hiện đại. Khởi nghiệp liên tục tạo ra sản phẩm và doanh nghiệp mới là nguyên nhân cơ bản dẫn đến tăng trưởng kinh tế và đổi mới công nghệ của nền kinh tế Mỹ ít nhất trong hai thập kỷ vừa qua. Năm 1985, chỉ có khoảng 250 khóa học kinh doanh được cung cấp trên tất cả các trường đại học ở Hoa Kỳ. Hiện nay, hơn 5.000 các khóa học khởi nghiệp kinh doanh hiện được cung cấp trong các cơ sở đào tạo đại học dưới loại hình khóa hai năm và khóa bốn năm (Gangi & Sirelkatim, 2023). Có thể khái quát về giáo dục khởi nghiệp ở Mỹ như sau:

Thứ nhất, ở Mỹ, Giáo dục ngoại khóa về khởi nghiệp đóng vai trò rất quan trọng. Giáo dục về khởi nghiệp đặt trọng tâm vào giáo dục thực hành cho doanh nhân. Giáo dục khởi nghiệp khác với giáo dục các ngành lịch sử triết học, địa lý, cần mang tính thực hành và tính hiệu quả được đo lường bằng thị trường có chấp nhận sản phẩm/doanh nghiệp đó không? Giáo dục khởi nghiệp chú trọng cung cấp cho sinh viên các kỹ năng thực hành, kỹ thuật để tạo, quản lý, đánh giá và duy trì các doanh nghiệp mới. Doanh nhân học kỹ năng nghĩ ra sản phẩm, tạo dựng doanh nghiệp, lập kế hoạch, tìm nguồn lực mới,xây dựng công ty, tiếp thị sự đổi mới qua đào tạo chính thức lẫn đào tạo qua công việc.

Thứ hai, tổ chức các hoạt động ngoại khóa đa dạng theo văn hóa trường: Các cơ sở giáo dục đại học của Mỹ gồm các trường cao đẳng và đại học Hoa Kỳ có các loại hình tổ chức và nhiệm vụ giáo dục đa dạng. Các loại hình hoạt động của sinh viên và các hoạt động ngoại khóa được tổ chức ở các trường và bang cũng rất đa dạng tùy thuộc vào hệ sinh thái và điều kiện của từng trường.

Thứ ba, đối tượng tham gia ngoại khóa: Các trường đại học Mỹ chú trọng cung cấp các chương trình ngoại khóa khởi nghiệp hướng tới đối tượng sinh viên không những ở các trường kinh doanh mà còn cho sinh viên các khoa học thuật khác như Tâm lý học, Địa lý, Trái đất, Môi trường, Khoa học, Mỹ thuật và Nghệ thuật biểu diễn và Âm nhạc (Tiberius và cộng sự, 2023).

Thứ tư, bộ phận tổ chức các hoạt động ngoại khóa khởi nghiệp: Các trường đều tổ chức một bộ phận độc lập chịu trách nhiệm tổ chức các hoạt động ngoại khóa khởi nghiệp với các tên gọi khác nhau. Bộ phận này có thể là chức trung tâm đổi mới và khởi nghiệp, có quỹ hoạt động. Trung tâm này chịu trách nhiệm điều hành vàtổ chức, phối hợp, kêu gọi các hoạt động ngoại khóa trong và ngoài nhà trường. Một số trường đại học mở văn phòng và không gian làm việc chuyên dụng cho phép doanh nhân sinh viên tìm các nguồn lực thông tin, tài chính và vốn xã hội thúc đẩy công việc của họ. Một số trường tổ chức vườn ươm doanh nhân và doanh nghiệp hoặc cung cấp không gian làm việc chung. Các trung tâm này thường xuyên mở các hội thảo hoặc buổi nói chuyện chuyên đề tạo cơ hội thường xuyên cho sinh viên gặp gỡ và học hỏi từ các doanh nhân địa phương và cựu sinh viên. Với một khuôn viên hỗ trợ, sinh viên đại học Mỹ có thể nâng cao kỹ năng khởi nghiệp, giải quyết vấn đề sáng tạo và hoàn thành sở thích về kinh

doanh cho dù hoạt động đó có được tính trong tín chỉ tích lũy của khóa học hay không.

Thứ năm, về loại hình hoạt động ngoại khóa: Loại hình ngoại khóa được ưa chuộng hàng đầu là khuyến khích sinh viên tham gia dự án khởi nghiệp. Tại trường Babson dẫn đầu về các chương trình giáo dục khởi nghiệp nhiều năm tại Mỹ, trường cung cấp 19 chương trình cử nhân khởi nghiệp khác nhau. Babson cung cấp chương trình đào tạo khởi nghiệp bậc đại học được tổ chức kiểm định giáo dục EQUIS công nhận, được Princeton Review xếp hạng là trường đại học hàng đầu chương trình khởi nghiệp ở Mỹ năm 2015. Một trong những điểm khiến Babson được xếp hạng cao là do nhà trường tổ chức thường xuyên các dự án như trải nghiệm dự án khởi nghiệp, dự án thiết kế sản phẩm hoặc dịch vụ và dự án thách thức kinh doanh.

Loại hình phổ biến thứ hai là tư vấn và chuyên gia. Nhiều trung tâm hướng nghiệp đại học hội thảo, tọa đàm tạo cơ hội thường xuyên cho sinh viên gặp gỡ và học hỏi từ các doanh nhân địa phương và cựu sinh viên. Sinh viên có thể tiếp cận tới tư vấn, lời khuyên về dự án kinh doanh của mình ở buổi tọa đàm. Trung tâm khởi nghiệp trường đại học Michigan tổ chức Chuỗi hội thảo trực tiếp hàng tuần (TEDtalk) mời các doanh nhân, nhà đầu tư mạo hiểm và các lãnh đạo doanh nghiệp có tầm ảnh hưởng và được kính trọng trong giới kinh doanh.

Loại hình ngoại khóa khác là hội chợ, trại hè. Hội chợ có thể dưới dạng ảo online hoặc offline trực tiếp. Tại hội chợ, sinh viên có điều kiện gặp gỡ các công ty khởi nghiệp, công ty quỹ đầu tư và phòng thí nghiệm đổi mới doanh nghiệp để theo đuổi các cơ hội kinh doanh, đầu tư mạo hiểm và đổi mới doanh nghiệp. Các công ty cũng vào hội chợ nhằm tìm kiếm cả nhân viên thực tập và nhân viên toàn thời gian. Tại Viện Công nghệ Massachusetts (MIT) hiện có một Trại hè Công nghệ và Khởi nghiệp với tên gọi: FutureHack dành cho các học sinh từ 12 tuổi. Trại sinh FutureHack có thời khóa biểu học tập, thực tập và làm việc nhóm lên đến 12 tiếng mỗi ngày. FutureHack hằng năm bùng nổ các ý tưởng khởi nghiệp độc đáo nhưng thực tế.

Kinh nghiệm tại Trường đại học Berkely: Trường đại học California – Berkeley (UC Berkeley) được thành lập năm 1868, tại Berkeley, bang California, Mỹ, nổi tiếng về các ngành Tài Chính, Marketing, Quản trị, Kinh doanh quốc tế, Quản trị doanh nghiệp, Quản lý vận hành sản xuất. Ngôi trườngnày cũng được vinh danh thứ hạng 22 trong Top Hệ thống Đại học Quốc gia tốt nhất tại Mỹ năm 2020, đứng số 2 trường đại học quốc gia, đứng số 2 về đào tạo khởi nghiệp và số 3 về đào tạo kinh doanh và quản trị. Trường đại học UC Berkeley cung cấp nhiều hoạt động ngoại khóa bổ trợ cho các hoạt động giảng dạy và cung cấp cơ sở hạ tầng hỗ trợ việc thành lập doanh nghiệp mới. Một số điểm nổi trội từ cách làm của đại học UC Berkeley có thể tổng kết như sau:

+ Có sự thống nhất quan điểm từ lãnh đạo nhà trường và chính phủ về khuyến khích khởi nghiệp. Chủ tịch hệ thống Đại học California có một thông điệp trọng tâm, xác định trở thành trường định hướng khởi nghiệp.

+ Chương trình giảng dạy về khởi nghiệp, tinh thần kinh doanh, tư duy đổi mới tiếp tục trở nên phổ biến hơn trong toàn trường.

+ Có sự đổi mới toàn diện ở hoạt động của trung tâm khởi nghiệp. Để đạt được các mục tiêu trở thành một nhà trường khởi nghiệp, UC Berkeley có 1 trung tâm khởi nghiệp và công nghệ, 2 vườn ươm và 1 quỹ đầu tư mạo hiểm. Ban lãnh đạo Trung tâm khởi nghiệp: gồm 3 nhóm thành viên từ 3 khối khác nhau(1) giảng viên đại học, những người giảng dạy có trình độ chuyên môn sâu về quản trị kinh doanh và khởi nghiệp, (2) doanh nhân, nhà quản lý các doanh nghiệp, tập đoàn hoặc các doanh nhân trẻ khởi nghiệp thành công để kết nối tới mạng lưới và cộng đồng doanh nghiệp (3) các giảng viên, nhà quản lý ở các trường khác (kỹ thuật, y tế, giáo dục…) trong cùng đại học đảm bảo có thể cung cấp các dịch vụ tư vấn liên ngành đa ngành.

2.3. Các trường đại học tại Trung Quốc

Trung Quốc đã đạt được tốc độ phát triển kinh tế xã hội đáng kể kể từ chính sách mở cửa của nước này vào năm 1978. Kể từ đó, các doanh nghiệp quy mô nhỏ đã phát triển mạnh mẽ, tạo thành hầu hết các doanh nghiệp trong nước và cung cấp hầu hết việc làm. Sinh viên tốt nghiệp đại học phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt trong thị trường việc làm khắc nghiệt. Chính phủ Trung Quốc đã áp dụng chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo và giáo dục khởi nghiệp tại các cơ sở giáo dục đại học, với hy vọng tạo ra các doanh nghiệp mới đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế, tạo ra nhiều việc làm và giảm bớt tình trạng thất nghiệp của sinh viên tốt nghiệp. Hoạt động bổ trợ cho giáo dục khởi nghiệp tại Trung Quốc được khái quát ở những khía cạnh sau:

- *Có sự kết hợp chặt chẽ giáo dục chính khóa và các hoạt động ngoại khóa trong đào tạo khởi nghiệp:* Trong khi các hoạt động ngoại khóa đi kèm với giáo dục khởi nghiệp bắt đầu hình thành và phát triển ở vào cuối những năm 1990. Khởi đầu từ một cuộc thi tương tự tại Viện Công nghệ Massachusetts, Cuộc thi Kế hoạch Kinh doanh Sinh viên do Đại học Thanh Hoa khởi xướng năm 1998. Kể từ đó, Trung Quốc chứng kiến sự phổ biến ngày càng tăng của các cuộc thi lập kế hoạch kinh doanh tại các trường đại học trên quy mô toàn quốc. Làm hình thành dần dần một hệ thống các hoạt động và cơ chế, hạ tầng hỗ trợ khả thi để tối đa hóa kết quả của các sự kiện, bao gồm ngày càng nhiều các hoạt động tư vấn, đào tạo và giảng dạy liên quan đến khởi nghiệp. Bộ Giáo dục Trung Quốc đã khởi động một chương trình thí điểm về giáo dục tinh thần kinh doanh vào năm 2002 tại 9 trường đại học hàng đầu của Trung Quốc, bao gồm Đại học Thanh Hoa, Đại học Hàng không và Du hành vũ trụ Bắc Kinh, Đại học Giao thông Thượng Hải,... Những trường đại học ưu tú này được khuyến khích thử nghiệm các cách tiếp cận khác nhau trong giáo dục khởi nghiệp. Các trường đưa ra và thử nghiệm nhiều hoạt động nằm trong và ngoài chương trình đào tạo nhằm thúc đẩy thanh niên khởi nghiệp.

Sở Giáo dục Triết Giang đã thành lập các trường Cao đẳng khởi nghiệp trực thuộc tất cả các cơ sở giáo dục đại học trong tỉnh. Hiện tại có 102 trường đại học ở Triết Giang có trường con là trường Cao đẳng Khởi nghiệp. Các chương trình đào tạo khởi nghiệp ở Triết Giang được đặc trưng bởi các hoạt động ngoại khóa đa dạng và nổi bật tập trung vào việc đạt được những mục tiêu về tinh thần đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp. Ngoài ra, mỗi trường Cao đẳng Khởi nghiệp trong tỉnh được yêu cầu thành lập các Trung tâm khởi nghiệp cung cấp các hoạt động tư vấn khởi nghiệp. Chương trình đào tạo khởi nghiệp tại tỉnh Triết Giang giàu tính thực hành và là chương trình dẫn đầu cả nước về tính thực hành. Các trường đại học đã tăng cường các nguồn lực, khuyến khích sinh viên tham gia các hoạt động ngoại khóa khởi nghiệp có tín chỉ hoặc không đổi tín chỉ bất kể lĩnh vực chuyên môn ngành học nào. Cácviện, trung tâm, vườn ươm khởi nghiệp khác nhau mọc lên ở hầu hết các loại hình và cấp độ của các tổ chức giáo dục đại học, hoạt động như một phương tiện chính để thực hiện đổi mới và giáo dục khởi nghiệp. Theo Bộ giáo dục Trung Quốc, tính đến năm 2021, hơn 28.000 khóa học ngắn và dài hạn đã được giới thiệu tích lũy tại các cơ sở giáodục đại học trên toàn quốc, mang lại lợi ích cho 6,3 triệu sinh viên. Riêng năm 2019,3.8400 dự án khởi nghiệp được thành lập bởi sinh viên từ hơn 1.000 cơ sở giáo dục đạihọc. Đằng sau các khóa học và chương trình này là 28.000 giáo viên toàn thời gian và 93.000 giáo viên bán thời gian làm công tác tư vấn.

Có sự trợ giúp lớn từ chính phủ: Chính phủ Trung Quốc tài trợ cho Chương trình đào tạo giáo viên nòng cốt về giáo dục khởi nghiệp hàng năm, một động thái thể hiện sự khởi đầu chính thức đối với giáo dục khởi nghiệp do nhà nước lãnh đạo. Để học hỏi kinh nghiệm quốc tế, Ủy ban Trung ương

Đoàn Thanh niên Cộng sản và Liên đoàn Thanh niên Toàn Trung Quốc đã phối hợp với Tổ chức Lao động Quốc tế để thúc đẩy việc thực hiện Chương trình Giáo dục Khởi nghiệp Trung Quốc (KAB -Know About Business) giữa các trường đại học Trung Quốc. Kể từ đó, Chương trình Giáo dục Khởi nghiệp Trung Quốc đã đạt được tác động sâu sắc trong các lĩnh vực xây dựng chương trình giảng dạy, đào tạo giáo viên và thực hành của sinh viên (KAB Entrepreneurship Club, 2022). Chính phủ Trung Quốc cũng đẩy nhanh tốc độ thể chế hóa giáo dục khởi nghiệp như một phần của chiến lược phát triển quốc gia. Bộ Giáo dục Trung Quốc đã ban hành "Khuyến nghị về Thúc đẩy Mạnh mẽ Giáo dục Đổi mới và Khởi nghiệp" tại các Cơ sở Giáo dục Đại học và Khởi nghiệp, đánh dấu sự xuất hiện chính thức đầu tiên của khái niệm "giáo dục đổi mới và khởi nghiệp" trong các văn bản chính sách giáo dục đại học. Chính phủ yêu cầu tất cả các cơ sở giáo dục phải cung cấp khóa học Khởi nghiệp tổng quát hai tín chỉ cho sinh viên.

Có sự phối hợp giữa trường đại học, chính quyền địa phương và doanh nghiệp: Việc thúc đẩy giáo dục khởi nghiệp theo tinh thần học đi đôi với hành hay học qua thực tế tạo động lực cho việc hoàn thiện hệ sinh thái toàn diện hơn. Ở Trung Quốc, chính phủ đóng vai trò tích cực trong mối quan hệ trường đại học-chính phủ và doanh nghiệp. Tỉnh Chiết Giang, chính quyền khu vực thúc giục thành lập một Hội đồng ở Các cơ sở giáo dục đại học sẽ bao gồm các nhà lãnh đạo doanh nghiệp và các chuyên gia đại học, được hỗ trợ bởi các chính sách và tài chính của chính phủ. Ưu tiên hỗ trợ các chương trình đào tạo, các cuộc thi khởi nghiệp. Các cuộc thi nâng cao năng lực khởi nghiệp cho sinh viên đại học thu hút 300.000 sinh viên đại học được Chính phủ hỗ trợ tài chính, và được các cơ sở giáo dục đại học hỗ trợ đề xuất và xây dựng kế hoạch đào tạo. Quỹ ươm tạo doanh nhân (ZJU) hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp tích lũy được hơn 50 triệu Nhân dân tệ. Quỹ Quỹ ươm tạo doanh nhân ZJU cũng đã thành lập một công viên khởi nghiệp cho các trường đại học trong tỉnh, cũng như các không gian sáng tạo dựa trên các trường khác nhau để cung cấp cả không gian và dịch vụ cho các doanh nhân sinh viên.

3. Bài học kinh nghiệm cho các trường đại học của Việt Nam

Từ việc nghiên cứu các kinh nghiệm ở các trường đại học tại các quốc gia trên thế giới, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho các trường đại học tại Việt Nam trong đào tạo, hỗ trợ khởi nghiệp:

Thứ nhất, về quan điểm chung trong đào tạo và nâng cao tinh thần khởi nghiệp ở bậc đại học cần áp dụng triệt để phương pháp học qua thực tế. Kết hợp đào tạo trong chương trình với khuyến khích sinh viên tham gia các hoạt động ngoại khóa khởi nghiệp ngoài chương trình: Thực tế cho thấy các trường đại học Mỹ, Anh đồng nhất quan điểm cho rằng cho rằng giáo dục các doanh nhân khởi nghiệp đòi hỏi phong cách học tập qua trải nghiệm. Các trường đại học ở Việt Nam muốn nâng cao tinh thần nghiệp chủ và năng lực khởi nghiệp ở sinh viên thì cũng cần áp dụng quan điểm giáo dục học đi đôi với hành.

Thứ hai, có trung tâm/bộ phận thuộc trường chịu trách nhiệm thực hiện hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp: Các trường đại học thế giới đều có một bộ phận độc lập chịu trách nhiệm tổ chức các hoạt động ngoại khóa khởi nghiệp và cung cấp hỗ trợ tạo thành hệ sinh thái khởi nghiệp hoàn chỉnh nhằm phát triển các hoạt động khởi nghiệp. Tên bộ phận có thể là trung tâm đổi mới và khởi nghiệp, trung tâm sáng tạo xã hội hay vườn ươm và được trường cấp quỹ hoạt động.

Thứ ba, đa dạng hoá đối tượng sinh viên tham gia bên cạnh các sinh viên nhóm ngành kinh doanh: Nhiều thành công về đổi mới sáng tạo khởi nghiệp ở các trường đại học trên thế giới đã cho thấy, các chương trình đào tạo khởi nghiệp thành công chủ yếu ở các trường có nền tảng công nghệ thuộc khối kỹ thuật. Các trường xây dựng và triển khai mô

hình trường đại học khởi nghiệp trong đó chú trọng chương trình đào tạo khởi nghiệp cho sinh viên khối kỹ thuật, cung cấp các hỗ trợ cho thương mại hóa các phát minh sáng chế từ các dự án của nhà trường. Cho phép đổi tín chỉ nếu đạt được những thành tích ghi nhận trong hoạt động ngoại khóa.

Thứ tư, cần hỗ trợ tương xứng từ chính phủ: Chính phủ xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi cho khởi nghiệp đặc biệt khởi nghiệp sáng tạo qua hoàn thiện cơ chế chính sách, môi trường pháp lý, bố trí nguồn vốn, khuyến khích chuyển giao công nghệ và hợp tác, hỗ trợ xây dựng các trung tâm khởi nghiệp trong nhà trường và tầm quốc gia và cung cấp tài trợ cho các hoạt động ngoại khóa tầm quốc gia và quốc tế. Chính phủ qua vai trò của các tổ chức chính trị xã hội, đặc biệt là tổ chức của thanh niên để thực hiện các hoạt động ngoại khóa và hỗ trợ khởi nghiệp.

Thứ năm, cần phối hợp nhà trường với cộng đồng doanh nghiệp: Các trường đại học phối hợp rất chặt chẽ với chính phủ và doanh nghiệp trong tổ chức và phối hợp các hoạt động thúc đẩy khởi nghiệp và đào tạo khởi nghiệp tạo dựng hệ sinh thái khởi nghiệp. Các trung tâm khởi nghiệp của trường đại học huy động đội ngũ tư vấn và kiến thức từ doanh nhân, cũng như huy động nguồn vốn tài trợ, đầu tư tài chính cho các dự án, cuộc thi khởi nghiệp từ chính phủ và các doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Tiến Dũng, Vai trò của trường đại học trong hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp, ***Tạp chí*** *Khoa học- Công nghệ Việt Nam,* Số 3 năm 2019
2. Chính phủ (2017), Quyết định số 1665/QĐ-TTg phê duyệt Đề án "Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025" của Thủ tướng Chính phủ.
3. Liñán, F., and Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*
4. Gangi, Y., & Sirelkatim, F.(2023). The Best Practices in Entrepreneurship Education: A Review, Conceptual Model, and Propositions**.** *Journal of Entrepreneurship Education*
5. Đỗ Thị Thu Trang, Đỗ Lan Nhi, Chu Thị Mai Ly, Lê Thị Thu, Vũ Thị Thu Hằng, Nguyễn Thu Thủy (2021), Tác Động Của Trải Nghiệm Thực Tế Đến Dự Định Khởi Nghiệp Của Sinh Viên Đại Học, *Tạp chí Kinh tế Châu Á – Thái bình dương***,** tháng 5 năm 2021.
6. Nguyễn Thu Thủy (2021); Tác động của một số yếu tố môi trường khởi nghiệp tới dự định khởi nghiệp, *tạp chí Kinh tế Phát triển, số 286.*
7. Nguyễn Hải An, (2024). Ươm tạo doanh nghiệp - Hiện trạng và một số giải pháp, http://ahtp.hochiminhcity.gov.vn/home/tin-tuc/uom-tao-doanh-nghiep-hien-trang-va-otso-giai-phap.html.

HOẠT ĐỘNG THẨM ĐỊNH GIÁ BẤT ĐỘNG SẢN THEO QUY ĐỊNH HIỆN HÀNH

Trần Đình Thắng[1], Nguyễn Minh Nhật[2]

Ngày nhận bài: *18/11/2024*
Ngày nhận bài sửa: *06/12/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: *Hoạt động thẩm định giá bất động sản trong những năm qua đã có những đóng góp nhất định vào sự phát triển kinh tế - xã hội ở nước ta. Tuy nhiên, bên cạnh các mặt tích cực, cũng đã xuất hiện một số sai phạm, tiêu cực làm ảnh hưởng đến cái nhìn của xã hội đối với nghề thẩm định giá. Bộ Tài chính đã chỉ ra nguyên nhân chính của những sai phạm, tiêu cực này chủ yếu là do doanh nghiệp thẩm định giá và thẩm định viên về giá chưa thực hiện đầy đủ các quy định của pháp luật về thẩm định giá, đặc biệt là việc cập nhật kịp thời các quy định mới. Thêm vào đó là trong bối cảnh hiện nay, môi trường pháp lý về thẩm định giá nói chung và thẩm định giá bất động sản nói riêng đã có rất nhiều sự thay đổi với việc ban hành một loạt các văn bản quy phạm pháp luật mới. Đáng chú ý trong đó là các Chuẩn mực thẩm định giá Việt Nam thay thế cho các Tiêu chuẩn thẩm định giá Việt Nam trước đây. Dựa trên thực trạng đó, bài viết này phân tích, so sánh để chỉ ra những điểm thay đổi cơ bản của các quy định về thẩm định giá bất động sản hiện hành so với các quy định trước đây nhằm giúp những người đang hoạt động trong lĩnh vực thẩm định giá bất động sản hạn chế sai sót trong quá trình thẩm định giá bất động sản.*

Từ khóa: *Chuẩn mực, thẩm định giá, thẩm định viên, bất động sản.*

REAL ESTATE VALUATION ACTIVITIES ACCORDING TO CURRENT REGULATIONS

Abstract: *Real estate valuation activities in recent years have made certain contributions to the socio-economic development of our country. However, in addition to the positive aspects, there have also been some violations and negative aspects that have affected the public's view of the valuation profession. The Ministry of Finance has pointed out that the main cause of these violations and negative aspects is mainly due to the fact that valuation enterprises and valuers have not fully implemented the provisions of the law on valuation, especially the timely updating of new regulations. In addition, in the current context, the legal environment for valuation in general and real estate valuation in particular has changed a lot with the promulgation of a series of new legal documents. Notably, the New Vietnamese Valuation Standards replace the previous Vietnamese Valuation Standards. Based on that reality, this article analyzes and compares to point out the basic changes in the current regulations on real estate valuation compared to previous regulations to help those working in the field of real estate valuation avoid errors in the real estate valuation process.*

Keywords: *Standards, valuation, valuer, real estate.*

1. Đặt vấn đề

Trải qua hơn hai thập kỷ hình thành và phát triển, có thể nói lĩnh vực thẩm định giá (TĐG) ở Việt Nam chưa bao giờ đứng trước nhiều sự thay đổi như hiện nay. Mọi sự thay đổi đều luôn mang lại cả thuận lợi và khó khăn, cơ hội lẫn thách thức. Đối tượng chịu tác động nhiều nhất từ sự thay đổi trong lĩnh vực TĐG ở Việt Nam hiện nay có lẽ là các doanh nghiệp thẩm định giá (DNTĐG) và thẩm định viên (TĐV) về giá hành nghề. Những

[1] Tiến sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, Email: thangtcqtkd@gmail.com
[2] Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh

sự thay đổi trong lĩnh vực TĐG đến từ nhiều góc độ bao gồm các quy định của pháp luật, tình hình cạnh tranh giữa các DNTĐG hay sự đánh giá, nhìn nhận của xã hội đối với hoạt động TĐG đương đại… Trong đó, sự thay đổi của yếu tố môi trường pháp luật nhận được quan tâm hơn cả từ cộng đồng TĐG ở Việt Nam. Xét riêng ở góc độ pháp luật về TĐG, sự thay đổi toàn diện đã diễn ra khi Luật Giá năm 2023 được ban hành thay thế Luật Giá năm 2012, sau đó là một tập hợp các văn bản pháp luật được ban hành theo Luật Giá năm 2023 thay thế cho các quy định cũ. Kéo theo đó là sự điều chỉnh trong hoạt động quản lý nhà nước (QLNN) về TĐG cho phù hợp với các quy định mới của pháp luật về TĐG.

Đi kèm với sự thay đổi của Luật Giá, các Chuẩn mực TĐG Việt Nam cũng được ban hành để thay thế cho các Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam trước đây. Hoạt động TĐG ở Việt Nam vốn chịu sự chi phối lớn bởi yếu tố pháp luật, chịu sự quản lý chặt chẽ của cơ quan QLNN, do đó tất cả các DNTĐG và các TĐV về giá đều phải cập nhật, nắm bắt các quy định mới để áp dụng vào hoạt động nghề nghiệp. Tính đến nay, hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn thi hành Luật Giá về TĐG đã được ban hành bao gồm 01 Nghị định và 12 Thông tư. Về cơ bản, các quy định mới đã hoàn toàn thay thế các quy định trước đây để quản lý hoạt động TĐG ở Việt Nam.

Nhìn vào hoạt động kinh doanh của các DNTĐG Việt Nam, thẩm định giá bất động sản (TĐGBĐS) vẫn là hoạt động cơ bản, chính yếu bậc nhất. Do đó, những thay đổi về chuẩn mực TĐGBĐS đang có tác động lớn đến hoạt động kinh doanh của các DNTĐG. Chuẩn mực TĐGBĐS được ban hành theo Thông tư số 42/2024/TT-BTC ngày 20 tháng 6 năm 2024 thay thế cho Tiêu chuẩn TĐGBĐS được ban hành theo Thông tư số 145/2016/TT-BTC ngày 06 tháng 10 năm 2016 với nhiều thay đổi lớn. Các Chuẩn mực TĐG Việt Nam có liên quan đến hoạt động TĐGBĐS cũng có những thay đổi nhất định so với các Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam trước đây. Điều này khiến DNTĐG và TĐV về giá gặp một số khó khăn để hiểu rõ và thực hiện đúng theo quy định hiện hành. Tiến sĩ Lê Minh Toán (Phó Giám đốc Trung tâm Dữ liệu Quốc gia và Dịch vụ về giá) đã chỉ ra 10 khó khăn, vướng mắc trong sử dụng phương pháp so sánh để TĐGBĐS [1]. Trong đó các khó khăn, vướng mắc này chủ yếu liên quan đến việc hiểu và áp dụng các quy định của pháp luật về TĐGBĐS.

2. Một số quy định mới trong pháp luật về thẩm định giá bất động sản

Để chỉ ra, làm rõ những thay đổi trong pháp luật về TĐGBĐS, nhóm tác giả đã tiến hành đối chiếu theo cặp các Thông tư sau:

Bảng: Các Thông tư ban hành Tiêu chuẩn thẩm định giá Việt Nam và Chuẩn mực thẩm định giá Việt Nam được đối chiếu, so sánh

TT	Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam	Chuẩn mực TĐG Việt Nam
1	Thông tư số 28/2015/TT-BTC ngày 06 tháng 3 năm 2015 về Ban hành tiêu chuẩn TĐG Việt Nam số 05, 06, và 07	Thông tư số 31/2024/TT-BTC ngày 16 tháng 5 năm 2024 về Ban hành chuẩn mực TĐG Việt Nam về thu thập và phân tích thông tin về tài sản TĐG
2	Thông tư số 126/2015/TT-BTC ngày 20 tháng 8 năm 2015 về Ban hành tiêu chuẩn TĐG Việt Nam số 08, 09 và 10	Thông tư số 32/2024/TT-BTC ngày 16 tháng 5 năm 2024 về Ban hành các chuẩn mực TĐG Việt Nam về cách tiếp cận từ thị trường, cách tiếp cận từ chi phí, cách tiếp cận từ thu nhập
3	Thông tư số 145/2016/TT-BTC ngày 06 tháng 10 năm 2016 về Ban hành tiêu chuẩn TĐG Việt Nam số 11	Thông tư số 42/2024/TT-BTC ngày 20 tháng 6 năm 2024 về Ban hành chuẩn mực TĐG Việt Nam về TĐGBĐS

2.1. Những thay đổi chung

Thứ nhất, phạm vi điều chỉnh của Chuẩn mực TĐG Việt Nam về TĐGBĐS quy định cụ thể là "Chuẩn mực TĐG Việt Nam này quy định và hướng dẫn về TĐGBĐS khi TĐG theo quy định của pháp luật về giá. Chuẩn mực TĐG Việt Nam này không áp dụng đối với trường hợp định giá đất theo quy định của pháp luật về đất đai" [2]. Thực chất, quy định này nhằm giải quyết sự không thống nhất, chồng chéo của pháp luật khi hoạt động TĐGBĐS theo pháp luật về giá gần giống với hoạt động định giá đất theo pháp luật về đất đai. Có một sự thật là nội dung, cách làm của một số phương pháp định giá đất theo pháp luật về đất đai có nhiều điểm tương đồng với các phương pháp TĐGBĐS đối với tài sản là đất đai theo pháp luật về TĐG. Cả hai lĩnh vực pháp luật này đều có quy định phương pháp với tên giống hệt nhau là phương pháp so sánh và phương pháp thặng dư. Trước đây, DNTĐG và người sử dụng kết quả TĐG có nhiều băn khoăn khi tiến hành TĐG đất hoặc định giá đất do không biết cần phải áp dụng quy định của luật nào, đâu là luật chuyên ngành để ưu tiên áp dụng. Quy định mới này đã gián tiếp khẳng định TĐGBĐS đối với tài sản là đất đai với định giá đất là hai hoạt động khác nhau, qua đó xóa bỏ khúc mắc của người tiến hành công việc định giá đất, TĐGBĐS đối với đất đai và người sử dụng kết quả của các hoạt động đó.

Thứ hai, đối tượng áp dụng của các Chuẩn mực TĐG Việt Nam về TĐGBĐS mở rộng hơn so với các Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam trước đây. Cụ thể là theo Tiêu chuẩn TĐG số 8, 9, 10 và 11, đối tượng áp dụng chỉ bao gồm những cá nhân, tổ chức thực hiện hoạt động TĐG chứ không áp dụng đối với khách hàng, người sử dụng kết quả TĐG. Quy định cũ chỉ đề cập đến "Khách hàng TĐG và bên thứ ba sử dụng kết quả TĐG (nếu có) theo hợp đồng TĐG đã ký kết phải có những hiểu biết cần thiết về các quy định trong tiêu chuẩn này để hợp tác với DNTĐG trong quá trình TĐG" [3, 4, 5, 6]. Các chuẩn mực TĐG Việt Nam mới quy định rõ đối tượng áp dụng bao gồm cả người yêu cầu TĐG và bên thứ ba sử dụng kết quả TĐG [2, 7, 8]. Quy định này cũng để thống nhất với Điều 56 của Luật Giá năm 2023 về "Quyền, nghĩa vụ của khách hàng TĐG và tổ chức, cá nhân có liên quan được ghi trong hợp đồng TĐG" [9]. Như vậy quy định mới này có ý nghĩa nâng cao trách nhiệm và ràng buộc về mặt pháp lý đối với cả người yêu cầu và bên thứ ba sử dụng dịch vụ TĐG. Theo quy định mới, cá nhân hay tổ chức sử dụng dịch vụ TĐG phải có trách nhiệm tìm hiểu rõ quy định của pháp luật về hoạt động TĐG, tạo thuận lợi cho DNTĐG, TĐV về giá tiến hành hoạt động TĐG đúng theo quy định của pháp luật, tạo tiền đề giúp các DNTĐG đảm bảo chất lượng dịch vụ, nâng cao sức cạnh tranh.

Thứ ba, các Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam số 8, 9, 10 và 11 đều có kèm phụ lục hướng dẫn chi tiết các phương pháp với cách giải bài toán được thiết lập cụ thể. Trong khi đó các Chuẩn mực TĐG Việt Nam chỉ thuần túy quy định nội dung của chuẩn mực, cung cấp công thức tổng quát và lược bỏ đi phần phụ lục. Việc không đính kèm phụ lục hướng dẫn có thể tạo ra một số khó khăn nhất định trong quá trình người thực hiện hoạt động TĐG nghiên cứu, tìm hiểu nội dung các phương pháp theo chuẩn mực mới. Trong bối cảnh các tài liệu học tập, hướng dẫn về các phương pháp TĐGBĐS theo chuẩn mực mới chưa được đưa vào sử dụng trong hoạt động đào tạo, bồi dưỡng đối với TĐV về giá hay đối với các cá nhân, tổ chức hoạt động trong lĩnh vực TĐG (hoặc liên quan đến lĩnh vực TĐG) thì đây có thể xem như một sự thay đổi chưa thực sự làm hài lòng một vài đối tượng áp dụng của chuẩn mực. Qua trao đổi với một số TĐV về giá, nhóm tác giả ghi nhận được một thực tế là dù Chuẩn mực TĐG Việt Nam mới là quy định pháp lý hiện hành thì nhiều TĐV vẫn tham khảo các hướng dẫn tại Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam trước đây để áp dụng cho hoạt động tác nghiệp.

2.2. Những thay đổi về cách thức thu thập, phân tích thông tin trong thẩm định giá bất động sản

Thứ nhất, không thể tiến hành phương pháp so sánh trong TĐGBĐS (cũng như đối với các loại tài sản khác) nếu không tìm đủ thông tin của tối thiểu 03 bất động sản (BĐS)

so sánh. Theo Tiêu chuẩn TĐGBĐS trước đây, nếu như TĐV chỉ tìm được thông tin về 02 BĐS tương tự được giao dịch thành công hoặc chào bán, chào mua trên thị trường vẫn có thể áp dụng phương pháp so sánh để ước tính giá trị của BĐS cần TĐG; và khi đó phương pháp so sánh không được coi là phương pháp chính mà chỉ được sử dụng làm phương pháp đối chiếu kết quả cho các phương pháp khác. Còn nếu chiếu theo quy định của Chuẩn mực TĐG Việt Nam về cách tiếp cận từ thị trường thì nếu TĐV không thu thập đủ tối thiểu thông tin về 03 tài sản tương tự trên thị trường thì hoàn toàn không đủ cơ sở để tiến hành phương pháp so sánh. Ngoài ra 03 tài sản so sánh này phải từ 03 cá nhân, tổ chức khác nhau đã chuyển nhượng hoặc chào bán, chào mua theo đúng quy định của chuẩn mực: "Một tài sản được coi là có hoạt động chuyển nhượng hoặc chào mua hoặc chào bán công khai trên thị trường khi thu thập được ít nhất 03 tài sản so sánh từ các tổ chức, cá nhân khác nhau đã chuyển nhượng hoặc được chào mua hoặc chào bán trên thị trường gần thời điểm TĐG và địa điểm của tài sản TĐG" [8]. Nếu hoạt động chuyển nhượng, chào bán, chào mua BĐS không phải từ các cá nhân, tổ chức khác nhau thì thông tin về giá của các BĐS so sánh không đảm bảo tính thị trường (nhiều người bán và nhiều người mua) do vậy không đảm bảo độ tin cậy, phù hợp để có thể áp dụng phương pháp so sánh thuộc cách tiếp cận từ thị trường. Tuy nhiên, thông tin về các BĐS so sánh vẫn có thể được thu thập từ cùng một nguồn cung cấp thông tin chẳng hạn như từ các cá nhân, tổ chức môi giới BĐS, các trang web hay tạp chí về BĐS…

Thứ hai, đối với TĐGBĐS, việc thu thập thông tin về BĐS so sánh trên internet là việc diễn ra khá thường xuyên. Có một thực tế là thông tin, dữ liệu thu thập được từ mạng internet thường có độ tin cậy không cao và khó kiểm chứng. Theo Chuẩn mực mới, nếu TĐV thu thập thông tin về BĐS so sánh trên mạng internet thì phải "dẫn chiếu cụ thể các đường dẫn liên kết đến thông tin thu thập, lưu trữ các hình ảnh để minh chứng cho việc đã thu thập, đồng thời lập phiếu thu thập thông tin về nội dung này" [7]. Để đảm bảo tính tin cậy của thông tin qua đó nâng cao chất lượng hoạt động TĐG, TĐV cần thu thập thông tin từ các website rõ nguồn gốc, đó nên là các trang web chính thức của các tổ chức được thành lập theo quy định của pháp luật hoặc các website có chức năng cung cấp thông tin về BĐS theo quy định của pháp luật.

Thứ ba, trong trường hợp khó khăn trong việc tìm kiếm thông tin về BĐS so sánh, TĐV có thể mở rộng phạm vi tìm kiếm, thậm chí ra phạm vi ngoài tỉnh. Tuy nhiên việc mở rộng phạm vi tìm kiếm phù hợp hơn đối với động sản, trong khi BĐS chịu tác động, ảnh hưởng bởi vị trí địa lý, đặc thù của địa phương quá lớn dẫn đến việc tham khảo các BĐS ở quá xa sẽ khó đảm bảo tính tương đồng. Nếu lựa chọn BĐS so sánh ở phạm vi khác huyện, thậm chí khác tỉnh cần lựa chọn những địa bàn có cùng trình độ phát triển kinh tế - xã hội, có một số điểm đặc thù tương đồng, ví dụ như tình hình quy hoạch phát triển hạ tầng, tiến độ thực hiện các dự án kinh doanh BĐS, mức độ hấp dẫn đối với các nhà đầu tư… Nhóm tác giả cho rằng nên hạn chế áp dụng việc tìm kiếm thông tin về BĐS ở phạm vi ngoài tỉnh bởi BĐS mang đặc thù địa phương rất cao. Quy định này sẽ phù hợp hơn với việc TĐG các tài sản là động sản.

Với việc phương pháp so sánh vẫn là phương pháp chủ yếu được áp dụng trong TĐGBĐS (tỷ lệ áp dụng tại một số tỉnh từ 40,3% đến 85,8% [1]) thì các sự thay đổi này sẽ có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động TĐGBĐS tại các DNTĐG.

2.3. Những thay đổi về phương pháp thẩm định giá bất động sản

Thứ nhất, để TĐGBĐS theo cách tiếp cận từ chi phí, chuẩn mực TĐG Việt Nam về TĐGBĐS quy định một phương pháp "mới" là "Phương pháp tổng cộng" hay có tên gọi khác là "Phương pháp tài sản". Khoản 1 Điều 7 Cách tiếp cận từ chi phí nêu: "Phương pháp

tổng cộng (tên gọi khác là phương pháp tài sản) xác định giá trị của tài sản TĐG bằng cách cộng các giá trị riêng lẻ của các bộ phận của tài sản TĐG" [8]. Thực chất đây không phải là phương pháp mới trong TĐG. Đối với hoạt động TĐGBĐS, TĐV cũng không lạ gì cách làm của phương pháp này. Khi thực hiện TĐGBĐS bao gồm cả đất và công trình xây dựng trên đất, TĐV ước tính riêng lẻ giá trị quyền sử dụng đất (thường là theo phương pháp so sánh) và giá trị công trình xây dựng trên đất (theo phương pháp chi phí thay thế hoặc phương pháp chi phí tái tạo) rồi cộng hai giá trị này lại với nhau để ra giá trị cuối cùng của BĐS cần TĐG. Chỉ có điều lúc trước chưa có quy định thì đến nay phương pháp này mới được quy định cụ thể trong chuẩn mực TĐG Việt Nam về cách tiếp cận từ chi phí. Do đó, TĐV cần phải lưu ý khi lập báo cáo TĐG, chứng thư TĐG để xác định phương pháp cho phù hợp với nội dung của chuẩn mực. Quy định về phương pháp tổng cộng được nhóm tác giả đánh giá là làm tăng tính học thuật, hàn lâm cho Chuẩn mực TĐG Việt Nam về cách tiếp cận từ chi phí.

Thứ hai, phương pháp chiết trừ được lược bỏ ra khỏi các phương pháp TĐGBĐS. Phương pháp chiết trừ bị loại bỏ khiến nhiều người khá bất ngờ bởi phương pháp này tỏ ra khá hữu dụng trong các trường hợp thiếu hoặc khó khăn khi tìm kiếm BĐS so sánh là đất trống nhưng lại tìm được thông tin về giao dịch của BĐS bao gồm cả đất và công trình xây dựng trên đất. Tuy nhiên, khi nghiên cứu kỹ về phương pháp chiết trừ thì có thể thấy rằng việc áp dụng phương pháp chiết trừ theo Tiêu chuẩn TĐGBĐS cũ đôi khi có thể vi phạm các nguyên tắc cơ bản của hoạt động TĐG là "Nguyên tắc sử dụng tốt nhất và có hiệu quả nhất" và "Nguyên tắc cân bằng". Mặc dù hệ thống Chuẩn mực TĐG Việt Nam không đề cập tới các nguyên tắc này như trong hệ thống Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam trước đây nhưng người hành nghề và những người tham gia công tác đào tạo, bồi dưỡng về TĐG vẫn luôn thừa nhận và áp dụng các nguyên tắc này bởi lẽ những nguyên tắc này là nguyên lý học thuật cơ bản trong TĐG từ xưa đến nay. Do đó, có thể xem các nguyên tắc này vẫn còn nguyên giá trị sử dụng trong thực tế công việc TĐG.

Tuy nhiên, nguyên tắc cân bằng là một khái niệm rất trừu tượng và nội dung nguyên tắc mới chỉ được đề cập một cách chung chung trong Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam số 04: "Khi các yếu tố cấu thành của tài sản đạt được sự cân bằng thì tài sản đạt được khả năng sinh lời tối đa hay mức hữu dụng cao nhất. Do đó, để ước tính mức sử dụng tốt nhất và có hiệu quả nhất của tài sản, cần phải phân tích về sự cân bằng của các yếu tố cấu thành của tài sản cần TĐG" [3]. Nhưng chắc chắn một điều rằng các yếu tố cấu thành tài sản phải đảm bảo nguyên tắc cân bằng thì tài sản đó mới đảm bảo được nguyên tắc quan trọng bậc nhất trong TĐGBĐS, đó là nguyên tắc sử dụng tốt nhất và có hiệu quả nhất. Chẳng hạn như trường hợp chủ tài sản sở hữu thửa đất ở vị trí đẹp nhưng không có đủ điều kiện để xây dựng một ngôi nhà tráng lệ tương xứng với vị trí đắc địa của thửa đất. Hoặc trường hợp xây dựng một công trình xây dựng dạng biệt thự sang trọng ở một khu vực có điều kiện kinh tế - xã hội không quá phát triển thì yếu tố công trình xây dựng và đất đều không đạt được sự cân bằng cần thiết để có được mức hữu dụng tối đa của BĐS.

Nguyên tắc sử dụng tốt nhất và có hiệu quả nhất được nêu ra như sau: "Sử dụng tốt nhất và có hiệu quả nhất của tài sản là đạt được mức hữu dụng tối đa có thể cho phép về mặt pháp lý, về kỹ thuật, về tài chính trong những hoàn cảnh kinh tế - xã hội thực tế phù hợp và đem lại giá trị cao nhất cho tài sản. Một tài sản đang sử dụng thực tế không nhất thiết đã thể hiện khả năng sử dụng tốt nhất và có hiệu quả nhất của tài sản đó" [3]. Vậy thì sự tồn tại của nguyên tắc sử dụng tốt nhất và hiệu quả nhất đã thừa nhận rằng trong nhiều trường hợp, các yếu tố cấu thành tài sản là không cân bằng. Khi giá trị tài sản trên đất được xác định cao hơn so với giá trị thực nếu áp dụng công

thức chiết trừ sẽ làm giảm giá trị của quyền sử dụng đất của BĐS so sánh, qua đó làm sai lệch dữ liệu đầu vào của phương pháp so sánh khi ước tính giá trị quyền sử dụng đất của BĐS cần TĐG. Vậy thì việc loại bỏ phương pháp chiết trừ là phù hợp với các nguyên tắc trong TĐGBĐS đã được đưa ra, được thừa nhận và được áp dụng bấy lâu nay. Đây là sự thay đổi phù hợp giúp nâng cao cơ sở khoa học và nâng cao chất lượng hoạt động TĐGBĐS ở Việt Nam.

Thứ ba, phương pháp thặng dư được giữ lại nhưng có sự điều chỉnh, thay đổi phù hợp hơn. Thực tế, phương pháp thặng dư từng được cân nhắc đề xuất loại bỏ khi xây dựng Luật Đất đai năm 2024 do không khả thi, không sát thực tế [10]. Điều đó cũng tạo ra lo ngại về việc có giữ lại hay loại bỏ phương pháp này trong Chuẩn mực TĐG Việt Nam. Cuối cùng thì phương pháp này được giữ lại và được "cải tiến" hoàn thiện hơn.

Về cơ bản, việc xác định doanh thu phát triển và chi phí phát triển của dự án theo Chuẩn mực TĐG Việt Nam về TĐGBĐS được quy định gần tương tự như trong Tiêu chuẩn TĐG Việt Nam số 11. Tuy nhiên, có một sự thay đổi lớn trong cách xác định lợi nhuận của nhà đầu tư theo quy định mới. Lợi nhuận của nhà đầu tư được quy định trong phần xác định tổng chi phí phát triển của BĐS. Theo Chuẩn mực mới: "Lợi nhuận của nhà đầu tư được xác định trên cơ sở tỷ lệ lợi nhuận trung bình trên thị trường tính trên tổng chi phí (bao gồm cả giá trị tài sản đầu tư ban đầu nhưng không bao gồm chi phí tài chính) của ít nhất 03 dự án đầu tư kinh doanh BĐS tương tự trên thị trường hoặc được xác định là trung bình tỷ lệ phần trăm lợi nhuận trước thuế thu nhập doanh nghiệp (đã được kiểm toán hoặc quyết toán) trên tổng chi phí của ít nhất 03 doanh nghiệp BĐS tương tự trên thị trường" [2]. Cụm từ "bao gồm cả giá trị tài sản đầu tư ban đầu nhưng không bao gồm chi phí tài chính" làm thay đổi hoàn toàn công thức ước tính giá trị quyền sử dụng đất của BĐS cần TĐG. Có thể nói đây là một thay đổi lớn và phù hợp hơn của phương pháp thặng dư bởi trước đó, lợi nhuận của nhà đầu tư chỉ được xác định trên chi phí xây dựng và vận hành dự án. Như vậy có nghĩa là phương pháp thặng dư cũ mặc nhiên bỏ qua đòi hỏi chính đáng về tính sinh lời từ yếu tố đất đai trong dự án. Trong khi đó, giá bán sản phẩm của dự án đã bao gồm cả lợi nhuận từ chi phí đầu tư vào đất và chi phí đầu tư vào tài sản trên đất. Điểm thay đổi này giúp cho phương pháp thặng dư trở nên thực tế hơn và có thể được áp dụng nhiều hơn trong tương lai.

3. Những việc cần thực hiện để hoạt động thẩm định giá bất động sản đáp ứng được các quy định hiện hành

Chuẩn mực TĐG Việt Nam về TĐGBĐS và các Chuẩn mực TĐG Việt Nam khác quy định về cách tiếp cận, phương pháp TĐG, việc thu thập, phân tích thông tin… trong hoạt động TĐG đã được ban hành đồng bộ. Theo đó, có khá nhiều điểm mới trong hoạt động TĐG tài sản nói chung và hoạt động TĐGBĐS nói riêng. Để thực hiện đúng theo quy định hiện hành, chúng tôi xin đưa ra một số khuyến nghị đối với TĐV về giá và DNTĐG như sau:

Đầu tiên, TĐV phải nghiêm túc cập nhật kiến thức về TĐGBĐS. Việc đơn giản nhất là TĐV tham gia khóa học cập nhật kiến thức về TĐG hàng năm theo quy định. Vốn dĩ đây là việc bắt buộc đối với TĐV để đăng ký hành nghề cho năm tiếp theo. Tuy nhiên, các Chuẩn mực TĐG Việt Nam mới được ban hành từ khoảng tháng 5, tháng 6 năm 2024 và có hiệu lực từ 01 tháng 7 năm 2024, nên những TĐV đã học cập nhật kiến thức từ trước khi các chuẩn mực được ban hành cần bố trí thời gian để tự cập nhật các quy định mới. Ngoài ra, để nâng cao chất lượng hoạt động TĐG, đặc biệt là TĐGBĐS, TĐV cần tìm đọc các tài liệu về TĐGBĐS được biên soạn bởi các cơ sở có chức năng đào tạo, bồi dưỡng về TĐG; đặc biệt là tìm đọc các tài liệu được biên soạn bám sát quy định mới, tức là

các tài liệu đã được nghiệm thu, xuất bản sau khi các Chuẩn mực TĐG Việt Nam chính thức được ban hành.

Thứ hai, TĐV phải chú trọng khâu khảo sát BĐS cần TĐG. Dù theo quy định mới, TĐV không bắt buộc lập kế hoạch TĐG nhưng cần đảm bảo hậu kiểm. Việc không yêu cầu lập kế hoạch TĐG tạo sự linh hoạt đáng kể cho công tác TĐGBĐS, phù hợp với thực tiễn cung ứng dịch vụ tại rất nhiều DNTĐG, nhưng điều này cũng sẽ tạo ra lỗ hổng trong công tác đảm bảo chất lượng dịch vụ của chính doanh nghiệp. Để thực hiện tốt công việc, DNTĐG cần đảm bảo thực hiện việc khảo sát BĐS cần TĐG, khảo sát thu thập thông tin thị trường và có sự đối chiếu, so sánh, kiểm tra kết quả cuối cùng một cách toàn diện, kỹ lưỡng.

Thứ ba, DNTĐG nên tăng cường hỏi đáp với cơ quan QLNN để hiểu rõ vấn đề và áp dụng đúng quy định. Để đảm bảo không hiểu sai dẫn đến áp dụng sai quy định của các Chuẩn mực TĐG Việt Nam khi tiến hành TĐGBĐS, DNTĐG có thể gửi công văn xin ý kiến Cục Quản lý giá nếu gặp các khúc mắc để được giải đáp. Việc này có thể khiến doanh nghiệp mất thêm thời gian nhưng đảm bảo cung ứng dịch vụ đúng pháp luật và nâng cao chất lượng, uy tín của doanh nghiệp.

Thứ tư, DNTĐG cần nhanh chóng xây dựng cơ sở dữ liệu về BĐS. Đến nay vẫn chưa có nhiều DNTĐG xây dựng được cơ sở dữ liệu riêng đủ lớn phục vụ cho hoạt động TĐGBĐS. Việc xác định tỷ lệ điều chỉnh cho phương pháp so sánh nếu muốn giảm bớt tính chủ quan của TĐV thì cần có một cơ sở dữ liệu đủ lớn với nhiều BĐS có tính tương đồng cao để phân tích và từ đó rút ra một tỷ lệ điều chỉnh hợp lý cho từng yếu tố so sánh.

Thứ năm, DNTĐG cần xác định đúng phạm vi áp dụng pháp luật mà mình phải tuân thủ. Khi cung cấp dịch vụ TĐGBĐS, DNTĐG và TĐV phải tuân thủ các quy định về TĐG theo Pháp luật về giá. Trường hợp "DNTĐG đáp ứng các điều kiện là tổ chức tư vấn xác định giá đất và thực hiện tư vấn giá đất theo quy định của của Luật Đất đai và văn bản hướng dẫn thì phải tuân thủ theo các quy định pháp luật về đất đai" [11]. Về vấn đề này, Cục Quản lý giá đã từng có văn bản trả lời Hội Thẩm định giá Việt Nam về việc "Sở Tài nguyên và Môi trường TP Hồ Chí Minh đánh giá những tiêu cực trong hoạt động TĐG đất của DNTĐG".

4. Kết luận

Quy định pháp luật về hoạt động TĐGBĐS đã có nhiều sự thay đổi trong khi nhiều TĐV vẫn còn quen làm theo lối mòn khi tiến hành công việc TĐG. Nếu không cập nhật kịp thời các quy định mới, rất có thể DNTĐG sẽ không đảm bảo được chất lượng dịch vụ TĐGBĐS, thậm chí có thể mắc một số lỗi nghiêm trọng làm ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp. Thông qua bài viết này, nhóm tác giả hy vọng có thể làm rõ một số điểm mới cần lưu ý giúp cho các DNTĐG, TĐV về giá thực hiện tốt hơn hoạt động chuyên môn của mình. Nhóm tác giả cũng mong muốn thông qua bài viết có thể góp phần giúp cho xã hội hiểu hơn về nghề TĐG theo tinh thần mà ông Nguyễn Tiến Thỏa – Chủ tịch Hội Thẩm định giá Việt Nam phát động thông qua Cuộc thi viết "TĐG Việt Nam vì sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước" do Tạp chí Nhịp sống thị trường – Markettimes vừa tổ chức [12].

Việc ban hành các Chuẩn mực TĐG Việt Nam là công việc của cơ quan QLNN còn việc thực hiện các quy định trong thực tế lại là công việc của DNTĐG, TĐV về giá. Do đó, những vấn đề mà quy định chưa thực sự phù hợp với thực tế hoặc những vấn đề mới phát sinh trong thực tế cần được phản hồi để cơ quan QLNN có căn cứ điều chỉnh, sửa đổi trong tương lai. Để thực hiện tốt hoạt động TĐGBĐS theo quy định của pháp luật thì bản thân các DNTĐG, TĐV về giá cần tích cực đóng góp ý kiến xây dựng pháp luật về TĐG nói chung và pháp luật về TĐGBĐS nói riêng theo hướng ngày càng hoàn thiện và phù hợp hơn

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hội Thẩm định giá Việt Nam (2023), *10 khó khăn, vướng mắc trong sử dụng phương pháp so sánh để thẩm định giá bất động sản.* <https://hoithamdinhgia.vn/10-kho-khan-vuong-mac-trong-su-dung-phuong-phap-so-sanh-de-tham-dinh-gia-bat-dong-san>
2. Bộ Tài chính (2024), Thông tư số 42/2024/TT-BTC ngày 20 tháng 6 năm 2024 về Ban hành chuẩn mực thẩm định giá Việt Nam về Thẩm định giá bất động sản.
3. Bộ Tài chính (2014), Thông tư số 158/2014/TT-BTC ngày 27 tháng 10 năm 2014 về Ban hành tiêu chuẩn thẩm định giá Việt Nam số 01, 02, 03 và 04.
4. Bộ Tài chính (2015), Thông tư số 28/2015/TT-BTC ngày 06 tháng 03 năm 2015 về Ban hành tiêu chuẩn thẩm định giá Việt Nam số 05, 06, và 07.
5. Bộ Tài chính (2015), Thông tư số 126/2015/TT-BTC ngày 20 tháng 8 năm 2015 về Ban hành tiêu chuẩn thẩm định giá Việt Nam số 08, 09 và 10.
6. Bộ Tài chính (2016), Thông tư số 145/2016/TT-BTC ngày 6 tháng 10 năm 2016 về Ban hành tiêu chuẩn thẩm định giá Việt Nam số 11.
7. Bộ Tài chính (2024), Thông tư số 31/2024/TT-BTC ngày 16 tháng 5 năm 2024 về Ban hành chuẩn mực thẩm định giá Việt Nam về thu thập và phân tích thông tin về tài sản thẩm định giá.
8. Bộ Tài chính (2024), Thông tư số 32/2024/TT-BTC ngày 16 tháng 5 năm 2024 về Ban hành các chuẩn mực thẩm định giá Việt Nam về cách tiếp cận từ thị trường, cách tiếp cận từ chi phí, cách tiếp cận từ thu nhập.
9. Quốc hội (2023), Luật số 16/2023/QH15 ngày 19 tháng 6 năm 2023.
10. Viết Tuân (2024), *Đề xuất bỏ phương pháp thặng dư định giá đất*, Báo điện tử Vnexpress. <https://vnexpress.net/de-xuat-bo-phuong-phap-thang-du-dinh-gia-dat-4700862.html>
11. Cục Quản lý giá (2024), Công văn số 8346/BTC-QLG ngày 07 tháng 8 năm 2024 về việc trả lời Công văn số 47/2024/CV-HTĐGVN ngày 20 tháng 5 năm 2024 của Hội Thẩm định giá Việt Nam.
12. PV (2024), *Chủ tịch VVA: Nỗ lực để xã hội hiểu hơn về ngành Thẩm định giá*, Tạp chí Nhịp sống thị trường – Markettimes. <https://markettimes.vn/chu-tich-vva-no-luc-de-xa-hoi-hieu-hon-ve-nganh-tham-dinh-gia-67122.html>

TẠO ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CHO NHÂN VIÊN Y TẾ TẠI CÁC BỆNH VIỆN CÔNG LẬP TỰ CHỦ TÀI CHÍNH THÔNG QUA CÁC CÔNG CỤ PHI TÀI CHÍNH

Nguyễn Thị Phương Thùy[1], Đắc Thị Khánh Huyền[2], Nguyễn Đức Anh[3]

Ngày nhận bài: *24/10/2024*
Ngày nhận bài sửa: *27/11/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: Tạo động lực làm việc cho nhân viên y tế (NVYT) thông qua các công cụ phi tài chính đóng vai trò quan trọng trong công tác quản trị nhân sự trong các bệnh viện công lập (BVCL) tự chủ tài chính. Nghiên cứu này tác giả trình bày tổng quan về cơ lý luận, phân tích thực trạng công tác tạo động lực làm việc cho NVYT trong các BVCL tự chủ tài chính bằng các công cụ phi tài chính từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm khuyến khích NVYT yêu nghề hơn, cải thiện mức độ hài lòng trong công việc, gắn kết bền chặt với bệnh viện, từ đó góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tại các BVCL tự chủ tài chính. Các công cụ phi tài chính mà tác giả đề xuất trong bài viết nhằm nâng cao công tác tạo động lực làm việc cho NVYT tại các BVCL tự chủ tài chính như: Môi trường làm việc, sự công nhận, cơ hội thăng tiến, đào tạo, sự lãnh đạo và xây dựng văn hóa tổ chức tích cực. Những công cụ phi tài chính này ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng, mức độ gắn bó và hiệu suất làm việc của nhân viên. Đặc biệt, trong bối cảnh các bệnh viện công lập tự chủ tài chính, nơi nguồn ngân sách hạn chế, việc khai thác hiệu quả các công cụ phi tài chính là cách tiếp cận thiết thực để duy trì động lực và sự cống hiến của NVYT.

Từ khóa: *Bệnh viện công lập; công cụ phi tài chính; nhân viên y tế; tạo động lực; tự chủ tài chính.*

MOTIVATION FOR HEALTH STAFF AT PUBLIC HOSPITALS THROUGH NON - FINANCIAL TOOLS

Abstract: *Motivating medical staff through non-financial tools plays an important role in human resource management in financially autonomous public hospitals. In this study, the author presents an overview of the theoretical basis, analyzes the current situation of motivating medical staff in financially autonomous public hospitals using non-financial tools, thereby proposing a number of solutions to encourage medical staff to love their jobs more, improve job satisfaction, and strengthen their relationship with the hospital, thereby contributing to improving the quality of medical examination and treatment services in financially autonomous public hospitals. The non-financial tools that the author proposes in the article aim to improve the motivation of medical staff in financially autonomous public hospitals such as: Working environment, recognition, promotion opportunities, training, leadership and building a positive organizational culture. These non-financial tools directly affect employee satisfaction, engagement, and performance. Especially in the context of self-financed public hospitals, where budget resources are limited, effectively exploiting non-financial to*ols is a practical approach to maintain the motivation and dedication of medical staff..

Keywords: *Health workers, motivation by non - financial tools*

1. Đặt vấn đề

Tạo động lực làm việc là một trong những nội dung quan trọng trong lĩnh vực quản trị nhân sự, đặc biệt trong các BVCL tự chủ tài chính. Theo các lý thuyết về động lực như tháp nhu cầu của Maslow, lý thuyết hai yếu tố của

[1] Thạc sỹ, Trường Đại học Công đoàn, Email: thuyntp@dhcd.edu.vn
[2] Cử nhân, Công ty TNHH RFP Việt Nam
[3] Cử nhân, Ngân hàng Agribank huyện Thanh Trì, Hà Nội

Herzberg hay lý thuyết kỳ vọng của Vroom,… động lực không chỉ phụ thuộc vào các yếu tố tài chính như lương, thưởng mà còn liên quan mật thiết đến các công cụ phi tài chính như môi trường làm việc, sự công nhận, cơ hội thăng tiến, …. Bên cạnh đó các BVCL tự chủ tài chính phải đối mặt với áp lực tăng nguồn thu và giảm chi phí vận hành, hạn chế ngân sách có thể dẫn đến khó khăn trong việc tăng lương hoặc thưởng cho NVYT. Thêm vào đó, NVYT thường làm việc trong môi trường căng thẳng, đối mặt với áp lực cao trong chăm sóc sức khỏe cộng đồng. Điều này đòi hỏi Ban lãnh đạo bệnh viện không chỉ tạo điều kiện làm việc thuận lợi mà còn cần thúc đẩy động lực nội tại, giúp nhân viên cảm thấy yêu nghề và cống hiến cho tổ chức. Tình trạng "chảy máu chất xám" trong đội ngũ NVYT từ các bệnh viện công lập sang bệnh viện tư nhân ngày càng gia tăng. Giai đoạn từ năm 2019 đến 2022, đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, đặt ra áp lực nặng nề đối với NVYT, đặc biệt là những người ở tuyến đầu chống dịch. Trong hơn hai năm ứng phó với đại dịch, NVYT phải làm việc liên tục trong môi trường căng thẳng, đối mặt với nhiều áp lực. Họ không chỉ làm việc trong môi trường tiềm ẩn nguy cơ lây nhiễm cao mà còn dễ bị sang chấn tâm lý khi chứng kiến số lượng lớn bệnh nhân tử vong do Covid-19 hoặc phải chịu đựng sự quá tải trong việc chăm sóc người bệnh. Mặc dù áp lực công việc và trách nhiệm nặng nề, chế độ đãi ngộ và các chính sách hỗ trợ vẫn chưa tương xứng, dẫn đến tình trạng thiếu động lực làm việc, khiến nhiều NVYT xin nghỉ hoặc chuyển việc. Việc tạo động lực làm việc cho NVYT thông qua các công cụ phi tài chính trong các BVCL tự chủ tài chính đóng vai trò quan trọng trong công tác quản trị nhân sự. Những công cụ này không chỉ trực tiếp nâng cao hiệu quả công việc, tăng sự hài lòng và niềm tự hào của NVYT mà còn giúp họ gắn bó lâu dài với nơi công tác. Các biện pháp tạo động lực phi tài chính còn khuyến khích NVYT yêu nghề hơn, cải thiện mức độ hài lòng trong công việc, gắn kết bền chặt với bệnh viện, từ đó góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tại các BVCL tự chủ tài chính.

2. Cơ sở lý luận về tạo động lực làm việc cho nhân viên y tế tại các bệnh viện công lập tự chủ tài chính bằng công cụ phi tài chính

Nhân viên y tế

Theo Tổ chức Y tế Thế giới (WHO, 2006), nhân viên y tế (NVYT) được định nghĩa là những người trực tiếp cung cấp dịch vụ hoặc hỗ trợ công tác chăm sóc và nâng cao sức khỏe cộng đồng. Họ bao gồm các cán bộ làm việc theo biên chế hoặc hợp đồng trong hệ thống y tế công lập và tư nhân, các giảng viên, nhà nghiên cứu trong lĩnh vực y dược, cũng như những người tham gia quản lý và cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe. Ngoài ra, đội ngũ này còn bao gồm các cộng tác viên y tế và lương y, góp phần quan trọng trong việc chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

Bệnh viện công lập tự chủ tài chính

Bệnh viện công lập (BVCL) là tổ chức do cơ quan Nhà nước thành lập và quản lý, hoạt động theo quy định pháp luật. BVCL có tư cách pháp nhân, con dấu, tài khoản riêng và bộ máy kế toán, với nhiệm vụ cung cấp dịch vụ công hoặc hỗ trợ quản lý nhà nước trong lĩnh vực khám chữa bệnh.

Quá trình thực hiện tự chủ tài chính tại các BVCL được khởi xướng từ Nghị định số 43/2006/NĐ-CP ban hành ngày 25/4/2006, sau đó được thay thế bởi Nghị định số 16/2015/NĐ-CP ngày 14/2/2015. Đến năm 2021, Nghị định số 60/2021/NĐ-CP ngày 21/6/2021 đã tiếp tục thay thế Nghị định số 16/2015/NĐ-CP, với mục tiêu thúc đẩy đổi mới toàn diện các đơn vị sự nghiệp công lập, bao gồm cả BVCL.

Các Nghị định này nhấn mạnh việc tăng cường quyền tự chủ và trách nhiệm của các đơn vị sự nghiệp công lập, trong đó có BVCL, về thực hiện nhiệm vụ, tổ chức bộ máy, quản lý nhân sự và tài chính, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và chất lượng dịch vụ.

Tạo động lực làm việc cho nhân viên y tế

Động lực làm việc của nhân viên y tế (NVYT) được hiểu là sự sẵn sàng và tự nguyện của họ trong việc nỗ lực để đạt được các mục

tiêu mà tổ chức đề ra. Động lực bao gồm tất cả các yếu tố thúc đẩy, khuyến khích và định hướng họ thực hiện hành vi theo hướng mục tiêu.

Việc tạo động lực làm việc cho NVYT là quá trình mà lãnh đạo bệnh viện áp dụng các biện pháp, chính sách và phương pháp tác động nhằm khuyến khích NVYT cống hiến, qua đó góp phần đạt được mục tiêu chăm sóc sức khỏe cộng đồng, đồng thời không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ y tế và công tác chăm sóc sức khỏe cho người dân.

Tạo động lực làm việc bằng công cụ phi tài chính trong tạo động lực cho nhân viên y tế

Các công cụ phi tài chính trong trong tạo động lực cho NVYT bao gồm: Đảm bảo việc làm ổn định và phân công công việc phù hợp với trình độ chuyên môn đào tạo của NVYT; Đánh giá việc thực hiện công việc một cách khách quan và công bằng; Thực hiện tốt việc đào tạo và bồi dưỡng chuyên môn cho NVYT; Tạo môi trường và điều kiện làm việc, học tập, thăng tiến thuận lợi NVYT; Thực hiện công bằng trong khen thưởng kỷ luật.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong bài viết này tác giả sử dụng phương pháp thống kê mô tả, tổng hợp, so sánh, phân tích và đánh giá nhằm làm rõ một số điểm nổi bật về động lực làm việc của NVYT bằng các côngs cụ phi tài chính tại các BVCL tự chủ tài chính trong thời gian qua. Từ đó đưa ra một số giải pháp phát triển marketing tương tác trên nền tảng số trong các doanh nghiệp du lịch ở Việt Nam. Các dữ liệu cung cấp cho các phân tích của tác giả được lấy từ các báo cáo tổng kết công tác y tế các năm của Bộ Y tế, số liệu thống kê y tế, các bài báo được đăng trên các tạp chí trong nước, quốc tế,… có uy tín và được nhiều độc giả tìm đọc

4. Thực trạng tạo động lực làm việc cho nhân viên y tế tại các bệnh viện công lập tự chủ tài chính bằng công cụ phi tài chính

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2023 dân số Việt Nam là 100,3 triệu người tăng 834,8 nghìn người so với năm 2022, hiện Việt Nam là quốc gia đông dân thứ ba trong khu vực Đông Nam Á và đứng thứ 15 trên thế giới (Dương Liễu, 2023). Sự gia tăng dân số kéo theo nhu cầu chăm sóc sức khỏe của người dân ngày càng cao, đòi hỏi các dịch vụ y tế phải nâng cao cả về số lượng và chất lượng. Trong các BVCL tự chủ tài chính, đội ngũ NVYT đóng vai trò then chốt trong việc cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe cho cộng đồng.

Trong Quyết định số 89/QĐ - TTg ngày 23 tháng 01 năm 2024 của Thủ tướng Chính phủ "Quyết định phê duyệt Chiến lược quốc gia bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045" mục tiêu quan trọng được đặt ra là: Mọi công dân đều có cơ hội tiếp cận dịch vụ chăm sóc sức khỏe ban đầu, mở rộng khả năng sử dụng các dịch vụ y tế chất lượng cao, sống trong môi trường an toàn, phát triển toàn diện cả về thể chất lẫn tinh thần. Đồng thời, chiến lược này hướng đến việc giảm tỷ lệ mắc bệnh, nâng cao sức khỏe, kéo dài tuổi thọ và cải thiện chất lượng dân số. (Thủ tướng Chính phủ, 2024)

Hiện nay, Việt Nam có hơn 345.000 NVYT, bao gồm trên 96.200 bác sĩ và hơn 105.000 y tá, hộ lý, với tỷ lệ 13 y tá, hộ lý trên mỗi vạn dân. Mục tiêu đến năm 2030 là xây dựng hệ thống y tế đồng bộ từ Trung ương đến địa phương, củng cố y tế cơ sở và phát triển các dịch vụ y tế chuyên sâu đạt tiêu chuẩn khu vực. Năm 2023 Số bác sĩ trên 10.000 dân đạt 12 bác sĩ, kết quả thực hiện 6 tháng thống kê sơ bộ là 12 bác sĩ; ước thực hiện cả năm là 12,5 bác sĩ, vượt chỉ tiêu được giao. Số giường bệnh trên 10.000 dân đạt 32 giường bệnh, kết quả thực hiện 6 tháng thống kê sơ bộ là 31,5 giường bệnh; ước thực hiện cả năm là 32 giường bệnh, đạt chi tiêu được giao. Trong 6 tháng đầu năm sơ bộ tỷ lệ hài lòng của người dân đối với dịch vụ y tế trong năm nay là 90%, ước đạt trong năm nay cũng là 90%, trong khi chỉ tiêu đề ra là trên 80%. (Bộ Y tế, 2023). Điều này phản ánh sự nỗ lực của ngành y tế trong việc nâng cao năng lực nhân sự, đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe cộng đồng và nâng cao chất lượng dịch vụ y tế.

Bên cạnh tại các BVCL tự chủ tài chính còn một số vấn đề nổi cộm như là sự mất cân đối trong phân bổ nhân lực y tế tại các BVCL tự chủ

tài chính. Hiện tượng này chủ yếu do sự chênh lệch giữa các khu vực, với nhân lực tập trung nhiều tại đô thị, khu vực đồng bằng và các trung tâm điều trị lớn, trong khi các địa phương miền núi và vùng sâu, vùng xa thiếu hụt nghiêm trọng.

Tại các tỉnh miền núi như Cao Bằng, Hà Giang, Yên Bái, Lào Cai, Sơn La, và Lai Châu, số lượng NVYT ngày càng giảm, gây khó khăn trong việc đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe của người dân. Theo Niên giám thống kê y tế năm 2018, tuyến tỉnh có 149.542 nhân viên, tuyến huyện 113.513 người, trong khi tuyến xã chỉ có 69.373 người. Điều kiện làm việc tốt hơn, cùng cơ hội thăng tiến lớn hơn tại tuyến Trung ương và tỉnh, là nguyên nhân chính khiến bác sĩ tập trung tại các khu vực này. Kết quả là, tỷ lệ bác sĩ/1 vạn dân có sự chênh lệch lớn giữa các địa phương. Ví dụ, TP. Hồ Chí Minh có 20 bác sĩ/1 vạn dân, trong khi tại các tuyến xã, con số này chỉ đạt 2,31, thấp hơn nhiều so với Hà Nội và các tỉnh khác. (Bộ Y tế, 2018)

Sự bất cân đối này không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ y tế mà còn đặt gánh nặng lên hệ thống y tế cơ sở, đặc biệt tại các địa phương khó khăn. Việc giảm sự chênh lệch này đòi hỏi các chính sách hỗ trợ và đầu tư đồng bộ, như cải thiện môi trường làm việc ở các khu vực khó khăn, đào tạo và khuyến khích bác sĩ về công tác tại tuyến dưới. Chỉ khi giải quyết được bài toán phân bổ nhân lực y tế, ngành y tế Việt Nam mới có thể đáp ứng nhu cầu chăm sóc sức khỏe ngày càng cao của người dân, đồng thời thực hiện mục tiêu nâng cao chất lượng y tế toàn diện.

Mặc dù Dự án "Thí điểm đưa bác sĩ trẻ tình nguyện về công tác tại các khu vực khó khăn" (Quyết định 4359/QĐ-BYT) đã được triển khai, chất lượng nhân viên y tế (NVYT) tại tuyến cơ sở, đặc biệt là các vùng sâu, vùng xa, biên giới và hải đảo, vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu chăm sóc sức khỏe của người dân. Mặc dù một số bác sĩ được tạo điều kiện nâng cao trình độ, nhưng năng lực của đội ngũ y tế tại đây vẫn còn yếu, ảnh hưởng đến hiệu quả cung cấp dịch vụ y tế. Mặc dù Chiến lược quốc gia bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân giai đoạn 2011 - 2020 và tầm nhìn đến năm 2030 đã đầu tư và nâng cấp nhiều cơ sở y tế, nhưng nhân viên y tế tại các cơ sở này nhiều khi không biết sử dụng hoặc sử dụng không hiệu quả các trang thiết bị hiện đại được cấp. Điều này chỉ ra rằng đội ngũ y tế ở tuyến dưới cần được đào tạo thêm, nâng cao trình độ chuyên môn, giúp họ có thể tiếp cận và áp dụng công nghệ hiện đại trong công tác chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

Số lượng bác sĩ làm việc tại các cơ sở y tế tuyến xã đã tăng lên, nhưng phần lớn trong số họ là bác sĩ cử tuyển hoặc học liên thông, trong khi bác sĩ được đào tạo chính quy vẫn còn thiếu. Kiến thức chuyên môn của các bác sĩ này, đặc biệt trong sơ cấp cứu, điều trị và xử lý tình huống khẩn cấp, còn hạn chế. Theo "Báo cáo tổng kết 30 năm đổi mới hệ thống y tế Việt Nam", chỉ có 15,3% bác sĩ và y sĩ đủ khả năng xử lý sơ cấp cứu, một tỷ lệ thấp mặc dù đây là kỹ năng cơ bản và cần thiết trong công tác y tế.

Tình trạng quá tải tại các cơ sở y tế tuyến trên chủ yếu do sự thiếu niềm tin từ người dân đối với tuyến dưới, cùng với quản lý nhân lực y tế kém, dẫn đến hiện tượng "chảy máu chất xám" và lãng phí nguồn lực. Nhiều bệnh viện công lập tuyến dưới chưa phát huy được hết khả năng, trong khi các cơ sở tuyến trên lại chịu áp lực quá tải. Nguyên nhân chính là thiếu cơ chế quản lý hợp lý và việc phân công trách nhiệm giữa các tuyến chưa rõ ràng, khiến hệ thống y tế chưa phát huy hiệu quả tối đa.

Công tác hoạch định nhân lực y tế hiện nay còn thiếu sự phân định rõ ràng theo từng khu vực, tuyến và chuyên ngành, dẫn đến hiệu quả quản lý chưa cao. Chính sách lương, thưởng và phụ cấp nghề nghiệp hiện tại còn nhiều bất cập, mức thu nhập thấp và các khoản phụ cấp chức vụ không đủ hấp dẫn, thiếu tính cạnh tranh để giữ chân và phát triển nguồn nhân lực y tế. Điều này tạo ra hiện tượng "chảy máu chất xám", khi nhiều nhân viên y tế chuyển từ khu vực công sang khu vực tư nhân. Bên cạnh đó, điều kiện làm việc tại các cơ sở y tế còn gặp nhiều khó khăn, nhiều cơ sở thiếu trang thiết bị, máy móc

y tế, và điều này càng trở nên rõ rệt trong bối cảnh đại dịch Covid -19. Chính sách tuyển dụng nhân lực y tế cũng chưa có nhiều cải tiến, chủ yếu vẫn dựa vào quyết định của các tỉnh, sở nội vụ và sở y tế, thiếu một chiến lược dài hạn và đồng bộ. Thêm vào đó, một số cơ sở y tế còn hạn chế tuyển dụng nhân sự mới do tự chủ về quản lý, nhân lực và tài chính, nhằm giảm chi phí lương. Những yếu tố này đã gây cản trở lớn đến việc nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác chăm sóc sức khỏe cộng đồng.

Sự phát triển mạnh mẽ của các bệnh viện tư nhân cả trong và ngoài nước đã tạo ra nhu cầu ngày càng cao về đội ngũ nhân viên y tế, đặc biệt là y bác sĩ và kỹ thuật viên có trình độ và kinh nghiệm. Để duy trì đội ngũ nhân lực tại các bệnh viện công lập, cần triển khai các giải pháp nâng cao sự hài lòng trong công việc và hiểu rõ động lực làm việc của nhân viên, từ đó cải thiện hiệu quả công tác chăm sóc sức khỏe cộng đồng. Tuy nhiên, hiện tượng "chảy máu chất xám" từ cơ sở y tế công sang tư nhân ngày càng gia tăng do chính sách thu hút và giữ chân nhân tài chưa thật sự hiệu quả. Điều này càng rõ rệt tại các cơ sở y tế ở vùng khó khăn, nơi tình trạng nhân viên y tế được cử đi học nâng cao trình độ nhưng sau khi hoàn thành khóa học lại không trở về làm việc tại các cơ sở ban đầu, dẫn đến thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng tại các khu vực này. Việc thiếu các cơ chế khuyến khích thích đáng, cùng với điều kiện làm việc và mức lương chưa đủ sức cạnh tranh, khiến nhân viên y tế tại các cơ sở công lập dễ dàng chuyển sang làm việc ở các bệnh viện tư nhân, nơi họ có thể nhận được mức đãi ngộ tốt hơn. Đây là một vấn đề lớn ảnh hưởng đến chất lượng y tế và sự công bằng trong việc chăm sóc sức khỏe cho người dân, đặc biệt ở các vùng khó khăn.

Từ năm 2019 đến 2022, đại dịch Covid-19 diễn ra phức tạp, yêu cầu nhân NVYT làm việc liên tục, không phân biệt ngày đêm, trong điều kiện thiếu thốn và đầy khó khăn. Họ phải đối mặt với nguy cơ lây nhiễm cao khi tham gia chống dịch, điều trị bệnh nhân, tiêm phòng và thực hiện các nhiệm vụ khác. Trong những giai đoạn cao điểm của dịch, số lượng nhân viên y tế tham gia chống dịch không đủ, khiến họ phải làm việc gần như không ngừng nghỉ, mỗi 2 tuần mới có một ngày nghỉ. Khi số lượng bệnh nhân tăng cao, nhân viên y tế phải làm ca đêm lẫn ngày trong tình trạng căng thẳng, lo lắng vì nguy cơ lây nhiễm bất cứ lúc nào. Từ năm 2021 đến giữa năm 2023, hơn 9.600 NVYT đã xin nghỉ việc hoặc chuyển việc, chủ yếu do áp lực công việc, thu nhập thấp và môi trường làm việc nguy hiểm(WHO, 2023). Mức lương tại các BVCL tự chủ tài chính thường không cạnh tranh được với khu vực tư nhân, dẫn đến tình trạng "chảy máu chất xám". Điều này càng làm trầm trọng thêm tình trạng thiếu hụt nguồn nhân lực y tế. Tình hình này đã dẫn đến những hậu quả nghiêm trọng cho sức khỏe và tinh thần của nhiều nhân viên y tế. Nhiều người bị rối loạn giấc ngủ, rối loạn kinh nguyệt, và sức khỏe tổng thể suy giảm nghiêm trọng. Đặc biệt, nhân viên y tế tuyến đầu phải làm việc liên tục trong 5 đến 6 tháng mà không được về thăm gia đình. Khi trở về, họ phải cách ly y tế từ 2 đến 3 tuần trước khi có thể gặp lại người thân và tiếp tục công việc tại bệnh viện. Điều này đã gây ra những khó khăn lớn, ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe và tinh thần của lực lượng y tế, đồng thời đặt ra những thách thức trong việc duy trì sức bền và sự ổn định của đội ngũ y tế trong cuộc chiến chống đại dịch.

NVYT phải trải qua một quá trình học tập dài và vất vả, đòi hỏi sự cống hiến, kiên trì và nỗ lực vượt bậc so với các chuyên ngành khác. Tuy nhiên, khi bắt đầu công việc, họ phải đối mặt với những áp lực lớn như căng thẳng công việc, khối lượng công việc nặng nề và thời gian làm việc không ổn định. NVYT thường xuyên phải trực đêm, làm việc vào các ngày nghỉ lễ và làm việc trong môi trường có nguy cơ lây nhiễm cao, đặc biệt là tại các khoa như truyền nhiễm, điều trị HIV/AIDS, viêm gan B, C và các bệnh dịch nguy hiểm khác. Những yếu tố này không chỉ tạo ra gánh nặng về sức khỏe thể chất mà còn tác động tiêu cực đến tinh thần, gây căng thẳng kéo dài cho đội ngũ y tế.

Ngoài ra, khi làm việc tại các BVCL tự chủ tài chính, NVYT phải tiếp xúc thường xuyên với bệnh nhân có sức khỏe yếu, tinh thần không ổn định và tâm lý bất an. Do đó, NVYT cần phải có sự ân cần, chu đáo và khả năng hiểu tâm lý người bệnh để giúp họ vượt qua những khó khăn. Tuy nhiên, thực tế là không ít bệnh nhân và người nhà có thái độ không đúng mực, thậm chí có hành vi đe dọa đến tinh thần và sức khỏe của NVYT khi yêu cầu của họ không được đáp ứng. Điều này tạo thêm một áp lực tâm lý lớn cho nhân viên y tế, khiến công việc trở nên căng thẳng và mệt mỏi hơn rất nhiều.

Khi môi trường làm việc đầy căng thẳng và áp lực, nếu không có đam mê và tình yêu nghề, nhân viên y tế dễ gặp phải tâm lý tiêu cực, từ đó hạn chế sự cống hiến, sáng tạo và hiệu quả trong công tác khám chữa bệnh. Vì vậy, để tạo động lực làm việc cho đội ngũ nhân viên y tế tại các bệnh viện công lập tự chủ tài chính, cần áp dụng các công cụ phi tài chính một cách khoa học, hợp lý và hiệu quả. Những công cụ này có thể bao gồm tạo điều kiện phát triển nghề nghiệp, công nhận thành tích, khuyến khích tinh thần đồng đội và nâng cao môi trường làm việc. Việc chăm lo đến tinh thần và sự nghiệp của nhân viên y tế sẽ góp phần nâng cao chất lượng công tác khám chữa bệnh, cải thiện dịch vụ chăm sóc sức khỏe cho cộng đồng.

5. Giải pháp tạo động lực làm việc cho nhân viên y tế tại các bệnh viện công lập tự chủ tài chính bằng công cụ phi tài chính

Để đạt được các mục tiêu y tế đề ra và nâng cao sự hài lòng của NVYT trong công việc, đồng thời tạo sự gắn bó lâu dài và nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh cho người dân tại các BVCL tự chủ tài chính, cần tạo động lực làm việc cho NVYT thông qua các công cụ phi tài chính như sau:

Thứ nhất, đảm bảo việc làm ổn định và phân công công việc phù hợp với trình độ chuyên môn đào tạo của NVYT

Khi NVYT được phân công công việc phù hợp với trình độ chuyên môn của mình, họ sẽ phát huy được tối đa năng lực và sở trường, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ y tế. Ban lãnh đạo bệnh viện cần thực hiện đánh giá năng lực và trình độ của từng nhân viên một cách khoa học và khách quan, để giao nhiệm vụ phù hợp với khả năng của họ. Việc phân công công việc dựa trên hiểu biết về chuyên môn và năng lực không chỉ giúp đảm bảo hiệu quả công việc mà còn tạo điều kiện cho nhân viên phát triển tối đa khả năng của mình. Khi được giao nhiệm vụ phù hợp, NVYT sẽ cảm thấy tự tin và có động lực làm việc, góp phần nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe tại bệnh viện. Bên cạnh đó, ban lãnh đạo cần đảm bảo công việc ổn định và thu nhập hợp lý cho nhân viên, tránh gây lo lắng về công việc để họ có thể tập trung công tác một cách hiệu quả, không bị ảnh hưởng đến công việc khám chữa bệnh.

Thứ hai, đánh giá kết quả thực hiện công việc một cách khách quan và công bằng

NVYT sẽ làm việc hiệu quả và năng suất hơn khi những đóng góp và thành tích của họ được ghi nhận đầy đủ. Cần có các chế độ khen thưởng công bằng, kịp thời và phù hợp với công lao mà nhân viên đóng góp. Sự khen thưởng dù không lớn nhưng lại là nguồn động viên quý giá, như khen thưởng đột xuất khi NVYT xử lý tình huống khám chữa bệnh tốt, hoặc tăng lương trước thời hạn (12 tháng, 6 tháng, 3 tháng) cho những nhân viên có thành tích cao, sáng kiến kinh nghiệm hoặc đóng góp xuất sắc trong thi đua. Điều này không chỉ mang lại động viên về vật chất mà còn tạo động lực tinh thần lớn lao, giúp nhân viên cảm thấy hài lòng và gắn bó lâu dài với công việc và bệnh viện.

Để đảm bảo việc đánh giá công bằng và khách quan, cần xây dựng các tiêu chí đánh giá rõ ràng và có thể đo lường được kết quả làm việc của NVYT. Các tiêu chí này phải phản ánh chính xác hiệu quả công việc, đảm bảo tính minh bạch và công bằng trong quá trình đánh giá. Kết quả đánh giá cần được công khai để mọi nhân viên y tế có thể hiểu và tin tưởng vào sự công nhận. Việc xây dựng tiêu chí cần có sự đồng thuận từ toàn thể nhân

viên, để sự công nhận thành tích thực sự tạo động lực mạnh mẽ. Các tiêu chí này cũng phải dựa trên nền tảng khoa học và thực tiễn của cơ sở y tế, đảm bảo tính khả thi và phù hợp với mục tiêu chung của bệnh viện, từ đó nâng cao chất lượng chăm sóc sức khỏe.

Thứ ba, lãnh đạo tôn trọng, tin cậy cấp dưới trong công việc và trao quyền cho cấp dưới.

Lãnh đạo đóng vai trò then chốt trong việc truyền cảm hứng và hỗ trợ nhân viên hoàn thành công việc. Để làm được điều này, lãnh đạo cần hiểu rõ tâm tư, tình cảm, cũng như trình độ và năng lực của từng nhân viên, từ đó đưa ra sự hỗ trợ thích hợp và tạo động lực giúp họ phát huy tối đa khả năng. Khi phân công công việc, lãnh đạo cần nắm bắt đúng năng lực của từng người để điều phối công việc hợp lý, tránh tạo áp lực hay gây quá tải, giúp nhân viên tránh cảm giác chán nản. Hơn nữa, lãnh đạo cũng cần trao quyền cho bác sĩ và ê-kíp trực, để họ có thể chủ động giải quyết kịp thời các vấn đề cấp bách trong điều kiện thực tế, từ đó nâng cao hiệu quả công việc khám chữa bệnh và tạo ra môi trường làm việc năng động, hiệu quả.

Thứ tư, thực hiện tốt công tác đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ và cơ hội thăng tiến cho NVYT

NVYT sẽ làm việc hiệu quả hơn khi họ được đào tạo đầy đủ và có quyền hạn tương xứng với trách nhiệm của mình. Vì vậy, ban lãnh đạo các bệnh viện cần chú trọng vào công tác đào tạo và bồi dưỡng NVYT để nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, phục vụ công tác khám chữa bệnh, đặc biệt là đối với các bệnh viện chuyên khoa. Để đảm bảo đào tạo đúng với vị trí công việc, nhân viên y tế cần có trình độ chuyên môn phù hợp với yêu cầu công việc. Vì vậy, việc đào tạo chuyên sâu là rất cần thiết. Ban lãnh đạo bệnh viện cần xây dựng kế hoạch đào tạo chi tiết, phân công nhân viên hợp lý, đảm bảo hiệu quả công việc và hỗ trợ việc đổi ca làm việc sao cho phù hợp với lịch học và bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn.

Ban lãnh đạo cần xây dựng các chính sách đãi ngộ hợp lý và công bằng nhằm ghi nhận và khuyến khích những NVYT có trách nhiệm và năng lực trong công việc. Điều này không chỉ giúp tạo ra một môi trường làm việc động lực mà còn khơi dậy niềm tin cho nhân viên, khuyến khích họ tiếp tục phấn đấu, học hỏi và nâng cao trình độ chuyên môn. Việc quy hoạch những nhân viên này vào những vị trí công việc phù hợp với năng lực và chuyên môn của họ là một yếu tố quan trọng, giúp tối ưu hóa hiệu quả công việc và phát huy tối đa năng lực của NVYT, đồng thời tạo cơ hội phát triển nghề nghiệp lâu dài cho họ.

Thứ năm, tạo môi trường làm việc thuận lợi, an toàn, văn hóa công sở

Môi trường làm việc cũng là một trong các yếu tố ảnh hưởng đến động lực của NVYT. Do đó, ban lãnh đạo cần kiểm tra định kỳ trang thiết bị, đảm bảo môi trường an toàn, đầy đủ máy móc hiện đại và thiết bị bảo hộ, giúp nhân viên hoàn thành tốt nhiệm vụ và hài lòng với công việc.

Thời gian làm việc là một yếu tố quan trọng mà NVYT luôn quan tâm, bởi nó ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe, hiệu suất làm việc và đời sống cá nhân của họ. Theo quy định, mỗi NVYT làm việc 8 giờ mỗi ngày, nhưng trong thực tế, nhiều trường hợp yêu cầu nhân viên phải làm việc ngoài giờ hành chính, đặc biệt là khi có ca trực hoặc tình huống khẩn cấp. Chính vì vậy, để đảm bảo công bằng và khuyến khích sự cống hiến của họ, cần thiết phải có những chế độ đãi ngộ phù hợp, chẳng hạn như phụ cấp tiền trực, tiền làm thêm giờ theo đúng quy định. Các chính sách này không chỉ đảm bảo quyền lợi hợp pháp của nhân viên mà còn góp phần nâng cao sự hài lòng và động lực làm việc của họ, từ đó nâng cao hiệu quả công việc và chất lượng dịch vụ y tế.

Môi trường làm việc thoải mái và an toàn là yếu tố quan trọng giúp NVYT có tinh thần làm việc tốt hơn và cảm thấy yên tâm. Bên cạnh các yếu tố vật chất, nhân viên cần

một không khí làm việc thân thiện, hòa đồng và tương thân tương ái để hoàn thành công việc hiệu quả. Môi trường làm việc này còn phản ánh văn hóa công sở, tạo sự kết nối giữa các NVYT, nâng cao sự hài lòng trong công việc và tạo dựng mối quan hệ gắn bó lâu dài với bệnh viện. Văn hóa tổ chức có vai trò quan trọng trong việc thu hút và kết nối các thành viên, giúp họ đạt được sự đồng thuận cao và định hướng hành vi lao động, đồng thời củng cố sự gắn kết giữa nhân viên và tổ chức, nâng cao mức độ thỏa mãn công việc. Ban lãnh đạo cần phối hợp với các cơ quan đoàn thể như Công đoàn và Đoàn thanh niên để tổ chức các phong trào thi đua, hoạt động vui chơi tập thể, cũng như các chuyến du lịch hoặc nghỉ mát vào dịp lễ, tết. Đồng thời, ban lãnh đạo cũng cần thăm hỏi, động viên nhân viên trong những lúc ốm đau và tham gia các sự kiện hiếu, hỉ của cá nhân và gia đình họ.

6. Kết luận

Trong bối cảnh các BVCL tự chủ tài chính, tạo động lực làm việc cho NVYT không chỉ là yêu cầu cần thiết để cải thiện chất lượng dịch vụ mà còn là yếu tố quyết định sự phát triển bền vững của tổ chức. Việc sử dụng hiệu quả các công cụ phi tài chính không chỉ giúp giải quyết bài toán ngân sách mà còn khai thác tối đa tiềm năng, sự sáng tạo và lòng nhiệt huyết của đội ngũ nhân viên y tế. Điều này đòi hỏi các nhà quản lý bệnh viện cần nghiên cứu và áp dụng linh hoạt các biện pháp phù hợp với đặc thù của từng cơ sở và đội ngũ nhân viên. Tạo động lực làm việc cho NVYT bằng công cụ phi tài chính có tác động lâu dài, bền vững khuyến khích NVYT yêu nghề hơn, gắn bó lâu dài và là cơ sở nâng cao chất lượng dịch vụ y tế, dịch vụ chăm sóc sức khỏe cộng đồng. Khi Ban lãnh đạo bệnh viện sử dụng các công cụ này linh động và hiệu quả sẽ giúp cho NVYT nỗ lực hoàn thành công việc, hài lòng trong công việc và có sự gắn bó lâu dài của NVYT với bệnh viện đang công tác,…./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Y tế (2019), *Niên giám thống kê y tế 2018.*
2. Bộ Y tế (2023), Báo cáo số 11/BC-BYT ngày 01 tháng 01 năm 2024, *"Báo cáo Tổng kết công tác Y tế năm 2023 và nhiệm vụ, giải pháp năm 2024"*, Bộ Y tế.
3. Bộ Y tế (2020*), Quyết định về việc sửa đổi, bổ sung một số nội dụng tại Quyết định số 585/qĐ-BYT ngày 20/02/2013 của Bộ trưởng Bộ Y tế về việc Phê duyệt Dự án "Thí điểm đưa Bác sỹ trẻ tình nguyện về cộng tác tại miền núi, vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn (ưu tiên 62 huyện nghèo)"*, Bộ Y tế.
4. Nguyễn Vân Điềm & Nguyễn Ngọc Quân (2012), *Quản trị nhân lực*, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.
5. Trần Kim Dung (2018), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nhà xuất bản thống kê, Hà Nội.
6. Dương Liễu, ngày 30/12/2023 *"Năm 2023, dân số Việt Nam đạt 100,3 triệu dân, tuổi thọ trung bình 73,7 tuổi"* , https://tuoitre.vn/nam-2023-dan-so-viet-nam-dat-100-3-trieu-dan-tuoi-tho-trung-binh-73-7-tuoi-20231230091202154.htm**,** Tuổi trẻ online. Truy cập ngày 25 tháng 11 năm 2024.
7. Thủ tướng Chính phủ (2024), *Quyết định số 89/QĐ - TTg ngày 23 tháng 01 năm 2024 của Thủ tướng Chính phủ "Quyết định phê duyệt Chiến lược quốc gia bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045"*.
8. World Health Organization, *Nhân lực ngành y tế Việt Nam,* https://www.who.int/vietnam/vi/health-topics/health-workforce. Do đó, việc sử dụng các công cụ phi tài chính để tạo động lực trở thành một giải pháp thiết yếu và hiệu quả hiện nay

CÔNG NGHIỆP PHỤ TRỢ Ở CÁC NƯỚC ĐÔNG Á VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Đỗ Văn Lương[1], Nguyễn Văn Thế[2]

Ngày nhận bài: *27/09/2024*
Ngày nhận bài sửa: *04/11/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: *Công nghiệp phụ trợ đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ cho các ngành công nghiệp chủ lực như ô tô, điện tử và dệt may. Tuy nhiên, với sự phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0, ngành này đang đối mặt với các thách thức lớn về đổi mới công nghệ, tự động hóa và kết nối số. Các quốc gia Đông Á như Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan đã thành công trong phát triển công nghiệp phụ trợ nhờ vào chiến lược hợp tác giữa doanh nghiệp lớn và nhỏ, đầu tư mạnh vào nghiên cứu và phát triển (R&D) và xây dựng mô hình công nghiệp hóa nhanh chóng. Việt Nam có tiềm năng nhưng gặp khó khăn trong việc phát triển công nghiệp phụ trợ do thiếu vốn, công nghệ và nhân lực chất lượng cao. Để phát triển, Việt Nam có thể học hỏi từ các quốc gia Đông Á bằng cách xây dựng chính sách hỗ trợ, đầu tư vào R&D, và thúc đẩy hợp tác công tư. Việc cải thiện cơ sở hạ tầng, đào tạo nhân lực và tăng cường liên kết với các tập đoàn quốc tế sẽ giúp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu.*

Từ khóa: *Công nghiệp phụ trợ, chính sách hỗ trợ, mô hình phát triển*

SUPPORTING INDUSTRY IN EAST ASIAN COUNTRIES AND LESSONS FOR VIETNAM

Abstract: *Supporting industries play an important role in providing products and services to support key industries such as automobiles, electronics, and textiles. However, with the development of the fourth industrial revolution, this industry is facing major challenges in technological innovation, automation, and digital connectivity. East Asian countries such as Japan, South Korea, and Taiwan have succeeded in developing supporting industries thanks to a strategy of cooperation between large and small enterprises, heavy investment in research and development (R&D), and building a rapid industrialization model. Vietnam has potential but faces difficulties in developing supporting industries due to lack of capital, technology, and high-quality human resources. To develop, Vietnam can learn from East Asian countries by building supportive policies, investing in R&D, and promoting public-private partnerships. Improving infrastructure, training human resources and strengthening links with international corporations will help Vietnam participate more deeply in the global value chain.*

Keywords: *Supporting industries, supporting policies, development models*

1. Đặt vấn đề

Công nghiệp phụ trợ đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ cho các ngành chủ lực như ô tô, điện tử và dệt may. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cách mạng công nghiệp 4.0, ngành này không chỉ tạo giá trị gia tăng mà còn giúp các quốc gia nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế thông qua tự động hóa và kết nối số. Tuy nhiên, để phát triển, ngành công nghiệp phụ

[1] Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh, Email: dvluong1976@gmail.com
[2] Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh

trợ cần liên tục đổi mới nhằm đáp ứng yêu cầu công nghệ cao và chất lượng sản phẩm.

Ở Đông Á, các quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan đã đạt được những thành tựu nổi bật trong phát triển công nghiệp phụ trợ nhờ các chính sách và chiến lược phù hợp. Nhật Bản nổi bật với mô hình hợp tác giữa các tập đoàn lớn và doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs), kết hợp với đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D). Hàn Quốc phát triển ngành này thông qua sự hỗ trợ mạnh mẽ từ chính phủ và các tập đoàn lớn, còn Đài Loan tập trung vào công nghệ cao và sự hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp và các trung tâm nghiên cứu.

Tại Việt Nam, công nghiệp phụ trợ vẫn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là trong vốn, công nghệ và nhân lực. Dù đã có những bước tiến nhất định, ngành này vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của các ngành công nghiệp lớn trong nước. Việc học hỏi các mô hình từ Đông Á là cần thiết để giúp Việt Nam xây dựng chính sách phát triển công nghiệp phụ trợ hiệu quả hơn.

Nghiên cứu này sẽ phân tích những mô hình thành công tại Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan, rút ra các bài học cho Việt Nam. Đặc biệt, nghiên cứu sẽ tập trung vào các yếu tố như chính sách hỗ trợ, đầu tư vào R&D và phát triển nguồn nhân lực. Qua đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp cụ thể để phát triển công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững.

2. Nội dung

2.1. Công nghiệp phụ trợ tại một số quốc gia Đông Á

2.1.1. Công nghiệp phụ trợ tại Nhật Bản

Nhật Bản nổi tiếng với nền công nghiệp phụ trợ phát triển mạnh mẽ, là xương sống cho nhiều ngành công nghiệp chủ lực như ô tô, điện tử, và dệt may. Đặc điểm nổi bật của công nghiệp phụ trợ tại Nhật Bản là sự hợp tác hiệu quả giữa các tập đoàn lớn và các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs). Mô hình hợp tác này đã giúp Nhật Bản xây dựng được chuỗi cung ứng bền vững và đáp ứng được yêu cầu khắt khe của thị trường quốc tế, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh của đất nước.

- Mô hình hợp tác giữa các tập đoàn lớn và SMEs

Các tập đoàn lớn như Toyota, Honda, và Sony đã thiết lập mối quan hệ đối tác lâu dài với các nhà cung cấp linh kiện và dịch vụ. SMEs đóng vai trò không chỉ là nhà cung cấp phụ trợ mà còn tham gia sâu vào quy trình sản xuất, đảm bảo chất lượng và tính nhất quán cho sản phẩm cuối cùng. Ví dụ, trong ngành ô tô, khoảng 70% linh kiện của Toyota được cung cấp bởi các doanh nghiệp phụ trợ. Điều này giúp Toyota giảm thiểu chi phí sản xuất và cải thiện hiệu suất vận hành. Các nhà cung cấp linh kiện không chỉ đơn thuần cung ứng sản phẩm, mà còn tham gia vào các giai đoạn nghiên cứu và phát triển (R&D), từ đó tạo ra sự đổi mới liên tục, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Sự phối hợp giữa tập đoàn lớn và SMEs là một điểm mạnh đặc biệt của Nhật Bản. Các tập đoàn lớn cung cấp các tiêu chuẩn về chất lượng và quy trình sản xuất, đồng thời hỗ trợ tài chính, chuyển giao công nghệ và đào tạo nguồn nhân lực cho các SMEs. Điều này tạo ra một hệ sinh thái kinh doanh bền vững, trong đó các SMEs không chỉ hoạt động độc lập mà còn trở thành một phần thiết yếu của chuỗi giá trị toàn cầu.

- Vai trò của chính phủ trong phát triển công nghiệp phụ trợ

Chính phủ Nhật Bản đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp phụ trợ thông qua các chính sách khuyến khích và hỗ trợ tài chính. Một trong những chiến lược chính là tạo điều kiện thuận lợi cho SMEs tiếp cận với nguồn vốn và công nghệ thông qua các chương trình hỗ trợ R&D và chuyển giao công nghệ.

Các chính sách này bao gồm ưu đãi thuế, hỗ trợ tài chính, và quỹ R&D, giúp SMEs nâng cao năng lực công nghệ và tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Theo số liệu từ Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản (METI), trong năm 2021, hơn 60% các doanh nghiệp phụ trợ đã tham

gia vào các chương trình hỗ trợ của chính phủ, từ đó cải thiện đáng kể khả năng cạnh tranh quốc tế. Các chính sách này không chỉ giúp SMEs tiếp cận với nguồn lực tài chính mà còn thúc đẩy sự đổi mới trong công nghệ và quy trình sản xuất, từ đó tạo ra sản phẩm chất lượng cao với chi phí hợp lý.

- Đóng góp của công nghiệp phụ trợ vào nền kinh tế Nhật Bản

Công nghiệp phụ trợ đóng vai trò không thể thiếu trong sự phát triển kinh tế của Nhật Bản. Theo số liệu từ METI, doanh thu từ ngành công nghiệp phụ trợ chiếm khoảng 40% GDP công nghiệp của Nhật Bản. Sự phát triển của ngành này không chỉ giúp gia tăng giá trị cho các sản phẩm sản xuất mà còn tạo ra hàng triệu việc làm, đóng góp quan trọng vào sự ổn định và tăng trưởng kinh tế.

Trong ngành ô tô, Nhật Bản được biết đến là một trong những nhà sản xuất lớn nhất thế giới, và thành công này phần lớn nhờ vào sự hỗ trợ từ các doanh nghiệp phụ trợ. Các linh kiện phức tạp như hệ thống động cơ, hộp số, và thiết bị điện tử đều được cung cấp bởi các SMEs. Việc tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu đã giúp các SMEs Nhật Bản nâng cao năng lực cạnh tranh, đồng thời mở rộng thị trường ra ngoài biên giới quốc gia.

Công nghiệp phụ trợ tại Nhật Bản là một ví dụ điển hình về sự phối hợp hiệu quả giữa chính phủ, các tập đoàn lớn và SMEs. Nhờ vào sự hỗ trợ về chính sách, tài chính và công nghệ, các SMEs đã có thể đóng góp quan trọng vào chuỗi cung ứng của các tập đoàn lớn, giúp Nhật Bản giữ vững vị thế là một trong những nền kinh tế công nghiệp hàng đầu thế giới. Doanh thu từ công nghiệp phụ trợ không chỉ chiếm tỷ lệ lớn trong GDP công nghiệp mà còn tạo ra hàng triệu việc làm, đóng góp vào sự ổn định kinh tế và phát triển bền vững.

2.1.2. Công nghiệp phụ trợ tại Hàn Quốc

Công nghiệp phụ trợ tại Hàn Quốc là một trụ cột quan trọng trong quá trình công nghiệp hóa nhanh chóng của đất nước này. Hàn Quốc đã áp dụng thành công mô hình phát triển dựa vào các tập đoàn lớn (chaebol) như Samsung, Hyundai, LG, và sử dụng chúng làm đầu tàu để thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) trong chuỗi cung ứng. Chính phủ Hàn Quốc đã có vai trò quan trọng trong việc định hình và hỗ trợ nền công nghiệp phụ trợ thông qua các chính sách cụ thể về tài chính, nhân lực và công nghệ.

- Mô hình phát triển công nghiệp dựa vào chaebol

Chaebol đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Hàn Quốc, không chỉ bởi họ là các tập đoàn lớn với quy mô toàn cầu mà còn bởi họ đã xây dựng các chuỗi cung ứng rộng lớn, trong đó các SMEs đóng vai trò là các nhà cung cấp chính. Ví dụ, Samsung trong lĩnh vực điện tử hay Hyundai trong lĩnh vực ô tô đều phụ thuộc vào các SMEs để cung cấp linh kiện và dịch vụ cần thiết cho sản phẩm của họ.

Sự liên kết này giúp các SMEs tại Hàn Quốc có cơ hội tham gia vào các chuỗi cung ứng lớn, tạo điều kiện để họ phát triển và nâng cao năng lực sản xuất. Theo số liệu từ Bộ Thương mại, Công nghiệp và Năng lượng Hàn Quốc (MOTIE), vào năm 2022, 35% SMEs đã tham gia vào chuỗi cung ứng của các chaebol, so với chỉ 22% vào năm 2015. Tỷ lệ này tăng đáng kể nhờ vào sự khuyến khích và hỗ trợ mạnh mẽ từ chính phủ, cũng như các chương trình đào tạo và nâng cao kỹ năng cho nguồn nhân lực của SMEs.

- Chính sách hỗ trợ của chính phủ

Chính phủ Hàn Quốc đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển ngành công nghiệp phụ trợ thông qua các chính sách hỗ trợ tập trung vào việc nâng cao năng lực công nghệ và sản xuất của SMEs. Một trong những chính sách quan trọng nhất là cung cấp các khoản vay ưu đãi dành cho các SMEs tham gia vào chuỗi cung ứng của các chaebol. Các khoản vay này giúp SMEs đầu tư vào công nghệ mới, cải tiến quy trình sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Đồng thời, chính phủ cũng thực hiện chương trình đào tạo nhân lực, tập trung vào việc phát triển các kỹ năng công nghệ và quản lý cho lực lượng lao động trong SMEs.

Chính phủ còn hỗ trợ mạnh mẽ các SMEs thông qua các chính sách ưu đãi về thuế và quỹ R&D. Theo MOTIE, các chương trình R&D của chính phủ đã hỗ trợ cho hơn 60% SMEs trong ngành công nghiệp phụ trợ, từ đó giúp họ nâng cao khả năng cạnh tranh và hội nhập vào chuỗi giá trị toàn cầu. Các sáng kiến này không chỉ tăng cường mối quan hệ giữa chaebol và SMEs mà còn thúc đẩy sự đổi mới và phát triển công nghệ, điều cần thiết để đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao của thị trường quốc tế.

- Tác động kinh tế của công nghiệp phụ trợ

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghiệp phụ trợ đã giúp Hàn Quốc duy trì và nâng cao vị thế của mình trên thị trường quốc tế. Doanh thu từ các SMEs tham gia vào chuỗi cung ứng của các chaebol đã tăng 25% trong vòng 5 năm, đạt 150 tỷ USD vào năm 2022. Đây là một minh chứng cho sự thành công của mô hình hợp tác giữa chaebol và SMEs.

Không chỉ đóng góp vào tăng trưởng kinh tế, công nghiệp phụ trợ tại Hàn Quốc còn tạo ra hàng triệu việc làm cho lực lượng lao động địa phương. SMEs trong chuỗi cung ứng của các chaebol không chỉ cung cấp linh kiện mà còn tham gia vào các hoạt động nghiên cứu và phát triển, giúp tạo ra giá trị gia tăng cao và đảm bảo chất lượng cho các sản phẩm cuối cùng.

Một ví dụ tiêu biểu là ngành công nghiệp ô tô của Hàn Quốc, nơi các SMEs đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các linh kiện cơ khí, điện tử và phần mềm cho các nhà sản xuất lớn như Hyundai và Kia. Sự tham gia của SMEs vào chuỗi cung ứng giúp các tập đoàn lớn tối ưu hóa chi phí và nâng cao chất lượng sản phẩm, đồng thời cũng thúc đẩy SMEs phát triển công nghệ mới, từ đó gia tăng giá trị cạnh tranh của cả ngành.

Công nghiệp phụ trợ tại Hàn Quốc là một ví dụ tiêu biểu về sự kết hợp hiệu quả giữa các tập đoàn lớn và SMEs, được hỗ trợ mạnh mẽ bởi các chính sách phát triển của chính phủ. Mô hình này không chỉ giúp Hàn Quốc xây dựng chuỗi cung ứng bền vững mà còn nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế của nền kinh tế nước này. Sự phát triển của công nghiệp phụ trợ đã mang lại nhiều lợi ích kinh tế, từ việc gia tăng doanh thu đến tạo ra hàng triệu việc làm và cải thiện chất lượng sản phẩm. Hàn Quốc tiếp tục duy trì và phát triển ngành công nghiệp phụ trợ thông qua việc đầu tư vào công nghệ, nhân lực và các chính sách hỗ trợ SMEs, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững.

2.1.3. Công nghiệp phụ trợ tại Đài Loan

Công nghiệp phụ trợ tại Đài Loan là một phần không thể thiếu của nền kinh tế quốc gia này, đặc biệt trong bối cảnh quốc gia đang dẫn đầu thế giới về sản xuất công nghệ cao và điện tử. Đài Loan đã xây dựng một mô hình công nghiệp phụ trợ đặc biệt, trong đó các doanh nghiệp phụ trợ không chỉ tập trung vào việc cung cấp linh kiện, dịch vụ mà còn tham gia sâu vào quá trình nghiên cứu và phát triển (R&D), tạo ra sự liên kết chặt chẽ với các trung tâm nghiên cứu và trường đại học. Điều này giúp Đài Loan duy trì vị thế cạnh tranh cao trên thị trường quốc tế và thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp phụ trợ.

- Sự hợp tác giữa doanh nghiệp và trung tâm nghiên cứu

Một yếu tố quan trọng góp phần vào thành công của ngành công nghiệp phụ trợ tại Đài Loan là sự hợp tác mạnh mẽ giữa các doanh nghiệp và các trung tâm nghiên cứu. Điển hình là ngành công nghệ thông tin và điện tử, nơi các tập đoàn lớn như TSMC (Taiwan Semiconductor Manufacturing Company) không chỉ phát triển sản phẩm độc lập mà còn hợp tác chặt chẽ với các viện nghiên cứu và trường đại học. Sự hợp tác này đã giúp nâng cao năng lực công nghệ của Đài Loan và thúc đẩy quá trình đổi mới sáng tạo.

Theo Bộ Kinh tế Đài Loan (MOEA), khoảng 70% các doanh nghiệp công nghệ phụ trợ tại Đài Loan đã tham gia vào các chương trình hợp tác với các trung tâm nghiên cứu và trường đại học, cho phép họ tiếp cận công nghệ tiên tiến và cải thiện năng lực R&D. Sự liên kết này đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, nâng cao tính cạnh tranh của ngành công nghiệp phụ trợ trên thị trường toàn cầu.

TSMC là một ví dụ điển hình về sự thành công của mô hình này. Tập đoàn này không chỉ dẫn đầu thế giới về sản xuất chip bán dẫn mà còn thúc đẩy các doanh nghiệp phụ trợ trong chuỗi cung ứng của mình phát triển công nghệ cao và đổi mới liên tục. Điều này tạo ra một hệ sinh thái công nghiệp mạnh mẽ, nơi các doanh nghiệp phụ trợ đóng vai trò không thể thiếu trong quá trình sản xuất và phát triển sản phẩm.

- Chính sách hỗ trợ từ chính phủ

Chính phủ Đài Loan đã đưa ra nhiều chính sách khuyến khích để thúc đẩy sự phát triển của công nghiệp phụ trợ, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ cao. Một trong những chính sách quan trọng là các ưu đãi thuế dành cho các doanh nghiệp đầu tư vào nghiên cứu và phát triển. Đồng thời, chính phủ cũng cung cấp chương trình hỗ trợ tài chính, giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) có nguồn vốn để đầu tư vào công nghệ mới và cải tiến quy trình sản xuất.

Ngoài ra, chính phủ còn hỗ trợ mạnh mẽ thông qua việc phát triển các khu công nghệ cao. Một trong những khu công nghệ nổi bật nhất là Khu Công nghệ Tân Trúc (Hsinchu Science Park), nơi tập trung hàng trăm doanh nghiệp công nghệ và các trung tâm nghiên cứu. Đây không chỉ là trung tâm đổi mới sáng tạo của Đài Loan mà còn là một trong những địa điểm quan trọng trong chuỗi cung ứng công nghệ cao toàn cầu. Các doanh nghiệp phụ trợ tại Tân Trúc có cơ hội tiếp cận với những công nghệ tiên tiến nhất và làm việc cùng các tập đoàn lớn, từ đó thúc đẩy khả năng đổi mới và cạnh tranh quốc tế.

Chính phủ Đài Loan cũng thúc đẩy các doanh nghiệp tham gia vào các chương trình hợp tác quốc tế, giúp họ tiếp cận với công nghệ và thị trường quốc tế. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh ngành công nghiệp phụ trợ công nghệ cao tại Đài Loan không chỉ cung cấp linh kiện cho các tập đoàn trong nước mà còn xuất khẩu sang nhiều quốc gia khác, bao gồm cả các nền kinh tế phát triển như Hoa Kỳ và châu Âu.

- Đóng góp kinh tế của ngành công nghiệp phụ trợ

Ngành công nghiệp phụ trợ công nghệ cao tại Đài Loan đã đóng góp đáng kể vào tăng trưởng kinh tế của quốc gia. Theo số liệu từ MOEA, doanh thu từ ngành công nghiệp phụ trợ công nghệ cao đã đạt 100 tỷ USD vào năm 2022, chiếm khoảng 20% GDP công nghiệp của Đài Loan. Điều này cho thấy tầm quan trọng của ngành công nghiệp phụ trợ trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo ra giá trị gia tăng cao cho nền kinh tế quốc gia.

Không chỉ tạo ra doanh thu lớn, công nghiệp phụ trợ công nghệ cao tại Đài Loan còn tạo ra hàng trăm nghìn việc làm cho lực lượng lao động địa phương. Các doanh nghiệp phụ trợ không chỉ tham gia vào sản xuất mà còn đóng vai trò quan trọng trong nghiên cứu và phát triển, từ đó giúp nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường quốc tế.

Công nghiệp phụ trợ tại Đài Loan đã phát triển mạnh mẽ nhờ sự kết hợp giữa công nghệ tiên tiến, sự hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp và các trung tâm nghiên cứu, cùng với sự hỗ trợ mạnh mẽ từ chính phủ. Mô hình phát triển này không chỉ giúp Đài Loan duy trì vị thế dẫn đầu trong các ngành công nghệ cao như điện tử và bán dẫn mà còn đóng góp đáng kể vào tăng trưởng kinh tế và tạo ra giá trị gia tăng cao cho quốc gia. Đài Loan sẽ tiếp tục là một điểm sáng trên bản đồ công nghiệp phụ trợ toàn cầu nhờ vào sự đổi mới sáng tạo và năng lực cạnh tranh ngày càng được nâng cao.

2.1.4. Các yếu tố dẫn đến thành công của tại một số quốc gia Đông Á

Qua việc nghiên cứu các mô hình phát triển công nghiệp phụ trợ thành công tại Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan đã chứng minh rằng một hệ sinh thái công nghiệp phụ trợ vững mạnh đóng vai trò then chốt trong sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Các yếu tố chính dẫn đến thành công của họ bao gồm:

Sự hỗ trợ từ chính phủ: Chính phủ Nhật Bản và Hàn Quốc đã đóng vai trò quan trọng

trong việc cung cấp hỗ trợ tài chính, khuyến khích đầu tư, và xây dựng các chương trình đào tạo cho doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs). Hạ tầng công nghiệp, cùng với sự hợp tác giữa các doanh nghiệp và trung tâm nghiên cứu, đã giúp nâng cao năng lực sản xuất và cạnh tranh.

Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D): Các quốc gia như Nhật Bản và Đài Loan đã đầu tư mạnh vào R&D, giúp nâng cao chất lượng sản phẩm và khả năng cạnh tranh. Vai trò của công nghệ cao và đổi mới sáng tạo trong ngành công nghiệp phụ trợ đã được nhấn mạnh, giúp các doanh nghiệp duy trì vị thế toàn cầu.

Sự hợp tác chặt chẽ giữa các doanh nghiệp: Ở Đông Á, sự hợp tác giữa doanh nghiệp lớn và SMEs, cũng như giữa doanh nghiệp và các viện nghiên cứu, đã tạo ra mạng lưới cung ứng hiệu quả và thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp phụ trợ.

2.2. Bài học cho Việt Nam

2.2.1. Thực trạng công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam

Ngành công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây, nhờ vào sự đầu tư từ các tập đoàn lớn trong nước và quốc tế cũng như sự hỗ trợ từ chính phủ. Một trong những chỉ số quan trọng nhất để đánh giá sự phát triển của ngành này là tỷ lệ nội địa hóa trong các ngành công nghiệp chế biến chế tạo.

Theo báo cáo của Bộ Công Thương, tỷ lệ nội địa hóa trong ngành công nghiệp chế biến chế tạo đã tăng từ 30% lên 38% trong giai đoạn 2015-2020. Điều này cho thấy rằng các doanh nghiệp phụ trợ đã và đang đóng góp tích cực vào việc cung cấp linh kiện, vật tư cho các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tại Việt Nam.

Các ngành công nghiệp phụ trợ như ô tô, điện tử, và cơ khí chế tạo đã ghi nhận nhiều thành tựu đáng kể. Ví dụ, trong ngành công nghiệp ô tô, các doanh nghiệp phụ trợ đã cung cấp một lượng lớn linh kiện cho các nhà sản xuất lớn như Toyota, Honda và Hyundai. Sự gia tăng tỷ lệ nội địa hóa đã giúp giảm thiểu chi phí sản xuất, đồng thời tăng cường khả năng cạnh tranh cho các sản phẩm ô tô nội địa. Ngoài ra, lĩnh vực điện tử cũng chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ khi các doanh nghiệp như Samsung và LG đầu tư vào việc sản xuất linh kiện tại Việt Nam, từ đó tạo ra hàng triệu việc làm và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Theo số liệu từ Bộ Công Thương, hiện tại Việt Nam có khoảng 30.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp phụ trợ, trong đó có khoảng 90% là các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs). Những doanh nghiệp này đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp linh kiện và vật tư cho các ngành công nghiệp chế biến chế tạo.

Tình trạng tài chính của các SMEs cũng đã có những cải thiện nhất định, mặc dù vẫn còn nhiều khó khăn. Nhiều doanh nghiệp đã nhận được sự hỗ trợ từ các chương trình vay vốn ưu đãi và các quỹ đầu tư phát triển. Tuy nhiên, phần lớn các SMEs vẫn gặp khó khăn trong việc tiếp cận công nghệ hiện đại và cải thiện quy trình sản xuất. Đánh giá năng lực cạnh tranh cho thấy rằng các doanh nghiệp phụ trợ Việt Nam chưa đáp ứng được các tiêu chuẩn kỹ thuật khắt khe của các tập đoàn lớn quốc tế.

Mặc dù có sự phát triển tích cực, ngành công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam vẫn đối mặt với nhiều hạn chế và thách thức lớn. Tỷ lệ nội địa hóa trong ngành công nghiệp ô tô, chẳng hạn, chỉ đạt khoảng 10-15%, trong khi mục tiêu đặt ra là 40% vào năm 2025. Sự phụ thuộc lớn vào nguồn cung cấp linh kiện từ nước ngoài không chỉ tạo ra rủi ro cho chuỗi cung ứng mà còn ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của ngành công nghiệp trong nước.

Bên cạnh đó, sự thiếu hụt về công nghệ và quy trình sản xuất hiện đại cũng là một vấn đề nghiêm trọng. Nhiều doanh nghiệp vẫn sử dụng công nghệ lạc hậu, dẫn đến năng suất và chất lượng sản phẩm không cao. Hơn nữa, các doanh nghiệp phụ trợ gặp khó khăn trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn và yêu cầu kỹ thuật của các tập đoàn lớn. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh mà còn làm giảm khả năng tham gia vào các chuỗi cung ứng toàn cầu.

Ngành công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam đã có những bước phát triển tích cực trong những năm qua, với tỷ lệ nội địa hóa tăng lên và số lượng doanh nghiệp phụ trợ ngày càng tăng. Tuy nhiên, ngành này vẫn đang phải đối mặt với nhiều thách thức lớn, từ tỷ lệ nội địa hóa thấp trong một số ngành công nghiệp đến việc phụ thuộc vào nguồn cung cấp từ nước ngoài và thiếu hụt công nghệ hiện đại. Để phát triển bền vững, Việt Nam cần có những chính sách hỗ trợ hiệu quả cho các doanh nghiệp phụ trợ, đồng thời thúc đẩy việc nâng cao năng lực sản xuất và công nghệ.

2.2.2. Khả năng áp dụng các bài học từ Đông Á vào bối cảnh Việt Nam

Việt Nam có thể rút ra nhiều bài học quý giá từ các mô hình phát triển công nghiệp phụ trợ thành công của Nhật Bản, Hàn Quốc, và Đài Loan. Những bài học này có thể giúp cải thiện và phát triển ngành công nghiệp phụ trợ của Việt Nam một cách hiệu quả. Dưới đây là những điểm quan trọng mà Việt Nam có thể học hỏi và áp dụng.

Chính sách hỗ trợ: Việt Nam cần thiết lập các chính sách hỗ trợ tập trung vào việc phát triển SMEs, tương tự như các chính sách thành công tại Đông Á. Chính phủ nên tạo ra các gói hỗ trợ tài chính, bao gồm các khoản vay ưu đãi và hỗ trợ thuế cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Ngoài ra, cần triển khai các chương trình đào tạo nguồn nhân lực để nâng cao kỹ năng và tay nghề cho các lao động trong ngành công nghiệp phụ trợ. Chính sách cần tập trung vào việc khuyến khích đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D), đặc biệt trong các lĩnh vực công nghệ cao và đổi mới sáng tạo. Điều này có thể bao gồm việc tạo ra các quỹ nghiên cứu, cung cấp ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ mới và cải tiến quy trình sản xuất. Chính phủ cũng nên tạo điều kiện thuận lợi cho sự hợp tác giữa các viện nghiên cứu và doanh nghiệp để thúc đẩy đổi mới sáng tạo.

Đầu tư vào R&D: Việt Nam cần học hỏi từ Nhật Bản và Đài Loan trong việc đầu tư mạnh mẽ vào R&D. Điều này có thể bao gồm việc hỗ trợ các chương trình nghiên cứu khoa học, xây dựng các trung tâm công nghệ cao, và khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ tiên tiến. Đầu tư vào R&D sẽ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm và cải thiện năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế. Chính phủ nên xây dựng một hệ sinh thái thuận lợi cho đổi mới sáng tạo, bao gồm việc cung cấp các cơ sở hạ tầng cần thiết cho nghiên cứu và phát triển, như các khu công nghệ cao và các phòng thí nghiệm hiện đại. Đồng thời, khuyến khích sự hợp tác giữa doanh nghiệp, các trung tâm nghiên cứu và các trường đại học để thúc đẩy sự phát triển của công nghệ mới và cải tiến sản phẩm tạo điều kiện cho đổi mới sáng tạo.

Hợp tác công tư: Để khuyến khích sự hợp tác giữa doanh nghiệp trong nước và các tập đoàn quốc tế, Việt Nam cần thúc đẩy sự hợp tác công tư để tạo ra một môi trường thuận lợi cho sự phát triển của ngành công nghiệp phụ trợ. Điều này có thể được thực hiện thông qua việc xây dựng các dự án liên kết giữa các SMEs trong nước và các tập đoàn quốc tế, cũng như tạo ra các chính sách khuyến khích hợp tác và đầu tư từ các tập đoàn lớn. Để tạo điều kiện thuận lợi cho các SMEs tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, Chính phủ nên hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu và tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Điều này bao gồm việc cung cấp các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu, tạo ra các chương trình đào tạo về kỹ năng xuất khẩu, và khuyến khích các doanh nghiệp nhỏ tham gia vào các mạng lưới kinh doanh quốc tế.

3. Kết luận

Các mô hình phát triển công nghiệp phụ trợ thành công tại Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan, có thể rút ra những kết luận quan trọng cho Việt Nam. Những quốc gia Đông Á này đã chỉ ra rằng một hệ sinh thái công nghiệp phụ trợ vững mạnh đóng vai trò then chốt trong sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Đối với Việt Nam, các bài học từ các quốc gia Đông Á là rất quý giá. Việt Nam cần thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp phụ trợ bằng cách:

Tăng cường đầu tư vào R&D: Chính phủ cần khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nghiên cứu và phát triển thông qua các chính sách hỗ trợ tài chính và ưu đãi thuế. Việc xây dựng các trung tâm nghiên cứu công nghệ cao sẽ giúp đẩy nhanh quá trình đổi mới.

Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao: Cần đẩy mạnh đào tạo nguồn nhân lực có tay nghề cao trong các lĩnh vực công nghệ và quản lý sản xuất. Hợp tác giữa các trường đại học và doanh nghiệp sẽ giúp đảm bảo nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu thị trường.

Xây dựng cơ sở hạ tầng công nghiệp: Việc đầu tư vào hạ tầng công nghiệp, đặc biệt là các khu công nghiệp và hệ thống logistics hiện đại, sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của ngành công nghiệp phụ trợ.

Thúc đẩy hợp tác quốc tế và nội địa: Chính phủ cần khuyến khích doanh nghiệp tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu và xây dựng mối quan hệ với các đối tác quốc tế. Đồng thời, tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước để tạo sức mạnh cộng hưởng.

Hợp tác công tư: Sự phối hợp chặt chẽ giữa chính phủ, doanh nghiệp và các tổ chức nghiên cứu sẽ tạo ra môi trường thuận lợi để phát triển ngành công nghiệp phụ trợ, giúp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Vũ Nhật Anh (2021), *Phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam hiện nay*, https://kinhtevadubao.vn/phat-trien-nganh-cong-nghiep-ho-tro-o-viet-nam-hien-nay-21974.html
2. Văn Cường (2013), *Công nghiệp phụ trợ các nước (K4): Hàn Quốc và Đài Loan*, https://dttc.sggp.org.vn/cong-nghiep-phu-tro-cac-nuoc-k4-han-quoc-va-dai-loan-post26987.html
3. Phạm Ngọc Giao (2023), *Kinh nghiệm của Nhật Bản trong hỗ trợ công nghiệp nội địa và bài học với Việt Nam*, https://tapchicongthuong.vn/kinh-nghiem-cua-nhat-ban-trong-ho-tro-cong-nghiep-noi-dia-va-bai-hoc-voi-viet-nam-107825.htm
4. Thúy Hòa (2024), *Kinh nghiệm phát triển công nghiệp hỗ trợ của Hàn Quốc*, https://vietnamnet.vn/infographic-kinh-nghiem-phat-trien-cong-nghiep-ho-tro-cua-han-quoc-807153.html
5. Trương Thanh Hoài (2022), *Phát triển công nghiệp hỗ trợ: Cần có cách tiếp cận mới*, https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/825433/phat-trien-cong-nghiep-ho-tro--can-co-cach-tiep-can-moi.aspx
6. Vũ Chí Hùng (2018), *Kinh nghiệm phát triển công nghiệp hỗ trợ của Nhật Bản và một số gợi ý với Việt Nam*, https://dangcongsan.vn/kinh-te/kinh-nghiem-phat-trien-cong-nghiep-ho-tro-cua-nhat-ban-va-mot-so-goi-y-voi-viet-nam-210470.html
7. Gia Linh (2021), *Kinh nghiệm phát triển cụm liên kết ngành tại Hàn Quốc*, https://moit.gov.vn/tin-tuc/phat-trien-cong-nghiep/kinh-nghiem-phat-trien-cum-lien-ket-nganh-tai-han-quoc.html
8. Phạm Văn Minh (2023), *Phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ trong bối cảnh hội nhập*, https://kinhtevadubao.vn/phat-trien-nganh-cong-nghiep-ho-tro-trong-boi-canh-hoi-nhap-27278.html

NGUỒN NHÂN LỰC SỐ TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ SỐ Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Hồng Thúy[1]

Ngày nhận bài: *30/09/2024*
Ngày nhận bài sửa: *08/11/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: *Việt Nam, với dân số trẻ và tốc độ phát triển nhanh trong lĩnh vực công nghệ thông tin, đang đứng trước những thách thức lớn trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Cuộc cách mạng này đã tạo ra nhu cầu mới đối với nguồn nhân lực công nghệ cao, đặc biệt là trong quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp. Mặc dù, Việt Nam có tiềm năng, nhưng hiện nay nguồn nhân lực số đang thiếu về số lượng và yếu về chất lượng, không đủ đáp ứng nhu cầu cho chuyển đổi số, phát triển nền kinh tế số. Mặt khác, với sự hội nhập sâu rộng của Việt Nam vào nền kinh tế toàn cầu đang tạo ra yêu cầu cấp bách về phát triển nhân lực số. Bài viết này phân tích thực trạng nguồn nhân lực nói chung và nguồn nhân lực số nói riêng, những hạn chế nguồn nhân lực số nhằm tạo cơ sở cho việc thực hiện giải pháp phát triển nhân lực số trong thời gian tới.*

Từ khóa: *Nhân lực; Nguồn nhân lực số; Kinh tế số; Công nghệ thông tin.*

DIGITAL HUMAN RESOURCES IN DIGITAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN VIETNAM

Abstract: *Vietnam, with a young population and rapid growth in the information technology sector, is facing major challenges in the context of the 4.0 industrial revolution. This revolution has created a new demand for high-tech human resources, especially in the process of digital transformation of enterprises. Although Vietnam has potential, digital human resources are currently lacking in quantity and weak in quality, not enough to meet the needs of digital transformation and development of the digital economy. On the other hand, Vietnam's deep integration into the global economy is creating an urgent need for digital human resource development. This article analyzes the current situation of human resources in general and digital human resources in particular, the limitations of digital human resources to create a basis for implementing solutions to develop digital human resources in the coming time.*

Keywords: *Human Resources; Digital Human Resources; Digital Economy; Information Technology.*

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh nền kinh tế hiện đại, nguồn nhân lực (NNL) đóng vai trò cốt lõi và có mối quan hệ mật thiết với hoạt động sản xuất và kinh doanh. Khi nền kinh tế phát triển, yêu cầu về trình độ chuyên môn và kỹ năng của NNL càng trở nên khắt khe hơn. Con người không chỉ là thành phần thiết yếu trong quá trình sản xuất, mà còn được coi là tài sản quan trọng của doanh nghiệp. Thay vì tập trung vào việc tiết kiệm chi phí lao động, các doanh nghiệp đang đầu tư mạnh mẽ vào nguồn nhân lực số (NNLS) để gia tăng lợi thế cạnh tranh, nâng cao hiệu quả và tối ưu hóa lợi nhuận.

Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 tạo điều kiện cho nền kinh tế chuyển đổi từ mô hình phát triển dựa trên lao động phổ thông sang mô hình dựa trên kinh tế tri thức và công nghệ cao. Những tiến bộ như dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT), và trí tuệ nhân tạo (AI) đang làm thay đổi cách thức hoạt động của doanh nghiệp, mở ra các phương

[1] Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh, Email: hongthuy.ufba@gmail.com

thức sản xuất và kinh doanh sáng tạo. Để Việt Nam thành công trong quá trình chuyển đổi số, NNLS cần trở thành lực lượng chính trong thị trường lao động, đáp ứng các yêu cầu khắt khe của nền kinh tế số (KTS).

KTS, với nền tảng công nghệ và số hóa, đang phát triển nhanh chóng và trở thành động lực tăng trưởng trên toàn cầu. Ở Việt Nam, KTS được kỳ vọng đóng góp 20% GDP vào năm 2025 và 30% vào năm 2030, góp phần giúp Việt Nam đạt mục tiêu trở thành quốc gia thu nhập cao vào năm 2045. Tuy nhiên, để đạt được các mục tiêu này, Việt Nam cần xây dựng và hoàn thiện chiến lược phát triển NNLS, đồng thời triển khai các chính sách hỗ trợ, chương trình chuyển đổi số cho doanh nghiệp và thị trường.

Mặc dù, KTS mang lại nhiều cơ hội phát triển, nhưng nó cũng đặt ra thách thức về việc nâng cao kỹ năng và năng lực của lực lượng lao động. Quá trình chuyển đổi số có thể gây ra những biến động đáng kể trong thị trường lao động, đặc biệt tại các quốc gia có năng suất lao động thấp và phụ thuộc nhiều vào các ngành sản xuất thâm dụng lao động và giá trị gia tăng thấp như Việt Nam. Việc nhận diện thực trạng NNL và chuẩn bị lực lượng lao động phù hợp với nhu cầu của KTS là yếu tố quan trọng để đảm bảo sự phát triển bền vững của nền kinh tế số tại Việt Nam.

2. Tổng quan về kinh tế số, nguồn nhân lực số

1.2. Kinh tế số

1.2.1. Khái niệm kinh tế số

Kinh tế số là các hoạt động kinh tế sử dụng thông tin số, tri thức số, công nghệ số và dữ liệu số như các yếu tố sản xuất chủ chốt. Không gian hoạt động của kinh tế số dựa trên mạng Internet và các mạng công nghệ thông tin, trong khi công nghệ số và nền tảng số được áp dụng để nâng cao năng suất lao động và tối ưu hóa hoạt động kinh tế. Hiểu đơn giản, KTS là nền kinh tế có sự tham gia chủ đạo của công nghệ số. KTS hiện diện trong mọi lĩnh vực của nền kinh tế như công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ, sản xuất, phân phối, vận tải, logistic, tài chính, ngân hàng, v.v. Đây là mô hình tổ chức và phương thức vận hành nền kinh tế dựa trên việc ứng dụng công nghệ số.

Theo nhóm nghiên cứu KTS Oxford, KTS là "nền kinh tế vận hành chủ yếu dựa trên công nghệ số", đặc biệt thông qua các giao dịch điện tử trên Internet. Kinh tế số bao gồm tất cả các lĩnh vực kinh tế mà công nghệ số được ứng dụng.

Tác giả Tô Trung Thành (2021) cũng khẳng định rằng KTS là toàn bộ mạng lưới các hoạt động kinh tế và xã hội được xây dựng và vận hành dựa trên nền tảng số, bao gồm tất cả các lĩnh vực kinh tế mà công nghệ số được áp dụng, từ công nghiệp, nông nghiệp đến dịch vụ và tài chính [11]

Bộ Thông tin và Truyền thông cũng định nghĩa KTS là nền kinh tế dựa trên công nghệ và nền tảng số, với các hoạt động kinh tế được thực hiện thông qua các giao dịch điện tử trên Internet [1]. KTS bao gồm ba cấu phần chính:

- KTS ICT/viễn thông: Bao gồm các hoạt động sản xuất phần cứng, phần mềm, nội dung số, cung cấp dịch vụ công nghệ thông tin và viễn thông.

- KTS Internet/nền tảng: Gồm các hoạt động kinh tế dựa trên Internet như kinh doanh nền tảng số (Uber, Grab, Airbnb…), kinh doanh dữ liệu số và dịch vụ trực tuyến.

- KTS ngành/lĩnh vực: Là sự áp dụng công nghệ số và nền tảng số vào các ngành kinh tế truyền thống để tăng năng suất và tạo ra giá trị kinh tế mới, như quản trị điện tử, thương mại điện tử, nông nghiệp thông minh, du lịch thông minh [12].

Tóm lại, kinh tế số là nền kinh tế mà tổ chức và hoạt động dựa trên ứng dụng công nghệ số, trong đó Internet và sáng tạo của con người là nguồn lực chính để vận hành nền kinh tế.

1.1.2. Tầm quan trọng của kinh tế số

KTS đóng vai trò quan trọng như một động lực tăng trưởng trong cả ngắn hạn và dài hạn. Cụ thể:

- KTS góp phần vào sự phát triển kinh tế bền vững. Thông qua việc áp dụng công nghệ số, các doanh nghiệp có thể nâng cao năng suất, cải thiện khả năng cạnh tranh và tạo ra những giá trị mới. Hơn nữa, kinh tế số mở ra nhiều cơ hội việc làm mới, thu hút nhân tài có kỹ năng kỹ thuật số, góp phần thúc đẩy thị trường lao động.

- KTS nâng cao chất lượng cuộc sống và dịch vụ công. Công nghệ số cho phép tối ưu hóa quy trình và tăng cường khả năng cung cấp dịch vụ. Trong lĩnh vực y tế, chẳng hạn, công nghệ số hỗ trợ theo dõi sức khỏe từ xa, chẩn đoán và điều trị kịp thời, cung cấp thông tin chính xác, giúp cải thiện hiệu quả dịch vụ chăm sóc sức khỏe.

- KTS thúc đẩy phát triển bền vững và chia sẻ tri thức. Nhờ mạng lưới kết nối và chia sẻ dữ liệu, các cá nhân và tổ chức có thể học hỏi, hợp tác hiệu quả hơn. Một nền kinh tế số phát triển còn tạo ra môi trường khởi nghiệp năng động và khuyến khích sự sáng tạo.

2.2. Nguồn nhân lực số

2.2.1. Khái niệm về nguồn nhân lực số

Kinh tế số không chỉ là một xu thế ngắn hạn mà là một quá trình phát triển lâu dài, gắn liền với việc chuyển đổi số trên phạm vi quốc gia ở các mức độ khác nhau. Quá trình này bao trùm mọi lĩnh vực, từ doanh nghiệp, cá nhân cho đến Chính phủ, cho phép tất cả các chủ thể ứng dụng công nghệ số để cải thiện hiệu quả công việc, thậm chí tạo ra những đột phá về năng suất và hiệu quả kinh tế.

Nguồn nhân lực (NNL**)** là tổng hòa giữa số lượng và chất lượng của con người, được đánh giá dựa trên trí lực, thể lực, phẩm chất đạo đức và tinh thần. Đây là yếu tố quyết định đến khả năng lao động sáng tạo, đóng góp vào sự phát triển và tiến bộ của xã hội.

Để đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế số, một lực lượng sản xuất với trình độ tương ứng, đặc biệt là NNLS, là điều không thể thiếu**.** *NNLS là nguồn nhân lực trong nền kinh tế số, là lực lượng chủ yếu để triển khai và hiện thực hóa nền kinh tế số, quyết định sự tồn tại của nền kinh tế số, có năng lực làm chủ các thiết bị công nghệ số, vận hành trong quá trình sản xuất, kinh doanh và các hoạt động khác của nền kinh tế* [3].

NNLS đóng vai trò then chốt trong việc triển khai, tổ chức và vận hành nền KTS. Đây là lực lượng chủ yếu đảm bảo sự tồn tại và phát triển của nền KTS thông qua việc làm chủ và vận hành các thiết bị công nghệ số trong sản xuất, kinh doanh và các hoạt động kinh tế khác được thể hiện thông qua các các khía cạnh sau:

- Khả năng làm chủ công nghệ số: NNLS cần thành thạo trong việc vận hành và ứng dụng các thiết bị công nghệ số trong các hoạt động kinh tế.

- Thích ứng nhanh với thay đổi: NNLS phải có khả năng linh hoạt để nhanh chóng thích nghi với môi trường lao động và các tiến bộ khoa học công nghệ mới.

- Tính kỷ luật và đạo đức nghề nghiệp: Tác phong làm việc chuyên nghiệp và đạo đức là nền tảng để xây dựng một lực lượng lao động bền vững và hiệu quả.

- Tư duy sáng tạo và đột phá: Khả năng suy nghĩ đổi mới và đưa ra các giải pháp sáng tạo là yếu tố cần thiết để đáp ứng yêu cầu cạnh tranh trong nền KTS.

2.2.2. *Vai trò nguồn nhân lực số trong nền kinh tế số*

- Thúc đẩy sáng tạo và đổi mới:

NNLS có kỹ năng số đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy sáng tạo và đổi mới trong nền KTS. Với kiến thức về các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và Internet vạn vật (IoT), NNLS có khả năng phát triển những sản phẩm và dịch vụ đột phá, đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú và khắt khe của thị trường. Điều này không chỉ gia tăng giá trị cho doanh nghiệp mà còn tạo động lực cho sự phát triển tổng thể của nền kinh tế.

- Tăng cường năng lực cạnh tranh

Trong bối cảnh kinh tế số hóa, NNLS là yếu tố quyết định giúp doanh nghiệp và quốc gia nâng cao khả năng cạnh tranh. Những

doanh nghiệp có đội ngũ lao động được trang bị kỹ năng số hiện đại sẽ có ưu thế trong việc nhanh chóng thích ứng với công nghệ mới, thay đổi mô hình kinh doanh và khai thác các cơ hội từ xu hướng chuyển đổi số. Ở cấp độ quốc gia, việc phát triển NNL với kỹ năng số cao giúp cải thiện vị thế quốc gia trên trường quốc tế, tạo thuận lợi cho việc thu hút đầu tư và phát triển kinh tế bền vững.

- Đáp ứng nhu cầu thị trường lao động

Thị trường lao động trong nền KTS đang phát triển nhanh chóng, với nhu cầu tăng cao trong các lĩnh vực như công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo, blockchain và an ninh mạng. đòi hỏi lực lượng lao động phải sở hữu kiến thức chuyên môn và kỹ năng kỹ thuật số cao để bắt kịp với những thay đổi liên tục của công nghệ. Việc đáp ứng các yêu cầu mới này không chỉ giúp giảm thiểu nguy cơ thất nghiệp mà còn mở ra cơ hội nghề nghiệp cho những người lao động có kỹ năng số chuyên sâu.

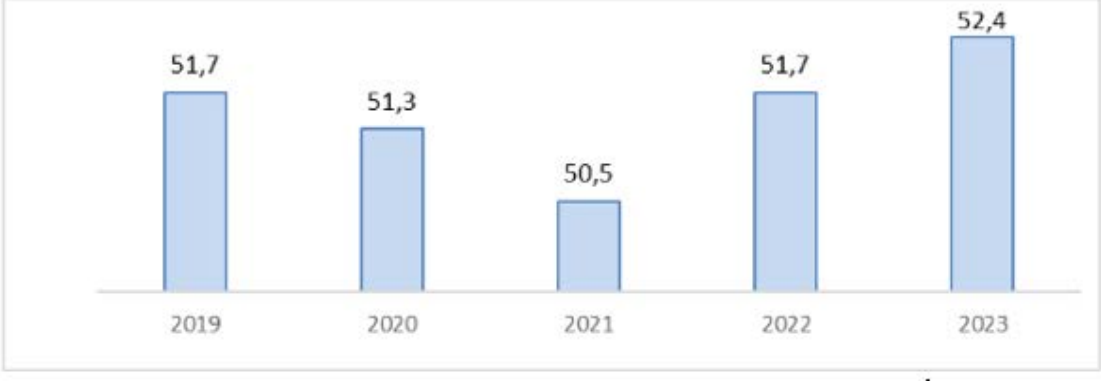
- Nâng cao năng suất lao động

Phát triển kỹ năng số trong NNL mang lại những lợi ích to lớn trong việc gia tăng năng suất lao động. Công nghệ số không chỉ tự động hóa các quy trình sản xuất thủ công mà còn giúp nhân viên làm việc hiệu quả hơn thông qua việc sử dụng các phần mềm quản lý, phân tích dữ liệu và công cụ trực tuyến. Những công cụ này tối ưu hóa quy trình làm việc, giảm thiểu sai sót và giúp hoàn thành công việc nhanh chóng hơn, từ đó nâng cao hiệu quả tổng thể của doanh nghiệp.

3. Thực trạng nguồn nhân lực số

3.1. Quy mô lực lượng lao động trong dân số

Theo số liệu từ Tổng cục Thống kê năm 2023, quy mô lực lượng lao động của Việt Nam đã đạt 52,4 triệu người, tăng 666,5 nghìn người so với năm 2022. Trong đó, ngành dịch vụ là lĩnh vực thu hút nhiều lao động nhất với 20,3 triệu người, tăng 553,6 nghìn người và chiếm tỷ lệ tăng cao nhất so với các ngành khác. Lực lượng lao động ở thành phố có 19,5 triệu người (chiếm 37,3% tổng số), trong khi khu vực nông thôn có 32,9 triệu người (chiếm 62,7%). Cụ thể, lao động nữ đạt 24,5 triệu người (46,7% tổng số), trong khi lao động nam đạt 27,9 triệu người (53,3%). Lực lượng lao động đã qua đào tạo, có bằng cấp hoặc chứng chỉ ước tính là 14,1 triệu người, chiếm 27% tổng số và tăng 0,5 triệu người so với năm 2022 (hình 1).



Nguồn: [5]

Hình 1: Lực lượng lao động giai đoạn 2019 – 2023 (Triệu người)

3.2. Nguồn nhân lực số tại Việt Nam

- Quy mô nguồn nhân lực số

Dân số Việt Nam hiện xếp thứ 8 tại châu Á và thứ 15 trên thế giới, với tỷ lệ giới tính khá cân bằng (nam giới chiếm 49,9%, nữ giới 50,1%). Theo Báo cáo Thị trường IT Việt Nam 2023 của TopDev, lực lượng lao động trong ngành công nghệ thông tin (CNTT) năm 2023 ước tính đạt khoảng 530.000 người, trong khi nhu cầu thực tế khoảng 550.000 người. Lực lượng này chỉ chiếm 1% tổng lao động trên 15 tuổi, con số này vẫn

thấp so với các quốc gia định hướng công nghệ như Hoa Kỳ (4%), Hàn Quốc (2,5%) hay Ấn Độ (1,78%) [9].

Mặc dù Việt Nam nằm trong top 10 quốc gia đào tạo nhiều kỹ sư nhất thế giới, sau Nga, Mỹ, Iran, Nhật Bản, Hàn Quốc, Indonesia, Ukraine, Mexico và Pháp, nhưng mục tiêu đạt 2-3% dân số làm việc trong ngành CNTT (tương đương 2-3 triệu người) vẫn gặp nhiều thách thức. Nguyên nhân chủ yếu là số lượng sinh viên tốt nghiệp ngành CNTT mỗi năm chỉ đạt khoảng 50.000-57.000 người. Với tốc độ đào tạo này, Việt Nam dự kiến vẫn sẽ thiếu hụt gần 200.000 lập trình viên và kỹ sư trong tương lai.

- Chất lượng và nhu cầu đào tạo nguồn nhân lực số

So với lực lượng lao động nói chung, lao động số tại Việt Nam được đánh giá là có trình độ chuyên môn cao hơn đáng kể. Theo Tổng cục Thống kê, tỷ lệ lao động đã qua đào tạo trong toàn nền kinh tế chỉ chiếm 28,5%, trong đó lao động có trình độ đại học trở lên chiếm 11,7%. Trong khi đó, lực lượng lao động số lại có tỷ lệ đào tạo đại học lên tới 48%, cao đẳng 26%, và phần còn lại được đào tạo qua các khóa học ngắn hạn hoặc trực tuyến [8]. Xu hướng nâng cao trình độ, đặc biệt là ở các cấp đại học và cao đẳng, đang gia tăng nhằm đáp ứng nhu cầu nhân lực công nghệ ngày càng cao.

Tuy nhiên, chất lượng nguồn nhân lực vẫn là thách thức lớn. Theo Báo cáo Thị trường IT Việt Nam 2023, chỉ 30% sinh viên CNTT tốt nghiệp mỗi năm đáp ứng được yêu cầu công việc thực tế, trong khi 70% cần được đào tạo thêm tại doanh nghiệp [9]. Điều này phản ánh khoảng cách lớn giữa lý thuyết đào tạo và kỹ năng thực tiễn. Tính đến cuối năm 2023, Việt Nam vẫn có khoảng 38 triệu lao động chưa được đào tạo, gây áp lực lớn cho quá trình chuyển đổi số.

Để cải thiện tình hình, Bộ Thông tin và Truyền thông đã triển khai nhiều chương trình đào tạo. Trong năm 2023, 60 khóa học chuyển đổi số trên nền tảng MOOCs đã được tổ chức, đào tạo cho 305.000 cán bộ, công chức, viên chức và người lao động. Ngoài ra, 20 khóa học phổ cập kỹ năng số dành cho người dân thu hút hơn 23 triệu lượt truy cập, cùng các khóa tập huấn hỗ trợ 11 bộ, ngành và 43 địa phương [6].

Về lực lượng lao động CNTT, ngành này đang ghi nhận sự tăng trưởng. Năm 2023, lao động trong ngành đạt 1,45 triệu người, tăng 3,57% so với năm 2022. Dự kiến mỗi năm giai đoạn 2024-2025, sẽ có thêm khoảng 50.000 lao động gia nhập ngành [1]. Tuy nhiên, với nhu cầu ngày càng cao, đến năm 2030, Việt Nam dự kiến cần khoảng 1 triệu nhân lực CNTT, trong đó 90% đến từ các doanh nghiệp [13].

Hiện cả nước có 160 trường đào tạo chuyên ngành công nghệ thông tin, điện tử - viễn thông và an toàn thông tin, với khoảng 50.000 sinh viên tốt nghiệp mỗi năm. Nếu tính thêm các trường nghề, con số này đạt khoảng 62.000. Tuy nhiên, để đạt mục tiêu 2-3% dân số làm việc trong lĩnh vực CNTT (tương đương 2-3 triệu người), Việt Nam cần nâng quy mô đào tạo lên ít nhất 70.000 sinh viên đại học mỗi năm, tăng khoảng 40% so với hiện tại [7].

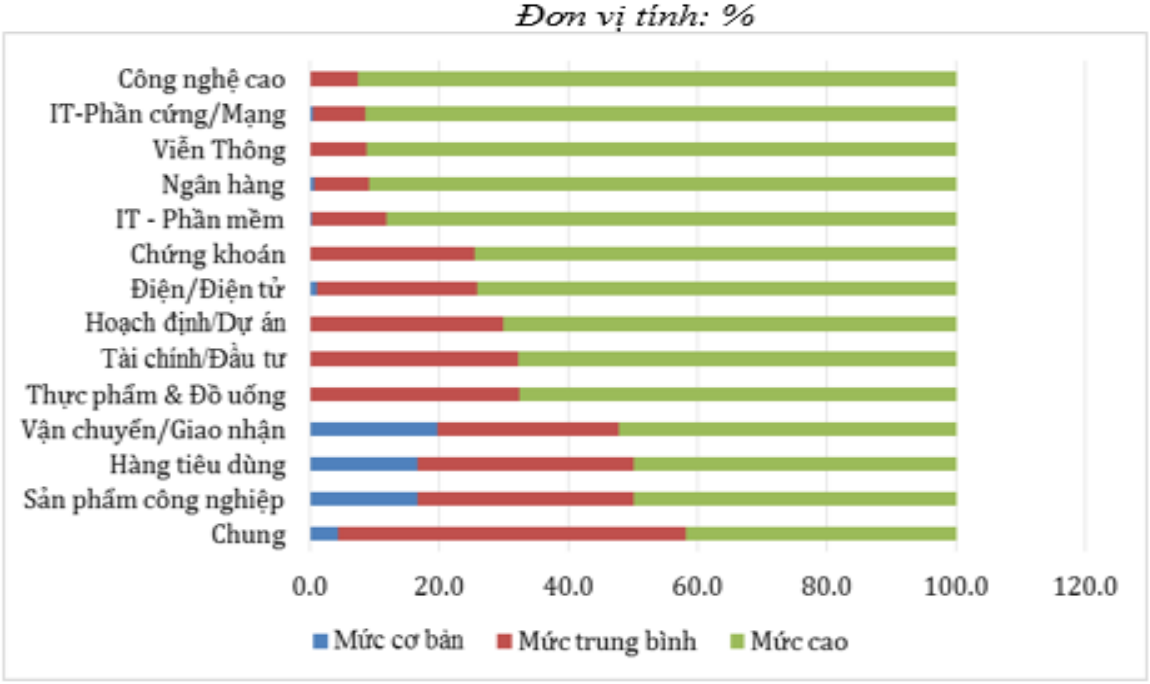
Tình trạng thiếu hụt nguồn nhân lực CNTT vẫn diễn ra nghiêm trọng. Năm 2023, nhu cầu lao động CNTT vào khoảng 550.000 người nhưng thiếu hụt 230.000. Dự báo năm 2024, con số này sẽ tăng lên 600.000 lao động, thiếu hụt khoảng 260.000 [9]. Nếu không có những giải pháp quyết liệt, tình trạng này sẽ còn kéo dài, ảnh hưởng đến quá trình phát triển nền kinh tế số của Việt Nam.

Sự không cân đối giữa nhu cầu nhân lực công nghệ thông tin và khả năng đào tạo trong lĩnh vực này tại Việt Nam đang ngày càng trở nên rõ rệt. Để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về nguồn nhân lực số, cần tăng cường đầu tư và phát triển chương trình đào tạo công nghệ thông tin ở cấp đại học và cao đẳng. Đồng thời, khuyến khích các học viện, trường nghề và doanh nghiệp cung cấp các khóa đào tạo ngắn hạn và bồi dưỡng kỹ năng công nghệ thông tin. Năm 2022, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt

đề án "Nâng cao nhận thức, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số đến năm 2025, định hướng đến năm 2030" [10]. Trong khuôn khổ của đề án này, Bộ Thông tin và Truyền thông đã đặt ra các mục tiêu quan trọng, bao gồm việc đào tạo 1.000 chuyên gia trong lĩnh vực công nghệ thông tin và yêu cầu các trường đại học hoàn thiện mô hình tổ chức, quản lý và hoạt động theo hình thức số hóa.

Phân tích về kỹ năng số từ một mẫu 10.240 doanh nghiệp cho thấy các doanh nghiệp hiện đang dựa vào các công nghệ kỹ thuật số như mạng xã hội, di động, phân tích, đám mây và Internet vạn vật để chuyển đổi mô hình hoạt động sản xuất kinh doanh. Sự biến động của thị trường cùng yêu cầu từ người tiêu dùng đã làm gia tăng nhu cầu về lực lượng lao động có kỹ năng số. Kết quả cho thấy tỷ lệ kỹ năng số chung ở khoảng 20% trong tổng số vị trí việc làm [4].

Theo phân tích từ 10.240 doanh nghiệp, nhóm ngành có tỷ lệ yêu cầu về kỹ năng số cao nhất là các lĩnh vực liên quan đến CNTT - phần mềm và CNTT - phần cứng, tiếp theo là ngành Viễn thông và Internet/Online Media [12]. Mỗi vị trí việc làm có thể yêu cầu nhiều kỹ năng khác nhau, từ kỹ năng số cơ bản cho đến bậc trung hoặc bậc cao. Theo dữ liệu, hình 2, khoảng 54% yêu cầu kỹ năng số ở bậc trung, 41,8% ở bậc cao, và chỉ 4,3% yêu cầu ở bậc cơ bản.



Nguồn:[4]

Hình 2: Cơ cấu mức độ kỹ năng số trong một số lĩnh vực

3.3. Một số hạn chế về nguồn nhân lực số

- Thiếu hụt kỹ năng số chuyên sâu

NNL tại Việt Nam hiện đang gặp khó khăn nghiêm trọng về kỹ năng số chuyên sâu, đặc biệt trong các lĩnh vực công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), blockchain và an ninh mạng. Hiện nay, các doanh nghiệp công nghệ gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nhân sự có chuyên môn về công nghệ số đã dẫn đến tình trạng nhiều dự án công nghệ bị chậm tiến độ hoặc không thể triển khai do thiếu nguồn lực phù hợp.

Mặt khác, chỉ 0,3% doanh nghiệp lớn tại Việt Nam đã chiếm tới 58,25% doanh thu tổng ngành công nghệ thông tin [1]. Như vậy, nhu cầu lớn về nhân sự chủ yếu đến từ các tập đoàn và doanh nghiệp CNTT lớn, kéo theo tiêu chuẩn chuyên môn và yêu cầu về kỹ năng

làm việc cũng cao hơn. Theo đánh giá, chỉ khoảng 30% kỹ sư và cử nhân mới ra trường đáp ứng được yêu cầu thực tế của công việc [2]. Đây là một thách thức đối với sinh viên ngành công nghệ kỹ thuật tại Việt Nam, dẫn đến tình trạng nhiều sinh viên không thể tìm được việc làm phù hợp với chuyên môn.

- Khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu thực tiễn

Sự chênh lệch giữa nội dung đào tạo và nhu cầu thực tế của doanh nghiệp là một vấn đề lớn trong thị trường lao động tại Việt Nam. Nghiên cứu của Viện Chiến lược Phát triển Nhân lực và Công nghệ cho thấy có đến 80% sinh viên ra trường thiếu kỹ năng thực hành và không thể đáp ứng ngay yêu cầu công việc. Điều này buộc các doanh nghiệp phải tự đào tạo lại nhân sự, gây tốn thời gian và chi phí, cản trở sự phát triển nhanh chóng trong thời kỳ chuyển đổi số.

- Thiếu kỹ năng mềm và tư duy đổi mới

Ngoài kỹ năng chuyên môn, khả năng tư duy sáng tạo và kỹ năng mềm cũng là những yếu tố yếu kém trong nguồn nhân lực Việt Nam. Báo cáo của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) về tương lai việc làm năm 2020 cho thấy khoảng 50% lực lượng lao động toàn cầu cần nâng cấp kỹ năng mềm để theo kịp xu hướng việc làm tương lai, và Việt Nam cũng không ngoại lệ. Điều này đã tạo ra một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp trong việc tận dụng lợi thế của nền kinh tế số.

- Tâm lý ngại thay đổi và khó thích nghi

Nghiên cứu của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) chỉ ra rằng lực lượng lao động lớn tuổi tại Việt Nam, đặc biệt trong các ngành công nghiệp truyền thống, gặp khó khăn trong việc thích ứng với các công nghệ mới. Tỷ lệ lao động trên 35 tuổi tại Việt Nam thường cảm thấy lo ngại hoặc không sẵn sàng học hỏi công nghệ số, cao hơn so với các nước trong khu vực cũng dẫn đến tình trạng chậm trễ trong việc áp dụng công nghệ số tại các doanh nghiệp truyền thống.

4. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực số tại Việt Nam trong thời gian tới

4.1. Chính phủ tiếp tục hoàn thiện chính sách phát triển nguồn nhân lực số

Chính phủ cần rà soát, cập nhật các chính sách phát triển nhân lực số phù hợp với xu thế chuyển đổi số. Tập trung cải tiến hệ thống giáo dục, thúc đẩy đào tạo kỹ năng số, đặc biệt ở các khu vực khó khăn. Xây dựng cơ chế thu hút, giữ chân nhân tài và khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân vào đào tạo nhân lực số. Đồng thời, triển khai các chương trình hỗ trợ đào tạo ngắn hạn, trực tuyến, và tăng cường các ưu đãi để phát triển lực lượng lao động chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu nền kinh tế số.

4. 2. Tăng cường đào tạo kỹ năng số chuyên sâu

Việt Nam đang phải đối mặt với tình trạng thiếu hụt nghiêm trọng về nguồn nhân lực có kỹ năng số chuyên sâu, đặc biệt trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), và an ninh mạng. Giải pháp cần tập trung vào việc cải thiện giáo dục và đào tạo công nghệ thông tin như sau:

- Cải cách chương trình đào tạo**:** Các trường đại học, như Đại học Bách khoa Hà Nội và Đại học Công nghệ - Đại học Quốc gia Hà Nội, cần cập nhật chương trình đào tạo để phù hợp với nhu cầu thị trường. Việc tích hợp các khóa học về công nghệ tiên tiến và hợp tác với các doanh nghiệp như FPT và VNG sẽ giúp sinh viên tiếp cận với những công nghệ mới nhất.

- Phát triển các khóa học ngắn hạn và chứng chỉ chuyên môn: Cần mở rộng các chương trình đào tạo ngắn hạn về kỹ năng số để đáp ứng nhu cầu nâng cao trình độ nhanh chóng cho người lao động. Các doanh nghiệp lớn như VinGroup và FPT, cũng như các công ty công nghệ nhỏ, có thể tổ chức các khóa đào tạo nội bộ và cấp chứng chỉ kỹ thuật số.

4.3. Tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp và cơ sở đào tạo

Để thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu thực tiễn, cần thiết lập mối liên kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo:

- Chương trình thực tập và học việc tại doanh nghiệp**:** Các doanh nghiệp công nghệ hàng đầu tại Việt Nam như FPT, VNPT, và Viettel nên hợp tác với các trường đại học để cung cấp chương trình thực tập cho sinh viên. Những chương trình này không chỉ giúp sinh viên có trải nghiệm thực tế mà còn giúp doanh nghiệp dễ dàng tuyển dụng nhân lực phù hợp ngay sau khi tốt nghiệp.

- Thúc đẩy các chương trình hợp tác giữa trường học và doanh nghiệp**:** Các công ty công nghệ như Google, Microsoft và các doanh nghiệp trong nước có thể hỗ trợ các trường đại học phát triển các khóa học về AI, IoT, và blockchain thông qua việc tài trợ công nghệ, tổ chức hội thảo, và trao đổi giảng viên.

4.4. Phát triển kỹ năng mềm và tư duy sáng tạo

Ngoài kỹ năng chuyên môn, NNL Việt Nam còn cần được trang bị thêm các kỹ năng mềm:

- Chương trình đào tạo kỹ năng mềm**:** Các trường đại học và cao đẳng cần tăng cường giảng dạy các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, quản lý thời gian, và kỹ năng giao tiếp trong môi trường kỹ thuật số. Các doanh nghiệp như FPT đã tổ chức nhiều khóa học kỹ năng mềm cho nhân viên nhằm nâng cao khả năng hợp tác trong công việc.

- Khuyến khích tư duy sáng tạo và khởi nghiệp: Chính phủ và các trường đại học cần hỗ trợ nhiều hơn cho các chính sách khuyến khích tinh thần khởi nghiệp trong sinh viên. Chương trình "Startup Việt" của VnExpress là một ví dụ điển hình, giúp sinh viên và các startup tiềm năng phát triển ý tưởng sáng tạo và xây dựng doanh nghiệp trong môi trường số hóa.

4.5. Thúc đẩy tư duy học tập suốt đời

Trong nền KTS, công nghệ thay đổi nhanh chóng, đòi hỏi người lao động phải liên tục cập nhật kiến thức:

- Xây dựng văn hóa học tập trong doanh nghiệp**:** Các công ty lớn như Viettel và FPT đã bắt đầu xây dựng hệ thống học tập nội bộ, nơi nhân viên có thể cập nhật kiến thức mới qua các khóa học trực tuyến và chương trình đào tạo nội bộ. Cần mở rộng hơn nữa các sáng kiến này trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ để đảm bảo mọi lao động đều có cơ hội học tập.

- Khuyến khích tự học và nâng cao kỹ năng cá nhân**:** Các nền tảng học tập trực tuyến như Topica Edtech Group và FUNiX đang tạo ra môi trường học tập mở, giúp người lao động chủ động trong việc học tập và nâng cao kỹ năng. Doanh nghiệp và nhà nước có thể tạo điều kiện bằng cách cung cấp các khóa học miễn phí hoặc giảm giá cho những lĩnh vực cần thiết.

5. Kết luận

NNL trong nền kinh tế số ở Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức, đặc biệt là thiếu hụt về số lượng và chất lượng trong lĩnh vực công nghệ thông tin. Để phát triển nền kinh tế số, Việt Nam cần cải cách chương trình đào tạo, thúc đẩy hợp tác giữa doanh nghiệp và cơ sở giáo dục, đồng thời phát triển kỹ năng mềm cho người lao động. Các chính sách hỗ trợ từ chính phủ cũng cần được triển khai để nâng cao chất lượng đào tạo. Việc thực hiện những giải pháp này sẽ giúp khai thác tối đa tiềm năng nguồn nhân lực và thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế số trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Thông tin và Truyền thông (2020), Báo cáo chỉ số sẵn sàng cho phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam năm 2020, NXB Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
2. Deloitte. (2022). The Vietnam Consumer Survey. deloitte.com.
3. Dương Thị Thu Thuỷ, Trần Thị Diệp Tuyền (2024). Phát triển nguồn nhân lực số của doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh mới. Truy cập tại:

https://www.quanlynhanuoc.vn/2024/02/22/phat-trien-nguon-nhan-luc-so-cua-doanh-nghiep-viet-nam-trong-boi-canh-moi/

4. Đoàn Thị Yến (2021). Phát triển lực lượng lao động kỹ năng số đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số quốc gia, đề tài cấp bộ - Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội.
5. https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2024/01/tinh-hinh-thi-truong-lao-dong-viet-nam-nam-2023/
6. Mạnh Tuyền (2023). Kết quả Chuyển đổi số quốc gia năm 2023. Truy cập tại: http://caicachhanhchinh.gov.vn/tin-tuc/ket-qua-chuyen-doi-so-quoc-gia-nam-2023
7. Nguyễn Anh Tú (2022). Đại học số: Lời giải cho bài toán phát triển nguồn nhân lực số thực hiện chuyển đổi số quốc gia? Tạp chí Thông tin & Truyền thông.
8. Nguyễn Thị Mai (2024). Nguồn nhân lực cho chuyển đổi số ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. Truy cập tại: https://kinhtevadubao.vn/nguon-nhan-luc-cho-chuyen-doi-so-o-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap-30382.html
9. TopDev (2023), Báo cáo thị trường công nghệ thông tin Việt Nam. Truy cập tại: https://topdev.vn/blog/bao-cao-thi-truong-it-viet-nam-nam-2023/
10. Thủ tướng Chính phủ (2022). Quyết định số 146/QĐ-TTg ngày 28/1/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án "Nâng cao nhận thức, phổ cập kỹ năng và phát triển nguồn nhân lực chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030".
11. Tô Trung Thành (2021), Năng suất lao động của Việt Nam trong bối cảnh kinh tế số, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
12. Trần Đạt (2023), “Kinh tế số ở Việt Nam: Tiềm năng, thách thức, cơ hội”. Tạp chí Thông tin đối ngoại và khoa học, Truy cập tại: https://vietnamhoinhap.vn/vi/kinh-te-soo-viet-nam-tiem-nang-thach-thuc-co-hoi-42112.htm
13. VAIP (2020 - 2023): Hội tin học Việt Nam, truy cập tại: http://www.vaip.org.vn/

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

Nguyễn Thị Ngọc Hà[1], Lương Minh Ngọc[2], Vũ Anh Dũng[3]

Ngày nhận bài: *25/09/2024*
Ngày nhận bài sửa: *26/11/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: *Ngành bán lẻ Việt Nam đang trải qua giai đoạn phát triển mạnh mẽ, trở thành một trong những lĩnh vực kinh tế quan trọng nhất với sự đóng góp đáng kể vào GDP và tạo việc làm cho hàng triệu lao động. Thị trường này nổi bật với sự chuyển dịch từ mô hình bán lẻ truyền thống sang bán lẻ hiện đại, đặc biệt là sự bùng nổ của thương mại điện tử và các nền tảng kỹ thuật số. Các yếu tố thúc đẩy sự phát triển bao gồm dân số trẻ, thu nhập tăng trưởng, và quá trình đô thị hóa nhanh chóng. Đồng thời, Việt Nam ngày càng thu hút nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước, đặc biệt là các tập đoàn lớn như Central Group, Aeon Mall, Masan Group và WinCommerce. Tuy nhiên, ngành bán lẻ cũng đối mặt với nhiều thách thức, như áp lực cạnh tranh từ các nhà bán lẻ nước ngoài, yêu cầu cao về công nghệ, và sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng sau đại dịch COVID-19. Để thúc đẩy thị trường bán lẻ phát triển bền vững, các giải pháp như đầu tư hạ tầng thương mại, phát triển chuỗi cung ứng, ứng dụng công nghệ, và tăng cường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước là rất cần thiết. Việc tận dụng tối đa các xu thế mới và chính sách hỗ trợ của Nhà nước sẽ giúp ngành bán lẻ Việt Nam vững vàng trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu.*

Từ khóa: *Phát triển, thị trường bán lẻ, ngành bán lẻ*

DEVELOPING VIETNAM'S RETAIL MARKET IN THE CURRENT CONTEXT

Summary: *Vietnam's retail industry is experiencing a period of strong growth, becoming one of the most important economic sectors with a significant contribution to GDP and creating jobs for millions of workers. This market is notable for the shift from traditional retail models to modern retail, especially the explosion of e-commerce and digital platforms. Factors driving the growth include a young population, growing incomes, and rapid urbanization. At the same time, Vietnam is increasingly attracting domestic and foreign investors, especially large corporations such as Central Group, Aeon Mall, Masan Group, and WinCommerce. However, the retail industry also faces many challenges, such as competitive pressure from foreign retailers, high technology requirements, and changes in consumer behavior after the COVID-19 pandemic. To promote sustainable development of the retail market, solutions such as investment in commercial infrastructure, development of supply chains, application of technology, and enhancement of competitiveness of domestic enterprises are essential. Making the most of new trends and support policies from the State will help the Vietnamese retail industry stand firm in the context of global competition.*

Keywords: *Development, retail market, retail industry*

1. Đặt vấn đề

Ngành bán lẻ Việt Nam đã có sự phát triển vượt bậc trong những năm qua, trở thành một trong những lĩnh vực có tốc độ tăng trưởng ấn tượng và ổn định. Đối với các nhà đầu tư nước ngoài, thị trường bán lẻ Việt Nam được xếp vào nhóm các thị trường mới nổi hấp dẫn, cho thấy tiềm năng phát triển đáng kể,

[1] Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh, Email: longha124912@gmail.com
[2] Cử nhân, Cục Quân Khí, Bộ Quốc phòng
[3] Cử nhân, Tổng công ty Bảo hiểm BIDV

đồng thời mang lại giá trị to lớn cho nền kinh tế quốc gia.

Bên cạnh những đóng góp về lợi nhuận và tạo việc làm, ngành bán lẻ còn giữ vai trò then chốt trong việc kết nối sản xuất với tiêu dùng. Hoạt động của ngành này ảnh hưởng trực tiếp đến các ngành sản xuất hàng hóa thông qua việc giải quyết đầu ra sản phẩm, quản lý các yếu tố đầu vào và nâng cao tỷ suất lợi nhuận. Vì vậy, sự phát triển của ngành bán lẻ không chỉ tác động tích cực đến bản thân ngành mà còn thúc đẩy hầu hết các lĩnh vực sản xuất trong nền kinh tế.

Tuy nhiên, thị trường bán lẻ Việt Nam hiện đang đối mặt với nhiều thách thức lớn. Thứ nhất, sự hiện diện và mở rộng của các nhà bán lẻ quốc tế khiến các doanh nghiệp nội địa phải đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt. Điều này làm lộ rõ các điểm yếu của nhà bán lẻ Việt Nam về nguồn nhân lực, tính chuyên nghiệp, năng lực quản lý và ứng dụng công nghệ. Thứ hai, đại dịch COVID-19 đã gây ra những ảnh hưởng nghiêm trọng đến kinh tế - xã hội, khiến nhiều doanh nghiệp bán lẻ phải rời khỏi thị trường và các nhà sản xuất trong nước gặp khó khăn khi tiếp cận hệ thống bán lẻ nước ngoài.

Để vượt qua những khó khăn này, các nhà bán lẻ trong nước cần cải thiện năng lực cạnh tranh thông qua các giải pháp cụ thể và hiệu quả. Đồng thời, sự hỗ trợ từ Nhà nước với những chính sách phù hợp cũng đóng vai trò quan trọng trong việc khắc phục các vấn đề mang tính hệ thống mà từng doanh nghiệp riêng lẻ khó có thể giải quyết triệt để. Điều này không chỉ phù hợp với định hướng phát triển thị trường nội địa đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035, mà còn đáp ứng yêu cầu của Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16/5/2016 của Chính phủ trong việc xây dựng các chính sách phát triển toàn diện.

Nghiên cứu này sẽ tập trung phân tích hiện trạng ngành bán lẻ Việt Nam, nhận diện những tồn tại và nguyên nhân, từ đó đề xuất các giải pháp chính sách nhằm hỗ trợ sự phát triển bền vững của ngành. Qua đó, không chỉ thúc đẩy sự phát triển của các ngành sản xuất mà còn gia tăng lợi ích cho người tiêu dùng trong bối cảnh dịch bệnh và biến động kinh tế hiện nay.

2. Tổng quan về thị trường bán lẻ Việt Nam

2.1. Đặc điểm chung của thị trường bán lẻ tại Việt Nam

Thị trường bán lẻ là lĩnh vực kinh doanh tập trung vào việc cung cấp và bán hàng hóa, dịch vụ trực tiếp đến người tiêu dùng cuối cùng để thỏa mãn nhu cầu cá nhân và gia đình. Tại Việt Nam, thị trường này bao gồm nhiều chủ thể như doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, và cơ sở kinh doanh cá thể. Hoạt động bán lẻ không phân biệt hình thức thực hiện, từ siêu thị, chợ, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, đến cửa hàng chuyên doanh, và không bị giới hạn bởi nguồn hàng hóa (có thể tự sản xuất hoặc nhập từ bên ngoài).

Thị trường bán lẻ Việt Nam mang nhiều nét đặc thù:

- Lịch sử lâu đời: Gắn liền với nền văn hóa nông nghiệp và các hoạt động mua bán nhỏ lẻ trong cộng đồng, thị trường bán lẻ truyền thống vẫn giữ vai trò quan trọng.

- Chuyển đổi sau Đổi mới (1986): Sau chính sách Đổi mới, sự công nhận kinh tế tư nhân đã kích thích sự phát triển mạnh mẽ của thị trường bán lẻ. Các doanh nghiệp tư nhân và hộ kinh doanh cá thể đóng góp lớn vào sự sôi động của lĩnh vực này.

- Phân hóa khu vực: Khu vực thành thị có xu hướng phát triển các mô hình bán lẻ hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại, trong khi khu vực nông thôn chủ yếu dựa vào chợ truyền thống và cửa hàng nhỏ lẻ.

Ngành bán lẻ Việt Nam hiện nay bao gồm hai kênh phân phối chính:

- Bán lẻ truyền thống: Các chợ, cửa hàng tạp hóa, và cửa hàng gia đình vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhờ thói quen tiêu dùng và khả năng tiếp cận nhanh chóng.

- Bán lẻ hiện đại: Bao gồm siêu thị, cửa hàng tiện lợi, trung tâm thương mại, và thương mại điện tử. Đặc biệt, thương mại điện tử phát triển nhanh với sự hỗ trợ của công nghệ số và xu hướng mua sắm trực tuyến.

Sự phát triển của kinh tế hàng hóa, tốc độ đô thị hóa, và cải thiện thu nhập bình quân đầu người đã tạo nền tảng vững chắc cho sự mở rộng

và nâng cao chất lượng ngành bán lẻ. Sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng, với ưu tiên về trải nghiệm mua sắm hiện đại, tiện lợi và minh bạch, đang định hình rõ nét bức tranh của thị trường bán lẻ Việt Nam.

2.2. Những bước tiến về thể chế, pháp luật và chính sách hỗ trợ phát triển thị trường bán lẻ

Những cải cách thể chế quan trọng như Luật Khuyến khích đầu tư nước ngoài (1987, sửa đổi 1989), Luật Doanh nghiệp (1999, sửa đổi 2005, 2020), Luật Đầu tư (2005, sửa đổi 2020), và Luật Thương mại (2005) đã thiết lập nền tảng pháp lý vững chắc, tạo động lực mạnh mẽ cho sự phát triển của các doanh nghiệp. Các chính sách này không chỉ thu hút đầu tư nước ngoài, thúc đẩy kinh tế hàng hóa, mà còn hỗ trợ xuất nhập khẩu, khẳng định quyền tự do kinh doanh và khuyến khích sự sáng tạo, năng động trong thị trường bán lẻ.

Đến năm 2023, môi trường pháp lý tại Việt Nam tiếp tục được hoàn thiện thông qua các chính sách cởi mở và hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực bán lẻ. Tiêu biểu, Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (2017) cùng các nghị định, thông tư hướng dẫn liên quan đến thương mại điện tử và kinh tế số đã tạo điều kiện cho doanh nghiệp bán lẻ thích ứng với xu hướng số hóa và hội nhập quốc tế.

Những cải cách này không chỉ nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nội địa mà còn gia tăng niềm tin của các nhà đầu tư quốc tế. Điều này được minh chứng qua sự tham gia sâu rộng của các tập đoàn bán lẻ toàn cầu như AEON, Central Retail, Lotte, cũng như sự lớn mạnh của các thương hiệu bán lẻ trong nước như VinMart/Vincom, Saigon Co.op.

Nhờ các bước tiến về pháp luật, ngành bán lẻ Việt Nam đã xây dựng được môi trường kinh doanh thuận lợi, hỗ trợ tăng trưởng bền vững và tiếp cận các tiêu chuẩn toàn cầu. Đồng thời, các doanh nghiệp tận dụng hiệu quả cơ hội từ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP và EVFTA.

Hoạt động bán lẻ tại Việt Nam được điều chỉnh bởi hệ thống pháp luật chuyên ngành và các quy định chung, đảm bảo môi trường kinh doanh minh bạch, cạnh tranh lành mạnh. Đặc biệt, chính phủ đã chú trọng khuyến khích đầu tư vào khu vực nông thôn. Theo Nghị định 31/2021/NĐ-CP (thay thế Nghị định 118/2016/NĐ-CP), nhiều ưu đãi như miễn giảm thuế, hỗ trợ vay vốn, và ưu tiên tiếp cận đất đai đã được áp dụng để phát triển chợ, siêu thị, trung tâm thương mại tại vùng sâu, vùng xa. Những chính sách này đã giúp cải thiện hạ tầng thương mại tại khu vực nông thôn, góp phần thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp và tăng cường kết nối kinh tế giữa các vùng miền.

Tuy nhiên, một số doanh nghiệp vẫn chưa tận dụng hết các ưu đãi này do thiếu thông tin, nguồn lực hạn chế, hoặc năng lực quản lý còn yếu. Điều này gây ra sự lãng phí cơ hội và làm giảm hiệu quả của các chính sách hỗ trợ.

Việt Nam cũng nghiêm túc thực hiện các cam kết trong khuôn khổ WTO và các hiệp định thương mại tự do như CPTPP và RCEP, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà bán lẻ quốc tế thâm nhập thị trường. Để bảo vệ doanh nghiệp nội địa trước áp lực cạnh tranh, Việt Nam áp dụng các biện pháp bảo lưu như giới hạn tỷ lệ sở hữu nước ngoài trong một số lĩnh vực và yêu cầu kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT) đối với các cửa hàng thứ hai trở đi. Những biện pháp này giúp doanh nghiệp trong nước có thêm thời gian củng cố năng lực và phát triển thị trường trước sự cạnh tranh từ các tập đoàn bán lẻ quốc tế.

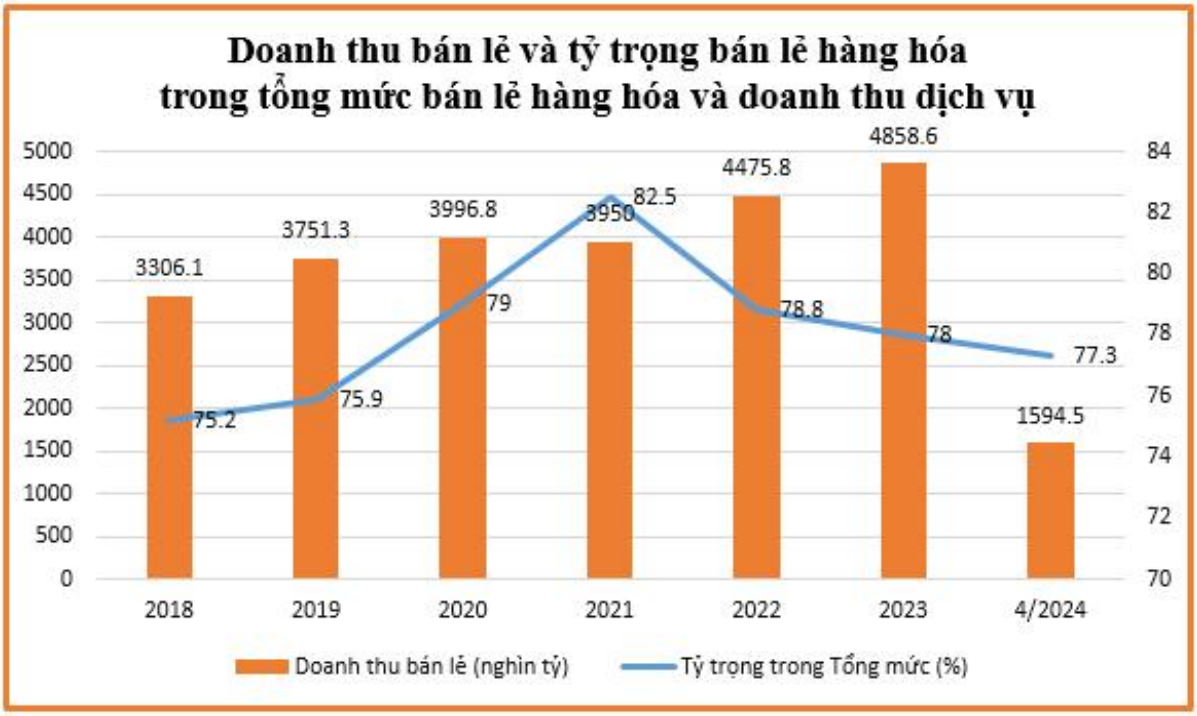
2.3. Tình hình phát triển của thị trường bán lẻ Việt Nam

- Tăng trưởng mạnh mẽ về doanh thu và hạ tầng thương mại

Từ năm 2015 đến 2017, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tại Việt Nam tăng trưởng trung bình từ 10,5-10,9% mỗi năm. Đến năm 2018, con số này đạt hơn 3,3 triệu tỷ đồng, tăng 11,7% so với năm 2017. Đến năm 2023, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tiếp tục duy trì đà tăng trưởng ấn tượng, đạt gần 5 triệu tỷ đồng, tăng khoảng 10% so với năm 2022, bất chấp những thách thức từ nền kinh tế toàn cầu và sự cạnh tranh ngày càng lớn trong lĩnh vực thương mại.

Đáng chú ý, không chỉ các khu vực đô thị như Hà Nội, TP.HCM, và Đà Nẵng chứng kiến sự bùng nổ của các loại hình bán lẻ hiện đại như trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, và chuỗi siêu thị lớn mà ngay cả các vùng nông thôn cũng có sự chuyển mình mạnh mẽ. Thương mại điện tử tiếp tục mở rộng với tốc độ cao, đóng góp ngày càng lớn vào tổng doanh thu bán lẻ. Theo các báo cáo, doanh thu từ thương mại điện tử tại Việt Nam năm 2023 ước đạt 16,4 tỷ USD, chiếm khoảng 7,5% tổng mức bán lẻ.

Sự phát triển này là kết quả của nhiều yếu tố, bao gồm sự gia tăng về thu nhập và mức sống của người dân, sự phổ biến của công nghệ số, và chiến lược mở rộng của các doanh nghiệp bán lẻ, từ các chuỗi lớn đến các nền tảng thương mại điện tử. Với những nền tảng đã đạt được, ngành bán lẻ Việt Nam đang có cơ hội lớn để tiếp tục bứt phá trong những năm tới.



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Hạ tầng thương mại tại Việt Nam, bao gồm siêu thị, trung tâm thương mại và chợ quy hoạch, tiếp tục phát triển theo hướng hiện đại, văn minh, đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc. Đến năm 2023, số lượng siêu thị đã tăng đáng kể, đạt khoảng 1.500 siêu thị trên cả nước, so với 957 siêu thị vào năm 2017. Bên cạnh đó, cả nước hiện có khoảng 8.800 chợ và hơn 300 trung tâm thương mại, cho thấy sự mở rộng cả về quy mô lẫn chất lượng của hạ tầng thương mại.

Các cửa hàng tiện lợi và cửa hàng chuyên doanh cũng phát triển mạnh mẽ, đặc biệt tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng, và Cần Thơ. Đến năm 2023, Việt Nam đã có hơn 4.000 cửa hàng tiện lợi, tập trung vào việc cung cấp sản phẩm chất lượng cao, dịch vụ nhanh chóng và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hiện đại của người dân, đặc biệt là giới trẻ.

Sự phát triển này không chỉ phản ánh xu hướng đô thị hóa và nhu cầu tiêu dùng ngày càng đa dạng mà còn là kết quả của các chính sách khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực bán lẻ, cùng với sự tham gia tích cực của các tập đoàn bán lẻ trong và ngoài nước như VinMart, CoopMart, AEON, và Lotte Mart. Những cải tiến trong hạ tầng thương mại đang đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ngành bán lẻ Việt Nam phát triển bền vững và hội nhập quốc tế.

- Tiềm năng phát triển và động lực chính

Việt Nam sở hữu nhiều tiềm năng phát triển ngành bán lẻ nhờ lợi thế dân số trẻ và năng động. Đến năm 2023, khoảng 52% dân số thuộc nhóm tuổi từ 18-50, là nhóm khách hàng chính với nhu cầu tiêu dùng cao. Thu nhập bình quân đầu người tiếp tục tăng trưởng ổn định, với mức tăng trung bình khoảng 9-10% mỗi năm trong thập kỷ qua. Chi tiêu hộ gia đình cũng gia tăng đáng kể, đạt trung bình khoảng 800 USD/tháng vào năm 2023, phản ánh sức mua ngày càng mạnh của người dân.

Tuy nhiên, tỷ lệ bao phủ của bán lẻ hiện đại tại Việt Nam vẫn còn ở mức thấp, chỉ đạt khoảng 28%, thấp hơn nhiều so với các quốc gia phát triển trong khu vực như Thái Lan (40%) hay Malaysia (60%). Điều này cho thấy còn dư địa rất lớn để phát triển các mô hình bán lẻ hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, và đặc biệt là thương mại điện tử.

Những yếu tố này, cùng với tốc độ đô thị hóa nhanh và sự phát triển mạnh mẽ của cơ sở hạ tầng thương mại, đang mở ra cơ hội lớn để ngành bán lẻ Việt Nam bứt phá, trở thành một trong những thị trường hấp dẫn nhất khu vực châu Á.

- Các doanh nghiệp lớn trong ngành bán lẻ

Ngành bán lẻ Việt Nam đang ngày càng trở nên sôi động với sự tham gia mạnh mẽ của các doanh nghiệp lớn, cả trong nước và quốc tế. Các doanh nghiệp lớn này không chỉ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của ngành bán lẻ mà còn là những nhân tố chủ chốt trong việc thay đổi thói quen tiêu dùng của người Việt. Dưới đây là một số doanh nghiệp lớn nổi bật trong ngành bán lẻ Việt Nam:

+ Sài Gòn Co.op: Là doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu, hoạt động trên 7 phân khúc bán lẻ với doanh thu gần 30 nghìn tỷ đồng năm 2017. Hệ thống này sở hữu hơn 300 cửa hàng tiện lợi, 101 siêu thị và đại siêu thị, cùng các kênh bán lẻ trực tuyến. Đến năm 2023, Sài Gòn Co.op tiếp tục giữ vị trí hàng đầu trong lĩnh vực bán lẻ hiện đại tại Việt Nam. Doanh nghiệp này đạt doanh thu hơn 40 nghìn tỷ đồng, với mạng lưới mở rộng ra toàn quốc bao gồm: 120 siêu thị Co.opmart và đại siêu thị Co.opXtra; 400 cửa hàng Co.op Food và Co.op Smile phục vụ nhu cầu tiện lợi tại đô thị và vùng ngoại ô; Kênh bán hàng trực tuyến được cải thiện mạnh mẽ với tích hợp công nghệ AI và logistics hiện đại, đáp ứng xu hướng mua sắm đa kênh. Sài Gòn Co.op không chỉ tạo việc làm cho hàng chục nghìn lao động mà còn thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa sản xuất trong nước thông qua các chương trình kết nối nhà cung cấp Việt.

+ VinGroup: Tập đoàn này thông qua hệ thống bán lẻ WinCommerce (trước đây là VinMart và VinMart+), duy trì vị thế lớn trong ngành: Hơn 2.200 cửa hàng WinMart+ và 130 siêu thị WinMart trên toàn quốc; Đẩy mạnh các nền tảng số như ứng dụng VinID, giúp người tiêu dùng mua sắm tiện lợi và tham gia các chương trình khuyến mãi; Tích hợp các giải pháp thanh toán không tiền mặt, tối ưu hóa vận hành chuỗi cung ứng bằng blockchain và big data. VinGroup đã trở thành hình mẫu cho sự kết hợp giữa bán lẻ truyền thống và hiện đại, mang đến trải nghiệm mua sắm toàn diện cho khách hàng.

+ Thegioididong (MWG): Thegioididong, hay còn gọi là Mobile World, là doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu trong lĩnh vực điện tử và điện thoại di động tại Việt Nam. Với hơn 1.000 cửa hàng trên toàn quốc, Thegioididong đã chiếm lĩnh thị trường bán lẻ điện tử và trở thành thương hiệu quen thuộc với người tiêu dùng Việt. Từ khi ra mắt, MWG đã liên tục mở rộng danh mục sản phẩm, từ điện thoại di động, thiết bị điện tử đến các mặt hàng gia dụng và sản phẩm công nghệ cao. Đặc biệt, trong những năm gần đây, Thegioididong mở rộng sang các lĩnh vực khác như bán lẻ đồ gia dụng và xây dựng chuỗi Bách Hóa Xanh, nhằm mở rộng mô hình bán lẻ hiện đại đến các khu vực ngoại ô và nông thôn.

+ AEON Vietnam: AEON, một trong những tập đoàn bán lẻ lớn nhất Nhật Bản, đã có mặt tại Việt Nam từ năm 2015. Tính đến năm 2023, AEON sở hữu 5 trung tâm mua sắm AEON Mall tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM và Bình Dương. AEON nổi bật với các trung tâm mua sắm hiện đại, đa dạng sản phẩm từ tiêu dùng, thời trang, điện tử đến thực phẩm. AEON không chỉ cung cấp các sản phẩm nhập khẩu mà còn hợp tác chặt chẽ với các nhà cung cấp Việt Nam để đưa sản

phẩm trong nước vào các siêu thị của mình. Doanh thu của AEON tại Việt Nam tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ, đặc biệt là trong các năm gần đây khi xu hướng mua sắm tại trung tâm thương mại hiện đại ngày càng phổ biến.

+ Lotte Mart: Đây là một thành viên của Tập đoàn Lotte (Hàn Quốc), cũng là một trong những tên tuổi lớn trong ngành bán lẻ tại Việt Nam. Kể từ khi vào Việt Nam năm 2008, Lotte Mart đã mở rộng mạng lưới với 13 trung tâm mua sắm ở các thành phố lớn. Lotte Mart không chỉ cạnh tranh về giá cả mà còn thu hút khách hàng nhờ vào các dịch vụ và chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Lotte Mart mang đến một trải nghiệm mua sắm đa dạng, với các mặt hàng thực phẩm tươi sống, đồ gia dụng, điện tử, thời trang và các sản phẩm khác. Công ty cũng chú trọng vào việc phát triển các dịch vụ tiện ích để tăng cường trải nghiệm khách hàng, đồng thời mở rộng các kênh bán hàng trực tuyến để đáp ứng nhu cầu mua sắm qua mạng.

+ Big C: Thành viên này thuộc Tập đoàn Casino (Pháp), đã có mặt tại Việt Nam từ năm 1998. Mặc dù sau khi bán cho Tập đoàn Central Group (Thái Lan) vào năm 2016, Big C đã đổi tên thành GO! tại Việt Nam, nhưng hệ thống siêu thị này vẫn giữ vị trí quan trọng trong ngành bán lẻ Việt Nam. Tính đến năm 2023, GO! đã có hơn 30 siêu thị tại các thành phố lớn và các tỉnh lân cận. GO! phát triển mạnh mẽ nhờ vào việc cung cấp các sản phẩm đa dạng với chất lượng cao và giá cả hợp lý, phục vụ nhu cầu của mọi tầng lớp khách hàng..

Các doanh nghiệp lớn trong ngành bán lẻ Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển hệ thống bán lẻ hiện đại, thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân và tạo động lực cho nền kinh tế. Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp lớn cũng thúc đẩy cải tiến chất lượng dịch vụ, tối ưu hóa chuỗi cung ứng và mở ra cơ hội tăng trưởng bền vững cho ngành bán lẻ Việt Nam.

3. Cơ hội và thách thức của ngành bán lẻ tại Việt Nam trong bối cảnh mới hiện nay

3.1. Cơ hội

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực, ngành bán lẻ Việt Nam đang hưởng lợi từ nhiều điều kiện thuận lợi. Các yếu tố như thu nhập bình quân đầu người tăng, kinh tế vĩ mô phát triển ổn định, và các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới như CPTPP, EVFTA, hay AEC đã tạo ra cơ hội lớn cho sự mở rộng và đổi mới của ngành bán lẻ. Cụ thể:

- Mở rộng thị trường và giảm thuế quan: Việc xóa bỏ rào cản thuế quan thông qua các FTA như ATIGA giúp hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam dễ dàng hơn, thúc đẩy thị trường bán lẻ trở nên sôi động và đa dạng. Ví dụ, nhiều mặt hàng hiện nay có thuế suất giảm xuống 0-5%, tạo điều kiện cho các nhà bán lẻ thu hút nguồn vốn và nguồn hàng từ các nước ASEAN.

- Hội nhập vào chuỗi cung ứng toàn cầu: Hiệp định CPTPP mang lại cơ hội để Việt Nam tham gia vào các chuỗi cung ứng lớn của thế giới, đặc biệt là chuỗi cung ứng hàng điện tử và công nghệ cao. Đây cũng là cơ hội để cơ cấu lại thị trường xuất nhập khẩu, giảm sự phụ thuộc vào thị trường truyền thống như Trung Quốc.

- Dư địa phát triển lớn: So với mật độ dân cư, mạng lưới bán lẻ hiện nay của Việt Nam còn khá thưa thớt. Theo Bộ Công Thương, cần thêm nhiều siêu thị, trung tâm thương mại và cửa hàng tiện lợi để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng. Điều này mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp nội địa mở rộng thị phần, dựa trên lợi thế am hiểu văn hóa và thói quen tiêu dùng của người Việt.

- Sức hấp dẫn của thị trường bán lẻ: Việt Nam có tỷ lệ tiêu dùng so với GDP cao (trên 70%) và tầng lớp trung lưu đang tăng nhanh. Tốc độ đô thị hóa nhanh chóng cùng với sự thay đổi hành vi tiêu dùng hiện đại đã tạo ra nhu cầu lớn cho các kênh bán lẻ hiện đại như siêu thị, trung tâm thương mại, và cửa hàng tiện lợi.

- Thay đổi hành vi tiêu dùng: Người tiêu dùng chuyển từ thói quen mua sắm nhỏ lẻ ở chợ truyền thống sang mua sắm khối lượng lớn ở các

kênh bán lẻ hiện đại để phục vụ nhu cầu dài hạn. Đây là động lực chính thúc đẩy sự chuyển dịch từ kênh bán lẻ truyền thống sang kênh bán lẻ hiện đại.

Nhìn chung, ngành bán lẻ Việt Nam đang đứng trước nhiều triển vọng, không chỉ nhờ vào sự gia nhập của các nhà bán lẻ nước ngoài mà còn nhờ cơ hội học hỏi kinh nghiệm quản lý, nâng cao chất lượng dịch vụ và hội nhập quốc tế.

3.2. Thách thức

Ngành bán lẻ Việt Nam cũng đang phải đối mặt với nhiều thách thức lớn, đòi hỏi sự thay đổi để phát triển bền vững. Cụ thể:

- Cạnh tranh gay gắt: Các nhà bán lẻ nội địa, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, đang phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các tập đoàn đa quốc gia. Với nguồn lực hạn chế về vốn, công nghệ và kinh nghiệm, họ khó lòng cạnh tranh sòng phẳng với các đối thủ nước ngoài.

- Gia tăng mua bán và sáp nhập (M&A): Các doanh nghiệp nước ngoài sử dụng chiến lược M&A để nhanh chóng thâm nhập thị trường Việt Nam. Điều này có thể làm tăng nguy cơ các nhà bán lẻ nội địa bị "thôn tính" và kéo theo hệ lụy cho ngành sản xuất nội địa nếu hàng hóa trong nước không được ưu tiên tiêu thụ.

- Thách thức quản lý vĩ mô: Việc điều chỉnh và đồng bộ hệ thống chính sách, pháp luật để theo kịp sự phát triển của thị trường bán lẻ là một thách thức lớn. Cần cân nhắc giữa phát triển bền vững, bảo vệ môi trường, và tạo việc làm cho xã hội.

- Nguy cơ đối với người tiêu dùng: Người tiêu dùng, đặc biệt ở nông thôn và vùng sâu, có thể đối mặt với những rủi ro như giá cả tăng cao hoặc quyền lợi không được bảo vệ đầy đủ khi các nhà bán lẻ nước ngoài thống lĩnh thị trường.

- Ảnh hưởng từ đại dịch Covid-19: Đại dịch đã làm thay đổi hành vi mua sắm của người tiêu dùng, thúc đẩy xu hướng mua sắm trực tuyến và tạo áp lực lớn cho các nhà bán lẻ truyền thống trong việc thích ứng với điều kiện mới.

Ngành bán lẻ Việt Nam đang đứng trước một tương lai nhiều triển vọng nhưng cũng đầy thách thức. Sự thành công sẽ phụ thuộc vào khả năng thích nghi và đổi mới của cả doanh nghiệp nội địa lẫn doanh nghiệp nước ngoài. Việc nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển bền vững và đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng sẽ là những yếu tố quyết định cho sự phát triển lâu dài của ngành.

4. Xu thế và giải pháp phát triển ngành bán lẻ Việt Nam

4.1. Xu thế phát triển ngành bán lẻ Việt Nam

- *Thứ nhất:* Chuyển đổi số và phát triển thương mại điện tử

Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, xu hướng chuyển đổi số trong ngành bán lẻ ngày càng trở nên rõ rệt. Thương mại điện tử (TMĐT) là một phần quan trọng trong chiến lược phát triển của các doanh nghiệp bán lẻ, đặc biệt là trong bối cảnh đại dịch COVID-19 đã thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân. Các nền tảng bán lẻ trực tuyến ngày càng phát triển mạnh mẽ, giúp người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận sản phẩm từ xa.

Tính đến năm 2023, tỷ lệ người tiêu dùng mua sắm online tại Việt Nam đã đạt mức 53%, trong khi đó, tổng doanh thu thương mại điện tử của Việt Nam ước tính đạt 16 tỷ USD, chiếm khoảng 7% tổng doanh thu bán lẻ của cả nước. Các ông lớn như Shopee, Lazada, Tiki và những chuỗi bán lẻ lớn như VinMart, Thegioididong cũng đã phát triển mạnh các kênh bán hàng online để đáp ứng nhu cầu này.

- *Thứ hai:* Sự phát triển mạnh mẽ của cửa hàng tiện lợi và mô hình bán lẻ hiện đại

Cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini và các trung tâm thương mại đang ngày càng phổ biến tại các thành phố lớn và khu vực nông thôn. Mô hình bán lẻ hiện đại không chỉ đáp ứng nhu cầu mua sắm tiện lợi của người tiêu dùng mà còn mở rộng hệ thống phân phối, giảm thiểu các chi phí trung gian và mang lại sản phẩm chất lượng cao.

Số lượng cửa hàng tiện lợi tại Việt Nam đã tăng lên hơn 1.000 cửa hàng vào năm 2023, với các thương hiệu lớn như VinMart+, Circle K, FamilyMart, 7-Eleven. Đây là những mô hình bán lẻ linh hoạt, mang lại sự tiện lợi cho khách hàng trong việc mua sắm hàng hóa thiết yếu.

- *Thứ ba:* Tiêu dùng xanh và bền vững

Người tiêu dùng hiện đại ngày càng quan tâm đến các sản phẩm xanh, sạch và bền vững. Các doanh nghiệp bán lẻ bắt đầu chú trọng hơn đến việc cung cấp các sản phẩm hữu cơ, sản phẩm thân thiện với môi trường và bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Điều này phản ánh sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng, khi người dân ưu tiên các sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng và ít tác động tiêu cực đến môi trường.

Năm 2023, xu hướng này càng trở nên rõ rệt khi nhiều doanh nghiệp bán lẻ bắt đầu cung cấp các dòng sản phẩm organic, giảm thiểu bao bì nhựa, và triển khai các chương trình tái chế, bảo vệ môi trường trong hoạt động bán lẻ.

- *Thứ tư*: Sự gia tăng cạnh tranh từ các thương hiệu quốc tế

Cùng với sự phát triển của các doanh nghiệp trong nước, ngành bán lẻ Việt Nam cũng đang chứng kiến sự gia nhập mạnh mẽ của các thương hiệu quốc tế, đặc biệt là từ các tập đoàn bán lẻ lớn đến từ Nhật Bản, Hàn Quốc và các quốc gia châu Âu. Điều này tạo ra một môi trường cạnh tranh khốc liệt, đẩy các doanh nghiệp trong nước phải đổi mới và cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ để giữ vững thị phần.

4.2. Giải pháp phát triển ngành bán lẻ Việt Nam

- *Thứ nhất:* Nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp nội địa

Hỗ trợ tài chính và tiếp cận vốn: Cần có các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) tiếp cận các nguồn vốn ưu đãi, đặc biệt là quỹ phát triển doanh nghiệp hoặc quỹ hỗ trợ đổi mới sáng tạo.

Ứng dụng công nghệ: Khuyến khích doanh nghiệp nội địa đầu tư vào công nghệ hiện đại, đặc biệt là số hóa và tự động hóa trong quản lý bán hàng, chuỗi cung ứng, và dịch vụ khách hàng.

Đào tạo nguồn nhân lực: Chính phủ và các hiệp hội ngành nghề cần tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu về quản lý, marketing, và chiến lược kinh doanh cho các doanh nghiệp bán lẻ.

- *Thứ hai:* Kiểm soát và điều chỉnh hoạt động M&A

Tăng cường giám sát M&A: Chính phủ cần xây dựng khung pháp lý chặt chẽ hơn để giám sát các thương vụ M&A, đặc biệt với sự tham gia của các doanh nghiệp nước ngoài nhằm đảm bảo lợi ích quốc gia.

Hỗ trợ doanh nghiệp nội địa trong các thương vụ M&A: Hỗ trợ các doanh nghiệp nội địa hợp tác, liên kết hoặc huy động vốn từ nhà đầu tư trong nước nhằm giảm nguy cơ bị "thôn tính."

Ưu tiên sản phẩm nội địa: Áp dụng chính sách khuyến khích các nhà bán lẻ nội địa và quốc tế tiêu thụ hàng hóa sản xuất tại Việt Nam thông qua các ưu đãi thuế hoặc hỗ trợ quảng bá.

- *Thứ ba:* Hoàn thiện chính sách quản lý vĩ mô

Xây dựng hệ thống chính sách đồng bộ: Tăng cường rà soát, sửa đổi và bổ sung các chính sách, pháp luật liên quan đến ngành bán lẻ để đảm bảo tính nhất quán, minh bạch và hiệu quả trong thực thi.

Phát triển bán lẻ bền vững: Khuyến khích sử dụng các vật liệu thân thiện môi trường trong hoạt động kinh doanh, đồng thời đưa ra quy định nghiêm ngặt về xử lý rác thải từ bao bì và hàng hóa.

Phát triển hạ tầng bán lẻ tại nông thôn: Đầu tư vào các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại tại vùng sâu, vùng xa để cân bằng phát triển và tăng cơ hội tiếp cận hàng hóa chất lượng cao cho người dân.

- *Thứ tư:* Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Tăng cường kiểm tra và giám sát giá cả: Thiết lập các cơ chế giám sát giá bán lẻ và thực hiện các biện pháp kiểm soát độc quyền để tránh tình trạng giá cả tăng cao bất hợp lý.

Nâng cao nhận thức người tiêu dùng: Đẩy mạnh các chiến dịch truyền thông nhằm trang bị kiến thức pháp lý và kỹ năng tiêu dùng thông minh cho người dân, đặc biệt ở khu vực nông thôn.

Cải thiện dịch vụ hậu mãi: Yêu cầu các doanh nghiệp bán lẻ nước ngoài phải tuân thủ quy định về bảo hành, đổi trả và hỗ trợ người tiêu dùng trong các trường hợp cần thiết.

- *Thứ năm:* Thích ứng với xu hướng mua sắm mới

Đẩy mạnh chuyển đổi số: Các doanh nghiệp cần xây dựng kênh bán hàng trực

tuyến, kết hợp với các nền tảng thương mại điện tử để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng.

Phát triển mô hình bán lẻ kết hợp (omni-channel): Tích hợp giữa bán lẻ truyền thống và trực tuyến nhằm tạo trải nghiệm mua sắm liền mạch cho khách hàng.

Đổi mới dịch vụ khách hàng: Đầu tư vào cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng thông qua dữ liệu lớn (big data) và trí tuệ nhân tạo (AI).

- *Thứ sáu:* Tăng cường hợp tác quốc tế và hội nhập

Tận dụng các hiệp định thương mại tự do (FTA): Đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa Việt Nam thông qua các hiệp định như CPTPP và EVFTA, đồng thời tận dụng các cơ hội hợp tác với doanh nghiệp nước ngoài để nâng cao chất lượng sản phẩm.

Thu hút đầu tư có chọn lọc: Chỉ ưu tiên thu hút các nhà đầu tư nước ngoài cam kết phát triển dài hạn, hỗ trợ doanh nghiệp nội địa và tạo giá trị bền vững cho nền kinh tế.

- *Thứ bảy:* Phục hồi sau đại dịch Covid-19

Hỗ trợ tài chính sau đại dịch: Chính phủ cần đưa ra các gói hỗ trợ nhằm giúp doanh nghiệp bán lẻ phục hồi, đặc biệt trong việc tái cấu trúc và đào tạo nhân lực.

Đẩy mạnh quảng bá tiêu dùng nội địa: Thúc đẩy chiến dịch "Người Việt dùng hàng Việt" để tăng cường tiêu thụ sản phẩm trong nước và hỗ trợ các doanh nghiệp nội địa vượt qua khó khăn.

Với các giải pháp này, ngành bán lẻ Việt Nam không chỉ có thể vượt qua thách thức hiện tại mà còn phát triển bền vững, giữ vững vị thế trên thị trường trong nước và quốc tế.

5. Kết luận

Ngành bán lẻ Việt Nam đang chứng kiến sự phát triển vượt bậc, mở ra nhiều cơ hội nhưng đồng thời cũng đặt ra không ít thách thức đối với các doanh nghiệp trong nước. Để duy trì đà tăng trưởng và hướng tới sự phát triển bền vững, ngành bán lẻ cần nhạy bén nhận diện các xu thế mới, đồng thời triển khai các giải pháp hiệu quả nhằm tận dụng cơ hội và vượt qua khó khăn. Sự chuyển đổi từ mô hình bán lẻ truyền thống sang hiện đại, kết hợp với sự bùng nổ của thương mại điện tử, đang định hình lại toàn cảnh ngành bán lẻ. Trong bối cảnh này, việc các doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ, mở rộng kênh bán hàng, phát triển các sản phẩm xanh và bền vững trở thành chìa khóa để giữ vững lợi thế cạnh tranh. Những chiến lược và giải pháp phù hợp không chỉ giúp ngành bán lẻ Việt Nam tiếp tục phát triển mạnh mẽ mà còn khẳng định vị thế vững chắc trong môi trường kinh doanh toàn cầu đầy biến động.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. http://hdll.vn/vi/thong-tin-ly-luan---thuc-tien/phat-trien-thi-truong-ban-le-trong-nuoc-gan-voi-phat-trien-ben-vung.html
2. http://khuyencongonline.gov.vn/tin-tuc/thi-truong-ban-le-co-hoi-va-thach-thuc-4d41db21_72/
3. ttps://aecvcci.vn/Uploaded/Users/Admin/files/2018/5_%20Trich%20Du%20thao%20Bao%20cao%20ban%20le(1).pdf
4. http://khuyencongonline.gov.vn/tin-tuc/thi-truong-ban-le-co-hoi-va-thach-thuc-4d41db21_72/
5. https://www.facebook.com/business/boost/resource/retail
6. https://consosukien.vn/hoan-thien-chinh-sach-phap-luat-phat-trien-nganh-ban-le-trong-xu-huong-moi.htm
7. https://vietnamnet.vn/vietnam-report-cong-bo-top-10-cong-ty-ban-le-uy-tin-nam-2024-2325445.html

TÀI CHÍNH XANH TRONG SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG NĂNG LƯỢNG TÁI TẠO TẠI VIỆT NAM

Bùi Văn Bằng[1]

Ngày nhận bài: *04/10/2024*
Ngày nhận bài sửa: *01/11/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: *Trong bối cảnh kinh tế phát triển nhanh chóng và tình hình biến đổi khí hậu ngày càng phức tạp, tài chính xanh nổi lên như một công cụ quan trọng trong việc huy động vốn và điều phối nguồn lực cho phát triển kinh tế xanh, bền vững, và bảo vệ môi trường. Đặc biệt, tài chính xanh đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy sự phát triển bền vững đối với sự phát triển bền vững năng lượng tái tạo tại Việt Nam. Bằng cách huy động và sử dụng vốn để hỗ trợ các dự án năng lượng sạch như điện mặt trời và điện gió, tài chính xanh giúp giảm phụ thuộc vào năng lượng hóa thạch và bảo vệ môi trường. Bài viết phân tích thực trạng, tác động và mối quan hệ giữa tài chính xanh với năng lượng tái tạo, đồng thời đề xuất các giải pháp nhằm tối ưu hóa nguồn vốn xanh để đạt được mục tiêu phát triển năng lượng bền vững và thực hiện cam kết quốc tế của Việt Nam.*

Từ khóa*: Tài chính xanh, trái phiếu xanh, cổ phiếu xanh, tăng trưởng xanh, kinh tế xanh, năng lượng tái tạo; phát triển bền vững.*

GREEN FINANCE IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RENEWABLE ENERGY IN VIETNAM

Abstract: *In the context of rapid economic growth and increasingly complex climate change challenges, green finance has emerged as a crucial tool for mobilizing capital and coordinating resources for green, sustainable economic development and environmental protection. Specifically, green finance plays a key role in promoting sustainable development within the renewable energy sector in Vietnam. By mobilizing and utilizing funds to support clean energy projects such as solar and wind power, green finance helps reduce dependence on fossil fuels and protect the environment. This paper analyzes the current state, impacts, and relationship between green finance and renewable energy, and proposes solutions to optimize green capital to achieve sustainable energy development goals and fulfill Vietnam's international commitments.*

Keywords*: Green finance, green bonds, green stocks, green growth, green economy, renewable energy; sustainable development*

1. Đặt vấn đề

Tài chính xanh (TCX) ngày càng trở nên quan trọng trong bối cảnh thế giới đối mặt với thách thức từ biến đổi khí hậu và ô nhiễm môi trường. TCX đóng vai trò cốt lõi trong việc thúc đẩy nền kinh tế xanh thông qua các công cụ như trái phiếu xanh, quỹ đầu tư xanh và các gói tín dụng ưu đãi dành cho các dự án bảo vệ môi trường. Với vai trò kết nối nguồn vốn và các dự án xanh, TCX đã trở thành yếu tố then chốt thúc đẩy phát triển bền vững và đạt được các mục tiêu phát triển toàn cầu.

Trong Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh của Việt Nam giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050, Việt Nam cam kết chuyển đổi sang mô hình kinh tế xanh, hướng đến trung hòa carbon và giảm thiểu sự gia tăng nhiệt độ toàn cầu [9]. Năng lượng tái tạo (NLTT) được Việt Nam xem là yếu tố quan trọng trong việc bảo vệ môi trường và đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia. Các nguồn NLTT như điện mặt trời, điện gió và thủy điện nhỏ đang được đẩy mạnh phát triển, với mục tiêu tăng tỷ trọng NLTT lên 30% vào năm 2030.

[1] Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh, Email: bang.tcqtkd@gmail.com

Trong bối cảnh sự phát triển mạnh mẽ của TCX và NLTT trên thế giới cũng như tại Việt Nam, bài viết này nhằm phân tích thực trạng và tác động của TCX trong việc thúc đẩy phát triển bền vững NLTT ở Việt Nam. Bài viết sẽ xem xét những thách thức mà các dự án năng lượng tái tạo đang phải đối mặt trong việc tiếp cận TCX, đồng thời đề xuất các giải pháp sử dụng hiệu quả TCX để hỗ trợ phát triển năng lượng sạch, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và đóng góp vào sự phát triển bền vững của đất nước.

2. Cơ sở lý luận về tài chính xanh và năng lượng tái tạo

2.1. Tài chính xanh

2.1.1. Khái niệm Tài chính xanh

Theo định nghĩa của UNEP (2016), TCX bao gồm việc mở rộng và đa dạng hóa các SP và DV tài chính được cung cấp bởi các tổ chức tài chính, nhằm hỗ trợ phát triển bền vững của quốc gia [1].

Theo Sachs và cộng sự (2019), TCX bao gồm một loạt các hoạt động, SP và DV tài chính, bao gồm quản lý rủi ro tài chính liên quan đến khí hậu và môi trường. Các công cụ và cơ chế tài chính này nhằm đầu tư vào các hoạt động kinh doanh và công nghiệp có lợi ích tích cực cho XH và môi trường, bao gồm bảo vệ tài nguyên đất, nước, không khí, đa dạng sinh học và sức khỏe con người [7]. TCX thể hiện sự kết hợp giữa hành vi bảo vệ môi trường và các HĐ tài chính, kinh doanh. [8].

Theo Nawaz và cộng sự (2021), TCX bao gồm các chiến lược và phương pháp nhằm huy động và phân bổ nguồn quỹ (bao gồm từ khu vực tư nhân, công, và các nguồn đóng góp từ thiện) để thu hẹp khoảng cách đầu tư lớn trong việc xây dựng và duy trì CS hạ tầng thích ứng với biến đổi khí hậu nhằm giúp các quốc gia đối phó với các thách thức XH, thực hiện cam kết về hành động khí hậu và đóng góp vào Thỏa thuận Paris, đồng thời hướng tới đạt được mười bảy mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc trong giai đoạn 2021-2030. [4].

Tóm lại, TCX bao gồm các sản phẩm và dịch vụ tài chính cụ thể, được thiết kế để mang lại lợi ích trực tiếp cho môi trường và cung cấp giải pháp quản lý rủi ro môi trường.

2.1.2. Vai trò của tài chính xanh

- *Hỗ trợ các dự án và doanh nghiệp bền vững*: TCX cung cấp nguồn vốn cho các dự án và doanh nghiệp có mục tiêu bền vững như năng lượng tái tạo, quản lý tài nguyên, hạ tầng xanh, v.v. Điều này giúp tăng cường hiệu quả về môi trường và xã hội.

- *Giảm rủi ro môi trường và xã hội:* Đầu tư vào các dự án và doanh nghiệp bền vững giúp giảm rủi ro liên quan đến môi trường và xã hội, bao gồm rủi ro pháp lý, rủi ro hình thành dư nợ, và rủi ro tài chính khác.

- *Thúc đẩy sự đổi mới:* Cung cấp nguồn vốn cho các dự án và doanh nghiệp có tầm nhìn đổi mới và sáng tạo trong lĩnh vực bền vững, TCX thúc đẩy sự phát triển và áp dụng các công nghệ cùng phương pháp mới để giảm thiểu tác động tiêu cực lên môi trường và xã hội.

2.2. Năng lượng tái tạo

2.2.1. Khái niệm năng lượng tái tạo

NLTT là một khái niệm rộng và mang tính khoa học cao. Hiện nay, cả trên thế giới và tại Việt Nam, khái niệm này được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau. Cụ thể như sau:

Omar và các cộng sự (2014) đã định nghĩa: NLTT là loại năng lượng được tạo ra từ các nguồn có khả năng tự tái tạo một cách tự nhiên và không bị cạn kiệt theo thời gian, chẳng hạn như năng lượng mặt trời, năng lượng gió, thủy năng, và các nguồn năng lượng khác tương tự [2].

Theo Bách khoa toàn thư Việt Nam: NLTT là loại năng lượng được khai thác từ những nguồn liên tục, mà theo tiêu chuẩn của con người, được coi là vô hạn. Nguyên tắc cơ bản của việc sử dụng năng lượng tái sinh là tách một phần năng lượng từ các quá trình tự nhiên diễn ra liên tục trong môi trường và áp dụng vào các ứng dụng kỹ thuật. Những quá trình này thường được thúc đẩy, chủ yếu nhờ vào năng lượng từ Mặt trời.

Còn Điều 43, khoản 1 Luật Bảo vệ môi trường 2014 quy định: "*NLTT là năng lượng được khai thác từ nước, gió, ánh sáng mặt trời, địa nhiệt, sóng biển, nhiên liệu sinh học và các nguồn tài nguyên năng lượng có khả năng tái tạo khác*" [6]

Từ các định nghĩa đã nêu, có thể thấy rằng mặc dù có những khác biệt, nhưng đều thống nhất rằng NLTT là một nguồn năng lượng mà, theo chuẩn mực của con người, được coi là vô hạn. Sự "vô hạn" ở đây có nghĩa là nguồn năng lượng này rất dồi dào đến mức con người sử dụng mà không lo cạn kiệt. Đây là nguồn năng lượng có sẵn trong tự

nhiên, có thể tái tạo liên tục và nhanh chóng thông qua các quá trình tự nhiên.

Dựa trên việc nghiên cứu, kế thừa và phát triển các định nghĩa trên, có thể định nghĩa rằng: "*NLTT là những nguồn năng lượng có sẵn trong tự nhiên, được bổ sung thường xuyên và liên tục thông qua các quá trình tự nhiên, và việc sản xuất, sử dụng chúng thân thiện với môi trường.*"

2.2.2. Các loại năng lượng tái tạo

NLTT là các dạng năng lượng được tạo ra từ các nguồn tự nhiên và liên tục được tái sinh, như ánh sáng mặt trời, gió, nước, sinh khối và địa nhiệt. Các loại NLTT chính bao gồm:

- Năng lượng mặt trời: Sử dụng ánh sáng mặt trời để tạo ra điện thông qua các tấm pin mặt trời (quang điện) hoặc sử dụng nhiệt của mặt trời trong các hệ thống nhiệt điện mặt trời.

- Năng lượng gió**:** Chuyển đổi năng lượng từ gió thành điện năng bằng cách sử dụng các tua-bin gió. Các cánh quạt quay bởi gió sẽ dẫn động một máy phát điện tạo ra điện.

- Năng lượng sinh khối: Sinh khối, bao gồm các chất hữu cơ như gỗ, phụ phẩm nông nghiệp và rác thải hữu cơ, có thể được đốt cháy hoặc chuyển hóa để tạo ra điện hoặc nhiệt.

- Năng lượng thủy điện**:** Sử dụng sức mạnh của nước chảy để quay tua-bin và tạo ra điện. Thủy điện đã là một trong những nguồn NLTT chính tại Việt Nam.

- Năng lượng địa nhiệt: Khai thác nhiệt năng từ lòng đất để sản xuất điện hoặc sử dụng trực tiếp trong sưởi ấm và làm mát.

2.3. Mối quan hệ giữa tài chính xanh và năng lượng tái tạo

Việc phát triển TCX cho NLTT đem lại lợi ích cho các nhà đầu tư, Ngân hàng thương mại (NHTM) và toàn xã hội. Cụ thể:

- Đối với xã hội, phát triển TCX cho NLTT tạo điều kiện cho phát triển cơ sở hạ tầng xanh, tăng lượng điện cung ứng, bảo vệ môi trường.

- Đối với NHTM, phát triển TCX cho NLTT là một trong những hướng đi giúp NHTM đa dạng hóa danh mục sản phẩm, đầu tư có hiệu quả hơn.

- Đối với các nhà đầu tư, TCX cho NLTT cung cấp thêm vốn để triển khai dự án và có lợi nhuận từ việc bán các san phẩm xanh, sạch.

Do đó, TCX và NLTT có mối quan hệ mật thiết và tương hỗ, trong đó TCX đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ và thúc đẩy sự phát triển các dự án NLTT thông qâu các hình thức như: Huy động vốn cho các dự án năng lượng tái tạo; Giảm rủi ro đầu tư; Khuyến khích đổi mới và phát triển công nghệ; Tăng cường nhận thức và thúc đẩy chính sách; Thúc đẩy hợp tác quốc tế.

3. Thực trạng và những tác động của tài chính xanh trong phát triển bền vững năng lượng tái tạo tại Việt Nam

3.1. Thực trạng tài chính xanh và năng lượng tái tạo tại Việt Nam

3.1.1. Tài chính xanh

- Tín dụng xanh

Phát triển tín dụng xanh (TDX) cho NLTT mang lại lợi ích cho nhà đầu tư, NHTM và xã hội. Nhà nước và các ngân hàng đã tích cực cung cấp vốn cho các dự án năng lượng tái tạo, với dư nợ TDX tăng trung bình 21,22% mỗi năm từ 2020-2022. Tuy nhiên, tỷ trọng TDX cho NLTT vẫn thấp, chỉ chiếm 0,6-1% tổng dư nợ toàn hệ thống ngân hàng. Đến cuối năm 2023, dư nợ TDX chiếm khoảng 4,5% tổng dư nợ nền kinh tế, trong đó 45% dành cho ngành NLTT (hình 1).

Hình 1: Tốc độ tăng trưởng dư nợ TDX cho NLTT giai đoạn 2020 - 2023

Nguồn: [11]

- Trái phiếu xanh (TPX)

Theo thông tin từ Báo Tin tức và Viện Chiến lược và Chính sách Tài chính, trong giai đoạn từ 2018 đến 2022, Việt Nam đã thực hiện 18 đợt phát hành TPX, trong đó 57% số vốn đã được dành cho các dự án NLTT. Mặc dù bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19, Việt Nam vẫn tiếp tục phát hành TPX với tổng giá trị lên tới 3.628,5 triệu USD trong năm 2020-2021 nhờ vào việc cải thiện môi trường đầu tư. Đặc biệt, vào tháng 7/2022, EVNFinance đã phát hành TPX lần đầu tiên trị giá 73,7 triệu USD, trong khi BIDV cũng đã thành công với đợt phát hành trị giá 2.500 tỷ đồng vào năm 2023.

Tuy nhiên, thị trường TPX dành cho ngành NLTT đã chứng kiến sự suy giảm mạnh, từ 37.017 tỷ đồng vào năm 2020 xuống chỉ còn 2.900 tỷ đồng vào năm 2022, giảm tới 89,8% theo số liệu trong Hình 2. Nguyên nhân chính của sự sụt giảm này là các thay đổi trong quy định pháp lý liên quan đến phát hành trái phiếu, đặc biệt là các điều chỉnh trong Nghị định số 65/2022/NĐ-CP ngày 16/9/2022 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 153/2020/NĐ-CP và Nghị định số 08/2022/NĐ-CP ngày 10/01/2022 quy định chi tiết một số điều của Luật Bảo vệ môi trường.

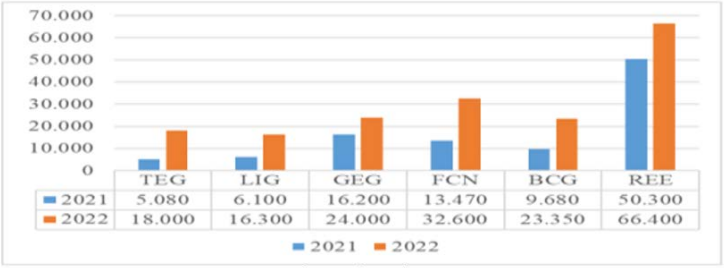
Hình 2. Giá trị TPX cho NLTT giai đoạn 2019 - 2022

Nguồn: [*Hiệp hội thị trường trái phiếu Việt Nam*]

Thị trường TPX tại Việt Nam đang phát triển nhằm thu hút đầu tư vào các dự án năng lượng sạch và bảo vệ môi trường. Từ cuối năm 2015, Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX) đã triển khai Đề án TPX với sự hỗ trợ của Tổ chức Hợp tác Phát triển Đức (GIZ). Từ 2019-2023, Việt Nam phát hành TPX trị giá 1,157 tỷ USD, chủ yếu do Chính phủ và các chính quyền địa phương phát hành [10]. Tuy nhiên, thị trường đối mặt với áp lực về thời gian đáo hạn, với gần 10,96% số trái phiếu năng lượng vỡ nợ tính đến tháng 5/2023 (theo Báo cáo "Nhìn lại 2022 & Triển vọng thị trường vốn 2023 của FiinRatings"). Nguyên nhân là các dự án NLTT yêu cầu vốn lớn và thời gian hoàn vốn dài, trong khi kỳ hạn trái phiếu ngắn (4-5 năm), gây khó khăn trong việc hoàn trả hoặc gia hạn.

- Cổ phiếu xanh

Trong giai đoạn 2021-2022, cổ phiếu năng lượng xanh thu hút mạnh mẽ sự quan tâm của nhà đầu tư do kỳ vọng về sự thay thế năng lượng truyền thống bằng nhiệt điện khí và NLTT. Từ 4/1/2021 đến 14/1/2022, 10/12 cổ phiếu của các công ty NLTT tăng trưởng mạnh, như TEG tăng 175,59%, LIG tăng 167,21%, GEX tăng 163,28%, FCN tăng 142,02%, và BCG tăng 141,22% (hình 3). Sự gia tăng giá cổ phiếu trong nhóm năng lượng xanh phản ánh niềm tin vào triển vọng dài hạn của ngành NLTT, vốn đang thay thế các nguồn năng lượng truyền thống trong bối cảnh biến đổi khí hậu nghiêm trọng. Các cổ phiếu này tăng mạnh cho thấy nhà đầu tư đánh giá cao tiềm năng và các chính sách hỗ trợ từ chính phủ.



Hình 3: Giá thị trường một số mã cổ phiếu xanh trong ngành NLTT giai đoạn 2021 – 2022

Nguồn: [5]

Giai đoạn 2021-2022 là thời điểm thuận lợi để huy động vốn từ cổ phiếu NLTT nhờ tăng trưởng giá cổ phiếu và chính sách hỗ trợ như Quy hoạch điện VIII cùng cam kết đạt phát thải ròng bằng "0" của Việt Nam tại COP26. Tuy nhiên, từ 2023-2024, thị trường đối mặt thách thức do bất định chính sách và áp lực tài chính. Lãi suất tăng toàn cầu đã khiến giá cổ phiếu NLTT giảm 20%, và tại Việt Nam, nhiều cổ phiếu như BCG, LIG, GEG, REE, HDG cũng giảm liên tục từ đầu năm 2023 (hình 4).

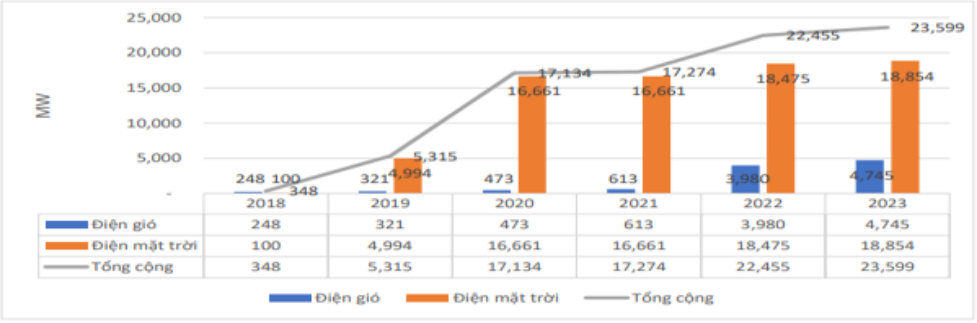
Hình 4. Giá thị trường một số mã cổ phiếu xanh trong ngành NLTT giai đoạn 2022 – 2024

Nguồn: [5]

Trong giai đoạn này, giá cổ phiếu NLTT giảm do áp lực nợ vay và sự không chắc chắn về chính sách quy hoạch ngành điện, khiến nhà đầu tư lo ngại. Kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp NLTT cũng kém khả quan. Khung giá điện mới từ Bộ Công Thương giảm giá điện từ 21-29% so với giá FIT, làm giảm đáng kể tỷ suất sinh lời nội tại (IRR) của các dự án. Ví dụ, Công ty GEG có doanh thu tăng 27,1% nhưng lợi nhuận sau thuế giảm 8,6%, và Công ty REE lợi nhuận giảm khoảng 18% so với năm 2022.

3.1.2. Năng lượng tái tạo

Việt Nam đã đạt nhiều thành tựu trong phát triển NLTT, đặc biệt là điện mặt trời và điện gió, nhờ các chính sách như Quyết định 11/2017/QĐ-TTg và Quyết định 13/2020/QĐ-TTg cho điện mặt trời, cùng Quyết định 37/2011/QĐ-TTg và Quyết định 39/2018/QĐ-TTg cho điện gió. Từ 2018 đến 2023, công suất điện mặt trời tăng từ 100 MW lên 18.854 MW, và công suất điện gió từ 248 MW lên 4.725 MW (hình 5).



Hình 5: Tổng công suất điện gió và điện mặt trời

Nguồn: [3]

Theo Quy hoạch điện VIII, đến năm 2030, Việt Nam dự kiến đạt tổng công suất 150.489 MW, với cơ cấu nguồn điện tái tạo bao gồm: điện gió trên bờ 21.880 MW (14,5%), điện gió ngoài khơi 6.000 MW (4%), điện mặt trời 12.836 MW (8,5%), và điện sinh khối cùng từ rác 2.270 MW (1,5%). Chi phí đầu tư giai đoạn 2020-2045 là 43.878 kUSD/MW cho điện gió và 6.844 kUSD/MW cho điện mặt trời. Dự báo đầu tư giai đoạn 2021-2030 khoảng 134,7 tỷ USD cho nguồn điện và lưới điện, và từ 399,2 đến 523,1 tỷ USD giai đoạn 2031-2050. Nguồn tài chính bao gồm ngân sách nhà nước 1 tỷ USD/năm, tín dụng ngân hàng 218 nghìn tỷ đồng, và vốn nước ngoài 15,5 tỷ USD từ JETP, nhưng chưa đủ. Một số dự án tiêu biểu: Tổ hợp điện mặt trời Dầu Tiếng (688 triệu kWh/năm, 9.100 tỷ VND), mở rộng Nhà máy thủy điện Hòa Bình (479 triệu kWh/năm, 360 triệu USD), và trang trại điện gió Lai Hòa (257 triệu kWh/năm, 5,39 nghìn tỷ VND).

Việt Nam đối mặt với nhiều thách thức trong phát triển NLTT. Các khó khăn bao gồm việc huy động vốn do chi phí cao và yêu cầu công nghệ tiên tiến, hạ tầng lưới điện chưa đủ hiện đại để tích hợp nguồn NLTT, và cần có sự đồng bộ trong chính sách cùng với việc đơn giản hóa thủ tục hành chính. Thêm vào đó, thiếu hụt năng lực và công nghệ cao, cần đánh giá tác động môi trường và sự chấp nhận cộng đồng. NLTT cũng phải cạnh tranh về giá và chi phí sản xuất so với năng lượng truyền thống.

3.2. Tác động của tài chính xanh trong phát triển bền vững năng lượng tái tạo tại Việt Nam

3.2.1. Tăng cường nguồn vốn

- NHTM và tổ chức tài chính đóng vai trò quan trọng trong phát triển NLTT qua các chương trình cho vay ưu đãi. VietinBank, BIDV và Agribank đã triển khai TDX để giảm chi phí tài chính và khuyến khích doanh nghiệp tham gia bảo vệ môi trường (bảng 1). Hỗ trợ này giúp phát triển bền vững và mở rộng các dự án năng lượng xanh tại Việt Nam.

Bảng 1: Chính sách ưu đãi cho vay của một số Ngân hàng đối với ngành NLTT (lãi suất thời điểm đầu năm 2024)

Ngân hàng	Lãi suất cho vay với ngành năng lượng tái tạo	Thời hạn vay	Hỗ trợ khác về vốn
Viettin bank	Trung dài hạn: 6,2%/ năm	Tối thiểu 2 năm	Đầu tư 1.000 tỷ đồng cho dự án điện mặt trời tại Tây Ninh
Agribank	Trung dài hạn: từ 6 % trong năm đầu. Năm thứ 2: Lãi suất tiết kiệm 12 tháng + biên độ 4%	Tối thiểu 2 năm	Đầu tư 1.440 tỷ đồng cho 2 dự án điện mặt trời tại Đắc Lắk, Thừa Thiên Huế
BIDV	Trung dài hạn: 5,5% trong 3 năm đầu.	Tối thiểu 2 năm	Đầu tư 1.430 tỷ đồng phát triển dự án điện gió tại Ninh Thuận.
HD Bank	Phê duyệt theo từng trường hợp cụ thể	Tối đa 10 năm	Hỗ trợ cho vay 70% vốn đầu tư với các dự án lắp đặt thiết bị ĐMT áp mái, lên tới 10 tỉ đồng trong 5 năm
SHB	Ưu đãi từ 1%-1,5% so với lãi suất thông thường	Tối đa 10 - 15 năm	Hỗ trợ các dự án có công suất không quá 30 MW với mức mức tối đa 80% trong 15 năm

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Các NHTM đóng vai trò quan trọng trong việc tài trợ các dự án NLTT tại Việt Nam. Ví dụ, BIDV đã ký hợp đồng tín dụng môi trường trị giá 150 triệu euro với ngân hàng Đầu tư châu Âu để hỗ trợ 6 dự án thủy điện, và cơ quan Phát triển Pháp (AFD) phối hợp triển khai hạn mức TDX SUNREF 100 triệu USD. Tuy nhiên, việc cấp tín dụng không hề đơn giản. Các ngân hàng yêu cầu tiêu chí cao, như vốn đối ứng tối thiểu 30%, và chứng minh tính khả thi về môi trường và tài chính. Điều này có thể gây khó khăn cho các dự án tiềm năng, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ hơn từ các cơ quan nhà nước và tổ chức tài chính để tạo điều kiện thuận lợi hơn.

- Quỹ đầu tư xanh: Tại Việt Nam, các quỹ đầu tư xanh, như Quỹ Dragon Capital, đã tích cực đầu tư vào các dự án NLTT quy mô lớn. Dragon Capital, ví dụ, đã tham gia xây dựng nhà máy điện mặt trời 40 MWp tại Bình Thuận vào năm 2019 và tiếp tục mở rộng với các dự án điện mặt trời khác. Quỹ đặt mục tiêu đạt khoảng 300 MWp vào cuối năm 2023. Theo Nikkei Asia, Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia 2021 – 2030 sẽ tạo cơ hội giải phóng hàng tỷ USD đầu tư nước ngoài, thúc đẩy đầu tư vào các dự án NLTT tại Việt Nam.

- Hợp tác quốc tế: Việt Nam đã nhận được sự hỗ trợ tài chính và kỹ thuật từ các tổ chức quốc tế như Ngân hàng Thế giới và Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) để thúc đẩy các dự án NLTT. Năm 2022, các công ty Việt Nam phát triển khoảng 60% dự án NLTT trong nước, trong khi 27% dự án có sự hợp tác quốc tế và 12% do đối tác nước ngoài độc lập thực hiện. Đầu tư vào năng lượng mặt trời đã tăng từ không có dự án vào năm 2017 lên hơn 16.000 MW vào năm 2022. Các dự án xanh cũng thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, với các ví dụ như dự án điện gió ngoài khơi La Gàn và nhà máy trung hòa carbon của LEGO. Tổng đầu tư nước ngoài thực hiện trong năm

2023 đạt 23,18 tỷ USD, phản ánh sự quan tâm của các nhà đầu tư quốc tế đối với NLTT tại Việt Nam.

3.2.2. Giảm thiểu rủi ro tài chính

Các dự án NLTT tại Việt Nam đối mặt với nhiều rủi ro tài chính, bao gồm vốn đầu tư lớn và thời gian hoàn vốn kéo dài từ 10 đến 20 năm. Các thách thức như chi phí xây dựng cao, biến động giá năng lượng và thay đổi chính sách có thể giảm hiệu quả kinh tế của dự án. Ví dụ, dự án điện gió La Gàn gặp khó khăn về chi phí và biến động giá nguyên liệu. Để giảm thiểu rủi ro, quỹ bảo lãnh TDX được sử dụng để đảm bảo các khoản vay, giúp ngân hàng yên tâm hơn khi cấp tín dụng ưu đãi. Nhờ quỹ này, nhiều dự án như điện mặt trời ở Ninh Thuận và điện gió tại Bình Thuận đã thành công trong huy động vốn, thúc đẩy sự phát triển bền vững và giảm phát thải carbon.

3.2.3. Thúc đẩy sự phát triển bền vững:

Tại Việt Nam, TCX đã đóng vai trò quan trọng trong phát triển các dự án NLTT, góp phần bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Dự án điện mặt trời Dầu Tiếng ở Tây Ninh, với tài trợ từ Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB), giúp giảm hàng triệu tấn CO2 và cung cấp điện sạch cho hàng trăm nghìn hộ gia đình, đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương. Công ty Cổ phần Điện Gia Lai (GEC) cũng đã nhận hỗ trợ từ quỹ đầu tư xanh để phát triển các dự án điện gió và điện mặt trời, yêu cầu tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường nghiêm ngặt và áp dụng biện pháp hiệu quả trong quản lý năng lượng. Những dự án này không chỉ tăng cường sản xuất năng lượng sạch mà còn hỗ trợ mục tiêu phát triển bền vững, giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu và bảo vệ tài nguyên thiên nhiên. TCX đang trở thành công cụ hiệu quả thúc đẩy phát triển bền vững tại Việt Nam.

3.3. Những khó khăn của TCX trong phát triển bền vững NLTT

Tại Việt Nam, mặc dù thị trường TCX đã có những bước tiến, việc phát triển NLTT vẫn đối mặt với một số thách thức:

Thứ nhất, Thời gian hoàn vốn: Các dự án NLTT như điện mặt trời và điện gió yêu cầu vốn lớn và có thời gian hoàn vốn dài (10-20 năm). Ví dụ, dự án điện mặt trời ở Ninh Thuận gặp khó khăn trong huy động vốn do yêu cầu về thời gian hoàn vốn dài và hạn mức vay ngắn hạn của ngân hàng.

Thứ hai, nghiệp vụ tín dụng xanh: Nghiệp vụ này còn mới, dẫn đến thiếu nhân sự đào tạo và kinh nghiệm. Tại BIDV và Vietcombank, việc thẩm định dự án xanh gặp khó khăn do đội ngũ chưa đủ kinh nghiệm, làm chậm quá trình triển khai.

Thứ ba, thủ tục quy trình: Quy trình và thủ tục vay vốn lớn còn phức tạp. Dự án điện gió ngoài khơi La Gàn tại Bình Thuận gặp trục trặc trong việc hoàn tất thủ tục vay vốn và cấp phép, dẫn đến chậm trễ.

Thứ tư, trái phiếu xanh: TPX chưa phát huy hết hiệu quả tại Việt Nam, chiếm tỷ lệ thấp trong tổng thị trường trái phiếu. Ví dụ, Công ty Cổ phần Trung Nam gặp khó khăn trong thanh toán lãi trái phiếu.

Thứ năm, tính thanh khoản thấp: Thị trường TCX có tính thanh khoản thấp, làm giảm hấp dẫn với các nhà đầu tư. Thiếu thông tin minh bạch và chậm phát triển khiến TPX chưa thu hút nhiều nhà đầu tư quốc tế.

Thứ sáu, chính sách và quy định: Các quy định về TCX còn thiếu cụ thể và đồng nhất, gây khó khăn cho việc thực hiện dự án và giảm hiệu quả khuyến khích. Doanh nghiệp như GEC và BCG gặp khó khăn trong việc áp dụng quy định mới và cần các chính sách khuyến khích đa dạng hơn.

4. Một số giải pháp thúc đẩy đầu tư tài chính xanh trong phát triển bền vững năng lượng tái tạo tại Việt Nam trong thời gian tới

4.1. Cải thiện thời gian hoàn Vốn

- Hỗ trợ tài chính dài hạn: Các ngân hàng lớn như BIDV, Vietcombank và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cần phát triển các sản phẩm tín dụng dài hạn (15-20 năm) để phù hợp với chu kỳ hoàn vốn của các dự án năng lượng tái tạo. Ví dụ, BIDV đã triển khai các gói TDX hỗ trợ dự án thủy điện nhỏ và năng lượng mặt trời.

- Khuyến khích nhà đầu tư tư nhân: Chính phủ có thể áp dụng ưu đãi thuế hoặc miễn

thuế cho các nhà đầu tư tư nhân tham gia các dự án NLTT. Một số chính sách ưu đãi thuế hiện tại, như giảm thuế thu nhập doanh nghiệp và thuế giá trị gia tăng cho dự án năng lượng xanh, đã giúp thu hút sự quan tâm của nhiều nhà đầu tư tư nhân.

4.2. Nâng cao kỹ năng và kinh nghiệm của nhân viên ngân hàng

- Đào tạo chuyên sâu: Các ngân hàng và tổ chức tài chính Việt Nam nên đầu tư vào việc đào tạo nhân viên về TDX, ví dụ như thông qua các chương trình đào tạo của Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB). BIDV và Vietcombank đã hợp tác với ADB để triển khai nhiều khóa đào tạo về các tiêu chuẩn TCX quốc tế.

- Hợp tác quốc tế: Việc hợp tác với các tổ chức quốc tế như Ngân hàng Thế giới (WB) và Cơ quan Phát triển Pháp (AFD) sẽ giúp các ngân hàng tại Việt Nam tiếp cận công nghệ và kiến thức quản lý dự án NLTT, đồng thời nâng cao khả năng quản lý TCX.

4.3. Đơn giản hóa thủ tục và quy trình

- Rút ngắn thời gian xử lý: Chính phủ Việt Nam cần đơn giản hóa quy trình cấp phép và phê duyệt dự án NLTT. Quy trình phức tạp và thời gian phê duyệt kéo dài là những rào cản lớn trong việc triển khai dự án. Các cải cách hành chính gần đây, như dịch vụ công trực tuyến, đã phần nào giúp giảm thời gian xử lý.

- Tạo hệ thống quản lý đơn giản: Việc xây dựng một hệ thống quản lý trực tuyến để theo dõi tiến độ dự án và thủ tục cấp phép sẽ giúp tăng cường tính minh bạch và giảm bớt thủ tục giấy tờ nhằm góp phần thu hút thêm vốn đầu tư vào NLTT.

4.4. Tăng cường hiệu quả của trái phiếu xanh

- Phát triển thị trường TPX: Chính phủ Việt Nam cần khuyến khích việc phát hành TPX thông qua các ưu đãi thuế và cơ chế chính sách minh bạch. Sáng kiến phát hành TPX gần đây của Bộ Tài chính đã tạo đà cho các tổ chức phát hành trái phiếu hỗ trợ dự án xanh.

- Cải thiện công bố thông tin: Tăng cường việc công bố thông tin về các sản phẩm TCX sẽ giúp các nhà đầu tư dễ dàng tiếp cận và đánh giá cơ hội đầu tư. Ví dụ, thị trường TPX của Việt Nam đã bắt đầu áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế về minh bạch và báo cáo tài chính.

4.5. Tăng cường tính thanh khoản của thị trường

- Khuyến khích đầu tư quốc tế: Chính phủ có thể khuyến khích các nhà đầu tư quốc tế tham gia vào thị trường TCX thông qua việc cung cấp các ưu đãi thuế hoặc bảo lãnh đầu tư. Việc nới lỏng quy định cho phép nhà đầu tư nước ngoài sở hữu cổ phần lớn hơn trong các dự án NLTT sẽ giúp tăng tính thanh khoản.

- Xây dựng cộng đồng đầu tư: Chính phủ và các tổ chức tài chính có thể tổ chức các diễn đàn, hội thảo để kết nối nhà đầu tư, doanh nghiệp và cơ quan quản lý để tạo ra một mạng lưới hỗ trợ, tăng cường nhận thức về TCX và cơ hội đầu tư.

4.6. Cải thiện chính sách và quy định

- Hoàn thiện khung pháp lý: Cần rà soát và hoàn thiện các văn bản pháp lý liên quan đến TCX và NLTT để đảm bảo tính cụ thể và đồng bộ. Chính sách hiện tại cần bổ sung các quy định chi tiết hơn về tiêu chí của dự án xanh và các sản phẩm TCX.

- Đưa ra chính sách khuyến khích: Việc phát triển chính sách ưu đãi, bao gồm hỗ trợ tài chính và ưu đãi thuế, sẽ khuyến khích nhà đầu tư tham gia vào thị trường TCX. Quyết định về cơ chế đấu thầu điện mặt trời và điện gió vừa qua đã giúp tăng cường đầu tư vào các dự án NLTT.

5. Kết luận

TCX đóng vai trò quan trọng trong phát triển NLTT bền vững tại Việt Nam, giúp giảm thiểu tác động môi trường và hỗ trợ mục tiêu phát triển bền vững. Các sản phẩm như tín dụng xanh, trái phiếu xanh và cổ phiếu xanh đã giúp huy động vốn cho các dự án NLTT. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều thách thức như chính sách chưa ổn định và thời gian hoàn vốn dài. Để TCX phát huy hiệu quả, cần sự phối hợp giữa chính phủ, doanh nghiệp và ngân hàng, đặc biệt là hoàn thiện khung pháp lý và nâng cao năng lực tài chính bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chowdhury T., Datta R., and Mohajan H. (2013), "Green finance is essential for economic development and sustainability", International Journal Of Research In Commerce, Economics & Management, vol. 3, no. 10
2. Ellabban, Omar & Abu-Rub, Haitham & Blaabjerg, Frede (2014), Renewable energy resources: Current status, future prospects and their enabling technology, Renewable and Sustainable Energy Reviews, Elsevier, vol. 39(C), pages 748-764.
3. EVN, VEA (hiệp hội năng lượng Việt Nam) https://kirincapital.vn/wp-content/uploads/2023/11/Bao-cao-thang-nganh-nang-luong-tai-tao-cap-nhat-moi-nhat.pdf
4. Nawaz, M. A., Seshadri, U., Kumar, P., Aqdas, R., Patwary, A. K., & Riaz, M. (2021). Nexus between green finance and climate change mitigation in N-11 and BRICS countries: empirical estimation through difference in differences (DID) approach. Environmental Science and Pollution Research, 28, 6504-6519.
5. https://banggia.vndirect.com.vn/chung-khoan/danh-muc
6. Quốc Hội (2014), Luật Bảo vệ môi trường, Số: 55/2014/QH13, ngày 23 tháng 06 năm 2014.
7. Sachs, J, Woo, W. T., Yoshino, N., & Taghizadeh-Hesary, F. (Eds.). (2019). Handbook of green finance: Energy security and sustainable development.
8. Scholtens, B. (2017). Why finance should care about ecology. Trends in Ecology & Evolution, 32(7), 500-505.
9. Thủ tướng Chính phủ (2021), Quyết định số 1658/QĐ-TTg ngày 01/10/2021 phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021 - 2030, tầm nhìn 2050.
10. Vũ Mai Chi, Nguyễn Hồng Gấm (2023), Kinh nghiệm phát triển thị trường TPX và một số đề xuất đối với Việt Nam, truy cập từ https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/fm/ddnhnn/nctd/nctd_chitiet?centerWidth=80%25&dDocName=SBV570649&leftWidth=20%25&rightWidth=0%25&showFooter=false&showHeader=false&_adf.ctrl-state=9ukyqwkvu_9&_afrLoop=40524444594323466
11. Vụ tín dụng các ngành kinh tế (2023), Dư nợ tín dụng đối với các ngành kinh tế và tốc độ tăng trưởng.

HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH CỦA NGƯỜI VIỆT - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Dương Thị Trang[1], Hoàng Thị Mậu[2]

Ngày nhận bài: *08/10/2024*
Ngày nhận bài sửa: *26/11/2024*
Ngày duyệt đăng: *06/12/2024*

Tóm tắt: *Bài viết này đánh giá thực trạng hành vi tiêu dùng xanh của người Việt xét trên các yếu tố: nhân khẩu học, nhận thức và ý định tiêu dùng, giá và mức độ sẵn sàng và tác động của truyền thông. Kết quả cho thấy có hai nhóm vấn đề lớn cần được bàn luận là: truyền thông và mức giá đối với sản phẩm xanh. Tác giả cũng đưa ra một vài gợi ý về chính sách từ phía cơ quan nhà nước và doanh nghiệp nhằm khuyến khích và thúc đẩy hành vi tiêu dùng xanh trong tương lai.*

Từ khóa: *Tiêu dùng xanh, sản phẩm xanh, bền vững.*

GREEN CONSUMER BEHAVIOR IN VIETNAM - CURRENT SITUATION AND SOLUATIONS

Abstract: *This article looks at the current state of green consumer behavior in Vietnam, focusing on factors like demographics, awareness and intention to consume, price and willingness, and the impact of media. The results show two main issues that need attention: the role of media and the pricing of green products. The author also gives some policy suggestions for government agencies and businesses to help encourage and promote green consumer behavior in the future*

Keywords*: Green consumption, green products, sustainability.*

1. Đặt vấn đề

Trước thực trạng về ô nhiễm môi trường, cạn kiệt tài nguyên và năng lượng ngày càng nghiêm trọng, việc phát triển kinh tế xanh, bền vững trở thành xu hướng tất yếu trên toàn cầu. Xu thế tiêu dùng cũng thay đổi theo hướng mua sắm và sử dụng các sản phẩm dịch vụ thân thiện với môi trường, không chứa các nguy cơ về sức khỏe cho con người và tự nhiên. Từ đó, hình thành và phát triển xu hướng tiêu dùng xanh của người tiêu dùng.

Tại Việt Nam, tiêu dùng xanh đã và đang từng bước trở thành xu thế tất yếu trong sản xuất tiêu dùng. Chính phủ đã quan tâm, đưa nội dung về sản xuất và tiêu dùng xanh thành một phần quan trọng trong Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021- 2030, tầm nhìn 2025 (Theo QĐ 658/QĐ-Ttg, ngày 01 tháng 10 năm 2021 của Thủ tướng chính phủ). Quyết định đã chỉ ra 2 nhiệm vụ chính liên quan đến tiêu dùng xanh: xanh hóa sản xuất và xanh hóa tiêu dùng. Bên cạnh đó, một số doanh nghiệp lớn tại Việt Nam cũng đã bắt đầu có những bước thay đổi hướng tới thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng xanh, tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp và hướng tới phát triển bền vững. Người tiêu dùng Việt cũng bắt đầu nhận thức được những ích lợi mà tiêu dùng xanh đem lại: thân thiện với môi trường, an toàn và bền vững.

Để thúc đẩy và phát triển tiêu dùng xanh của người Việt trong tương lai cần nỗ lực mạnh mẽ và các chính sách đi kèm từ phía doanh nghiệp và Chính phủ. Trong đó, hiểu được hành vi tiêu dùng xanh của người Việt, để có các giải pháp phù hợp là rất điều cần thiết.

Từ những luận điểm trên, tác giả đặt ra hai câu hỏi nghiên cứu:

+ Những nhân tố nào tác động đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng Việt Nam?

[1] Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh, Email: lucyduong.new@gmail.com
[2] Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh

+ Thực trạng về hành vi tiêu dùng xanh hiện nay ra sao? Cần làm gì để khuyến khích hành vi này trong tương lai?

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

❖ Hành vi tiêu dùng xanh

Lý thuyết hành vi

Theo Phiplikoler, hành vi mua của người tiêu dùng là toàn bộ hành động mà người tiêu dùng bộc lộ ra trong quá trình trao đổi sản phẩm. Đó là cách thức mà người tiêu dùng sẽ thực hiện để đưa ra các quyết định sử dụng tài sản của mình, liên quan đến việc mua sắm và sử dụng hàng hóa, dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu cá nhân. Hành vi mua của người tiêu dùng thường chịu tác động của 4 nhóm nhân tố chính: văn hóa; xã hội; cá nhân; tâm lý.

Một lý thuyết nổi tiếng khác trong thuyết hành vi là thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action – TRA) do Fishbein và Ajzen xây dựng và phát triển. Trong đó học thuyết này nêu rõ có 2 nhóm nhân tố tác động đến ý định hành vi của con người: thái độ đối với hành vi và các chuẩn chủ quan của con người. Nhóm thái độ đối hành vi được hiểu là cách mà con người cảm nhận về hành vi đó, thường liên quan đến niềm tin của con người. Nhóm nhân tố chuẩn chủ quan lại đề cập đến nhận thức của người đó về bản thân và những mối quan hệ xã hội xung quanh, Từ đó, dẫn đến một hành vi cụ thể và được cho là hợp lý

Hành vi tiêu dùng xanh

Thuật ngữ "tiêu dùng xanh" xuất hiện trên thế giới vào những những năm 1980, khi các vấn đề về phát triển bền vững và phát triển xanh lần lượt được đề cập và thảo luận một cách rộng rãi.

Theo Viện Y tế Quốc Gia Hoa Kỳ (NIH), tiêu dùng xanh là việc lựa chọn và mua sắm các sản phẩm hoặc dịch vụ nhằm giảm thiểu tối đa tác động tiêu cực đến môi trường trong suốt quá trình từ sản xuất, vận chuyển, sử dụng đến các hoạt động sau khi sử dụng sản phẩm. Hội thảo tiêu dùng xanh, diễn ra ở Oslo, Na Uy năm 1994 cũng đề cập đến vấn đề tiêu dùng xanh như là cách thức tiêu dùng bền vững, trong đó đảm bảo hài hòa tiêu dùng hiệu quả, giảm thiểu ô nhiễm môi trường tài nguyên thiên nhiên đồng thời không làm ảnh hưởng đến nhu cầu cho các thế hệ sau. Theo Raukoff và Wu J (2013) tiêu dùng xanh là cách thức mà người tiêu dùng mua sắm, sử dụng và loại bỏ các sản phẩm hướng đến việc giảm thiểu tác hại đối với môi trường và đảm bảo chất lượng cuộc sống.

Như vậy, hành vi tiêu dùng xanh có thể được hiểu là việc quyết định, lựa chọn mua sắm hàng hóa dịch vụ hướng đến việc bảo vệ môi trường và phát triển bền vững trong tương lai.

❖ Những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh

Các nghiên cứu nước ngoài

Nghiên cứu của Boztepe (2012) về cơ chế tác động của hành vi tiêu dùng xanh cho kết quả: có 4 yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh: (1)nhận thức về môi trường, (2) đặc tính của sản phẩm xanh, (3) giá sản phẩm và (4) hoạt động tiếp thị. Một nghiên cứu gần đây của Saddam A. Hazaea (2022) cũng đã cho kết quả, các nhân tố tác động đến hành vi tiêu dùng xanh là: (i) nhận thức, tâm lý và nhân khẩu học; (iii) thuộc tính sản phẩm và quảng cáo; (iii) yếu tố xã hội môi trường và quảng cáo; (iv) các yếu tố khác.

Nghiên cứu trong nước.

Nghiên cứu "Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại thành phố Huế" do Hoàng Trọng Hùng và cộng sự công bố (2018), các nhân tố: (1) thái độ đối với tiêu dùng xanh, mối quan tâm đến môi trường, (2) ý định tiêu dùng xanh càng được nâng cao càng thúc đẩy hành vi tiêu dùng xanh của người dân. Các yếu tố: chuẩn chủ quan, nhận thức và kiểm soát hành vi và tính xanh sẵn có trong sản phẩm chưa đủ bằng chứng để chỉ ra tác động của nó đến hành vi tiêu dùng xanh. Tuy nhiên, một nghiên cứu của Ths Phan Thị Tiếm cùng cộng sự thực hiện (2023) về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên các trường đại học tại thành phố Cần Thơ chỉ ra 5 nhóm nhân tố tác động là: nhận thức về môi trường, nhận thức về sức khỏe, nhận thức về hiệu quả tiêu dùng xanh, chuẩn chủ quan và truyền thông đại chúng. Do đối tượng nghiên cứu khác nhau nên dẫn đến kết quả có sự khác biệt ở yếu tố chuẩn chủ quan của người tiêu dùng.

Cùng đối tượng nghiên cứu là người tiêu dùng gen Z, "Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của thế hệ gen Z tại Việt Nam" được công bố bởi các nhóm tác giả Ao Thu Hoài cùng cộng sự (Đại học Tài chính Marketing 2021) đã nghiên cứu và công bố rằng: Đối với gen Z các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh được sắp xếp theo thứ tự giảm dần lần lượt là: đặc tính sản phẩm; nhận thức về môi trường; tính sẵn có của sản phẩm, giá và các yếu tố xã hội. Tác giả Hồ Mỹ Dung và cộng sự nghiên cứu và công bố trong nghiên cứu: "Các yếu tố tác động đến ý định tiêu dùng xanh của người dân tthành phố Trà Vinh" (2019), chỉ ra 5 yếu tố chính: nhận thức về môi trường, nhận thức về sức khỏe, nhận thức về hiệu quả tiêu dùng xanh, nhận thức về giá truyền thông đại chúng.

Từ các kết quả nghiên cứu trong nước, có cơ sở để đánh giá và xem xét hành vi tiêu dùng xanh của người Việt dựa trên các yếu tố sau: yếu tố thuộc về nhân khẩu; nhận thức và ý định tiêu dùng xanh; giá cả và mức độ sẵn sàng chi trả của người tiêu dùng; tác động của truyền thông. Các yếu tố này cũng có sự tương đồng với các kết quả nghiên cứu nước ngoài đã công bố nêu trên.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng phương pháp tổng hợp, phân tích các tài liệu và dữ liệu liên quan để trình bày và đánh giá thực trạng hành vi tiêu dùng xanh của người Việt theo 4 yếu tố: (1)nhân khẩu học; (2)nhận thức và ý định tiêu dùng xanh; (3)giá và mức độ sẵn sàng chi trả; (4)tác động của truyền thông.

Dữ liệu được sử dụng là số liệu thứ cấp; được lấy từ các nguồn là các công trình khoa học được công bố, các báo cáo của các tổ chức trong nước và quốc tế trong khoảng thời gian từ 2018 – nay.

3. Thực trạng và đánh giá thực trạng về hành vi tiêu dùng xanh tại Việt Nam hiện nay

3.1. Các yếu tố nhân khẩu học của người tiêu dùng xanh

Theo kết quả khảo sát "Nhận thức và Hành vi tiêu dùng xanh 2024" do Hội doanh nghiệp Hàng Việt Nam chất lượng cao công bố (2024):

Theo khảo sát, tỉ lệ người tiêu dùng xanh hiện nay còn rất thấp, chỉ dao động trong khoảng từ 12-18% trên tổng số người tiêu dùng trên thị trường.

Trong số người tiêu dùng xanh được khảo sát có những đặc điểm cụ thể như sau:

-Về giới tính: Trong tổng số mẫu được tiến hành khảo sát, có 53% khách hàng là nữ giới, 47% khách hàng là nam giới quan tâm đến sản phẩm xanh, tiêu dùng xanh.

- Độ tuổi khách hàng tiêu dùng xanh chủ yếu nằm trong khoảng từ 31- 45 tuổi, với mức thu nhập chủ yếu từ 15 -30 triệu đồng/ tháng

- Trình độ khách hàng tiêu dùng xanh tại Việt Nam chủ yếu là tốt nghiệp cao đẳng, đại học (chiếm 81%), trình độ dưới cao đẳng là 14%, trình độ trên đại học là 5%

Bảng 1: Một số yếu tố thuộc nhân khẩu học của người tiêu dùng xanh

Giới tính	**Nam**		**Nữ**	
	43%		**57%**	
Độ tuổi	Dưới 23 tuổi	23 – 30 tuổi	**31- 45 tuổi**	46 – 60 tuổi
	6%	34%	**52%**	8%
Trình độ	Dưới cao đẳng	**Cao đẳng – đại học**		Trên đại học
	14%	**81%**		5%
Thu nhập	Dưới 15 triệu	**15 – 30 triệu**		Trên 30 triệu
	19%	**62%**		19%

Nguồn: Hội Doanh nghiệp Hàng Việt Nam Chất lượng cao 2024

Số lượng người tiêu dùng xanh hiện nay còn rất hạn chế, chỉ chiếm chưa đến 20% tổng số người tiêu dùng. Người tiêu dùng quan tâm đến sản phẩm xanh, có hành vi tiêu dùng xanh tại Việt Nam chủ yếu tập trung ở nhóm tuổi người trưởng thành; có hiểu biết (trình độ cao đẳng trở lên); có thu nhập ở mức khá cao (15 - 30 triệu đồng/ tháng).

3.2 Nhận thức về tiêu dùng xanh

Các kết quả nghiên cứu cho thấy, người tiêu dùng tỏ ra quan tâm đến sản phẩm xanh, tiêu dùng xanh là do nhận thức rõ các lợi ích mà tiêu dùng xanh đem lại.

Kết quả Khảo sát "Nhận thức và Hành vi tiêu dùng xanh 2024" do Hội doanh nghiệp Hàng Việt Nam chất lượng cao công bố (2024)

Theo báo cáo của khảo sát, có đến 83% số người được hỏi trong khảo sát trả lời rằng họ lựa chọn tiêu dùng xanh là nhằm bảo vệ sức khỏe và cuộc sống của mình; 82% khẳng định động lực đến từ việc giảm thiểu tác hại đối với môi trường. Người tiêu dùng cũng bày tỏ sự hào hứng và ủng hộ các phong trào tái chế, giảm thải do các cơ quan, đoàn thể và doanh nghiệp phát động. Bên cạnh đó, cũng còn khoảng 7% người tiêu dùng trả lời rằng chưa thực sự cần thiết để tiêu dùng xanh. Trong các tiêu chí lựa chọn mua sắm hàng hóa, tiêu chí: Thân thiện với môi trường cũng được người tiêu dùng đánh giá cao (63%)

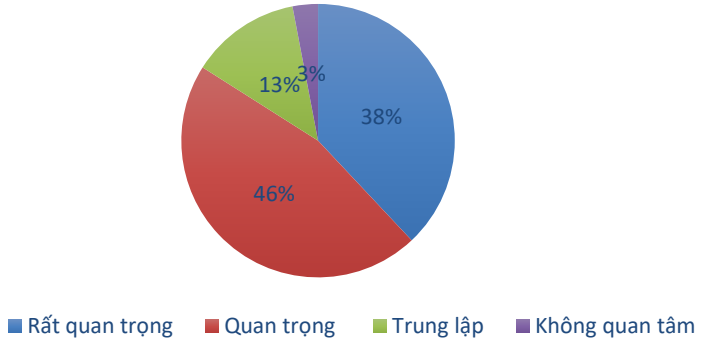
Khảo sát của Công ty Nghiên cứu thị trường Intage Việt Nam (2023) tại hai thành phố là Hà Nội và Hồ Chí Minh

Kết quả khảo sát cũng cho thấy: có đến 95% người tiêu dùng đã có ý thức trong việc bảo vệ môi trường; 73% sử dụng thực phẩm được sản xuất hữu cơ và thuần tự nhiên, 44% tái sử dụng quần áo cũ...

Nghiên cứu của NielsenIQ về thói quen tiêu dùng của người Việt (2023)

Theo kết quả nghiên cứu, người tiêu dùng Việt coi trọng, đánh giá và lựa chọn những thương hiệu sản xuất kinh doanh đạo đức, có trách nhiệm đối với môi trường. Có đến 38% cho rằng trách nhiệm của doanh nghiệp đối với môi trường trong sản xuất kinh doanh là rất quan trọng; 46% đánh giá ở mức quan trọng, 13% trung lập và chỉ có 3% là bày tỏ thái độ không quan tâm đến vấn đề này (hình 1)

Hình 1: Mức độ đánh giá của NTD đối với trách nhiệm môi trường của DN trong sản xuất kinh doanh



Nguồn: NielsenIQ

Nhận thức và ý định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng Việt là rõ ràng và tích cực. Tuy nhiên, người tiêu dùng xanh chỉ mới dừng lại ở ý định, chưa biến thành hành động tiêu dùng thực tế.

3.3 Giá và mức độ sẵn sàng chi trả

Việc sản xuất ra các sản phẩm xanh, thân thiện với môi trường thường khiến chi phí sản xuất tăng cao, từ đó giá bán sản phẩm cũng đẩy lên cao. Người tiêu dùng sẽ phải sẵn sàng

trong việc chi trả mức giá cao hơn cho việc tiêu dùng sản phẩm xanh.

Khảo sát người tiêu dùng Châu Á – Thái Bình Dương năm 2024 tại Việt Nam- PwC cho thấy: 54% người tiêu dùng Việt sẵn sàng chi trả cao hơn 10% so với mức giá trung bình cho một sản phẩm được làm từ vật liệu tái chế/ bền vững. Mức trung bình của khu vực Châu Á Thái Bình Dương là 50%.

Theo kết quả Khảo sát của Hội Doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao (2024) có 59% người tiêu dùng sẽ gia tăng sản phẩm xanh và tiêu dùng xanh trong thời gian tới. Báo cáo cũng chỉ rõ, người tiêu dùng hưởng ứng và sẵn sàng chi trả tăng thêm từ 5% -10% để có thể sử dụng những sản phẩm xanh.

Ở một khía cạnh khác của báo cáo, giá thành là một trong những yếu tố khiến người tiêu dùng quan tâm khi quyết định lựa chọn tiêu dùng xanh.Vấn đề khiến phần đông người tiêu dùng cảm thấy khó mua và sử dụng đến sản phẩm xanh là vấn đề về giá cả. 78% người được hỏi đồng thuận rằng, giá cao đang là vấn đề khiến họ chưa thể biến ý định tiêu dùng xanh thành hành vi tiêu dùng xanh.

Các số liệu cho thấy người tiêu dùng quan tâm và sẵn sàng tiêu dùng xanh, nhưng mức giá mà các nhà cung cấp đưa ra cho các sản phẩm xanh này vẫn đang là quá cao so với mặt bằng giá chung của các sản phẩm tương tự. Số liệu của các báo cáo cũng chỉ ra, mức cao hơn khoảng 10% sẽ được chấp nhận và góp phần biến ý định tiêu dùng thành hành vi tiêu dùng xanh

3.4 Tác động của truyền thông

Trong thời đại ngày nay, truyền thông có tác động mạnh mẽ đến hành vi của người tiêu dùng. Cách hình thức truyền thông và cách tiếp cận đến khách hàng của doanh nghiệp cũng cần thay đổi theo xu hướng và thói quen mua sắm của họ.

Thói quen mua sắm và tiêu dùng của người dân Việt Nam đã thay đổi rất nhiều. Theo PwC (2024), ba hình thức mua sắm phổ biến nhất tại Việt Nam: mua sắm trực tiếp qua điện thoại di động là 67%; mua sắm tại cửa hàng là 63%; mua sắm thông qua máy tính cá nhân là 44%. Đồng thời ảnh hưởng của mạng xã hội đến người tiêu dùng Việt Nam là rất lớn (mua sắm qua mạng xã hội chiếm 71%);

Thực tế, người tiêu dùng biết đến sản phẩm xanh và chọn mua sản phẩm xanh thông qua nguồn thông tin mạng xã hội và các thông tin từ bạn bè, người thân...còn hạn chế (chiếm 40%). Có đến 43% người được hỏi cho rằng thiếu sự khuyến khích cho hoạt động tiêu dùng xanh. 49% trả lời thiếu thông tin định hướng và lựa chọn sản phẩm xanh. Đồng thời việc tiếp cận với các sản phẩm xanh không phải lúc nào cũng dễ dàng và thuận lợi

Tác động của truyền thông về tiêu dùng xanh đến người tiêu dùng dường như chưa thực sự hiệu quả. Điều này cũng giải thích được lý do mới chỉ có số ít người tiêu dùng quan tâm và tiêu dùng sản phẩm xanh.

4. Thảo luận và hàm ý chính sách

Từ những phân tích và đánh giá ở trên, có thể nhận thấy có hai vấn đề lớn cần được giải quyết:

Thứ nhất là, người tiêu dùng cần được hướng dẫn, hỗ trợ và khích lệ để tăng cường nhận thức và biến ý thức thành hành động tiêu dùng xanh;

Thứ hai là, mức giá sản phẩm được sản xuất xanh cần phù hợp với mức sẵn sàng chi trả của phần đông người tiêu dùng trong xã hội.

Từ đó, tác giả đề xuất 2 nhóm giải pháp để khuyến khích và thúc đẩy tiêu dùng xanh trong tương lai:

Một là, Tăng cường giáo dục, nhận thức và ý định tiêu dùng xanh cho người dân thông qua các biện pháp hỗ trợ và truyền thông hiệu quả

Hiện nay, người tiêu dùng quan tâm đến sản phẩm xanh và tiêu dùng xanh chỉ mới chiếm phần rất nhỏ, và tập trung ở nhóm người có trình độ, có thu nhập khá cao trong xã hội. Việc nhận thức về tiêu dùng xanh có những chuyển biến tích cực, nhưng số lượng người tiêu dùng vẫn còn rất hạn chế. Vì vậy,

việc tăng cường tuyên truyền, giáo dục nhận thức tiêu dùng xanh cho toàn dân cần được chú trọng. Cụ thể:

- *Đối với cơ quan quản lý nhà nước*

+ Tiếp tục triển khai và thực hiện các nội dung Chương trình hành động quốc gia về sản xuất và tiêu dùng bền vững giai đoạn 2021 -2030;

+ Tập trung tuyên truyền, giáo dục người dân về hiệu quả của tiêu dùng xanh đối với sức khỏe, môi trường và nền kinh tế;

+ Phổ biến và đào tạo kiến thức về sản phẩm xanh, tiêu dùng xanh, tiêu dùng bền vững đến các nhà trường, giảng đường nhằm giáo dục tiêu dùng xanh cho thế hệ trẻ;

+ Hỗ trợ, phát triển và nhân rộng các mô hình doanh nghiệp xanh;

- *Đối với các doanh nghiệp*

Với tư cách là người được thúc đẩy và là nhà cung cấp các sản phẩm xanh. Doanh nghiệp cũng cần có những hành động trong việc nhận thức đúng đắn về sản xuất xanh, đồng thời hướng dẫn và giáo dục khách hàng của mình hướng đến tiêu dùng xanh. Cụ thể:

+ Cung cấp thông tin và giáo dục người tiêu dùng, tác động vào cảm xúc và hệ giá trị của người tiêu dùng thông qua các chương trình xúc tiến bán hàng, chiến dịch truyền thông;

+ Thông điệp của doanh nghiệp tới khách hàng cần nhấn mạnh đến hiệu quả, lợi ích của tiêu dùng xanh;

+ Xây dựng cộng đồng người tiêu dùng để kết nối và lan tỏa giá trị sản xuất và tiêu dùng xanh.

Hai là, Mức giá cho sản phẩm xanh cần phù hợp với khả năng chi trả của người tiêu dùng

Giá bán sản xuất còn cao, khiến phần đông người tiêu dùng khó tiếp cận và tiêu dùng sản phẩm xanh. Cần có chính sách và các giải pháp để khắc phục vấn đề này. Cụ thể:

- *Đối với cơ quan quản lý nhà nước*

+ Cần có chính sách ưu đãi, hỗ trợ về tài chính và chính sách cho doanh nghiệp sản xuất xanh. Như: miễn, giảm thuế; hỗ trợ vay vốn với mức lãi suất thấp; hoặc trợ cấp sản xuất và phân phối;

+ Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận, cải tiến công nghệ sản xuất xanh và bền vững. Đồng thời xây dựng cơ sở hạ tầng và mạng lưới phân phối sản phẩm xanh

Từ đó, giúp các doanh nghiệp tiết kiệm chi phí để hạ giá thành sản phẩm.

- *Đối với doanh nghiệp*

+ Giảm giá thành sản phẩm bằng cách tối ưu hóa chuỗi cung ứng, ứng dụng các công nghệ mới để tiến đến tăng quy mô sản xuất;

+ Cung cấp các sản phẩm với dung lượng nhỏ để khách hàng dễ tiếp cận và trải nghiệm cùng mức giá tốt hơn;

+ Cần có những chính sách truyền thông tác động mạnh mẽ vào khách hàng để gia tăng trải nghiệm khách hàng, hướng khách hàng đến những giá trị mà sản phẩm xanh đem lại. Khi khách hàng nhận thức được lợi ích và cảm nhận tốt về sản phẩm, họ sẽ sẵn sàng chi trả hơn.

+ Đảm bảo chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp. Đây là yếu tố cốt lõi để tăng lòng tin, sự trung thành và khả năng chi trả cho khách hàng.

5. Kết luận

Tóm lại, người tiêu dùng Việt ngày càng quan tâm và có ý thức về tiêu dùng xanh, bền vững. Nhưng, phần lớn chỉ mới dừng lại ở ý định, hoặc mong muốn, chưa biến thành các hành động và quyết định mua sắm cuối cùng đối với các sản phẩm xanh. Cản trở lớn nhất để tiêu dùng xanh là mức giá của các sản phẩm xanh thường cao hơn so với các sản phẩm tương tự được sản xuất công nghiệp. Giá sản phẩm được sản xuất xanh vượt qua khả năng chi trả của đại đa số người tiêu dùng. Người tiêu dùng cũng thiếu sự khích lệ và hỗ trợ để tăng thêm động lực tiêu dùng xanh. Vì vậy, để khuyến khích và phát triển hành vi tiêu dùng xanh cần có những giải pháp từ phía nhà nước và doanh nghiệp nhằm giảm giá thành sản phẩm xanh và truyền thông một cách hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Process, 50(2), 179-211;*
2. Ao Thu Hoài cùng cộng sự (2021), *"Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của thế hệ gen Z tại Việt Nam'' - Đại học Tài chính Marketing;*
3. Hoàng Trọng Hùng và cộng sự (2018),*" Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của người tiêu dùng tại thành phố Huế". Tạp chí Khoa học Đại học Huế số 12;*
4. Hội doanh nghiệp Hàng Việt Nam Chất lượng cao (2024), *Khảo sát" Nhận thức và Hành vi tiêu dùng xanh;*
5. Ngô Minh Cách (2010), *Giáo trình Marketing, NXB Học viện Tài chính;*
6. PwC (2023), *Khảo sát Thói quen tiêu dùng: Báo cáo tại Việt Nam;*
7. Raukoff, & Wu J. (2013). *Influence Mechanism of Green Consumption Behavior Based on Ajzen Planned Behavior Theory. Journal of Finance and Economics, No. 2, 91-100;*
8. T. Dietz, P.C. Stern, G.A. Guagnano (1998), *"Social structural and social psychological bases of environmental concern: Environment and Behaviour 30(4),pp.450-471;*
9. Ths Phan Thị Tiếm cùng cộng sự (2023), *"Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của sinh viên các trường đại học tại thành phố Cần Thơ";*
10. Thủ tướng Chính Phủ (2021), *QĐ 1658/QĐ-Ttg, ngày 01 tháng 10 năm 2021 của Thủ tường chính phủ;*
11. https://hvnclc.vn/ket-qua-khao-sat-tieu-dung-xanh-2024/
12. https://www.pwc.com/vn/vn/publications/2024/voice-of-consumer-2024.pdf
13. https://nielseniq.com/global/vi/insights/report/2024/syndicated-studies-research-shopper-trends-2024-2/