

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN



THÔNG TIN

KHOA HỌC
KINH TẾ - KỸ THUẬT

THÁNG 5 NĂM 2021

ISSN: 2525-2623

**THÔNG TIN KHOA HỌC
KINH TẾ - KỸ THUẬT**

Chịu trách nhiệm xuất bản:
SỞ THÔNG TIN VÀ
TRUYỀN THÔNG NGHỆ AN

Chịu trách nhiệm nội dung:
TS. DƯƠNG XUÂN THAO

Ban biên tập:
Trưởng ban:
TS. TRƯƠNG QUANG NGÂN

Phó ban:
TS. NGUYỄN THỊ TÙNG

Thư ký:
TS. ĐỖ NGỌC ĐÀI

Ban viên:
TS. DƯƠNG XUÂN THAO
ThS. TĂNG VĂN TÂN
TS. ĐẶNG THỊ THẢO
TS. TRẦN THỊ BÌNH
TS. NGUYỄN CÔNG TRƯỜNG
ThS. PHẠM THỊ MAI HƯƠNG
ThS. BÙI ĐÌNH THẮNG
ThS. PHẠM ĐỨC GIÁP

Trình bày và sửa bản in:
CN. NGUYỄN THỊ THÙY AN

In 55 cuốn, khổ 19 x 27cm tại Trung
tâm Datapost Nghệ An

Giấy phép xuất bản số: 61/GP-STTTT
Sở Thông tin và Truyền thông cấp ngày 04
tháng 6 năm 2021. In xong nộp lưu chiểu
tháng 6 năm 2021

MỤC LỤC

NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

1	Hà Thị Hồng Nhung Bàn về công tác kế toán quản trị chi phí tại nhà máy xi măng Lưu Xá	5
2	Lê Thị Mỹ Tâm - Trịnh Thị Lê Nâng cao chất lượng học môn kinh tế vi mô tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An	11
3	Hoàng Thị Thúy Hằng Xây dựng thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam	17
4	Đặng Thị Thảo Vận dụng học thuyết hai yếu tố của F. Herzberg để nâng cao sự hài lòng của người lao động trong công việc	25
5	Nguyễn Thị Thanh Hải Phát triển cho vay tiêu dùng tại Việt Nam	29
6	Thái Đình Hoàng Ngân hàng thương mại Việt Nam cần chú ý những gì khi hợp tác với các công ty Fintech	38
7	Phạm Thị Mai Hương Giải pháp hạn chế các rủi ro trong hoạt động của ngân hàng thương mại do ảnh hưởng từ dịch bệnh Covid-19	44
8	Lê Thùy Dung - Nguyễn Xuân Thọ - Ngô Thị Thương Huyền Tác động của quản trị công ty đến tỷ suất sinh lời kinh tế tài sản (ROA) của các công ty niêm yết tại sở giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX)	54
9	Nguyễn Khánh Ly, Hồ Thị Bích Ngọc Tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho sinh viên gắn với dạy học các môn lý luận chính trị	60
10	Hoàng Thị Thu Hoài Quan điểm của Chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về vấn đề dân chủ và vai trò của việc thực hiện quy chế dân chủ ở cơ sở trong xây dựng nông thôn mới	67
11	Nguyễn Thị Lan Hương Sử dụng trò chơi ngôn ngữ nhằm nâng cao hứng thú học tiếng anh chuyên ngành kế toán cho sinh viên trường Đại học Kinh tế Nghệ An	73
12	Nguyễn Thị Hoa Nâng cao hiệu quả giảng dạy học phần kế toán quản trị theo hướng xử lý tình huống thực tế	80

13	Lê Thị Vân Hà Đổi mới phương pháp giảng dạy học phần kế toán tài chính 1 tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An	86
14	Bành Thị Vũ Hằng Xuất khẩu Việt Nam và những dự báo trong năm 2020	93
15	Dương Thị Hải Yến - Nguyễn Thị Kim Dung Trách nhiệm giải trình của tư pháp trong nhà Nước pháp quyền	101
16	Phạm Thị Thanh Thủy Vai trò của thống kê đối với sự phát triển kinh tế - xã hội	106
THÔNG TIN TRAO ĐỔI		
17	Trần Cẩm Vân Một số giải pháp nhằm nâng cao kiến thức thực tế cho sinh viên chuyên ngành kế toán tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An	113
18	Hoàng Thị Hiền Phân biệt chênh lệch tạm thời được khấu trừ và chênh lệch tạm thời phải chịu thuế làm căn cứ xác định các chỉ tiêu trên báo cáo tài chính	118
19	Võ Hằng Sinh viên kế toán sắp ra trường cần làm gì để có thể tìm cho mình một công việc phù hợp nhất	123
20	Trần Thị Mai Một số giải pháp marketing hỗn hợp nhằm mở rộng thị trường cho các công ty dược phẩm Việt Nam hiện nay	128
21	Nguyễn Thị Lan Anh Các bước áp dụng hệ thống HACCP trong doanh nghiệp	134
22	Nguyễn Thị Thương Uyên Sử dụng kỹ thuật dạy học trong một số nội dung cơ bản của nguyên lý về sự phát triển	140
23	Phan Thị Thu Hiền - Nguyễn Thị An Những điều doanh nghiệp cần biết về hóa đơn điện tử	145
24	Nguyễn Thị Song Hương Câu lạc bộ kế toán - mô hình sinh hoạt nâng cao chất lượng sinh viên chuyên ngành kế toán	150
25	Nguyễn Thanh Vân Thực trạng bỏ học của sinh viên các trường đại học	153
26	Nguyễn Thị Quỳnh Trang Các chiến lược marketing theo chuỗi giá trị	157
27	Lê Thị Hồng Ngọc Phương pháp nghiên cứu tình huống trong học phần quản trị chiến lược	163
28	Nguyễn Đình Tiến Một số vấn đề về bệnh viêm da nổi cục trên trâu bò hiện nay	168



BÀN VỀ CÔNG TÁC KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHI PHÍ TẠI NHÀ MÁY XI MĂNG LƯU XÁ

ThS. Hà Thị Hồng Nhung

Khoa Kế toán - phân tích

Tóm tắt: Theo xu hướng hội nhập, cùng với các doanh nghiệp khác, doanh nghiệp xi măng cũng rất lưu tâm đến công tác kế toán quản trị chi phí, tuy nhiên trong tất cả mọi thành phần doanh nghiệp thì hoạt động này hiện vẫn còn manh mún và mang tính tự phát, nội dung kế toán quản trị còn bị ảnh hưởng bởi nội dung của kế toán tài chính. Làm rõ nội hàm lý luận và thực tiễn về kế toán quản trị chi phí tại Nhà máy Xi măng Lưu Xá, bài viết đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện công tác kế toán quản trị chi phí cho Nhà máy xi măng Lưu Xá.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Kế toán quản trị (KTQT) được coi là một trong những công cụ quản lý hữu hiệu trong điều kiện nền kinh tế thị trường, bởi tính linh hoạt và kịp thời của thông tin kế toán phục vụ yêu cầu quản trị nội bộ doanh nghiệp. Trong đó, KTQT chi phí là một bộ phận cơ bản và quan trọng của KTQT doanh nghiệp (DN). Nó cung cấp thông tin cụ thể về chi phí và là phương tiện để thực hiện kiểm soát chi phí trong DN, giúp nhà quản lý có những giải pháp tác động lên các chi phí để có thể sử dụng hiệu quả nhất các khoản chi phí đã bỏ ra, từ đó gia tăng giá trị cho DN.

Việc thực hiện các nội dung của KTQT chi phí tùy thuộc vào điều kiện cụ thể của từng DN (quy mô, lĩnh vực hoạt động, trình độ quản lý, trang thiết bị, năng lực đội ngũ kế toán, đặc điểm kinh doanh, tổ chức sản xuất, sản phẩm,...), do đó, mỗi DN cần linh hoạt thực hiện công tác KTQT chi phí sao cho phù hợp với DN mình.

Đối với ngành công nghiệp xi măng, vì đây là loại vật liệu xây dựng cơ bản và thông dụng nhất được sử dụng rộng rãi trong xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển kinh tế, văn hóa xã hội, giáo dục, quốc phòng,... Cho nên, tất cả các ngành nghề kinh tế đều cần tới xi măng và sự phát triển của Ngành này kéo theo nhiều ngành nghề sản xuất dịch vụ khác phát triển, như xây lắp, sản xuất thiết bị phụ tùng, bê tông, bao bì và các dịch vụ tư vấn, khảo sát, thiết kế, thăm dò. Do vậy, để có thể tổ chức quản lý và hạch toán một cách hiệu quả, DN xi măng nhất thiết phải tiến hành lập dự toán chi phí. Vì vậy, KTQT chi phí không thể thiếu trong bất kỳ quy mô DN nào.

Khảo sát hoạt động thực hiện KTQT chi phí của Nhà máy xi măng Lưu Xá cho thấy, trong nền kinh tế thị trường hiện nay, không chỉ DN xi măng mà bất kỳ quy mô DN nào cũng đều cần đến và nhất thiết phải thực hiện công tác kế toán quản trị chi phí.



II. NỘI DUNG

1. Kế toán quản trị và kế toán quản trị chi phí

Mặc dù có những quan điểm khác nhau về kế toán quản trị, nhưng nhìn chung có thể đưa ra khái niệm chung về kế toán quản trị như sau: “*KTQT là một khoa học thu nhận, xử lý và cung cấp những thông tin định lượng về hoạt động của đơn vị một cách cụ thể, giúp các nhà quản lý trong quá trình ra các quyết định liên quan đến việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra, kiểm soát và đánh giá tình hình thực hiện các hoạt động của đơn vị*”.

Trên góc độ của KTQT: Mục đích của KTQT chi phí là cung cấp thông tin thích hợp về chi phí, kịp thời cho việc ra quyết định của các nhà quản trị doanh nghiệp. Vì vậy, đối với KTQT chi phí không đơn thuần nhận thức chi phí như kế toán tài chính (KTTC), mà chi phí còn được nhận thức theo cả khía cạnh nhận diện thông tin để phục vụ cho việc ra quyết định kinh doanh. Vì vậy, chi phí có thể là phí tổn thực tế đã chi ra trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh hàng ngày khi tổ chức thực hiện, kiểm tra, ra quyết định; và cũng có thể là chi phí ước tính khi thực hiện dự án hay giá trị lợi ích mất đi khi lựa chọn phương án, hoạt động này mà bỏ qua cơ hội kinh doanh khác. Khi đó, trong KTQT chi phí lại cần chú ý đến việc nhận diện chi phí phục vụ cho việc so sánh, lựa chọn phương án tối ưu trong từng tình huống ra quyết định kinh doanh cụ thể, mà ít chú ý

hơn vào chứng minh chi phí phát sinh bằng các chứng từ kế toán.

Như vậy, KTQT chi phí là bộ phận của KTQT cung cấp các thông tin chi phí cho nhà quản trị doanh nghiệp.

2. Nội dung của kế toán quản trị chi phí trong các doanh nghiệp sản xuất

Lựa chọn mô hình tổ chức KTQT chi phí, KTQT trong DN là một vấn đề quan trọng và khá phức tạp. Vì vậy, muốn thực hiện hiệu quả công việc của KTQT chi phí, DN cần tổ chức bộ máy KTQT phù hợp với điều kiện thực tế tại đơn vị để phát huy nguồn nhân lực và điều kiện trang thiết bị hiện có của đơn vị. Hiện nay, có 03 loại mô hình tổ chức bộ máy KTQT chi phí để các DN có thể lựa chọn vận dụng: Mô hình tổ chức bộ máy KTQT chi phí dạng kết hợp (Kết hợp hệ thống KTQT và hệ thống KTTC trong cùng một hệ thống bộ máy kế toán của đơn vị); Mô hình tách biệt KTQT với KTTC (KTQT được tổ chức tách riêng với KTTC); và mô hình tổ chức bộ máy KTQT chi phí dạng hỗn hợp (Là sự kết hợp cách thức tổ chức của hai mô hình kết hợp và mô hình tách biệt).

Phân loại chi phí trong các doanh nghiệp sản xuất, Trong thực tế, các nghiệp vụ kinh tế phát sinh về chi phí trong DN rất nhiều, đa dạng và phong phú, chúng khác nhau về nội dung, thời gian, quy mô và địa điểm phát sinh. Do đó, để thực hiện tốt công tác kiểm soát và quản lý chi phí thì KTQT chi phí cần phải phân loại chi phí. Phân loại chi phí là một yêu cầu bắt buộc đối với công



tác KTQT chi phí. Căn cứ vào yêu cầu của nhà quản trị và nội dung báo cáo của KTQT mà chi phí sẽ được phân loại theo các tiêu thức khác nhau.

Xây dựng định mức và dự toán chi phí, Các DN sản xuất nói chung thường vận dụng các công cụ quản lý để kiểm soát chi phí phát sinh trong DN, từ đó đưa ra các giải pháp đối với quá trình sản xuất nhằm giảm chi phí sản xuất và hạ giá thành sản phẩm, tạo lợi thế cạnh tranh trên thương trường. Bộ công cụ hữu hiệu để kiểm soát chi phí đó chính là định mức chi phí và dự toán chi phí được lập cho từng kỳ kinh doanh của DN. Định mức chi phí và dự toán chi phí có mối quan hệ mật thiết với nhau. Định mức được xây dựng cho một đơn vị sản phẩm, còn dự toán được xây dựng cho toàn bộ sản lượng. Định mức chi phí là cơ sở để lập dự toán; ngược lại, dự toán là cơ sở để đánh giá, kiểm tra định mức để có biện pháp hoàn thiện định mức.

Phân tích biến động chi phí sản xuất, Chi phí sản xuất (CPSX) phát sinh thực tế có thể cao hơn hoặc thấp hơn so với dự toán ban đầu, điều này tạo nên sự biến động chi phí so với định mức. Biến động có thể là bất lợi khi chi phí thực tế cao hơn chi phí định mức hoặc có lợi khi chi phí thực tế thấp hơn chi phí định mức. Vì vậy, DN cần phân tích CPSX nhằm phân tích và đánh giá sự biến động của các khoản mục, yếu tố CPSX giữa thực tế so với định mức để làm rõ mức tiết kiệm hay vượt chi của từng khoản mục CPSX phát sinh, tìm ra nguyên nhân và đưa

ra các giải pháp phù hợp để kiểm soát CPSX.

Thu nhập, xử lý, hệ thống hóa và cung cấp thông tin thực hiện, KTQT là quá trình thu nhập, xử lý và cung cấp các thông tin một cách cụ thể, chi tiết về hoạt động kinh tế tài chính của DN theo yêu cầu quản lý của các nhà quản trị. Để thực hiện được quá trình này, bộ phận kế toán phải thực hiện bốn nội dung cơ bản là: Hạch toán ban đầu, vận dụng hệ thống tài khoản kế toán, tổ chức hệ thống sổ KTQT và tổ chức hệ thống báo cáo KTQT nội bộ DN.

Phân tích mối quan hệ chi phí - khối lượng - lợi nhuận (CVP) Là một kỹ thuật được sử dụng để đánh giá ảnh hưởng của những thay đổi về chi phí, giá bán và sản lượng đối với lợi nhuận của DN. Từ việc phân tích đó, nhà quản trị sẽ có cơ sở để đưa ra các quyết định về sản phẩm sản xuất và tiêu thụ. Việc phân tích mối quan hệ CVP có ý nghĩa quan trọng trong hoạt động quản lý của nhà quản trị, nó là cơ sở để các nhà quản trị lập kế hoạch lợi nhuận, định giá bán và các kế hoạch khác trong ngắn hạn.

Thông tin kế toán quản trị chi phí cho việc ra quyết định của nhà quản trị, Xét về mặt kinh tế, tiêu chuẩn chọn quyết định là thu nhập cao nhất hoặc chi phí thấp nhất của phương án lựa chọn. Thông tin thích hợp là những thông tin về chi phí và thu nhập cho việc ra quyết định phải đạt tiêu chuẩn cơ bản (Thông tin đó phải liên quan đến tương lai; phải có sự khác biệt giữa các phương án đang được xem xét và lựa chọn)



Khi nhận dạng thông tin thích hợp người ta cần phải căn cứ vào các tiêu chuẩn đánh giá thông tin của mỗi tình huống cụ thể. Tuy nhiên, có một số loại chi phí luôn luôn là chi phí thích hợp hoặc chi phí không thích hợp cho bất cứ tình huống nào, như: Chi phí cơ hội luôn là thông tin thích hợp, chi phí chìm luôn là thông tin không thích hợp. Phân tích thông tin thích hợp được ứng dụng trong việc ra các quyết định: Quyết định loại bỏ hay tiếp tục kinh doanh một bộ phận; Quyết định tự sản xuất hay mua ngoài; Quyết định bán ngay nửa thành phẩm hay tiếp tục chế biến ra thành phẩm rồi bán.

III. KẾT LUẬN

** Mô hình tổ chức bộ máy kế toán quản trị chi phí*

Hầu hết các DN xi măng nói chung và Nhà máy xi măng Lưu Xá nói riêng hiện vẫn chưa hình thành được tổ chức bộ máy KTQT riêng biệt nhằm cung cấp các thông tin về hoạt động nội bộ của DN cũng như việc phục vụ quản lý, điều hành, kiểm tra và ra quyết định hoạt động sản xuất kinh doanh (SXKD). Do vậy, để phù hợp với quy mô, đặc điểm tổ chức SXKD, trình độ quản lý, năng lực đội ngũ kế toán,... các DN xi măng và Nhà máy xi măng Lưu Xá cần tiến tới áp dụng mô hình kế toán kết hợp giữa KTTC với KTQT. Theo đó, nhân viên kế toán vừa đảm nhiệm công việc KTTC, vừa thực hiện công việc KTQT. KTTC sử dụng các tài khoản kế toán tổng hợp, hệ thống báo cáo tài chính (BCTC) theo quy định của Bộ tài

chính. Còn KTQT đi sâu vào các tài khoản chi tiết, sử dụng báo cáo KTQT cung cấp thông tin theo từng bộ phận, từng tình huống ra quyết định và được linh hoạt theo yêu cầu quản lý. Sự kết hợp giữa hai chức năng kế toán này nhằm mục đích cung cấp thông tin cho cả đối tượng bên trong và bên ngoài DN.

** Phân loại và nhận diện chi phí*

Nhìn chung, Nhà máy xi măng Lưu Xá hiện mới chỉ thực hiện phân loại chi phí theo mục đích, công dụng của chi phí. Theo cách phân loại này, CPSX được phân loại thành các khoản mục: chi phí nguyên vật liệu trực tiếp (gồm: đá vôi, đất sét, than, quặng sắt, xi, thạch cao, tấm lót, bi đập, bi cầu, dầu công nghiệp,...), chi phí nhân công trực tiếp (gồm: tiền lương, phụ cấp của công nhân trực tiếp sản xuất) và chi phí sản xuất chung (gồm: các chi phí có tính chất chung cho hoạt động sản xuất ở các phân xưởng sản xuất, như chi phí tiền lương quản lý phân xưởng, chi phí khấu hao tài sản cố định dùng cho sản xuất tại phân xưởng,...).

Cách phân loại này chưa thể hiện được mối quan hệ giữa chi phí và kết quả kinh doanh, mà chủ yếu là để phục vụ cho KTTC, mục đích để tập hợp CPSX, tính giá thành sản phẩm và lập các BCTC. Do đó, DN cần vận dụng cách phân loại chi phí theo mối quan hệ với mức độ hoạt động (chi phí được phân thành biến phí, định phí và chi phí hỗn hợp). Có như vậy, nhà quản lý mới có cơ sở để phân tích mối quan hệ chi phí – khối lượng – lợi nhuận (CVP), lập báo cáo



bộ phận và chủ động điều tiết chi phí theo hướng nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí.

*** Xây dựng định mức và lập dự toán chi phí**

Định mức chi phí là căn cứ để xây dựng dự toán chi phí. Định mức chi phí là số tiền tối thiểu để hoàn thành một đơn vị sản phẩm, còn dự toán chi phí tính cho tổng khối lượng sản phẩm, công việc dự định sẽ sản xuất trong kỳ.

Hiện nay, trong các DN xi măng có những DN xây dựng định mức và lập dự toán chi phí đầy đủ nhưng có những DN thực hiện không đầy đủ, điều đó đã gây trở ngại cho các DN trong việc lập kế hoạch, kiểm soát chi phí và sử dụng chi phí một cách hiệu quả.

Trên thực tế, các DN xi măng lại chủ yếu dựa vào định mức kinh tế kỹ thuật của Ngành, trong khi định mức kinh tế kỹ thuật của Ngành lại chưa bao quát được những điều kiện, đặc điểm, kỹ thuật cụ thể của từng DN. Do đó, để đảm bảo cho dự toán được thực hiện hợp lý, các DN xi măng có thể xây dựng định mức chi phí riêng cho DN mình, định mức nội bộ sẽ sát với điều kiện cụ thể của từng DN hơn.

*** Thu thập thông tin về kế toán quản trị chi phí**

Nhà máy xi măng Lưu Xá hiện chỉ sử dụng các chứng từ mang tính bắt buộc, chưa thiết kế các chứng từ phù hợp với KTQT, chưa sử dụng một hệ thống tài khoản KTQT độc lập mà vẫn sử dụng chung hệ thống tài khoản kế toán thống nhất hiện hành. Các sổ

và báo cáo kế toán được lập hầu hết là các sổ kế toán tổng hợp và các báo cáo KTTC phục vụ cung cấp thông tin cho các đối tượng bên ngoài DN, việc lập các sổ chi tiết theo từng đối tượng cụ thể và các báo cáo KTQT hiện vẫn còn rất ít và sơ sài.

Để cung cấp thông tin hữu ích, kịp thời cho việc ra quyết định của nhà quản trị, DN có thể thiết lập hệ thống chứng từ riêng để thu thập những thông tin sử dụng riêng cho KTQT chi phí, chi tiết hoá các cấp tài khoản phản ánh chi phí, thiết kế các sổ kế toán mới phù hợp với yêu cầu quản lý chi phí của từng bộ phận, công việc,... Cụ thể là DN có thể bổ sung thêm chỉ tiêu trên các chứng từ ban đầu, chi tiết tài khoản hỗ trợ cho việc phân biệt biến phí, định phí. Đồng thời, xây dựng hệ thống báo cáo KTQT chi phí phù hợp với yêu cầu cung cấp thông tin phục vụ quản lý nội bộ của đơn vị, như: Báo cáo phân tích biến động chi phí, báo cáo phân tích giá bán theo quan hệ chi phí – khối lượng – lợi nhuận,...

*** Phân tích thông tin về chi phí cho việc ra quyết định kinh doanh**

Việc phân tích các thông tin về chi phí tại Nhà máy xi măng Lưu Xá hiện nay cũng chưa được quan tâm và chưa thực sự giúp các nhà quản lý trong việc đưa ra các quyết định kinh doanh kịp thời và hiệu quả. Do đó, khi thị trường bất động sản đóng băng như hiện nay đã đẩy ngành xi măng đứng trước tình cảnh rất khó khăn. Nhà quản trị trong Nhà máy xi măng Lưu Xá sẽ khó có



thể đưa ra được những quyết định đúng đắn và hiệu quả do thiếu thông tin. Vì vậy, việc kiểm soát và phân tích thông tin về các yếu tố chi phí là nội dung mà DN cần thiết phải lưu tâm trước tiên. Việc làm này sẽ giúp DN giải quyết được những vấn đề sau:

Thứ nhất, phân tích biến động chi phí để kiểm soát chi phí, xem xét sự biến động giữa chi phí thực tế và dự toán ban đầu, đồng thời xác định ảnh hưởng của sự thay đổi nhân tố giá, lượng đến sự biến động của chi phí để đánh giá mức độ tiết kiệm hay lãng phí nguồn lực. Từ đó, xác định được nguyên nhân của biến động và có biện pháp kịp thời để kiểm soát chi phí. Chẳng hạn, chi phí nguyên vật liệu trực tiếp tăng có thể do giá nguyên vật liệu đầu vào trên thị trường tăng,...

Thứ hai, phân tích mối quan hệ chi phí - khối lượng - lợi nhuận, nghĩa là xem xét mối quan hệ giữa các nhân tố giá bán, sản lượng, định phí, biến phí và sự tác động của các nhân tố này đến lợi nhuận của DN. Nắm vững mối quan hệ chi phí - khối lượng - lợi nhuận có ý nghĩa rất quan trọng trong việc khai thác các khả năng tiềm tàng của DN. Nó chính là cơ sở cho việc ra các quyết định lựa chọn hay quyết định điều chỉnh về sản xuất kinh doanh, như: giá bán, chi phí, sản lượng,... nhằm tối đa hóa lợi nhuận. Như việc đưa ra quyết định tiếp tục kinh doanh hay

dừng lại trong ngắn hạn? Lựa chọn phương án kinh doanh nào?,...

Thứ ba, các DN cần phân tích thêm một số các chỉ tiêu để đưa ra được những quyết định kịp thời và đúng đắn nhất, như: Phân tích đánh giá lợi nhuận (đánh giá mức biến động của chỉ tiêu lợi nhuận so với dự toán); phân tích, đánh giá hiệu quả đầu tư (xem xét, đánh giá chỉ tiêu tỷ lệ lợi nhuận trên vốn đầu tư);...

Tóm lại, KTQT chi phí không những đem lại thông tin hữu ích cho các nhà quản lý về tình hình hoạt động của DN trong quá khứ và hiện tại mà còn có ý nghĩa tích cực trong việc xác định chiến lược, xây dựng kế hoạch để DN phát triển trong tương lai. Với vai trò và chức năng quan trọng của KTQT chi phí nêu trên, Nhà máy xi măng Lưu Xá cần nhận thức đầy đủ cũng như có kế hoạch vận dụng KTQT chi phí vào công tác kế toán DN, có như vậy mới có thể đưa DN phát triển một cách hiệu quả và bền vững nhất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đoàn Xuân Tiên (2009), *Giáo trình kế toán quản trị doanh nghiệp*, NXB Tài chính.
2. Nguyễn Ngọc Quang (2011), *Giáo trình kế toán quản trị*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
3. Bộ Tài chính (2006), *Thông tư 53/2006/TT-BTC “Hướng dẫn áp dụng kế toán quản trị trong các doanh nghiệp”*.



NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HỌC MÔN KINH TẾ VI MÔ TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN

ThS. Lê Thị Mỹ Tâm, ThS. Trịnh Thị Lê
Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Bài báo này góp phần nâng cao chất lượng học môn Kinh tế vi mô tại trường ĐH Kinh tế Nghệ An, sử dụng các phương pháp điều tra phân tích tổng hợp số liệu về thực trạng học môn Kinh tế vi mô hiện nay của trường, từ đó đưa ra một số giải pháp phía nhà trường, giảng viên và sinh viên nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng học môn Vi mô trong thời gian tới.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đối với chương trình đào tạo tại các trường đại học, cao đẳng, trung cấp nghề khối ngành kinh tế, quản trị kinh doanh, tài chính ngân hàng hay kế toán, các môn học cơ bản và cơ sở có vai trò hết sức quan trọng nhằm tạo “kiến thức nền” cho việc tiếp thu các môn chuyên ngành. Trong đó, đặc biệt phải kể đến môn học Kinh tế học vi mô. Nhận thức được tầm quan trọng này trong chương trình đào tạo, thời gian qua Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh đã không

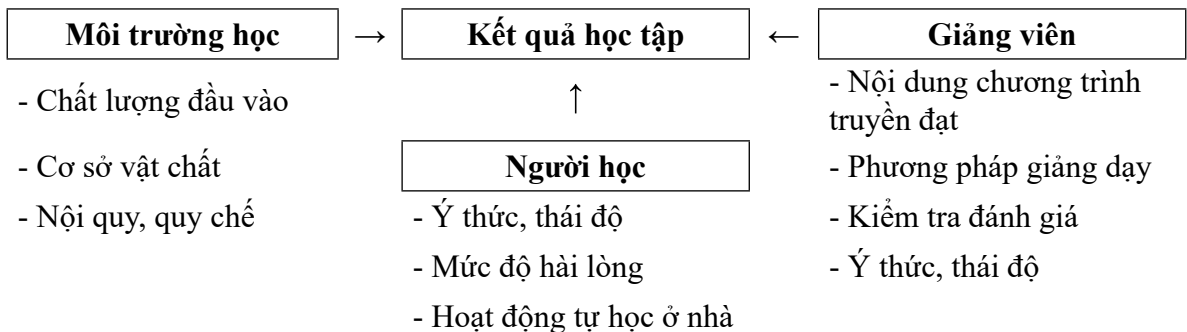
ngừng nâng cao chất lượng dạy và học môn Kinh tế học vi mô. Tuy nhiên, những năm gần đây kết quả học tập môn kinh tế vi mô của sinh viên tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An vẫn chưa cao.

Vì vậy, trong nỗ lực chung của Khoa nhằm nâng cao kết quả học tập môn kinh tế vi mô cho sinh viên giúp sinh viên có một kiến thức cơ bản vững chắc, chúng tôi tiến hành đề tài: **“Nâng cao chất lượng học môn Kinh tế học vi mô tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An”**.

II. NỘI DUNG

1. Phương pháp nghiên cứu

Xây dựng mô hình nghiên cứu:





Thu thập số liệu và tổng hợp kết quả học tập môn kinh tế vi mô của các bạn sinh viên khóa 3, 4 khối ngành kế toán, kinh tế và quản trị kinh doanh tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An.

Điều tra bằng bảng hỏi, phiếu tập trung khai thác những yếu tố ảnh hưởng tới kết quả học tập kinh tế vi mô của sinh viên khóa 3, khóa 4.

2. Thực trạng học tập môn Kinh tế vi mô sinh viên trường ĐH Kinh tế Nghệ An

2.1. Tình hình học tập môn Kinh tế vi mô của sinh viên

Theo số liệu phòng công tác đào tạo trường ĐH Kinh tế Nghệ An chúng tôi tổng hợp về kết quả học tập môn Kinh tế vi mô của sinh viên k3, k4 khối ngành kế toán, kinh tế, quản trị kinh doanh tại trường.

Bảng 1: Bảng kết quả học tập của sinh viên khóa 3, 4 hệ chính quy

Xếp loại	Sinh viên khóa 3		Sinh viên khóa 4	
	Số lượng (sv)	Tỷ lệ %	Số lượng (sv)	Tỷ lệ %
Tổng	323	100,00	189	100,00
Giỏi (TB \geq 9)	9	2,79	32	16,93
Khá (9>TB \geq 7)	127	39,32	75	39,68
Trung bình(7>TB \geq 5)	118	36,53	65	34,39
Yếu (TB<5)	69	21,36	17	8,99

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp số liệu điều tra 2019

Theo số liệu tổng hợp ta thấy kết quả học tập Kinh tế vi mô của sinh viên chưa thực sự cao, ở mức “giỏi” thì chỉ chiếm 2,79% ở khóa 3 sang khóa 4 tỷ lệ giỏi có tăng lên. Tuy nhiên, đáng buồn là vẫn tồn tại bạn có học lực ở mức yếu kém chiếm tỷ lệ cao. Ngoài ra, theo kết quả của phòng thanh tra tổng hợp thì một số lớp tỷ lệ thi lại khá cao cụ thể: Lớp Quản trị k4, Kế toán K4: 24%; Kinh tế k4 30%; Kế toán k3: 27,82%.

2.2. Kết quả đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới kết quả học tập môn Kinh tế vi mô của sinh viên

2.2.1. Đối với người học

Kết quả khảo sát 74 sinh viên để đánh

giá mức độ hài lòng về kết quả học tập Kinh tế vi mô như sau: Có 50% đã hài lòng với kết quả của mình; 16,7% rất hài lòng chứng tỏ số này đã có chất lượng học tập khá tốt đạt được kết quả mong muốn. Số còn lại có 23,6% sinh viên chưa thực sự hài lòng với kết quả đạt được của mình. Có 9,7% không hài lòng, cần phải cố gắng nhiều hơn nữa đây là số sinh viên có kỳ vọng cao về kết quả học tập của mình từ đó nâng cao thành tích học tập.

Việc lập kế hoạch học tập, phân bổ môn học không chỉ đơn thuần là việc lập thời gian biểu mà cần bao gồm cả những hành vi có liên quan đến công tác chuẩn bị để học tập



và tiếp thu nội dung của từng môn học như: tìm hiểu về mục tiêu của môn học trước khi môn học bắt đầu, suy nghĩ về việc áp dụng phương pháp học phù hợp với môn học, chuẩn bị bài trước khi đến lớp, sưu tầm sách học và các tài liệu cần thiết. Qua số liệu thu được có 54,2% sinh viên có kế hoạch học tập và có tới 45,8% sinh viên không có kế hoạch cụ thể cho việc học tập. Gần một nửa số sinh viên được hỏi ko đầu tư nhiều cho việc học đó cũng là một trong những nguyên nhân dẫn tới điểm không cao khi kết thúc môn học.

Ngoài ra phương pháp học tập ở nhà được nhóm tác giả phát phiếu khảo sát thu được kết quả sau: Sinh viên chỉ học và ôn tập trước khi diễn ra kỳ thi 29,2%, việc đầu tư để ôn tập và thi không được quan tâm đến, đối với nhóm sinh viên này học chỉ ôn tập trong khoảng thời gian quá ngắn ngủi như vậy thì lượng kiến thức ôn tập sẽ không được nhiều và dẫn đến kết quả học tập không được cao. 25% sinh viên khi cảm thấy hứng thú thì học và chỉ học trên giáo trình, slide, sinh viên vẫn còn học theo kiểu thụ động và tụt vào

cảm hứng học tập của mình chứ không phải là học theo một lịch trình, tần suất cụ thể, hầu như sinh viên đến thời gian thi cử mới dành thời gian cho việc ôn luyện với kiến thức trải rộng công thức tính toán lại nhiều nên sinh viên khó có thể nắm bắt được hết kiến thức. Ý thức học của sinh viên chưa cao, không có phương pháp học tập, hay phương pháp học tập không khoa học. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến kết quả học tập, dẫn đến kết quả không được như mong muốn.

2.2.2. Đối với giảng viên

Đội ngũ giảng viên tổ bộ môn kinh tế đảm nhận giảng dạy môn kinh tế vi mô tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An đều có trình độ từ thạc sỹ trở lên, có kỹ năng và chuyên môn cao, đáp ứng được yêu cầu cũng như có đủ khả năng truyền đạt kiến thức cho sinh viên.

Để đánh giá về mức độ hài lòng về nội dung chương trình mà giảng viên truyền đạt, nhóm tác giả đã khảo sát sinh viên và thu được kết quả như sau:

Bảng 2: Mức độ hài lòng về nội dung chương trình mà giảng viên truyền đạt

TT	Nội dung	Nội dung chương trình bám sát đề cương môn học (%)	Giáo viên có kiến thức vững vàng, luôn cập nhật ứng dụng trong thực tiễn (%)
1	Hoàn toàn không đồng ý	0	2,7
2	Không đồng ý	2,7	19,3
3	Không ý kiến	6,1	8,7
4	Đồng ý	64,8	44,6
5	Hoàn toàn đồng ý	26,4	24,7



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp số liệu điều tra 2019

Có 64,8% sinh viên đồng ý, 26,4 % sinh viên hoàn toàn đồng ý vẫn còn 2,7% không đồng ý, như vậy nhìn chung giảng viên đã giảng dạy nội dung chương trình theo quy định. Thêm nữa, có tới 44,6% sinh viên đồng ý, 24,7% sinh viên hoàn toàn đồng ý giảng viên đứng lớp có kiến thức vững vàng luôn cập nhật ứng dụng trong thực tiễn. Tuy nhiên, vẫn còn 19,3% sinh viên không đồng ý và 2,7% sinh viên hoàn toàn không đồng ý.

Về phương pháp giảng dạy của giảng viên đứng lớp: Đúng nhất về số lượng sinh viên lựa chọn là 40,3% sinh viên cho rằng giảng viên giảng bài dễ hiểu và vận dụng bài tập nhiều. Chiếm số phiếu lớn thứ 2 là 23,6% sinh viên cho rằng bài giảng dễ hiểu nhiều, bài tập vận dụng nhiều bài giảng áp dụng thực tiễn bổ ích thú vị. Tiếp theo là 25% sinh viên cho rằng thầy cô giảng bài khó hiểu và vận dụng bài tập ít. Cuối cùng có 11,1% sinh viên cho rằng thầy cô quá tập trung vào lý thuyết, giảng nhanh.

Hoạt động kiểm tra, đánh giá của giảng viên có đúng mực, công bằng hay không cũng ảnh hưởng rất lớn đến kết quả học tập của các bạn sinh viên. Vì vậy chúng tôi tiến hành khảo sát 74 phiếu mức độ hài lòng về hoạt động đánh giá kết quả học tập của giảng viên về hoạt động học trên lớp, điểm chuyên cần, điều kiện tra và điều kiện dự thi thu được kết quả: 40% sinh viên đồng ý, 30% sinh viên hoàn toàn đồng ý, vẫn còn gần 20% sinh viên không đồng ý. Điều này cho thấy việc kiểm tra đánh giá của giảng viên

chưa triệt để hoàn toàn.

Ngoài ra nhóm tác giả bổ sung thêm phần tổng hợp ý kiến khảo sát sinh viên từ phòng thanh tra - khảo thí quản lý chất lượng về môn Kinh tế vi mô cụ thể:

Ưu điểm:

- Giảng viên dạy rất nhiệt tình, tận tâm với sinh viên, luôn giúp đỡ sinh viên trong những bài tập khó.

- Giảng viên có trách nhiệm, củng cố bài học sau mỗi tiết học

- Giảng viên có tinh thần giúp các em hiểu thêm về môn học cũng như các bài tập được giao.

Nhược điểm:

- Giảng viên dạy nhanh khiến sinh viên không theo kịp, khó hiểu

- Giảng viên trong quá trình giảng trình chiếu trên máy nhanh quá, sinh viên không theo kịp được

- Giảng viên ra bài tập ít, ra bài tập không giảng kỹ, giảng nhanh, chưa nhiệt tình

Qua các ý kiến cho thấy phần lớn sinh viên có nhận xét về giáo viên khá tốt, giảng bài dễ hiểu có vận dụng kiến thức thực tế. Tuy nhiên bên cạnh đó cũng có nhiều ý kiến cho rằng bài giảng khó hiểu, ít vận dụng bài tập, số ít nữa cho rằng giảng viên quá tập trung vào lý thuyết, giảng nhanh. Sử dụng máy chiếu chưa hiệu quả.

2.2.3. Điều kiện môi trường học tập

Chất lượng đầu vào ảnh hưởng không nhỏ tới kết quả học tập của sinh viên. Đặc trưng của môn học này là tính toán nhiều, chủ yếu vận dụng kiến thức toán. Tuy nhiên điểm tuyển sinh đầu vào các khóa k3, k4 theo thông tin tuyển sinh của trường:

**Bảng 3: Điểm chuẩn đầu vào**

TT	Ngành học	Mã	Điểm chuẩn	
			2016	2017
1	Kinh tế	A00, A01 523101101	15	14
2	Quản trị kinh doanh	A00, A01 52340101	15	14
3	Kế toán	A00, A01 52340301	15	14

Nguồn: Phòng tuyển sinh 2018

Năm 2017 nhà trường tuyển sinh thêm phương thức xét học bạ THPT điểm trúng tuyển là tổng kết lớp 12 của 3 môn học thuộc 1 trong các tổ hợp xét tuyển đạt từ 18 điểm trở lên là đạt.

Điều kiện cơ sở vật chất được nhóm tác giả khảo sát thu được kết quả là: Có tới 41,9% sinh viên cho rằng máy chiếu, quạt, tài liệu tham khảo có ảnh hưởng tới kết quả học tập; 20,3% ảnh hưởng nhiều; 18,9% ít ảnh hưởng; 18,9% không ảnh hưởng. Đa số sinh viên cho rằng điều kiện vật chất đều có ảnh hưởng đến việc học, đến kết quả học tập.

3. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng học môn Kinh tế vi mô

Kết quả học tập của sinh viên đóng một vai trò rất quan trọng trong quá trình học tập. Nghiên cứu này tập trung tìm hiểu ảnh hưởng của yếu tố nhà trường, giảng viên và bản thân sinh viên với kết quả học tập. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả xin đưa ra một số giải pháp sau:

3.1. Phía nhà trường

Tạo mọi điều kiện thuận lợi cho việc dạy và học. Cơ sở vật chất và trang thiết bị giảng dạy, học tập là một trong những yếu tố quan trọng quyết định chất lượng giảng

đạy và học tập trong sự tương tác giữa giảng viên và sinh viên, học viên. Chính vì lý do đó, các đơn vị liên quan cần có kế hoạch sửa chữa, nâng cấp trang thiết bị để phục vụ cho công tác giảng dạy và học tập của giảng viên và sinh viên đặc biệt là máy chiếu trong các phòng học...

3.2. Phía giảng viên

Giảng viên cần giới thiệu nội dung chương trình sát với đề cương môn học, giới thiệu nội dung học trên lớp nội dung tự nghiên cứu theo từng chương và thời gian phân bổ, giới thiệu giáo trình, tài liệu tham khảo và các kênh khác để các em luôn cập nhật nội dung mới và thực tiễn, thông báo với sinh viên cách thức kiểm tra đánh giá được áp dụng trong suốt quá trình học ngay từ buổi học đầu tiên.

Giảng viên cần tạo dựng cho sinh viên phương pháp học tập khoa học, hiệu quả như cần đề ra mục tiêu học tập, hướng dẫn sinh viên xây dựng kế hoạch học tập ngay từ đầu môn học. Tránh tình trạng sinh viên nhàm chán, giảng viên nên đưa thêm nhiều tình huống thực tiễn, kết hợp lý thuyết liên hệ thực tiễn để sinh viên dễ tiếp thu kiến thức hơn ở nội dung chương 2,6,7. Những phần khó,



phần trọng tâm giảng viên nên giảng kỹ hơn chậm hơn ví dụ tại chương 3,4,5 vận dụng bài tập hoặc kiến thức thực tế nhiều hơn.

Giảng viên không nên ôm đồm, muốn truyền tải hết mọi kiến thức trong giáo trình cho sinh viên mà nên hướng dẫn để sinh viên thảo luận, tự nghiên cứu giáo trình. Giảng viên cần kết hợp linh hoạt tận dụng tối đa các phương pháp và phương tiện dạy học hiện đại vào đặc trưng môn học kinh tế vi mô.

3.3. Phía sinh viên

Sinh viên cần chủ động nâng cao ý thức học tập trong quá trình học trên lớp như: tập trung vào bài giảng của giảng viên, mạnh dạn nêu lên những câu hỏi cho những vấn đề chưa rõ hay chưa hiểu, cũng như tích cực đóng góp ý kiến xây dựng bài... Sinh viên cũng cần chủ động trong việc tự học, tự nghiên cứu của mình như chủ động tìm kiếm tài liệu học tập, tài liệu tham khảo cho môn học ở các nhà sách, hoặc trên Internet thư viện.

Sinh viên có thể hình thành các nhóm nhỏ trao đổi với nhau ngoài giờ lên lớp; tổ chức học nhóm ở nhà. Sinh viên phải có kế hoạch học tập rõ ràng, đặt ra mục tiêu phân bổ thời gian tự học hợp lý, sinh viên nên hình thành kỹ năng quản trị thời gian cho mình.

III. KẾT LUẬN

Nâng cao chất lượng dạy và học là kim chỉ nam hành động của trường Đại học Kinh tế Nghệ An, Khoa Kinh tế Quản trị kinh doanh không ngừng tìm tòi, trao đổi, nghiên cứu để nâng cao trình độ chuyên môn, phương pháp giảng dạy cho giảng

viên, phương pháp học, tự nghiên cứu cho sinh viên. Qua đề tài “nâng cao chất lượng học môn kinh tế vi mô tại trường Đại học kinh tế Nghệ An” tác giả cho thấy thực trạng học tập môn kinh tế vi mô và phân tích, đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả học tập môn kinh tế vi mô của sinh viên trường đại học Kinh tế Nghệ An. Từ đó, đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng, kết quả học tập môn kinh tế vi mô của sinh viên trường Đại học Kinh tế Nghệ An trong thời gian tới góp phần thực hiện mục tiêu chung của trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cao Xuân Hạo (2001), *Bàn về chuyện tự học*, Kiến thức ngày nay số 396.
2. Đặng Vũ Hoạt (2006), *Lý luận dạy học đại học*, Đại học Sư phạm Hà Nội
3. Hoàng Anh, Đỗ Thị Châu (2008), *Tự học của sinh viên*, NXB Giáo Dục.
4. Vũ Thế Dũng (2013), *Vài suy nghĩ về vai trò mới của giảng viên đại học*, Khoa Quản lý công nghiệp, trường ĐH Bách khoa HCM.
5. Phòng đào tạo (2019), *Kết quả học tập kinh tế vi mô của sinh viên k3, sinh viên k4, trường Đại học Kinh tế Nghệ An*.
6. Phòng TT-KTCL (2019), *kết quả lấy ý kiến khảo sát sinh viên, trường Đại học Kinh tế Nghệ An*.
7. Phòng TT-KTCL (2018), *Kết quả thanh tra tỷ lệ thi lại của sinh viên các khóa k3, k4, trường Đại học kinh tế Nghệ An*.
8. Web trường Đại học Kinh tế Nghệ An <http://dhktna.edu.vn/>



XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

ThS. Hoàng Thị Thuý Hằng

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Thương hiệu có vai trò quan trọng không chỉ đối với doanh nghiệp mà cả đối với người tiêu dùng. Thương hiệu mạnh là tài sản vô giá của doanh nghiệp. Nhận thức về giá trị của một thương hiệu mạnh đã làm thay đổi căn bản hoạt động cũng như cơ cấu tổ chức kinh doanh của nhiều doanh nghiệp trong những năm gần đây. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam đang gặp khó khăn trong quá trình xây dựng thương hiệu. Bài viết “Xây dựng thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam” nhằm phân tích thực trạng xây dựng thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam, từ đó đề xuất một số giải pháp giúp các doanh nghiệp Việt Nam xây dựng thành công thương hiệu của mình trên thị trường, nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Xây dựng thương hiệu là việc cần thiết để thiết lập, quảng bá và duy trì hình ảnh của công ty. Từ logo đến những câu tagline, các công ty đều phấn đấu để giúp cho chúng có thể nhận ra ngay lập tức. Tuy nhiên, vấn đề xây dựng thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam là vấn đề không đơn giản, đặc biệt với các doanh nghiệp trong phạm vi hữu hạn của nguồn vốn kinh doanh.

II. NỘI DUNG

1. Khái niệm về thương hiệu

Hiện nay, thuật ngữ thương hiệu đang được sử dụng rất rộng rãi ở Việt Nam. Tại rất nhiều diễn đàn cũng như trên các phương tiện thông tin đại chúng đều nói đến thương hiệu. Tuy nhiên, vẫn đang còn tồn tại một số quan niệm khác nhau về thuật ngữ này. Có quan niệm thì đồng nghĩa nhãn hiệu với thương hiệu, có quan niệm thì lại phân biệt

nhãn hiệu với thương hiệu. Trong hệ thống các văn bản pháp luật của Việt Nam hiện nay không có khái niệm về thương hiệu mà chỉ có các khái niệm như nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý hay tên gọi xuất xứ hàng hóa. Tổng hợp từ nhiều quan điểm khác nhau, có thể hiểu thương hiệu một cách tương đối như sau: Thương hiệu là tổng hợp tất cả các yếu tố vật chất, thẩm mỹ, lý lẽ và cảm xúc của một sản phẩm (hoặc doanh nghiệp), bao gồm bản thân sản phẩm, tên, logo, hình ảnh và mọi sự thể hiện hình ảnh, dần qua thời gian được tạo dựng rõ ràng trong tâm trí khách hàng nhằm thiết lập một chỗ đứng tại đó”. Như vậy thương hiệu là một thuật ngữ với nội hàm rộng:

Thứ nhất, là hình tượng về hàng hoá hoặc doanh nghiệp. Đã là hình tượng thì chỉ có cái tên, cái biểu trưng thôi chưa đủ để nói lên tất cả. Yếu tố quan trọng ẩn đằng sau là



làm cho những cái tên, cái biểu trưng đó đi vào tâm trí khách hàng chính là chất lượng sản phẩm, cách ứng xử của doanh nghiệp với khách hàng và với cộng đồng, những lợi ích đích thực cho người tiêu dùng do những sản phẩm đó mang lại.

Thứ hai, những dấu hiệu thương hiệu phải được xác lập và tồn tại rõ ràng trong tâm trí khách hàng. Thông qua những dấu hiệu đó, khách hàng dễ dàng nhận biết sản phẩm của doanh nghiệp trong muôn vàn những hàng hoá khác.

Thứ ba, xét dưới góc độ giá trị mà thương hiệu cung cấp cho khách hàng, thì ngoài các thuộc tính chức năng hay công dụng của sản phẩm thông thường, thương hiệu mang lại những cảm xúc từ sản phẩm đó. Và hơn thế nữa, theo Philip Kotler, một thương hiệu xuất sắc mang lại màu sắc và âm hưởng cho sản phẩm của doanh nghiệp.

2. Vai trò của việc xây dựng thương hiệu đối với DN

Theo Jack Trout, thương hiệu là một cam kết tuyệt đối về chất lượng, dịch vụ, giá trị trong một thời gian dài đã được chứng nhận qua hiệu quả sử dụng và bởi sự thỏa mãn của người tiêu dùng. Với David A. Aaker, thương hiệu là hình ảnh có tính chất văn hóa, lý tính, cảm tính, trực quan và độc quyền mà bạn liên tưởng tới khi nhắc đến một sản phẩm hay một công ty.

Sở dĩ doanh nghiệp (DN) cần phải xây dựng thương hiệu là bởi xây dựng thương hiệu chính là tạo dựng uy tín của DN đối với người

tiêu dùng. Bên cạnh đó, khi đã tạo dựng được thương hiệu nổi tiếng, các nhà đầu tư cũng không ngại một khi đầu tư vốn vào DN; bạn hàng của DN cũng sẽ sẵn sàng hợp tác kinh doanh, cung cấp nguyên liệu và hàng hoá cho DN. Thương hiệu luôn là tài sản vô hình nhưng có giá trị rất lớn của DN. Quan trọng hơn, thông qua thương hiệu người tiêu dùng tin tưởng, yên tâm hơn và mong muốn được lựa chọn, tiêu dùng sản phẩm hàng hoá và dịch vụ của DN... Chính những điều đó đã thôi thúc các DN Việt Nam, ngay cả đó là các DN nhỏ và vừa (DNVVN) trong xây dựng và phát triển thương hiệu.

3. Thực trạng công tác xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng vào kinh tế khu vực và quốc tế đã mang đến nhiều cơ hội xuất khẩu hàng hóa đối với Việt Nam nhưng cũng tạo ra áp lực cạnh tranh ngày càng khốc liệt, không chỉ ở thị trường quốc tế mà ngay cả ở thị trường trong nước. Đáp ứng yêu cầu hội nhập, xây dựng thương hiệu là điều cần thiết, bởi đây không chỉ là tấm giấy thông hành giúp DN trong hoạt động xuất khẩu, cạnh tranh “sòng phẳng” với các DN nước ngoài, mà còn tạo danh tiếng, thương hiệu của cả một quốc gia. Tuy nhiên, nhiều đánh giá cho thấy, đến nay thương hiệu vẫn là điểm yếu của các DN Việt Nam. Phần lớn các DN Việt Nam chưa quan tâm đến vấn đề này, nhất là đối với các DNVVN. Theo khảo sát của Bộ Công thương, hiện nay mới chỉ khoảng 20% doanh nghiệp (DN)



Việt đầu tư xây dựng thương hiệu. Thông tin trên được đưa ra tại hội thảo “Thương hiệu trong chiến lược phát triển doanh nghiệp”, do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp với một số đơn vị tổ chức ngày 29/10.

Lý giải về điều này, các chuyên gia cho rằng, nguyên nhân là do các DN Việt còn bị hạn chế về nhiều mặt, nhất là về nguồn lực tài chính nên chưa đủ sức xây dựng được thương hiệu cho riêng mình. Bên cạnh đó, còn không ít DNVVN có quan niệm việc xây dựng thương hiệu là tốn kém, lãng phí và chỉ phù hợp với những DN lớn.

Chính bởi tư duy đó mà nhiều DNVVN Việt Nam bị lép vế, yếu thế và dẫn đến hậu quả nhiều khách hàng đã quay lưng lại với các sản phẩm trong nước, quan tâm đến các sản phẩm có thương hiệu nước ngoài.

Mặt khác, các DN chỉ chú trọng đăng ký thương hiệu tại thị trường trong nước, chứ chưa đăng ký tại thị trường nước ngoài. Điều này khiến DN chịu thiệt đơn, thiệt kép.

Đơn cử như đã có nhiều trường hợp, sản phẩm của DN Việt Nam rất nổi tiếng và được ưa chuộng trên thế giới như cà phê Trung Nguyên, mít sấy Vinamit, giày dép Bitis... do chưa chú ý đăng ký nhãn hiệu nên đã bị chiếm đoạt thương hiệu tại một số thị trường nước ngoài, gây tổn thất lớn trong việc mở rộng thị trường và cạnh tranh với hàng ngoại nhập.

Hay như trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản, mặc dù Việt Nam luôn đứng đầu trong top đầu thế giới về xuất khẩu gạo, cà phê,

hồ tiêu... nhưng nông sản mang thương hiệu Việt Nam trên thị trường thế giới hiện rất khiêm tốn. Thương hiệu nông sản mang tên DN Việt Nam rất ít được biết đến mặc dù chất lượng các mặt hàng nông sản xuất khẩu được thị trường nhiều nước ưa chuộng.

Không chỉ về nhận thức, mà hạn chế của doanh nghiệp Việt nam trong xây dựng thương hiệu còn là ở nguồn lực, các doanh nghiệp chưa có nhiều nguồn lực về con người, tài chính để đầu tư cho hoạt động xây dựng, phát triển thương hiệu. Cản trở đó đã làm cho các doanh nghiệp Việt, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa gặp rất nhiều khó khăn trong xây dựng thương hiệu, giá trị thương hiệu thấp dẫn đến giá trị sản phẩm cũng không được đánh giá cao. Mặc dù Việt Nam có nhiều sản phẩm, ngành hàng có chất lượng, đã xuất khẩu được số lượng lớn nhưng giá trị mang lại chưa cao do chưa xây dựng, khẳng định được thương hiệu. Đơn cử như ngành hàng lúa gạo, cùng là loại gạo 5% tấm nhưng gạo của Mỹ có giá 510-520 USD/tấn, gạo Thái Lan có giá 400 USD/tấn, trong khi gạo Việt Nam chỉ bán được với giá 350 USD/tấn.

4. Các xu hướng xây dựng thương hiệu Việt Nam

Trong một khảo sát mới đây được thực hiện bởi Mibrand Việt Nam nhằm phác họa bức tranh về hiện trạng và các nhu cầu xây dựng chiến lược thương hiệu tại thị trường Việt Nam, 4 xu hướng về thương hiệu đã được công bố.



Cuộc khảo sát được tiến hành online trong vòng một tháng, từ 1/4/2018 đến 30/4/2018 với các đối tượng được khảo sát hiện đang hoạt động trong các lĩnh vực công nghệ, tài chính/ngân hàng, giáo dục, bán lẻ, mỹ phẩm làm đẹp, bảo hiểm, xây dựng, chăm sóc sức khỏe, dịch vụ đồ ăn/uống... Một con số khá đáng chú ý được đưa ra đó là với cách thức xây dựng thương hiệu mà các doanh nghiệp lựa chọn hiện giờ, có tới 79,62% lựa chọn tự thực hiện.

Khảo sát cho thấy có 4 vấn đề chính trong quá trình xây dựng thương hiệu tại Việt Nam. Thứ nhất, thiếu công cụ, phương pháp khi tự thực hiện xây dựng thương hiệu bằng nguồn lực nội bộ của doanh nghiệp; Thứ hai, Khó khăn trong việc đo lường kết quả, chất lượng thực hiện các hoạt động xây dựng thương hiệu; Thứ ba, nhiều người còn nghi ngờ chất lượng và chi phí khi thuê ngoài (Agency, chuyên gia tư vấn) thực hiện xây dựng thương hiệu; Và cuối cùng, đó là ít người được khảo sát hài lòng với kết quả thu được khi thuê ngoài (Agency, chuyên gia tư vấn) thực hiện xây dựng thương hiệu.

Bản khảo sát cũng đã tổng hợp các ý kiến, từ đó phân tích và đưa ra 04 xu hướng xây dựng Thương hiệu Việt Nam hiện nay đó là: Định vị và tái định vị thương hiệu; Xây dựng đội ngũ các chuyên gia thương hiệu nội bộ; Xây dựng và tích lũy giá trị thương hiệu; Đo lường được hiệu quả các hoạt động truyền thông.

Xu hướng 1, để định vị và tái định vị

thương hiệu, doanh nghiệp cần hiện thực hóa hình ảnh liên tưởng thương hiệu khác biệt hóa thông qua truyền thông và hành động; định hướng và chuẩn hoá ý tưởng cho hoạt động truyền thông trong dài hạn (03 - 05 năm). Đây cũng chính là cơ sở vững chắc để xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Xu hướng 2, xây dựng đội ngũ các chuyên gia thương hiệu nội bộ. Để làm tốt điều này, doanh nghiệp cần thay đổi thói quen thực hiện truyền thông thương hiệu bằng cách tự xây dựng chiến lược thương hiệu và tăng cường liên kết chặt chẽ với tất cả các phòng, ban; tối thiểu chi phí thuê ngoài, tái định nghĩa vai trò của các chuyên gia tư vấn và Agency.

Ví dụ được đưa ra về doanh nghiệp đã thành công trong việc xây dựng đội ngũ các chuyên gia thương hiệu nội bộ đó là Vinamilk. Từ 2005, Vinamilk đã tổ chức các chiến dịch với đội ngũ marketing nội bộ liên tục tự nâng cấp và cân bằng năng lực với các agency được mời gọi có chọn lọc.

Unilever cũng là một điển hình. Họ vừa thông báo trong báo cáo hằng năm 2017 của mình rằng có tháng họ đã tiết kiệm được 30% chi phí cho agency sau khi tự sản xuất in-house nhiều quảng cáo hơn và giảm vai trò của các agency bên ngoài.

Xu hướng 3, xây dựng và tích lũy giá trị thương hiệu. Xu hướng này cho thấy, việc nhìn nhận thương hiệu là yếu tố vô hình mạnh mẽ nhất tạo ra giá trị cho cổ đông và doanh nghiệp. Thương hiệu mạnh có tầm ảnh



hưởng quan trọng đến kết quả kinh doanh & tác động tới nhiều bên liên quan. Thương hiệu lớn mạnh và kết quả kinh doanh cao có sự liên quan chặt chẽ.

Xu hướng 4, đo lường được hiệu quả các hoạt động truyền thông. Xu hướng này sẽ giúp giải phóng cho các hoạt động truyền thông, quảng bá thương hiệu khỏi sức ép của lợi nhuận và doanh thu, từ đó, doanh nghiệp cũng xác định cơ sở đánh giá hiệu quả dành cho các hoạt động truyền thông trong tương lai. Liên tục điều chỉnh hành vi thương hiệu dựa trên việc đánh giá và đo lường được hiệu quả các hoạt động truyền thông.

5. Giải pháp xây dựng thương hiệu cho các doanh nghiệp Việt Nam

Để có thể xây dựng và quản trị hiệu quả thương hiệu, thời gian tới các DN Việt Nam cần chú trọng một số giải pháp sau:

Thứ nhất, định hình chiến lược chung xây dựng thương hiệu.

Khi xây dựng thương hiệu cũng cần xuất phát từ mục tiêu trước mắt và lâu dài. Vì thế, chiến lược thương hiệu cần gắn liền với chiến lược sản phẩm, gắn liền với chiến lược đầu tư và các kế hoạch tài chính của DN. DN cần đi từ thương hiệu cá biệt của hàng hoá hoặc ngược lại, đi từ thương hiệu chung của DN đến thương hiệu cá biệt cho từng hàng hoá.

Với chiến lược đi từ thương hiệu cá biệt đến thương hiệu chung hoặc vừa phát triển thương hiệu cá biệt, vừa phát triển thương hiệu chung là cách mà các DN lớn thường

lựa chọn (chiến lược đa thương hiệu). Ưu điểm của cách này là khả năng tiếp cận thị trường nhanh, hạn chế được nguy cơ rủi ro từ một thương hiệu cá biệt không thành công và phát triển nhanh các thương hiệu khác nhờ một thương hiệu thành công, tuy nhiên để làm được điều này, DN cần cân đối nguồn lực, chi phí lớn để thực hiện.

Thứ hai, xây dựng ma trận SWOT, đánh giá tổng quan về DN trước khi đưa ra chính sách xây dựng thương hiệu. Cụ thể là khi xây dựng ma trận SWOT, DN cần nghiên cứu phân tích được những thuận lợi và khó khăn của mình để từ đó tìm ra hướng đi riêng phù hợp. Lý do để lựa chọn mô hình SWOT cần phù hợp, dễ thực hiện trong từng giai đoạn khác nhau và phù hợp với bất kỳ mô hình kinh doanh nào, nhất là đối với các DNNVV.

Thứ ba, nghiên cứu thị trường. Thông tin thị trường giữ vai trò quan trọng trong hoạt động marketing. Nghiên cứu thị trường nhằm nắm bắt được sự thay đổi nhu cầu, các yếu tố tác động và ảnh hưởng đến nhu cầu hiện tại và tương lai, có những nhu cầu nào khác sẽ xuất hiện và mong ước cũng như niềm tin về thương hiệu trong tương lai biến đổi như thế nào. Các nội dung nghiên cứu thị trường liên quan đến thương hiệu có thể là: Nghiên cứu môi trường kinh doanh (các biến không thể kiểm soát), nghiên cứu tác động marketing của doanh nghiệp đến với khách hàng (các biến có thể kiểm soát) và nghiên cứu đặc điểm hành vi của nhóm công



chúng mục tiêu của thương hiệu. Các kết quả nghiên cứu thị trường như: mức độ biết đến thương hiệu, các tiêu chuẩn lựa chọn thương hiệu, mức độ ưa thích thương hiệu... sẽ đóng vai trò cung cấp thông tin, hỗ trợ doanh nghiệp ra các quyết định liên quan đến thương hiệu.

Thứ tư, hoạch định chiến lược thương hiệu. Chiến lược thương hiệu là con đường mà doanh nghiệp vạch ra để đạt được mục tiêu về thương hiệu của mình. Một chiến lược thương hiệu được xác định rõ và được thực hiện sẽ ảnh hưởng đến tất cả các khía cạnh của doanh nghiệp và được kết nối trực tiếp đến nhu cầu của người tiêu dùng, cảm xúc và môi trường cạnh tranh. Tiến trình hoạch định chiến lược thương hiệu được thực hiện tuân theo tiến trình hoạch định chiến lược cơ bản. Các quyết định về chiến lược thương hiệu như: mở rộng thương hiệu, mở rộng dòng sản phẩm hay sử dụng nhiều thương hiệu thường được xây dựng trong dài hạn (3 năm trở lên), bao gồm: Mục tiêu của thương hiệu trong từng năm; Nguồn lực cho thương hiệu trong từng năm; Kế hoạch tung sản phẩm mới ra thị trường theo từng năm.

Thứ năm, xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu. Hệ thống nhận diện thương hiệu là tập hợp những liên tưởng mà một doanh nghiệp muốn đọng lại trong tâm tưởng của khách hàng thông qua sản phẩm (chủng loại, đặc tính, chất lượng và giá trị sản phẩm, cách sử dụng, người sử dụng và nguồn gốc sản phẩm), công ty (những giá trị

văn hoá hay triết lý kinh doanh), con người (hình ảnh nhân viên, các mối quan hệ bên trong và bên ngoài) và biểu tượng (tên gọi, logo, khẩu hiệu, nhạc hiệu, hình tượng, kiểu dáng và mẫu mã). Thành tố cơ bản của hệ thống nhận diện thương hiệu đó là cấu trúc nền móng của thương hiệu, bao gồm:

- Các nhận biết cơ bản của thương hiệu (Brand Attributes): tên thương hiệu, logo, màu sắc, đặc điểm nhận dạng giúp thương hiệu đó khác với thương hiệu khác.

- Các lợi ích thương hiệu (Brand Benefits): là lợi ích thực tính, lợi ích cảm tính và lợi ích cảm xúc của thương hiệu đó mang lại cho người tiêu dùng.

- Niềm tin thương hiệu (Brand Beliefs): Niềm tin nào chứng tỏ rằng thương hiệu sẽ mang lại lợi ích cho người dùng.

- Tính cách thương hiệu (Brand Personality): Tập hợp những nét đặc tính cảm xúc được dùng để định hình thương hiệu. Thương hiệu chính là con người. Giống như con người, thương hiệu cũng có các loại nhận thức và tính cách thương hiệu không giống nhau. Cách ngắn nhất để khách hàng biết đến tính cách thương hiệu là chủ động chuyển tải, cung cấp thông tin của thương hiệu đến khách hàng. Nghĩa là phải công bố tính cách thương hiệu thay vì để khách hàng tự tìm đến, tự cảm nhận.

- Bản chất thương hiệu (Brand Essence): Là tóm tắt các yếu tố tạo sự khác biệt và đặc trưng, thường được sử dụng như slogan của thương hiệu.

Thứ sáu, truyền thông quảng bá



thương hiệu. Do nhận thức của công chúng đối với một thương hiệu sản phẩm nào đó thường là một quá trình lâu dài, trong quá trình này hoạt động quảng cáo tuyên truyền giữ vai trò là chất xúc tác để thương hiệu trở nên nổi tiếng.

Thông qua hoạt động quảng bá, truyền thông và nỗ lực marketing, hình tượng thương hiệu DN được hình thành dựa trên sự cảm nhận, liên tưởng và nhận biết của khách hàng mục tiêu và công chúng. Một chiến lược truyền thông và marketing có hiệu quả sẽ đảm bảo sự cảm nhận trùng hợp giữa hình tượng thương hiệu do DN xây dựng với thương hiệu nhận biết bởi khách hàng mục tiêu.

Xây dựng và quản trị thương hiệu không phải là một hoạt động có thể hình thành trong một vài tuần/vài tháng hay vài năm. Thương hiệu, xét về bản chất, cũng giống như một con người, cần có sự chăm chút và tự nỗ lực vận động không ngừng để tồn tại/phát triển và khẳng định vị trí trong cộng đồng. Điều đó cũng lý giải vì sao các thương hiệu mạnh/hàng đầu thường thuộc về những DN chú trọng nhiều nhất và chi tiết nhất đến hoạt động quản trị thương hiệu.

Việc xây dựng và quản trị thương hiệu là hoạt động đòi hỏi nhiều công sức và chi phí, tuy nhiên, có thể được thực thi dưới nhiều hình thức khác nhau tùy từng hoàn cảnh và điều kiện cụ thể của DN. Đặc biệt, đối với các DN VN, nên chú ý tới các vấn đề sau:

- Các sản phẩm/dịch vụ bán hàng và sau

bán hàng chính là biểu hiện trực tiếp rõ ràng nhất về thương hiệu DN. Dịch vụ sau bán hàng là điểm cốt lõi gây ấn tượng đối với khách hàng mục tiêu.

- Biến tất cả các nhân viên của công ty thành các chuyên gia quảng cáo và marketing: Mỗi nhân viên cần hiểu rõ về tiêu chí kinh doanh và sứ mệnh của DN. Mỗi thành viên phải trở thành một hình ảnh tiêu biểu cho công ty qua cách họ giới thiệu về DN, trang phục và phong cách làm việc.

- Lập kế hoạch ngay khi có thể, không cần chờ đến đầu năm tài chính. Mỗi thời gian trôi qua là mỗi một cơ hội bị bỏ lỡ.

- Không bao giờ có cơ hội thứ 2 để gây ấn tượng đầu tiên. DN chỉ nên tham gia vào các hoạt động quảng bá/khuyếch trương/PR, khi đã có kế hoạch kỹ lưỡng và tổng thể.

- Tham khảo ý kiến của các chuyên gia tư vấn. Hầu hết các hãng quảng cáo đang cộng tác thành công với DN đều sẵn lòng hỗ trợ DN trong lĩnh vực này.

III. KẾT LUẬN

Các nhà thiết kế và quản lý nhãn hiệu hàng hoá luôn đứng trước một bài toán học búa: làm như thế nào để có thể xây dựng một thương hiệu thành công? Sẽ không có một lời giải duy nhất song một thông điệp mà doanh nghiệp không thể không luôn ghi nhớ: “Khác biệt hay là chết”. Sự khác biệt không chỉ giúp người tiêu dùng phân biệt giữa các nhãn hiệu mà nhãn hiệu đó trở thành người tiên phong trong lĩnh vực mà nó tạo ra sự khác biệt.

Con đường xây dựng thương hiệu của



các doanh nghiệp Việt Nam chưa bao giờ hết gặp ghềnh, nhưng đã bằng phẳng hơn rất là nhiều, khi nhận thức của các doanh nghiệp đang ngày càng được cải thiện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Ngọc Anh (2018), *10 bí quyết xây dựng thương hiệu thành công cho doanh nghiệp nhỏ - con át chủ bài cho chiến lược marketing*, phamngocanh.com

2. Hoàng Lệ Chi, Trần Thị Thập (2013), *Giáo trình quản trị thương hiệu*, Học viện bưu chính viễn thông.

3. Trần Việt Dũng (2019), *Xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam*, Tạp chí Tài chính online.

4. Thùy Linh (2018), *Bài toán xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp nhỏ*, Brandsvietnam.com

5. Hiền Mai (2018), *4 xu hướng xây dựng thương hiệu Việt Nam năm 2018*, Vietnambiz.vn

6. Bùi Văn Quang (2015), *Quản trị thương hiệu - Lý thuyết và thực tiễn*, NXB Lao động - xã hội.



VẬN DỤNG HỌC THUYẾT HAI YẾU TỐ CỦA F. HERZBERG ĐỂ NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG CÔNG VIỆC

TS. Đặng Thị Thảo

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Con người là nhân tố đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định thắng lợi các nhiệm vụ, mục tiêu sản xuất kinh doanh đã đề ra của một tổ chức. Chính vì vậy, việc sử dụng các hình thức khuyến khích vật chất và tinh thần đối với người lao động trong doanh nghiệp là rất cần thiết để đảm bảo lợi ích cho cả doanh nghiệp và người lao động. Bài viết “Vận dụng học thuyết hai yếu tố của F. Herzberg để nâng cao sự hài lòng của người lao động trong công việc” nhằm chỉ ra các yếu tố hài lòng và không hài lòng đối với người lao động trong học thuyết F. Herzberg; từ đó vận dụng các yếu tố hài lòng của học thuyết hai yếu tố để nâng cao sự hài lòng cho người lao động trong công việc.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Làm thế nào để tạo được động lực cho nhân viên, duy trì được một nguồn nhân lực có nhiệt tình, tâm huyết và làm việc hiệu quả cao luôn là câu hỏi được các nhà lãnh đạo quan tâm và bỏ nhiều công sức để tìm ra câu trả lời? Tạo động lực cho người lao động trong tổ chức, đã có rất nhiều nghiên cứu của các nhà kinh tế học với các học thuyết được đưa ra, trong đó, học thuyết hai yếu tố của F. Herzberg được đánh giá rất cao trong việc ứng dụng tạo giải pháp động lực cho người lao động. Vậy, những yếu tố nào cho sự hài lòng và vận dụng yếu tố đó như thế nào? Nội dung bài viết sẽ làm rõ vấn đề này và góp phần nâng cao chất lượng hiệu quả công việc của người lao động.

II. NỘI DUNG

1. Nội dung học thuyết hai yếu tố của F. Herzberg

Năm 1959, F. Herzberg và các đồng nghiệp của mình, sau khi thực hiện các cuộc phỏng vấn với hơn 200 người kỹ sư và kế toán của ngành công nghiệp khác nhau và đã rút ra nhiều kết luận rất bổ ích. Ông đặt các câu hỏi về các loại nhân tố đã ảnh hưởng đến người lao động như: khi nào thì có tác dụng động viên họ làm việc và khi nào thì có tác dụng ngược lại. Bằng kinh nghiệm chuyên môn, ông chia các nhu cầu của con người theo 2 loại độc lập và có ảnh hưởng tới hành vi con người theo những cách khác nhau: khi con người cảm thấy không thỏa mãn với công việc của mình thì họ rất lo lắng về môi trường họ đang làm việc, còn khi họ cảm thấy hài lòng về công việc thì họ tập trung tâm đến chính công việc. Ông đã phân thành 2 nhóm nhân tố: duy trì và thúc đẩy.



NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

Nội dung của các nhân tố đó được mô tả theo bảng sau:

Bảng nội dung của thuyết hai nhân tố

Chỉ tiêu	Nhân tố thúc đẩy	Nhân tố duy trì
Định nghĩa	Các nhân tố thúc đẩy là các yếu tố thuộc bên trong công việc. Đây chính là nhu cầu cơ bản của người lao động khi tham gia làm việc.	Các nhân tố duy trì là các yếu tố khách quan bên ngoài công việc, tác động tới khả năng duy trì, tiếp tục công việc của người lao động.
Nội dung	Nhân tố thúc đẩy bao gồm : Các nhân tố tạo nên sự thỏa mãn. Các nhân tố tạo nên sự thành đạt. Sự thừa nhận thành tích. Bản thân công việc của người lao động.	Nhân tố duy trì bao gồm: Môi trường và điều kiện làm việc của người lao động. Các chính sách chế độ quản trị của doanh nghiệp. Tiền lương. Sự hướng dẫn công việc. Các quan hệ với con người.
Vai trò	Các nhân tố thúc đẩy nếu không được thỏa mãn thì dẫn đến bất mãn, nếu được thỏa mãn thì sẽ có tác dụng tạo động lực.	Các yếu tố này khi được tổ chức tốt có tác dụng ngăn ngừa sự không thỏa mãn đối với công việc của người lao động.

Nguồn: Theo tổng hợp của nhóm nghiên cứu

Thuyết 2 nhân tố của F. Herzberg cũng có những ảnh hưởng quan trọng đối với nhà quản lý như sau:

+ Những nhân tố làm thỏa mãn người lao động là khác với các nhân tố tạo ra sự thỏa mãn.

Vì vậy, bạn không thể mong đợi sự thỏa mãn người lao động bằng cách đơn giản là xoá bỏ các nguyên nhân gây ra sự bất mãn.

+ Việc quản lý nhân viên có hiệu quả đòi hỏi phải giải quyết thỏa đáng đồng thời cả 2 nhóm nhân tố duy trì và thúc đẩy, chứ không nên chỉ chú trọng vào một nhóm nào.

2. Những yếu tố ảnh hưởng về sự hài lòng và sự không hài lòng trong công việc theo học thuyết của F. Herzberg

Những phát hiện của F. Herzberg cho thấy rằng một số đặc điểm của một công việc liên quan tới sự hài lòng công việc, trong khi các yếu tố khác nhau có liên quan đến sự không hài lòng công việc. Đó là:

Các yếu tố cho sự hài lòng	Các yếu tố cho sự không hài lòng
Thành tựu	Chính sách công ty
Sự công nhận	Sự giám sát
Bản thân công việc	Mối quan hệ với người giám sát và đồng nghiệp
Trách nhiệm	Điều kiện làm việc
Tiến bộ	Lương
Sự phát triển	Trạng thái
	Sự bảo vệ



Kết luận ông đã đưa ra là sự hài lòng công việc và sự không hài lòng công việc không phải là sự đối lập.

Theo Herzberg, các yếu tố dẫn đến sự hài lòng trong công việc là “riêng biệt và khác biệt so với những yếu tố dẫn đến sự không hài lòng công việc”. Do đó nếu đặt ra và loại bỏ các yếu tố không hài lòng, bạn có thể tạo ra hòa bình nhưng chưa chắc đã nâng cao được hiệu suất. Điều này làm giảm nhân sự của bạn thay vì thực sự thúc đẩy họ cải thiện hiệu suất.

Các đặc điểm liên quan đến sự không hài lòng công việc được gọi là các yếu tố cần loại bỏ. Nếu muốn tạo động lực cho nhân viên của mình, bạn phải tập trung vào các yếu tố hài lòng như thành tích, sự công nhận và trách nhiệm.

3. Vận dụng học thuyết để nâng cao sự hài lòng trong công việc

Để áp dụng thuyết này, bạn cần phải áp dụng quy trình hai giai đoạn để thúc đẩy nhân viên.

Thứ nhất, bạn cần phải loại bỏ sự bất mãn mà họ đang gặp phải.

Thứ hai, bạn cần phải giúp họ tìm thấy sự hài lòng.

Thứ nhất: Loại bỏ các yếu tố bất mãn mà họ đang gặp phải

Theo F.Herzberg : “các yếu tố cần loại bỏ”; chính là nguyên nhân của sự không hài lòng. Để loại bỏ chúng, bạn cần phải:

- Sửa chữa các chính sách kém và làm chậm sự phát triển của người lao động trong

công ty.

- Cung cấp kiểm tra, giám sát hiệu quả, các hỗ trợ và không xâm phạm.

- Tạo và hỗ trợ một nền văn hóa của sự tôn trọng cho tất cả các thành viên trong nhóm.

- Đảm bảo rằng mức lương cạnh tranh.

- Cung cấp công việc có ý nghĩa cho tất cả các vị trí.

- Tạo cảm giác an toàn và ổn định với công việc.

Tất cả những hành động này giúp bạn loại bỏ sự bất mãn công việc trong tổ chức của bạn.

Hãy nhớ rằng, chỉ vì ai đó không bất mãn, nó không có nghĩa là họ hài lòng! Chúng ta cần phải chuyển sự chú ý của mình để xây dựng sự hài lòng công việc.

Thứ hai: Tạo điều kiện cho sự hài lòng công việc

Để tạo ra sự hài lòng, F.Herzberg nói rằng bạn cần phải giải quyết các yếu tố thúc đẩy liên quan với công việc. Theo F.Herzberg gọi đây là “sự phong phú trong công việc”. Tiền đề của ông là mọi công việc nên được kiểm tra để xác định xem nó có thể được làm tốt hơn và thỏa mãn hơn với người đang làm việc đó. Những điều cần xem xét bao gồm:

- Tạo ra cơ hội cho nhân viên đạt được thành tích.

- Thừa nhận sự đóng góp của mọi người.

- Tạo ra công việc phù hợp với kỹ năng và khả năng của từng người.

- Giao càng nhiều trách nhiệm cho nhân viên càng tốt.



- Tạo ra cơ hội thăng tiến trong công ty thông qua các chương trình bổ nhiệm nội bộ.

- Cung cấp các cơ hội đào tạo và phát triển, để mọi người có thể theo đuổi các vị trí họ muốn trong công ty.

Để có được các điều kiện cho sự hài lòng trên tốt, chúng ta cần chú ý một số vấn đề như sau:

Thứ nhất: Những người khác nhau sẽ cảm nhận vấn đề khác nhau, và sẽ bị thúc đẩy bởi những thứ khác nhau. Hãy chắc chắn rằng bạn nói chuyện với nhân viên thường xuyên để tìm ra những gì quan trọng đối với họ.

Thứ hai: Lý thuyết này là phần lớn cho phép nhân viên chịu trách nhiệm về việc lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát công việc của họ, và coi đó như một phương cách để tăng động lực và sự hài lòng.

III. KẾT LUẬN

Mọi người muốn điều gì từ công việc của họ? Có phải họ chỉ muốn có mức lương cao hơn? Hay họ muốn sự bảo vệ, các mối quan hệ tốt với đồng nghiệp, cơ hội để phát triển và thăng tiến - hay một điều gì khác?

Đây là một câu hỏi quan trọng, bởi vì nó là gốc rễ của động lực - chiếc chìa khóa giúp nhân viên của bạn mở toang cánh cửa khai

phá tiềm năng của họ để tạo ra hiệu suất làm việc vượt trội. Nếu làm điều này một cách có hệ thống, bạn sẽ ngạc nhiên trước hiệu quả của nó tới việc tạo động lực cho nhân viên của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Daniel H. Pink(2013), *Động lực 3.0*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội

2. Ths Nguyễn Văn Điềm và PGS.TS Nguyễn Ngọc Quân (2007), *Giáo trình quản trị nhân lực*, NXB Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.

3. Vương Minh Kiệt (2005), *Giữ chân nhân viên bằng cách nào*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội.

4. PGS.TS Phạm Thành Nghị, *Phát huy động lực của con người lao động trong quản lý và sử dụng nguồn nhân lực*.

5. Tạ Ngọc Ái (2009), *Chiến lược cạnh tranh thời đại mới*, NXB Thanh niên, Hà Nội.

6. GS.TS Lê Hữu Tăng (1997), *Về động lực của sự phát triển kinh tế- xã hội*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.

7. PGS.TS Bùi Anh Tuấn và PGS.TS Phạm Thúy Hương (2011), *Giáo trình hành vi tổ chức*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội

8. TS Vũ Thu Uyên (2008), *Giải pháp tạo động lực cho lao động quản lý trong các doanh nghiệp Nhà nước ở Hà Nội và ở Việt Nam đến năm 2020*, NXB trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

9. Business Edge (2006), *Tạo động lực làm việc - phải chăng chỉ có thể bằng tiền*, NXB Trẻ, Hà Nội



PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Thanh Hải
Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Các khoản cho vay tiêu dùng là nguồn tài chính quan trọng giúp người tiêu dùng có thể trang trải các nhu cầu trong cuộc sống như nhà ở, phương tiện đi lại, tiện nghi sinh hoạt, học tập, du lịch, y tế... trước khi họ có đủ khả năng về tài chính để hưởng thụ. Các khoản cho vay tiêu dùng ngày nay thường được cung ứng bởi ngân hàng và các tổ chức tín dụng phi ngân hàng, dưới các hình thức như cho vay mua xe, cho vay mua thiết bị gia đình, cho vay theo lương, cho vay qua thẻ tín dụng... Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế, đời sống của nhân dân đã được cải thiện đáng kể, nhu cầu chi tiêu phục vụ đời sống ngày càng cao, đó là điều kiện thuận lợi cho hoạt động ngân hàng nói chung, lĩnh vực cho vay tiêu dùng nói riêng phát triển. Tại Việt Nam, mặc dù chỉ mới phát triển mạnh trong vài năm trở lại đây, song tiềm năng phát triển cho vay tiêu dùng là rất lớn. Sự tồn tại và phát triển nào cũng đều có ý nghĩa với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, vì vậy cần nhìn nhận một cách khách quan về thị trường này.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thay vì tích góp hay gửi tiết kiệm hàng tháng cho đủ số tiền cần thiết, người tiêu dùng Việt Nam ngày nay đã nhận thức tốt hơn về cho vay tiêu dùng.

Theo báo cáo tài chính tiêu dùng của FiinGroup năm 2019, 96% người dân được hỏi biết tới các sản phẩm, dịch vụ của các công ty tài chính tiêu dùng như cho vay trả góp, cho vay tiền mặt, trong khi con số này là 43% trong năm 2017. Hầu hết những người đã sử dụng các sản phẩm, dịch vụ đều hài lòng và có tới 88% cho biết sẽ giới thiệu cho bạn bè và gia đình về các sản phẩm, dịch vụ trên.

Trong nội dung bài báo này sẽ đi sâu vào giới thiệu hình thức cho vay tiêu dùng và thực trạng cho vay tiêu dùng tại Việt Nam

hiện nay nhằm mục đích đưa ra các giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng.

II. NỘI DUNG

1. Khái niệm và đặc điểm cho vay tiêu dùng

Trước hết, cho vay tiêu dùng được hiểu là hình thức tài trợ cho mục đích chi tiêu của cá nhân, hộ gia đình. Các khoản cho vay tiêu dùng là nguồn tài chính quan trọng giúp người tiêu dùng có thể trang trải các nhu cầu trong cuộc sống như nhà ở, phương tiện đi lại, tiện nghi sinh hoạt, học tập, du lịch, y tế... trước khi họ có đủ khả năng về tài chính để hưởng thụ.

Do đó, cho vay tiêu dùng có những đặc điểm riêng khác với tín dụng ngân hàng nói chung:



- Khách hàng vay là cá nhân và các hộ gia đình.

- Mục đích vay nhằm phục vụ nhu cầu tiêu dùng của cá nhân, hộ gia đình không phải xuất phát từ mục đích kinh doanh. Do đó phụ thuộc vào nhu cầu, tính cách của từng đối tượng khách hàng và chu kỳ kinh tế của người đi vay.

- Khách hàng vay tiêu dùng thường ít quan tâm đến lãi suất mà thường quan tâm đến số tiền họ phải thanh toán.

- Về lãi suất, do quy mô các khoản vay thường nhỏ (trừ những khoản vay để mua bất động sản), dẫn đến chi phí để cho vay cao, do vậy, lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao hơn lãi suất cho vay thương mại.

- Nguồn trả nợ của khách hàng được trích từ thu nhập, không nhất thiết phải là từ kết quả của việc sử dụng những khoản vay đó.

- Những khách hàng có việc làm, mức thu nhập ổn định và có trình độ học vấn là những tiêu chí quan trọng để ngân hàng thương mại quyết định cho vay.

2. Phân loại cho vay tiêu dùng

- Căn cứ vào mục đích vay có thể phân loại tín dụng tiêu dùng thành 2 loại: Cho vay tiêu dùng cư trú (residential mortgage loan) và cho vay tiêu dùng không cư trú (nonresidential mortgage loan).

+ Cho vay tiêu dùng cư trú (residential mortgage loan) là các khoản cho vay nhằm phục vụ nhu cầu xây dựng, mua sắm hoặc cải tạo nhà ở của cá nhân, hộ gia đình.

+ Cho vay tiêu dùng không cư trú

(nonresidential mortgage loan) đó là các khoản cho vay phục vụ nhu cầu cải thiện đời sống như mua sắm phương tiện, đồ dùng, du lịch, học hành hoặc giải trí...

- Căn cứ vào hình thức có thể chia cho vay tiêu dùng thành 2 loại: Cho vay gián tiếp (indirect consumer loan) và cho vay tiêu dùng trực tiếp (Direct consumer loan)

+ Cho vay gián tiếp (indirect consumer loan) là hình thức cho vay trong đó ngân hàng mua các khoản nợ phát sinh của các doanh nghiệp đã bán chịu hàng hoá hoặc đã cung cấp các dịch vụ cho người tiêu dùng, hình thức này ngân hàng cho vay thông qua các doanh nghiệp bán hàng hoặc làm các dịch vụ mà không trực tiếp tiếp xúc với khách hàng.

Với hình thức cho vay này nó có những ưu điểm là:

➤ Các ngân hàng thương mại dễ dàng mở rộng và tăng doanh số cho vay.

➤ Các ngân hàng thương mại sẽ tiết kiệm và giảm được các chi phí khi cho vay.

➤ Là cơ sở để mở rộng quan hệ với khách hàng và tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động khác của ngân hàng.

➤ Nếu ngân hàng thương mại quan hệ tốt với các doanh nghiệp bán lẻ, thì hình thức cho vay tiêu dùng gián tiếp có mức độ rủi ro thấp hơn cho vay tiêu dùng trực tiếp.

Tuy nhiên, hình thức cho vay này có những hạn chế là:

➤ Khi cho vay, các ngân hàng thương mại không tiếp xúc trực tiếp với khách hàng (người vay vốn) mà thông qua các doanh



ng nghiệp đã bán chịu hàng hoá, dịch vụ

➤ Thiếu sự kiểm soát của ngân hàng (cả trước, trong và sau khi vay vốn) khi doanh nghiệp thực hiện bán lẻ hàng hoá, dịch vụ, nhất là trong việc lựa chọn khách hàng.

➤ Kỹ thuật và quy trình nghiệp vụ với hình thức cho vay này rất phức tạp.

+ Cho vay tiêu dùng trực tiếp (Direct consumer loan) là ngân hàng và khách hàng trực tiếp gặp nhau để tiến hành cho vay hoặc thu nợ.

Hình thức này có những ưu điểm sau:

➤ Ngân hàng có thể sử dụng triết lý về trình độ, kiến thức, kinh nghiệm và kỹ năng của cán bộ tín dụng, do đó các khoản cho vay này thường có chất lượng cao hơn so với cho vay thông qua doanh nghiệp bán lẻ.

➤ Cán bộ tín dụng khi cho vay đặc biệt coi trọng đến chất lượng các khoản vay, song doanh nghiệp bán lẻ hàng hoá, dịch vụ thường coi trọng nhiều đến việc tăng doanh số bán hàng hơn là chất lượng các khoản vay, hơn nữa các doanh nghiệp thường đưa ra quyết định “tín dụng” một cách nhanh chóng, nên dẫn đến tình trạng có những khoản tín dụng cấp ra không chính đáng, ngược lại có thể từ chối đối với những khách hàng tốt của mình.

Hình thức cho vay tiêu dùng trực tiếp linh hoạt hơn hình thức cho vay gián tiếp, vì khi quan hệ trực tiếp giữa ngân hàng với khách hàng sẽ xử lý tốt các phát sinh, hơn nữa có khả năng làm thoả mãn quyền lợi cho cả ngân hàng và khách hàng.

Do đối tượng khách hàng rất rộng do đó việc đưa ra các dịch vụ, tiện ích mới là rất thuận lợi, đồng thời là hình thức để tăng cường quảng bá hình ảnh của ngân hàng đến với khách hàng.

3. Một số phương pháp cho vay tiêu dùng

Các ngân hàng trên thế giới thường sử dụng 2 phương pháp chính; đó là: Phương pháp hệ thống điểm (score system) và phương pháp phán đoán (Judgement method).

- Phương pháp hệ thống điểm (score system) là tập hợp các tiêu thức khác nhau liên quan đến từng đối tượng khách hàng. Mỗi tiêu thức tương ứng với một điểm số nhất định, tùy theo từng tiêu thức và tầm quan trọng trong hệ thống các tiêu thức.

Tuy nhiên, phương pháp hệ thống điểm số trên phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như môi trường, kinh tế xã hội... nếu các yếu tố này có biến động lớn thì ngân hàng cần phải xem xét điều chỉnh lại các tiêu thức cho phù hợp bảo đảm chất lượng cho vay và thu hồi nợ.

- Phương pháp phán đoán (Judgement method) là quá trình trong đó ngân hàng tiến hành phân tích, đánh giá toàn bộ thông tin định tính và định lượng về khách hàng nhằm hạn chế các khoản cho vay có rủi ro cao. Vì khi quyết định cho vay ngân hàng cần phải quan tâm đến nhiều vấn đề khác như khả năng trả nợ của khách hàng, điều kiện kinh tế hiện tại của khách hàng, các điều kiện khác của khách hàng có phù hợp với cơ chế, chính sách của ngân hàng hay không ...



4. Lãi suất trong cho vay tiêu dùng

Ngân hàng có thể sử dụng nhiều phương pháp khác nhau để xác định mức lãi suất thực tế đối với cho vay phục vụ nhu cầu tiêu dùng. Song phần lớn lãi suất được xác định dựa trên lãi suất cơ bản cộng phần lợi nhuận cận biên và phần bù đắp rủi ro, có thể đưa ra công thức tính tổng quát như sau:

Lãi suất cho vay tiêu dùng = Chi phí huy động vốn + Rủi ro tổn thất dự kiến + Phần bù kỳ hạn với các khoản cho vay dài hạn + Lợi nhuận cận biên

Hiện nay, mỗi ngân hàng thương mại có những phương pháp tính lãi riêng, song nhìn chung, tập trung vào những phương pháp như: Phương pháp lãi đơn, phương pháp lãi gộp, phương pháp tỷ lệ chiết khấu, phương pháp lãi suất biến đổi...

5. Thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng tại Việt Nam

Thống kê của Ngân hàng Nhà nước cho thấy, trong 7 năm qua (từ năm 2012-2018), tổng dư nợ cho vay tiêu dùng ở Việt Nam đã tăng trưởng trung bình lên tới xấp xỉ 20%/năm.



Hình 1: Dư nợ và tăng trưởng tín dụng tiêu dùng

Nguồn: Báo cáo dư nợ và tăng trưởng tín dụng của Fiin Group

Dư nợ tín dụng năm 2012 chỉ là 7,4 tỷ USD thì năm 2018 đã là 62,3 tỷ USD. Năm 2019 con số này là 1 triệu tỷ đồng (xấp xỉ 43,4 tỷ USD).

Tỉ trọng tín dụng tiêu dùng so với tổng dư nợ không ngừng gia tăng từ năm 2016-2018 như hình 2.



Hình 2: Tỷ trọng tín dụng tiêu dùng so với tổng dư nợ

Nguồn: Báo cáo dư nợ và tăng trưởng tín dụng của Fiin Group

Tỷ trọng tín dụng tiêu dùng so với tổng dư nợ có xu hướng liên tục tăng. Cụ thể năm 2016, tỷ trọng tín dụng tiêu dùng so với tổng dư nợ chỉ đạt 12,3% thì đến năm 2018 là 19,7%. Năm 2019, con số này là 11,4%.

Ước tính, hiện có khoảng 15,8 triệu người là khách hàng tiềm năng của các công ty tài chính tiêu dùng. Tham gia vào thị trường cho vay tiêu dùng gồm có hầu hết các ngân hàng thương mại, 6 công ty tài chính tiêu dùng và hầu hết là các công ty 100% vốn nước ngoài. So với hệ thống tín dụng của các ngân hàng thương mại, dư nợ cho vay của các công ty tài chính tiêu dùng hiện chưa nhiều, bởi vì các công ty tài chính tiêu



dùng đang tập trung khai thác phân khúc khách hàng nhỏ lẻ với những khoản vay có giá trị nhỏ. Ngoài ra, chưa tính đến sự tham gia của các định chế tài chính là các ngân hàng chính sách xã hội, ngân hàng hợp tác xã cũng đã tham gia vào cho vay tiêu dùng thông qua các chương trình, kế hoạch an sinh xã hội theo ủy thác của Chính phủ và chính quyền địa phương.

Có thể khẳng định rằng, tín dụng cho vay tiêu dùng đã góp phần đáp ứng nhanh, kịp thời nhu cầu tiêu dùng của một bộ phận tầng lớp Nhân dân với những sản phẩm, dịch vụ đa dạng, kích thích tiêu dùng, sản xuất, kinh doanh, hợp lý hóa quá trình luân chuyển hàng hóa trên thị trường, từng bước góp phần phát triển thị trường dịch vụ ngân hàng bán lẻ mà quan trọng hơn là góp phần đẩy lùi được nạn “tín dụng đen” đang hoành hành.

Về định hướng thời gian tới, Thống đốc Lê Minh Hưng yêu cầu nghiên cứu, khảo sát, thí điểm cho vay tiêu dùng đối với hộ nghèo và các đối tượng chính sách. “Đây là hướng phát triển tiếp cho Ngân hàng Chính sách xã hội”, vị lãnh đạo trên nhấn mạnh.

Hộ nghèo và các đối tượng chính sách hầu hết mới chỉ tiếp cận tín dụng chính sách. Đến ngày 30/9/2019, tổng nguồn vốn tín dụng chính sách xã hội đạt 210.201 tỷ đồng, tăng 15.780 tỷ đồng so với năm 2018. Tổng dư nợ đến 30/9/2019 đạt 200.813 tỷ đồng, tăng 13.021 tỷ đồng, tăng 6,9% so với cuối năm 2018, với hơn 6,5 triệu hộ nghèo, hộ

cận nghèo và các đối tượng chính sách khác còn dư nợ.

Dư nợ tín dụng chính sách tập trung chủ yếu ở các chương trình phục vụ nhu cầu sản xuất, kinh doanh tạo sinh kế và việc làm, bao gồm hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ mới thoát nghèo, hộ gia đình sản xuất kinh doanh tại vùng khó khăn, cho vay giải quyết việc làm (chiếm 73,6%). Tỷ lệ nợ quá hạn và nợ khoanh chỉ chiếm 0,74% tổng dư nợ.

Tuy nhiên, bên cạnh lợi ích mang lại trong phát triển tín dụng tiêu dùng như đã nêu, còn tồn tại bất cập trong loại hình này là lãi suất cho vay tiêu dùng vẫn ở mức cao so với mức lãi suất của hệ thống ngân hàng thương mại do chi phí đầu vào của nguồn vốn cho vay tiêu dùng của công ty tài chính thường cao hơn so với chi phí huy động vốn của ngân hàng thương mại do công ty tài chính không được phép huy động vốn từ dân cư; chi phí bù đắp rủi ro của khoản vay, lãi suất sẽ tỷ lệ thuận với rủi ro, chính vì vậy, cho vay tiêu dùng tín chấp có rủi ro cao, nên lãi suất phải cao hơn so với cho vay tiêu dùng có tài sản thế chấp của ngân hàng thương mại...

Tính đến cuối năm 2019, Tổng đài tư vấn, hỗ trợ người tiêu dùng 1800.6838 của Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã nhận được 9.295 cuộc gọi đến, trong đó tổng đài viên trả lời, tư vấn 5.186 cuộc từ người tiêu dùng.

Trong 14 ngành hàng, lĩnh vực kinh doanh thường xảy ra tranh chấp tiêu dùng,



dịch vụ tín dụng tiêu dùng thuộc ngành tài chính - bảo hiểm - ngân hàng được người tiêu dùng phản ánh, khiếu nại nhiều nhất, chiếm tới 21,8% tổng số cuộc gọi được ghi nhận, tư vấn. Các lĩnh vực tiếp theo nhận được nhiều phản ánh, khiếu nại là hàng hoá tiêu dùng thường ngày, điện thoại, viễn thông, đồ điện tử gia dụng, dịch vụ vận tải, chăm sóc sức khoẻ...

Ở lĩnh vực tài chính - ngân hàng, vấn đề được người tiêu dùng phản ánh nhiều là việc thu nợ nhằm kèm đe dọa, quấy rối. Cụ thể, các ngân hàng, công ty tài chính, công ty thu nợ hoặc công ty cho vay tiêu dùng, bị nhiều người tiêu dùng khiếu nại về việc không đi vay nợ nhưng liên tục bị gọi điện thoại, nhắn tin để quấy rối, đe dọa, ép buộc trả nợ. Dù người tiêu dùng đã nhiều lần thông báo về việc không liên quan đến khoản nợ của doanh nghiệp.

Một số vụ việc, đối tượng sử dụng hình ảnh, thông tin liên hệ của người tiêu dùng và người thân của họ đăng tải công khai trên mạng xã hội với nội dung xuyên tạc, bịa đặt nhằm gây áp lực trả nợ... Trong những trường hợp này, người tiêu dùng rất khó yêu cầu công ty liên quan dừng việc thu nợ nhằm.

Mới đây, Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng cũng cảnh báo người tiêu dùng vay tiền trực tuyến trong bối cảnh ảnh hưởng dịch Covid-19. Theo đó, người tiêu dùng không nên vay tiền trực tuyến của các tổ chức, cá nhân không công bố biểu phí hoặc làm rõ các chi phí phát sinh trong quá trình

giao dịch; không gửi trước mẫu hợp đồng vay tiền và các nội dung chi tiết để người vay tìm hiểu trước khi giao dịch...

Đối với quy trình cho vay của các ngân hàng, với các khoản vay tiêu dùng, việc thẩm định hồ sơ của nhiều ngân hàng đã được tự động hóa thay vì phải tốn nhiều thời gian trình duyệt như trước đây.

6. Một số giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng

Một là, Nhà nước cần hoàn thiện chính sách cho vay tiêu dùng gắn với chính sách giảm nghèo và đảm bảo an sinh xã hội.

Theo Ngân hàng Thế giới, tình trạng thiếu khả năng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính của các nhóm đối tượng thu nhập thấp trong xã hội là nguyên nhân quan trọng dẫn tới bất bình đẳng thu nhập và suy giảm tăng trưởng kinh tế.

Để thị trường cho vay tiêu dùng tại Việt Nam theo kịp với sự phát triển của thị trường thế giới, cần phải hoàn thiện các vấn đề pháp lý cho kênh tài chính tiêu dùng để tạo nền tảng cho hệ thống ngân hàng thương mại và các công ty tài chính hoạt động, tạo ra một thị trường cạnh tranh lành mạnh. Vì vậy, phát triển tài chính dân cư gắn với chính sách quốc gia về giảm nghèo và đảm bảo an sinh xã hội được coi là một trụ cột của tăng trưởng kinh tế và giảm nghèo bền vững. Như nhiều nước trên thế giới, những năm gần đây, Việt Nam rất quan tâm đến phát triển tài chính, tín dụng dân cư toàn diện để đảm bảo khả năng đáp ứng nhu cầu về dịch vụ tài



chính của mọi thành viên, đặc biệt là các đối tượng thu nhập thấp dễ bị tổn thương trong xã hội.

Hai là Nhà nước cần tuyên truyền, vận động, hỗ trợ người dân nâng cao nhận thức tín dụng cho vay tiêu dùng.

Một điểm khác biệt khi lựa chọn cho vay tiêu dùng chính là trải nghiệm khách hàng luôn được chú trọng và cải thiện trong suốt quá trình tham gia vay tiêu dùng. Đại bộ phận tầng lớp Nhân dân có nhu cầu vay tiêu dùng là người có thu nhập thấp, vẫn còn không ít người dân có thói quen chưa tìm hiểu tường tận các quy định cho vay tiêu dùng, nghĩa vụ và ý thức trả nợ lại kém, dẫn đến những mâu thuẫn, gây nên những cách nhìn không hay về dịch vụ cho vay tiêu dùng. Ngoài ra, cần đẩy mạnh các chiến dịch quảng bá thương hiệu và truyền thông để người dân biết đến thương hiệu và dịch vụ, đồng thời mở rộng mạng lưới các điểm bán hàng để khách hàng có thể tiếp cận dễ dàng, đội ngũ nhân viên luôn sẵn sàng tư vấn theo nhu cầu của khách hàng. Khi người dân có đầy đủ thông tin và thêm lựa chọn khi cần vay, họ sẽ giảm dần thói quen tìm đến tín dụng đen. Vì vậy, cần phải có giải pháp tuyên truyền, vận động, hỗ trợ người dân nâng cao nhận thức tín dụng cho vay tiêu dùng thông qua hoạt động của tổ chức Đảng và hệ thống đoàn thể chính trị - xã hội. Để làm tốt công tác này, cơ quan chức năng cần phải triển khai các chiến dịch tư vấn tốt cả trước, trong và sau quá trình khách hàng sử dụng dịch

vụ. Bởi vì thay đổi thói quen của người dân cần phải có phương pháp và thời gian cần thiết, gắn quyền và nghĩa vụ của người dân trong việc tiếp cận nguồn vốn cho vay tiêu dùng. Đồng thời với việc nâng cao hiểu biết về tín dụng an toàn cho người dân, các tổ chức tín dụng cho vay tiêu dùng cần hợp tác xây dựng cảm nang thông tin giúp người dân hiểu rõ sự minh bạch của tín dụng cho vay tiêu dùng gắn với sự giám sát chặt chẽ từ các cơ quan chức năng của Nhà nước.

Ba là Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ phát triển cho vay tiêu dùng.

Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng cần khuyến cáo người tiêu dùng khi vay tiêu dùng cần hiểu rõ hợp đồng tín dụng về lãi suất, thời gian vay, quy định trả nợ trước hạn, mức phạt trả chậm; chỉ ký hợp đồng sau khi nắm rõ thông tin; yêu cầu cung cấp bản sao hợp đồng tín dụng để lưu giữ... Nếu bị đòi nợ nhầm, người tiêu dùng liên hệ với bên cho vay để tránh bị làm phiền hoặc liên hệ tới cơ quan bảo vệ người tiêu dùng để được hỗ trợ.

Cùng với việc tiếp tục khắc phục tồn tại trong cho vay tiêu dùng hiện nay về yếu tố lãi suất, khả năng giảm thiểu rủi ro của các tổ chức tín dụng, cần đa dạng các sản phẩm mới như: Các khoản cho vay theo lương, hoạt động cho vay đồng cấp - những sản phẩm hiện đã được phát triển mạnh ở rất nhiều quốc gia trên thế giới nhằm quản lý hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng với hai mục tiêu chính, đó là bảo vệ người đi vay và



thúc đẩy thị trường cho vay tiêu dùng phát triển lành mạnh, cung cấp các sản phẩm phù hợp với nhu cầu của mọi người dân.

Đồng thời, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ cho các chương trình giảm nghèo đa chiều và đảm bảo an sinh xã hội thông qua chính sách trợ cấp lãi suất hoặc hỗ trợ giảm lãi suất cho vay tín dụng tiêu dùng (khoản chênh lệch giữa cho vay tiêu dùng và cho vay thương mại); sửa đổi chính sách tín dụng đối với các tổ chức tín dụng phi ngân hàng theo hướng cho phép huy động vốn tiền gửi gắn với chức năng cho vay (Theo quy định tại Nghị định 39/2014/NĐ-CP ngày 7/5/2014, khác với các ngân hàng, tổ chức tín dụng phi ngân hàng bị hạn chế tiếp cận với các nguồn vốn chi phí thấp do không được phép thực hiện hoạt động huy động tiền gửi dân cư).

Bốn là các ngân hàng, các công ty tài chính cần đổi mới quy trình, thủ tục tín dụng cho vay tiêu dùng.

Quy trình, thủ tục tín dụng cho vay giúp tổ chức tín dụng nắm, quản lý khách hàng. Quy trình thẩm định đòi hỏi phải thuận lợi, chặt chẽ giúp tổ chức tín dụng cho vay tiêu dùng phân định hành vi, xu hướng, quản lý suốt hành trình sau vay của khách hàng để chủ động trong biện pháp quản trị rủi ro.

Về nghiệp vụ tín dụng, khi người dân có nhu cầu vay cấp thiết thì cần đơn giản quy trình, quy định, thủ tục theo hướng đơn giản, gắn việc quản lý khoản vay phù hợp với từng đối tượng khách hàng. Ngoài ra, cần thực hiện tốt hơn việc minh bạch thông

tin cho khách hàng với những vấn đề như lãi suất, phí, cách tính, thời hạn, phương thức đòi nợ, mức phạt khi trả nợ muộn hay thanh toán trước hạn...

Trước áp lực tham gia của những thành viên mới và những ứng dụng công nghệ vào hoạt động cho vay, sự cạnh tranh trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng tại Việt Nam đang ngày càng gia tăng. Xu thế này đem đến lợi ích cho người tiêu dùng nhưng cũng tạo ra áp lực cho cơ quan quản lý trong việc hoàn thiện hành lang pháp lý để giảm thiểu rủi ro cho các bên tham gia.

Để gia tăng được cho vay tiêu dùng, các quy định, thủ tục cần có những bước thay đổi hỗ trợ khách hàng thuận lợi trong việc tiếp cận nguồn vốn vay. Theo đó, ngân hàng số sẽ là bước tiến tiếp theo của ngân hàng bán lẻ nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng nhằm mang tới cho khách hàng những trải nghiệm mới ưu việt và cắt giảm chi phí hoạt động cho ngân hàng. Các ngân hàng Việt Nam đều đang phải hoạch định và triển khai chiến lược về ngân hàng số nhằm đơn giản hóa thủ tục xét duyệt khoản cho vay.

III. KẾT LUẬN

Cho vay tiêu dùng có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế quốc gia, do đó xác định đúng các rào cản và thực hiện các biện pháp hiệu quả là cần thiết và cấp bách để người tiêu dùng có thể truy cập, sử dụng các dịch vụ tài chính một cách nhanh chóng, mang lại hiệu quả cao cho bản thân người dân vay tiêu dùng, các tổ chức tín dụng cung cấp vốn và trên hết là hiệu quả đối với nền kinh tế.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. PGS TS Đinh Xuân Hạng & ThS. Nguyễn Văn Lộc (2012), “Giáo trình Quản trị tín dụng Ngân hàng thương mại”, NXB Học viện tài chính.
2. Chính phủ, Thông tư 43/2016/TT-NHNN ngày 7/5/2014 về cho vay tiêu dùng của các công ty tài chính.
3. Chính phủ, Nghị định 39/2014/NĐ-CP ngày 7/5/2014 về Về hoạt động của công ty tài chính và công ty cho thuê tài chính.
4. Thái Phương (2020), Cho vay tiêu dùng bị phản ánh, khiếu nại nhiều nhất, <https://nld.com.vn/kinh-te/cho-vay-tieu-dung-bi-phan-anh-khieu-nai-nhieu-nhat-20200501150909344.htm>
5. Thu Hà (2017), Cần trọng khi ký hợp đồng vay tiêu dùng, <http://tapchitaichinh.vn/>
6. PV (2019), Đến ngày 30/9/2019, tổng nguồn vốn tín dụng chính sách xã hội đạt 210.201 tỷ đồng, <http://dangcongsan.vn/>
7. Khang Di (2019), Còn nhiều dư địa để mở rộng tín dụng tiêu dùng, <https://vietstock.vn/>



NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM CẦN CHÚ Ý NHỮNG GÌ KHI HỢP TÁC VỚI CÁC CÔNG TY FINTECH

ThS. Thái Đình Hoàng
Khoa Tài chính - Ngân hàng

Tóm tắt: *Fintech (Financial Technology) là một trong những sản phẩm tất yếu của cách mạng công nghiệp 4.0, là một thuật ngữ được áp dụng trong việc kết hợp tài chính và công nghệ để tạo ra các sản phẩm dịch vụ mới trong lĩnh vực tài chính ngân hàng dựa trên nền tảng công nghệ thông tin và viễn thông. Sự tham gia của các công ty Fintech đã tạo ra những tác động không nhỏ lên các Ngân hàng thương mại tại Việt Nam, có những tác động tích cực và cũng có cả những tác động tiêu cực. Bài viết này tìm hiểu những tác động của các công ty Fintech tới hoạt động của các Ngân hàng thương mại tại Việt Nam, từ đó đề xuất một số giải pháp để sự hợp tác này mang lại hiệu quả cao cho hoạt động của các Ngân hàng thương mại tại Việt Nam.*

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thuật ngữ “Fintech” bắt đầu xuất hiện từ năm 2010 và dần trở nên quen thuộc với mọi người trong ngành Tài chính. Sự xuất hiện của các công ty Fintech đã làm dấy lên những lo ngại đối với các định chế tài chính truyền thống, đặc biệt là các Ngân hàng thương mại (NHTM), về nguy cơ mất thị phần vào tay các công ty công nghệ tài chính. Tuy nhiên, các công ty Fintech thực ra không chỉ thuần túy mang đến các nguy cơ và thách thức, mà còn mang đến các cơ hội đầy tiềm năng cho các NHTM nếu nhận diện đúng và tận dụng tốt. Liên tiếp những năm gần đây, nhiều Ngân hàng thương mại tại Việt Nam đã hợp tác với các công ty Fintech để tạo ra các sản phẩm phục vụ khách hàng. Vậy việc hợp tác với các công ty Fintech sẽ tác động như thế nào tới các NHTM tại Việt Nam và các NHTM cần chú

ý những gì khi hợp tác? Nội dung bài viết sẽ làm rõ những vấn đề này nhằm góp phần mang lại hiệu quả cao trong hoạt động của các NHTM tại Việt Nam.

II. NỘI DUNG

1. Tổng quan về Fintech

Fintech là viết tắt của từ Financial Technology (Công nghệ tài chính). Theo Wikipedia trích dẫn từ Huffington Post, Fintech được định nghĩa là một ngành công nghiệp tài chính mới áp dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả hoạt động tài chính.

Các công ty Fintech là các công ty cung cấp các ứng dụng, quy trình, sản phẩm, mô hình kinh doanh mới trong ngành dịch vụ tài chính, bao gồm một hay nhiều dịch vụ tài chính bổ sung trên nền tảng internet và kỹ thuật số.

Các công ty fintech được chia thành 2 nhóm:



- Nhóm thứ nhất là các công ty cung cấp các công cụ kỹ thuật số để tạo ra các sản phẩm tài chính mới cho người dùng, bao gồm tất cả các sản phẩm của các công ty Fintech tương ứng với các mảng hoạt động hiện tại của ngành tài chính ngân hàng truyền thống gồm thanh toán; huy động vốn; cho vay; đầu tư và quản lý tài sản; bảo hiểm.

+ Trong thanh toán, các công ty Fintech cung cấp các phương thức thanh toán hiện đại như thanh toán di động, ví điện tử, chuyển tiền ngang hàng.

+ Trong huy động vốn, các công ty Fintech tạo ra sản phẩm gọi vốn trực tuyến từ cộng đồng cho phép người có dự án hay ý tưởng sản phẩm nhưng lại không có vốn để thực hiện, có thể huy động vốn từ xã hội. Hiện nay trên thị trường có các hình thức gọi vốn như: Gọi vốn theo hình thức ủng hộ, theo hình thức có lãi ngổ, theo hình thức góp vốn, theo hình thức cho vay, theo hình thức phát hành tiền ảo.

+ Trong cho vay, các công ty Fintech cung cấp sản phẩm cho vay ngang hàng (P2P) dựa trên nền tảng trực tuyến để kết nối người đi vay và người cho vay.

+ Trong bảo hiểm, các công ty Fintech cung cấp mô hình người môi giới và mô hình công ty bảo hiểm giúp thúc đẩy khả năng tìm kiếm các loại hình bảo hiểm phù hợp và mang lại những giải pháp tốt hơn cho khách hàng thông qua việc sử dụng công nghệ.

+ Trong đầu tư và quản lý tài sản, các công ty Fintech cung cấp các giải pháp tư

vấn, lựa chọn hình thức và quản lý các khoản đầu tư dựa trên công nghệ thông qua mạng giao dịch xã hội và tư vấn tự động.

- Nhóm thứ hai là các công ty cung cấp các giải pháp công nghệ và các công cụ hỗ trợ mới, còn gọi là nhóm hỗ trợ. Ví dụ: công cụ bảo mật, nhận diện khách hàng, quản lý và phân tích dữ liệu, quản lý rủi ro, quản lý quan hệ khách hàng, các phần mềm quản lý tài chính cá nhân và doanh nghiệp.

2. Tác động của các công ty Fintech tới hoạt động của các Ngân hàng thương mại tại Việt Nam

2.1. Tác động tích cực

Các ứng dụng đa dạng của các công ty Fintech đang tác động đến hầu hết mọi lĩnh vực hoạt động của cả hệ thống tài chính ngân hàng tại Việt Nam. Tuy chỉ mới hình thành hơn 10 năm qua song những sản phẩm của các công ty Fintech đã và sẽ thay đổi hoàn toàn diện mạo, hệ thống cũng như các phương thức giao dịch ngân hàng truyền thống.

Một là, các công ty Fintech mang lại những thuận tiện cho khách hàng khi giao dịch, cung cấp các công cụ thanh toán trực tuyến như: Internet banking, Mobile banking, QR code, ngân hàng số, ví điện tử... hay những giải pháp thanh toán kỹ thuật số POS/mPOS... Ví dụ như MoMo hiện là công ty Fintech hoạt động trong lĩnh vực thanh toán bằng ví điện tử đang dẫn đầu thị trường tại Việt Nam. Được thành lập vào năm 2009, cho tới nay MoMo hiện



đã thành lập được mạng lưới 4.000 đại lý trên toàn quốc, cho phép người dùng không cần tới chi nhánh ngân hàng hoặc các cây ATM, cũng như những người không có tài khoản ngân hàng có thể nạp tiền điện tử để sử dụng trong thanh toán di động và nhận tiền chuyển khoản.

Một số Ngân hàng tiên phong trong việc hợp tác với các công ty Fintech để tạo ra các công cụ thanh toán như:

- MB đã phát triển ngân hàng số dựa trên sự hợp tác với đối tác chiến lược Viettel.

- Vietcombank và Công ty M_Service hợp tác để tạo ra sản phẩm thanh toán chuyển tiền.

- Techcombank đã cùng với Công ty Fintech Fastacash giới thiệu tính năng F@st Mobile, phương thức chuyển tiền nhanh chóng qua Facebook và Google+.

- VIB & Công ty Weezi phối hợp tạo ra sản phẩm MyVIB Keyboard, một ứng dụng chuyển tiền qua mạng xã hội.

Hai là, các công ty Fintech giúp cung cấp danh mục các sản phẩm tài chính ngân hàng đa dạng cho khách hàng nhờ sự phát triển của công nghệ, giúp bảo đảm sự cung ứng dịch vụ 24/7 theo cả không gian và thời gian. Các công ty Fintech hoạt động trong nhiều lĩnh vực trên thị trường như: gọi vốn (FundStart, Comicola, Betado, FirstStep...); dịch vụ cho vay trực tuyến (LoanVi, Trust Circle,...); chuyển tiền (Remit.vn,...); quản lý dữ liệu tài chính cá nhân (BankGo, Moneylover, Mobivi...).

Cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ngày càng nhiều người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ từ các công ty Fintech. Qua đó, khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính ngân hàng được nâng cao, gia tăng giá trị cho khách hàng sử dụng dịch vụ.

2.2. Tác động tiêu cực

Bên cạnh những lợi ích mà các công ty Fintech đem lại, hoạt động của các công ty Fintech cũng mang lại một số tác động bất lợi đến các Ngân hàng thương mại tại Việt Nam.

Một là, nguy cơ bị tấn công bởi chính công nghệ. Các sản phẩm của các công ty Fintech được tạo ra trên nền tảng công nghệ nên việc gặp phải các nguy cơ tấn công từ công nghệ là điều không tránh khỏi. Giải pháp công nghệ thông tin càng hiện đại thì rủi ro càng dễ xảy ra, một sự cố có thể dẫn đến rủi ro cả hệ thống. Các ngân hàng phải đối mặt với nhiều nguy cơ tiềm ẩn đến từ việc gian lận tài chính, lỗi hệ thống, tội phạm công nghệ ăn cắp dữ liệu, phát tán mã độc...

Hai là, các công ty Fintech phát triển quá nhanh so với hệ thống pháp luật hiện hành. Sản phẩm của các công ty Fintech là dựa trên những đổi mới và sáng tạo liên tục của công nghệ, do đó, nhiều trường hợp các quy định của pháp luật hiện hành chưa theo kịp. Chính điều này là một trong những nguyên nhân gây ra hàng loạt các vụ lừa đảo liên quan đến các công ty Fintech thời gian qua như: Công ty Modern Tech lừa



đảo chiếm đoạt 15.000 tỷ đồng bằng hình thức kêu gọi rót vốn mua đồng tiền ảo ifan, pincoin,...

Ba là, sự thuận tiện của các sản phẩm công ty Fintech làm cho khách hàng đôi khi sử dụng mà chưa thực sự hiểu về sản phẩm, không có kiến thức cơ bản về tài chính, thậm chí không hề biết cách bảo mật các thông tin cá nhân. Đây là kẽ hở cho tội phạm tài chính tấn công. Ví dụ: lập các website giả mạo làm người dùng lộ tài khoản và mật khẩu để chiếm đoạt tài sản...

Bốn là, thị phần của các ngân hàng có xu hướng giảm bớt do có sự chia sẻ thị phần với các công ty Fintech. Các công ty Fintech hoạt động không yêu cầu nguồn vốn lớn và không cần nhiều mạng lưới chi nhánh như ngân hàng truyền thống. Các công ty Fintech hỗ trợ tốt hơn cho nhóm khách hàng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ, siêu nhỏ. Những khách hàng này thường bị các ngân hàng từ chối do không đáp ứng được các yêu cầu về vốn và tài sản.

3. Ngân hàng thương mại Việt Nam cần chú ý những gì khi hợp tác với các công ty Fintech

3.1. Tạo lập cơ sở hạ tầng cho sự phát triển của các công ty Fintech

Để có thể kết hợp với các công ty Fintech nhằm khai thác những lợi ích và khai phá một tiềm năng kinh doanh mới, các NHTM cần:

- Thay đổi nhận thức: Ngành Ngân hàng cần nhìn nhận Fintech như là một ngành kinh doanh mới, hấp dẫn và có thể tham gia. Từ

đó đi đến quyết định tìm kiếm những giải pháp kinh doanh phù hợp.

- Khoanh vùng tìm giải pháp vận hành phù hợp nhất với mô hình kinh doanh sẵn có, ví dụ như các chuyên ngành sau: Thông tin tài chính, đầu tư, cho vay, tư vấn hoặc hỗ trợ xử lý giao dịch.

- Xác định nhóm khách hàng mục tiêu phù hợp giữa cá nhân đại trà, cá nhân chọn lọc và doanh nghiệp.

- Xác định mô hình phân phối, tương tác với khách hàng mục tiêu: Doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với người tiêu dùng hay người tiêu dùng trực tiếp với người tiêu dùng.

- Đánh giá mức độ phù hợp của thị trường, nền kinh tế và hạ tầng hỗ trợ.

3.2. Nhận diện và phòng ngừa các rủi ro phát sinh

Khi các Ngân hàng thương mại hợp tác với các công ty Fintech, đặc biệt là với một công ty ít tên tuổi, các NHTM có thể sẽ phải đối mặt với hàng loạt rủi ro hoạt động. Do vậy, vấn đề nhận diện và phòng ngừa rủi ro là một vấn đề cũng cần đặc biệt quan tâm. Các rủi ro có thể kể đến như:

Một là rủi ro pháp lý: Các mô hình kinh doanh thành công trên thế giới cũng đang được du nhập vào Việt Nam, như: cho vay ngân hàng, thẩm định tín dụng dựa trên hành vi mạng xã hội, đầu tư tự động (Robo Invest), sàn Bitcoin, Blockchain,... nhưng chưa hề có hành lang pháp lý nào cho các hoạt động này. Khi hợp tác với các công ty Fintech, các NHTM cần rà soát các đặc điểm



và chức năng của sản phẩm mới để tránh các ảnh hưởng tiềm tàng về mặt pháp lý. Việc này nhằm đảm bảo các NHTM không bỏ sót các quy định mới, cũng như việc tuân thủ các quy định hiện hành không bị ảnh hưởng.

Hai là rủi ro của đơn vị cung cấp thứ ba: Mặc dù các NHTM không có quyền quản lý trực tiếp, nhưng các NHTM sẽ phải hoàn toàn chịu trách nhiệm pháp lý nếu rủi ro phát sinh. Do đó, các NHTM cần chặt chẽ hơn khi đánh giá các đơn vị cung cấp công nghệ, đồng thời thực hiện áp dụng các biện pháp quản lý và thẩm định rủi ro, tốt nhất là các biện pháp này có thể định lượng và chứng minh được với cơ quan chức năng.

Ba là rủi ro dự án: Do tỷ lệ thất bại của các dự án chuyển đổi khá cao nên các NHTM cần xây dựng kế hoạch triển khai dự án Fintech một cách toàn diện. Các NHTM cần hiểu rõ các yếu tố mới trong rủi ro hoạt động khi thực hiện triển khai dự án Fintech có thể ảnh hưởng đến hoạt động của ngân hàng như thế nào và các chức năng cần bổ sung để giải quyết các rủi ro này là gì. Do đó, ngân hàng cần hiểu rõ các yếu tố mới trong rủi ro, có sự đảm bảo về bảo mật... trong hoạt động khi thực hiện triển khai dự án Fintech.

3.3. Các vấn đề liên quan đến khách hàng

Một là, tạo lập và củng cố niềm tin đối với khách hàng. Đối với bất kỳ hàng hóa, dịch vụ nào, yếu tố giá cả luôn đóng một vai trò quyết định đến khả năng thu hút khách hàng. Tuy nhiên, đối với các ứng dụng tài

chính trong giai đoạn khởi đầu hiện nay, ngoài giá cả thì điểm mấu chốt tạo nên sự thành công là làm sao để tạo lập được niềm tin của người dùng khi sử dụng các dịch vụ tiện ích do các công ty Fintech cung cấp. Thật vậy, khi giao dịch trên mạng internet, trên các thiết bị di động, các NHTM và các công ty Fintech phải chứng minh cho khách hàng thấy rằng các thông tin cá nhân của họ được an toàn, bảo mật. Do đó, các NHTM và các công ty Fintech cần tận dụng tối đa các kênh truyền thông xã hội như Facebook, Zalo, Twiter... để dần lan tỏa niềm tin cho thương hiệu của mình. Tạo lập và củng cố niềm tin đối với khách hàng sẽ tạo ra sự khác biệt trong cung cấp dịch vụ tài chính.

Hai là, cải thiện mức độ an toàn đối với người sử dụng. Nếu như nhiều năm trước đây việc xác thực qua vân tay con người được coi là một đột phá, thì giờ đây công nghệ nhận diện khuôn mặt hay quét mống mắt để chứng thực được dự báo sẽ phổ biến hơn, điển hình là hãng Apple đã cho ra đời chiếc điện thoại nhận diện khuôn mặt. Các công nghệ nhận diện mới này dự báo sẽ phổ biến hơn, đảm bảo an toàn, chính xác nhất, đặc biệt là trong các giao dịch tài chính, thanh toán, ngân hàng. Do vậy, các NHTM cũng cần nhanh chóng nghiên cứu ứng dụng các công nghệ này trong việc triển khai các sản phẩm dịch vụ của mình.

Ba là, tạo ra nhiều cơ hội tiếp cận hơn cho khách hàng. Các NHTM cần đẩy mạnh hơn nữa các dịch vụ trực tuyến, cho phép



khách hàng mở tài khoản với số dư thấp hơn và không tốn phí duy trì tài khoản. Ứng dụng các phần mềm để xử lý và giảm chi phí giao dịch. Việc cho phép nhiều người tiếp cận với các sản phẩm dịch vụ ngân hàng trước đây vốn ngoài tầm của họ sẽ mở ra một thị trường đầy tiềm năng mới cho các ngân hàng.

III. KẾT LUẬN

Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, sự hợp tác giữa các công ty Fintech và các Ngân hàng thương mại tại Việt Nam là điều tất yếu. Sự hợp tác này đã mang lại những trải nghiệm mới cho khách hàng trong lĩnh vực Tài chính ngân hàng, làm gia tăng giá trị cho khách hàng bởi sự tiện dụng về không gian, thời gian và cả chi phí. Tuy nhiên, vẫn còn khá nhiều thách thức phía trước như hành lang pháp lý, sản phẩm, rủi ro từ công nghệ, rủi ro từ sự thiếu hiểu biết của khách hàng đòi hỏi các Ngân hàng thương mại tại

Việt Nam cần vượt qua để phát triển và tạo nên một thị trường Tài chính ngân hàng phát triển lành mạnh, an toàn và hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hà Văn Dương, Hà Phạm Diễm Trang, Nguyễn Hoàng Mỹ Lệ (2018). *Fintech: Hệ sinh thái ở các nước và vận dụng tại Việt Nam*. Tạp chí Ngân hàng số 1.
2. PGS. TS Hoàng Tùng (2019). *Fintech - Làn sóng công nghệ trong lĩnh vực tài chính ngân hàng*. Tạp chí Khoa học & Công nghệ Việt Nam số 1+2.
3. Phương Linh (2018). *Hợp tác Fintech - Xu hướng phát triển tất yếu của ngân hàng hiện đại*. [Wwww.sbv.gov.vn](http://www.sbv.gov.vn)
4. Thông tấn xã Việt Nam (2018). *Ngân hàng “bắt tay” fintech: Đưa lợi ích đến với khách hàng*. [Wwww.vnanet.vn](http://www.vnanet.vn)
5. Nguyễn Đình Thắng (2019). *Fintech - Cơ hội cho khởi nghiệp số*. [Wwww.ictvietnam.vn](http://www.ictvietnam.vn)
6. www.vietfintech.com
7. www.truemoney.com.vn



GIẢI PHÁP HẠN CHẾ CÁC RỦI RO TRONG HOẠT ĐỘNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM DO ẢNH HƯỞNG TỪ DỊCH BỆNH COVID-19

ThS. Phạm Thị Mai Hương
Khoa Tài chính ngân hàng

Tóm tắt: Bài viết này nhằm đề cập đến vấn đề nổi cộm hiện nay trong hệ thống Ngân hàng thương mại (NHTM) nói riêng và với nền kinh tế nói chung, đó là: ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19. Đây là sự ảnh hưởng quá lớn bất ngờ xảy ra không những đối với nền kinh tế Việt Nam mà còn diễn ở phạm vi toàn cầu. Dịch bệnh đã làm cho hoạt động của các NHTM gặp không ít các rủi ro, trong đó có những rủi ro đã được các NHTM lường trước nhưng cũng có những rủi ro không thể lường hết được các tổn thất. Trong bài viết, tác giả đã trình bày một số vấn đề cơ bản về rủi ro trong hoạt động của NHTM, dịch bệnh Covid-19 và những thiệt hại gây ra từ dịch bệnh Covid-19, ảnh hưởng kinh tế xã hội của đại dịch Covid-19 đối với thế giới nói chung, đối với nền kinh tế xã hội Việt Nam nói riêng và đặc biệt là đối với hệ thống NHTM Việt Nam, từ đó tác giả đề xuất một số giải pháp hạn chế các rủi ro trong hoạt động của Ngân hàng thương mại Việt Nam do ảnh hưởng từ dịch bệnh Covid-19 để góp phần phục hồi hoạt động của hệ thống ngân hàng, hệ thống tài chính cũng như nền kinh tế quốc gia trong thời gian tới.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thời gian qua, hoạt động của hệ thống NHTM đang phải đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức từ các rủi ro trong hoạt động của ngành và của nền kinh tế - xã hội (KT - XH). Vấn đề về rủi ro và quản trị rủi ro trong hoạt động của NHTM đã được các ngân hàng rất quan tâm, luôn xem đó là một trong những nội dung trọng tâm của quá trình hoạt động, là một trong các yếu tố quyết định đến sự sống còn cũng như hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Trong bối cảnh hiện nay, có nhiều nhân tố làm gia tăng rủi ro như tác động của khủng hoảng tài chính, hệ

thống công nghệ thay đổi liên tục, năng lực quản trị rủi ro còn nhiều bất cập, thiên tai, dịch bệnh toàn cầu, Đặc biệt những năm gần đây, khi ngày càng có nhiều rủi ro tiềm ẩn khó lường trước như rủi ro về thiên tai và dịch bệnh, đây là những loại rủi ro phi hệ thống, tương chừng như nó chỉ ảnh hưởng lớn đến các lĩnh vực nông nghiệp, du lịch, ... Nhưng một thực tế cho thấy trong thời gian qua, từ cuối năm 2019, đầu năm 2020, dịch bệnh COVID-19 đã xảy ra với phạm vi toàn cầu đã làm ảnh hưởng các hoạt động của tất cả các lĩnh vực và gây ra tổn thất quá lớn cho



nền kinh tế nói chung và ngành ngân hàng nói riêng. Vậy, các NHTM Việt Nam cần có những giải pháp gì để hạn chế các rủi ro khi bị tác động từ dịch bệnh COVID-19? Nội dung bài viết dưới đây sẽ đề cập đến vấn đề này dưới góc độ phân tích của tác giả trong tình hình hiện nay.

II. NỘI DUNG

1 Rủi ro trong hoạt động của Ngân hàng thương mại

Rủi ro là sự bất trắc gây thiệt hại và tổn thất không mong đợi, nó là hiện tượng có thể xảy ra bất kỳ khi nào trong cuộc sống và hoạt động KT - XH. Nó tạo tiền đề cho quá trình đào thải tự nhiên của các cá nhân, tổ chức yếu kém, tăng cường sự chấn chỉnh, thích nghi của các chủ thể, tăng cường sự phòng ngừa để hạn chế các rủi ro trong đời sống và nền KT - XH, tạo xu hướng phát triển ổn định và có hiệu quả hơn.

Trong điều kiện kinh tế thị trường, hoạt động kinh doanh của các NHTM cũng không nằm ngoài sự tác động trên. Thậm chí, với hoạt động ngân hàng, hầu như không có loại nghiệp vụ nào, không có loại dịch vụ nào của ngân hàng là không có rủi ro và không thể không chịu tác động của rủi ro, bao gồm cả rủi ro hệ thống và cả rủi ro phi hệ thống. Bởi lẽ, hoạt động của các NHTM là hoạt động kinh doanh loại hàng hoá đặc biệt - tiền tệ - là loại hàng hoá có tính nhạy cảm và sức cuốn hút rất lớn, mọi biến động trong nền kinh tế - xã hội đều nhanh chóng tác động

đến hoạt động của NH, có thể gây nên những xáo trộn bất ngờ và dẫn đến hiệu quả của NH cũng như hiệu quả của nền KT - XH hội bị giảm sút một cách nhanh chóng, vì thế rủi ro trong hoạt động của ngân hàng rất lớn và đa dạng. Do vậy, hoạt động của NHTM luôn chứa đựng những rủi ro “tiềm ẩn”, nó có thể xảy ra bất cứ lúc nào đối với các NHTM.

Từ đó có thể hiểu, rủi ro trong hoạt động của NHTM là những thiệt hại trong hoạt động của ngân hàng xảy ra có thể nằm ngoài khả năng kiểm soát của NHTM.

Về mặt lý thuyết cũng như thực tế, trong hoạt động của NHTM có rất nhiều rủi ro có thể xảy ra, như: rủi ro tín dụng, rủi ro thị trường, rủi ro hoạt động, rủi ro thanh khoản, rủi ro pháp lý, rủi ro danh tiếng và các loại rủi ro khác như: rủi ro do thiên tai địch họa, rủi ro do dịch bệnh, ... gây nên làm ảnh hưởng đến hoạt động của các NHTM.

Rủi ro được gây ra bởi nhiều nguyên nhân, có nguyên nhân khách quan, nguyên nhân chủ quan, có rủi ro bất khả kháng và rủi ro tự nhiên. Trong bài viết này, tác giả đề cập đến rủi ro bất khả kháng - rủi ro từ dịch bệnh, loại rủi ro này đã gây ra những tổn thất, thiệt hại khôn lường đối với hầu hết tất cả các cá nhân, tổ chức, mọi ngành, mọi lĩnh vực, trong phạm vi toàn nền KT - XH và toàn cầu. Do đó, ngành ngân hàng cũng không thể nằm ngoài rủi ro này, nhưng dù là loại rủi ro nào cũng đều có khả năng phòng ngừa, hạn chế nó với các biện pháp có thể khác nhau.



2 Dịch bệnh COVID-19 và những thiệt hại gây ra từ dịch bệnh COVID-19

COVID -19 là gì?

COVID-19 (từ viết tắt của Corona virus disease 2019) là một dịch bệnh do virus Corona gây ra ở người. Corona là một loại virus đường hô hấp mới gây bệnh viêm đường hô hấp cấp ở người và có sự lây lan từ người sang người.

Vào cuối năm 2019, tại thành phố Vũ Hán, tỉnh Hồ Bắc, Trung Quốc phát hiện ra ca nhiễm bệnh viêm phổi đầu tiên gây ra bởi virus Corona (được báo cáo vào ngày 31/12/2019, bắt nguồn từ một nhóm người bị mắc bệnh viêm phổi không rõ nguyên nhân). Từ đây, Vũ Hán trở thành tâm dịch đầu tiên trên thế giới, vì vậy virus Corona còn gọi là coronavirus Vũ Hán (viêm phổi Vũ Hán). Vào ngày 12/01/2020, virus Corona được WHO đặt tên gọi là chủng virus Corona mới năm 2019, kí hiệu là 2019-nCoV. Từ ngày 11/02/2020, Ủy ban Quốc tế về Phân loại Virus (ICTV) đã đặt tên chính thức cho chủng virus Corona mới này là SARS-CoV-2, WHO đã đổi tên gọi của virus Corona từ 2019-nCoV thành COVID-19. Vào ngày 11/03/2020, WHO đã ra tuyên bố chính thức, gọi “COVID-19” là “Đại dịch toàn cầu”.

Đến thời điểm này, cuối tháng 03/2020, dịch bệnh virus Corona đã lan truyền khắp hầu hết các quốc gia trên thế giới, gây tổn thất về người và của rất lớn trên phạm vi toàn cầu, và mức độ lây lan nhanh đến

chóng mặt, vì vậy được gọi là đại dịch bệnh truyền nhiễm COVID - 19 toàn cầu. Ngày 09/01/2020 xác nhận có ca tử vong đầu tiên tại Vũ Hán, Trung Quốc; cho đến nay (tính đến 11/04/2020, sau 03 tháng kể từ ngày có ca tử vong đầu tiên vì dịch bệnh COVID - 19) đã có hơn 1,7 triệu ca nhiễm COVID-19 được xác nhận trên toàn cầu với trên hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ, với hơn 106.521 ca tử vong, trong đó có hơn 392.000 ca đã phục hồi.

Có thể nói, đại dịch bệnh COVID-19 toàn cầu diễn ra đã gây những tổn thất lớn như: thiệt hại sinh mạng con người, sự bất ổn về kinh tế và xã hội, tình trạng bài ngoại và phân biệt chủng tộc đối với người gốc Trung Quốc và Đông Á, việc truyền bá thông tin sai lệch trực tuyến và thuyết âm mưu về virus, ... Trong đó, thiệt hại nặng nề nhất phải kể đến là người chết quá nhiều và sự mất mát về kinh tế.

3 Ảnh hưởng kinh tế - xã hội của đại dịch COVID-19

Đối với nền kinh tế - xã hội thế giới

Nền kinh tế toàn cầu đã bị ảnh hưởng rất lớn bởi sự bùng phát của đại dịch COVID-19. Thương mại đầu tư trì trệ, các chuỗi sản xuất bị gián đoạn, thị trường tài chính tiền tệ chao đảo, thị trường hàng hóa quốc tế biến động liên tục,... Hầu như các quốc gia đều bị ảnh hưởng từ đại dịch này. Theo dự báo của Ngân hàng thế giới (IFM), một loạt các quốc gia sẽ có tốc độ tăng trưởng kinh tế bị giảm hoặc âm trong năm 2020. Cụ thể như Trung



Quốc sẽ giảm xuống còn 2,2% (so với 6% tại thời điểm tháng 01/2020), Mỹ tăng trưởng âm 2% (so với 2% trước đây), Đức (-3,4%), Pháp (-3,9%), Anh (-3,1%), Úc (-0,2% đến -0,5%), ... Theo đó những ảnh hưởng tiêu biểu trong thời gian qua kể từ khi có đại dịch bệnh COVID-19 đến rất nhiều ngành nghề và lĩnh vực trên thế giới, như:

- Các ngành như du lịch, nông nghiệp, giao thông vận tải, hàng không, ... bị tổn thất và thiệt hại ngày càng tăng mạnh (Trung Quốc, Hàn Quốc, Mỹ, Italia, ...). Khi đại dịch lan rộng, các hội nghị và sự kiện toàn cầu về công nghệ, thời trang, thể thao, v.v., đang bị hủy bỏ hoặc hoãn lại. Bên cạnh đó, các ngành công nghiệp trên thế giới cũng bị ảnh hưởng, thiệt hại rủi ro không nhỏ, chỉ số trung bình công nghiệp Dow Jones và FTSE 100 đã giảm hơn 3% (ngày 24/02/2020), các chỉ số DAX, CAC 40 và IBEX 35 đều giảm khoảng 4% và FTSE MIB giảm hơn 5%.

- Nhu cầu về thiết bị bảo vệ cá nhân đã tăng mạnh, dẫn đến việc tăng giá gấp hai mươi lần so với giá bình thường. Nguồn cung về thiết bị y tế bị thiếu hụt, nhân lực bên ngành y làm việc quá tải, nguy cơ lây nhiễm cao, ...

- Giá dầu mỏ giảm mạnh do nhu cầu thấp xuống, giá vàng tăng liên tục và ở mức cao nhất trong vòng 7 năm qua. Thị trường chứng khoán chao đảo, chỉ số chứng khoán tại hầu hết tất cả các TTCK các nước giảm mạnh.

- Đại dịch xảy ra, các trường học ở các

bậc học của nhiều quốc gia đều phải đóng cửa làm gián đoạn quá trình học tập và ảnh hưởng kèm theo (thay đổi nếp sống sinh hoạt của gia đình, chế độ làm việc ở các cơ quan, ...). Tính đến 14/03/2020, hơn 420 triệu trẻ em và thanh thiếu niên không được đến trường vì Chính phủ ban hành lệnh đóng cửa trường học.

Đối với nền kinh tế Việt Nam

Đến thời điểm hiện tại khi dịch đang bùng phát cao, mặc dù Việt Nam được đánh giá là quốc gia có các chiến lược phòng chống dịch COVID-19 tốt nên đã hạn chế được các thiệt hại về người. Tuy nhiên, Việt Nam cũng không thể tránh khỏi những thiệt hại về kinh tế và bị xáo trộn về đời sống xã hội, sản xuất kinh doanh. Theo đánh giá mới nhất của Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB), mức độ thiệt hại của nền kinh tế Việt Nam tùy thuộc vào tình hình dịch bệnh sẽ dao động từ 675 triệu đến 3,7 tỷ USD (tương đương 0,3-1,4% GDP). Những lĩnh vực chịu tác động, ảnh hưởng nặng nề nhất là nông nghiệp, công nghiệp và dịch vụ. Mức tăng trưởng của các ngành và lĩnh vực đều bị chậm lại so với thời điểm cùng kỳ năm trước và so với kế hoạch đặt ra.

Cụ thể, mức tăng trưởng khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản chỉ tăng 0,08% (cùng kỳ tăng 2,68%); ngành công nghiệp đạt 5,28%, mức tăng cùng kỳ của năm 2019 (9%) và năm 2018 (10,45%). Sợ dĩ, sản xuất công nghiệp tăng chậm lại do tác động của dịch COVID-19 dẫn đến tình trạng khó khăn



về nguyên liệu đầu vào cho sản xuất và thị trường xuất khẩu, tiêu thụ hàng hóa, nhất là ngành chế biến, chế tạo, sản xuất, xuất khẩu sử dụng nhiều nguyên, vật liệu, phụ kiện xuất xứ từ nước ngoài và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đang hoạt động, sản xuất ở Việt Nam.

Tăng trưởng khu vực dịch vụ chỉ đạt 3,27%, thấp nhất so với cùng kỳ các năm 2011-2018 và thấp hơn mức tăng trưởng chung. Tốc độ tăng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa giảm mạnh do dịch COVID-19 lây lan mạnh ở các nước đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, EU và Hoa Kỳ ảnh hưởng đến kim ngạch xuất, nhập khẩu của nhiều mặt hàng.

4. Ảnh hưởng của đại dịch bệnh Covid-19 đến hoạt động của NHTM Việt Nam

Năm 2019 vừa qua, ngành ngân hàng đang có những kết quả hoạt động tốt đẹp, đang trong đà ổn định và tăng trưởng ở những năm tiếp theo. Tuy nhiên bước sang năm 2020, đại dịch COVID-19 lại bất ngờ ập đến khiến cho kinh tế toàn cầu và ở Việt Nam bị ảnh hưởng nặng nề, do hoạt động của ngân hàng liên quan mật thiết với mọi biến động của tổ chức và cá nhân trong xã hội. Vì vậy, đại dịch bệnh COVID-19 đã làm cho hoạt động của các NHTM gặp không ít các khó khăn và rủi ro khó lường. Cụ thể như sau:

- Mức tăng trưởng dư nợ tín dụng thấp,

bị giảm mạnh so với kế hoạch đề ra. Theo thống kê của NHNN, dư nợ dự kiến bị ảnh hưởng từ đại dịch bệnh COVID-19 khoảng 2 triệu tỷ đồng, chiếm khoảng 23% dư nợ toàn hệ thống, tiềm ẩn rủi ro đối với hoạt động ngân hàng. Theo đánh giá sơ bộ trong Báo cáo về ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 đối với hoạt động tín dụng ngân hàng gửi đến Chính phủ, NHNN Việt Nam cho biết, tín dụng tăng thấp hơn so với cùng kỳ các năm trước. Đến ngày 31/03/2020, dư nợ tín dụng đạt 8.301.988 tỷ đồng, tăng 1,3% so với cuối năm 2019 (cùng kỳ năm 2019 tăng 3,19%), nhịp độ tăng từng tháng có xu hướng cải thiện (tháng 1 tăng 0,1%, tháng 2 tăng 0,07% và tháng 3 tăng 1,1%). Theo đánh giá sơ bộ, đến nay dư nợ dự kiến bị ảnh hưởng khoảng 2 triệu tỷ đồng, chiếm khoảng 23% dư nợ toàn hệ thống, tiềm ẩn rủi ro đối với hoạt động ngân hàng.

Trong tổng số dư nợ toàn hệ thống bị ảnh hưởng, một số ngành có số dư nợ khá lớn như: Nông, lâm nghiệp và thủy sản bị ảnh hưởng khoảng 157.000 tỷ đồng, chiếm 1,9% dư nợ nền kinh tế; tập trung chủ yếu vào các dư nợ đối với các ngành hàng rau quả, thủy sản, cao su, cà phê, chè, hạt tiêu; Khai khoáng bị ảnh hưởng khoảng 45.000 tỷ đồng, chiếm 0,5% dư nợ nền kinh tế; tập trung chủ yếu vào dư nợ đối với khai thác than, dầu thô, quặng kim loại...;

Công nghiệp chế biến-chế tạo bị ảnh hưởng khoảng 520.000 tỷ đồng, chiếm 6,3% tổng dư nợ; trong đó, dư nợ bị ảnh hưởng của



ngành chế biến thực phẩm, đồ uống khoảng 193.000 tỷ đồng, dệt may khoảng 137.000 tỷ đồng, xi măng khoảng 104.000 tỷ đồng, chế biến gỗ khoảng 86.000 tỷ đồng;

Kinh doanh khoáng sản, nhiên liệu, nguyên vật liệu xây dựng, kinh doanh ô tô và phụ tùng bị ảnh hưởng khoảng 548.000 tỷ đồng, chiếm 6,6% tổng dư nợ; Vận tải bị ảnh hưởng khoảng 139.000 tỷ đồng, chiếm 1,68% tổng dư nợ...

Hoạt động dịch vụ khác (sửa chữa các thiết bị, đồ dùng gia dụng, dịch vụ phục vụ tăng cường sức khỏe,...), dư nợ tín dụng bị ảnh hưởng khoảng 260.000 tỷ đồng, chiếm 3,1% tổng dư nợ.

Đại dịch COVID-19 làm cho mục tiêu tăng trưởng về tín dụng của các NHTM năm 2020 khó có thể đạt được theo kế hoạch. Trước ảnh hưởng của bệnh dịch COVID-19, dự kiến GDP toàn cầu giảm khoảng 0,3-0,5% năm 2020 khiến cho xuất khẩu của nước ta tiếp tục giảm 20% và nhập khẩu giảm 16% trong quý II, do đó mục tiêu tăng trưởng tín dụng năm 2020 khó đạt được kế hoạch.

Bên cạnh đó, tổng vay tiêu dùng trên dư nợ của Việt Nam hiện tại là 11,4% tổng dư nợ, cho thấy nhu cầu vay tiêu dùng đã bị sụt giảm, do đó mục tiêu đạt mốc 1 triệu tỷ đồng cho vay tiêu dùng trong năm 2020 và mục tiêu nâng tỷ trọng vay tiêu dùng trên dư nợ lên mức 40-50% tổng dư nợ của toàn hệ thống ngân hàng để đạt mức tỷ trọng của các nước phát triển là điều không thực hiện được.

- Ảnh hưởng tiếp theo là lợi nhuận của các NHTM có xu hướng giảm. Điều này là hệ quả tất yếu khi tỷ trọng thu của tín dụng vẫn chiếm đa số trong tổng thu của ngân hàng. Trước việc NHNN giảm hàng loạt các mức lãi suất cơ bản, cùng với ban hành Thông tư 01/2020/TT-NHNN hướng dẫn các TCTD cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn giảm lãi vay, giữ nguyên nhóm nợ hỗ trợ khách hàng chịu ảnh hưởng từ dịch COVID-19, sẽ làm doanh thu của ngân hàng giảm, dẫn đến làm giảm lợi nhuận của các ngân hàng.

Theo đó, các NHTM đã thực hiện cơ cấu lại các khoản nợ, giãn nợ, giữ nguyên nhóm nợ cho khách hàng và hỗ trợ tín dụng cho khách hàng. Theo Báo cáo của NHNN, tính đến nay toàn hệ thống NHTM đã giữ nguyên các nhóm nợ cho trên 52 nghìn khách hàng với dư nợ 17.927 tỷ đồng; đã thực hiện miễn giảm lãi cho 6.427 khách hàng với dư nợ 125.242 tỷ đồng, số lãi được miễn giảm khoảng 300 tỷ đồng.

Đồng thời, các NHTM đã tích cực triển khai các chương trình, gói sản phẩm tín dụng ưu đãi lãi suất thấp hơn lãi suất thông thường từ 0,5%-3%/năm. Hiện nay các NHTM đã cho vay mới đối với 354.286 khách, doanh số cho vay đạt 165.208 tỷ đồng. Trong đó, dư nợ tập trung chủ yếu ở một số ngành như: Công nghiệp chế biến, chế tạo (60.000 tỷ đồng); Bán buôn bán lẻ (43.000 tỷ đồng); Nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản (16.000 tỷ đồng)...

- Đại dịch COVID-19 sẽ làm cho các



NHTM có xu hướng gia tăng nợ xấu. Theo NHNN, tổng dư nợ bị ảnh hưởng bởi dịch COVID-19 ước tính lên tới 926.000 tỷ đồng. Ảnh hưởng của dịch bệnh dẫn đến khách hàng không có khả năng trả nợ đúng hạn, và từ đó gia tăng tỷ lệ nợ quá hạn, gia tăng nợ xấu là khó tránh khỏi. Nợ xấu của toàn bộ hệ thống được dự báo ở mức khoảng 4% trong năm 2020.

Theo ước tính của NHNN, trường hợp dịch được kiểm soát trong quý I, tỷ lệ nợ xấu (nội bảng, đã bán cho VAMC và nợ đã thực hiện các biện pháp phân loại nợ) sẽ ở mức 2,9-3,2% đến cuối quý II và từ 2,6-3,0% đến cuối năm 2020; trường hợp dịch diễn biến phức tạp hơn và được kiểm soát trong quý II, tỷ lệ này sẽ ở mức gần 4% vào cuối quý II và 3,7% cuối năm 2020 và còn có thể cao hơn, dẫn tới ảnh hưởng đến tiến độ thực hiện phương án cơ cấu lại gắn với xử lý nợ xấu của các TCTD và khả năng phục hồi của các NHTM yếu kém.

- Do mức độ lây lan nhanh chóng của dịch bệnh đã làm cho các hoạt động tác nghiệp cũng như cơ cấu vận hành của tất cả các ngân hàng từ Hội sở đến các chi nhánh, phòng giao dịch đều bị ảnh hưởng. Chặng hạn, chỉ cần một thành viên ngân hàng bị nhiễm COVID-19 (F0), hoặc tiếp xúc chủ đích hoặc ngẫu nhiên với người thuộc nhóm F0, từ đó có thể khiến hoạt động cả ngân hàng bị ảnh hưởng và bị đình trệ. Khi ngân hàng có nhân viên nhiễm COVID-19 hoặc thuộc nhóm cách ly, công việc và hoạt

động nghiệp vụ của cá nhân bị đình trệ ngay lập tức, từ đó ảnh hưởng đến chuỗi các công việc khác của ngân hàng, ảnh hưởng đến tâm lý và hiệu quả làm việc của những nhân viên khác. Ngoài ra, khi thông tin ngân hàng có nhân viên nhiễm COVID-19 hoặc bị cách ly bị lan truyền ra bên ngoài, điều này chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến tâm lý của khách hàng giao dịch tại ngân hàng, đặc biệt là khách hàng cá nhân sẽ e ngại khi phải đến tiếp xúc trực tiếp tại ngân hàng, từ đó, các hoạt động nhận gửi tiền, mở tài khoản, mở thẻ, cho vay vốn và các dịch vụ ngân hàng khác chắc chắn bị ảnh hưởng..

5. Giải pháp hạn chế rủi ro trong hoạt động của NHTM Việt Nam do ảnh hưởng dịch bệnh COVID-19

Dù chưa bị tác động mạnh và ngay lập tức như các ngành về du lịch, dịch vụ, hàng không, xuất nhập khẩu...song ngân hàng là một ngành cũng được dự báo sẽ bị ảnh hưởng và gặp những rủi ro không nhỏ. Trong thời gian qua, toàn ngành đã vào cuộc để chung tay cùng đất nước, doanh nghiệp và người dân giảm thiểu tác động của COVID-19 như cơ cấu lại nợ, giãn nợ, giảm lãi suất, giảm phí dịch vụ... Theo đó, ngày 31/03/2020, NHNN Việt Nam đã ban hành Chỉ thị số 02/CT-NHNN về các giải pháp cấp bách của ngành Ngân hàng nhằm tăng cường phòng, chống và khắc phục khó khăn do tác động của dịch bệnh COVID-19. Theo nội dung của Chỉ thị, ngành Ngân hàng nên chủ động xây dựng phương án phòng, chống dịch đảm



bảo hoạt động của hệ thống an toàn, thông suốt và hiệu quả. Bên cạnh đó, NHNN Việt Nam cần triển khai kịp thời các giải pháp chính sách như: điều hành linh hoạt các công cụ chính sách tiền tệ, tỷ giá, cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn, giảm lãi, giữ nguyên nhóm nợ, giảm đồng thời các mức lãi suất điều hành để hỗ trợ sản xuất, kinh doanh, miễn, giảm phí thanh toán.

* Về phía Chính phủ và NHNN Việt Nam

- Cần tiếp tục bám sát tình hình dịch bệnh và có những chỉ đạo kịp thời, chính xác và kiên quyết đối với việc phòng, chống và xử lý dịch bệnh cũng như những cá nhân và tổ chức vi phạm quy định của Nhà nước.

- Cần tăng cường vai trò quản lý Nhà nước tại các địa phương. Đối với NHNN chi nhánh tỉnh, thành phố, tăng cường vai trò cơ quan quản lý Nhà nước về hoạt động ngân hàng trên địa bàn, khẩn trương chỉ đạo quyết liệt việc triển khai các giải pháp phòng, chống, khắc phục khó khăn cho khách hàng vay vốn bị ảnh hưởng bởi dịch của các NHTM trên địa bàn theo chỉ đạo của Thống đốc NHNN, của UBND các địa phương.

* Về phía các NHTM Việt Nam

Trước tình hình dịch bệnh gia tăng nguy hiểm, cùng với việc thực hiện Chỉ thị 02/2020 của NHNN Việt Nam, các NHTM cần có những giải pháp để giải quyết những khó khăn đang gặp phải, khắc phục các rủi ro do đại dịch bệnh gây ra. Cụ thể:

- Các NHTM cần giảm tỷ trọng tín dụng để phát triển phi tín dụng. Trong giai

đoạn này, đây là cơ hội tốt để các ngân hàng điều chỉnh danh mục cho vay, thậm chí hướng tới điều chỉnh danh mục tài sản tiến tới giảm tỷ trọng tín dụng, tăng các tài sản phi tín dụng, mặc dù đây là điều không hề dễ dàng vì tín dụng luôn được coi là tài sản cơ bản nhất của kinh doanh ngân hàng nhưng nó cũng mang lại nhiều tổn thất nhất nếu rủi ro tín dụng xảy ra. Do đó, giảm tỷ trọng tín dụng, giảm thu lãi từ tín dụng, tăng tỷ trọng các hoạt động dịch vụ từ đó tăng thu từ những hoạt động phi tín dụng luôn là mục tiêu của nhiều ngân hàng.

- Các NHTM cần giảm thiểu nợ xấu. Để thực hiện được giải pháp này, các ngân hàng cần kiên trì tuân thủ các chỉ đạo của NHNN trong việc cơ cấu lại thời gian trả nợ, miễn giảm lãi vay cho khách hàng vay vốn tại ngân hàng. Việc này sẽ khiến các ngân hàng phải hi sinh mục tiêu lợi nhuận đã đặt ra, nhưng chung lưng cùng doanh nghiệp và cá nhân đang gặp khó khăn vì COVID-19 sẽ giúp họ sớm phục hồi hoạt động, từ đó, không chỉ khách hàng mà cả ngân hàng và nền kinh tế sẽ hồi phục bền vững. Ngược lại, nếu ngân hàng theo đuổi mục tiêu lợi nhuận, không duy trì những chính sách hỗ trợ khách hàng khi họ đang gặp khó khăn thì có thể ngân hàng và cả nền kinh tế sẽ phải rất mệt mỏi để giải quyết bài toán phải xử lý nợ xấu trong nhiều năm hậu dịch.

- Các NHTM cần tăng cường sự phối hợp, chia sẻ thông tin với nhau để đảm bảo có sự đồng thuận cao trong triển khai các giải pháp tháo gỡ khó khăn cho khách hàng,



đặc biệt là giải pháp giữ nguyên nhóm nợ khi thực hiện cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn, giảm lãi... Chủ động thông tin đầy đủ, kịp thời về các giải pháp, chính sách, chương trình, gói sản phẩm hỗ trợ để khách hàng vay vốn biết và phối hợp thực hiện.

- Các NHTM cần đẩy mạnh tiến trình chuyển đổi số ngân hàng. Việc số hóa từ văn bản, thủ tục, phương thức làm việc, phương thức giao dịch trong nội bộ cũng như với khách hàng qua giai đoạn dịch bệnh này được nhìn nhận là việc làm hết sức cấp thiết. Đẩy nhanh hoàn thiện hệ thống big data và nhanh chóng đưa vào sử dụng các sản phẩm ngân hàng số, các giao dịch ngân hàng điện tử, đặc biệt trong lĩnh vực trong nhóm ngân hàng bán lẻ phục vụ khách hàng cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ để giảm giao dịch trực tiếp với nhóm khách hàng này cũng là việc ưu tiên thực hiện.

Đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt; đa dạng các chương trình, sản phẩm tín dụng phù hợp để hỗ trợ tích cực hơn với các đối tượng, ngành kinh tế; đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, áp dụng công nghệ để hạn chế giao dịch trực tiếp, tạo điều kiện tăng cường tiếp cận tín dụng cho khách hàng; tiếp tục triển khai các giải pháp phòng, chống dịch, biện pháp khắc phục khi cán bộ bị lây nhiễm dịch, đảm bảo hoạt động của hệ thống ngân hàng an toàn, thông suốt, không bị gián đoạn.

- Các NHTM cần nâng cao năng lực quản trị, điều hành, giám sát của Hội đồng quản trị, Hội đồng thành viên, Ban điều hành

và Ban kiểm soát đối với các hoạt động của NHTM. Thông qua đợt phòng, chống dịch bệnh COVID-19, đây cũng là cơ hội để các ngân hàng kiểm định tính hiệu quả của các chính sách đã xây dựng về quản trị rủi ro, trong đó có rủi ro hoạt động. Là cơ hội để ngân hàng biết được quy trình hoạt động và hệ thống nhân sự hiện tại có vận hành hiệu quả không, có chỗ nào có thể điều chỉnh để tối ưu hóa hơn không. Đặc biệt là về vấn đề nhân sự, khi hiện tại chúng ta luôn bị đánh giá là quốc gia có năng suất lao động thấp, rất nhiều lao động trong bộ máy không có hiệu quả, nên đây sẽ là thời cơ để các ngân hàng xác định được ai là nhân sự tốt, nhân sự nào có thể cắt giảm, từ đó tối ưu hóa được chi phí hoạt động.

III. KẾT LUẬN

Đại dịch bệnh COVID-19 vẫn đang tiếp tục diễn ra chưa có hồi kết với mức độ lây lan nhanh chóng và nguy hiểm khôn lường. Rủi ro và tổn thất đều được thấy rõ đối với từng nhà, từng ngành và toàn thể nền kinh tế xã hội trên toàn cầu. Để hạn chế được rủi ro và tổn thất đó, các NHTM Việt Nam cần quán triệt ngay những giải pháp nêu trên, cần được triển khai quyết liệt. Toàn ngành Ngân hàng tiếp tục quán triệt tinh thần “chống dịch như chống giặc” với quyết tâm và sự đồng bộ thống nhất cao hơn nữa từ cấp Trung ương đến địa phương, từ NHNN đến các NHTM để triển khai có hiệu quả các giải pháp trên nhằm hạn chế rủi ro và tổn thất thấp nhất, góp phần đẩy lùi dịch bệnh và khôi phục nền kinh tế của đất nước nhanh chóng nhất./.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. PGS.TS. Phan Thu Hà, PGS.TS. Đàm Văn Huệ, (2010), *Giáo trình Quản trị Ngân hàng thương mại*, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
2. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Thông tư số 13/2018/TT-NHNN ngày 18/05/2018 của Thống đốc NHNN quy định về Hệ thống kiểm soát nội bộ của NHTM, chi nhánh NH nước ngoài.
3. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Thông tư số 40/2018/TT-NHNN ngày 28 tháng 12 năm 2018 của Ngân hàng Nhà nước về Sửa đổi, bổ sung một số điều của thông tư số 13/2018/TT-NHNN ngày 18/05/2018 của Thống đốc NHNN quy định về Hệ thống kiểm soát nội bộ của NHTM, chi nhánh NH nước ngoài.
4. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Thông tư 01/2020/TT-NHNN của NHNN về Hướng dẫn các TCTD cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn giảm lãi vay.
5. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Chỉ thị số 02/2020/CT-NHNN ngày 31/03/2020 của Thống đốc NHNN về Các giải pháp cấp bách của ngành Ngân hàng nhằm tăng cường phòng, chống và khắc phục khó khăn do tác động của dịch bệnh COVID-19.
6. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, (03/2020), Báo cáo về ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 đối với hoạt động tín dụng ngân hàng gửi đến Chính phủ.
7. <https://forbesvietnam.com.vn/tin-cap-nhat/who-cong-bo-covid19-la-dai-dich-toan-cau-9659.html>
8. <https://thoibaonganhang.vn/du-no-bi-anh-huong-boi-dich-covid-19-khoang-2-trieu-ty-dong-chiem-23-du-no-toan-he-thong-100316.html>



TÁC ĐỘNG CỦA QUẢN TRỊ CÔNG TY ĐẾN TỶ SUẤT SINH LỜI KINH TẾ TÀI SẢN (ROA) CỦA CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT TẠI SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN HÀ NỘI (HNX)

ThS. Lê Thùy Dung - Khoa TCNH

TS. Nguyễn Xuân Thọ - Khoa Kinh tế - QTKD

ThS. Ngô Thị Thương Huyền - Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: Nghiên cứu tập trung đánh giá ảnh hưởng của quản trị công ty đến ROA của các công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội, giai đoạn 2010-2018. Kết quả nghiên cứu nhận thấy quản trị công ty có ảnh hưởng tích cực đến tỷ suất sinh lời kinh tế tài sản (ROA). Nghiên cứu này cũng cung cấp những khuyến nghị quan trọng đối với các bên liên quan.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Các vấn đề quản trị có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong quá trình tổ chức hoạt động của mỗi công ty, đặc biệt là các công ty đã niêm yết trên thị trường chứng khoán. Thực tế cho thấy chất lượng quản trị tốt hay xấu, thông qua các thông tin được công bố sẽ chi phối trực tiếp đến tâm lý các nhà đầu tư. Điều này ảnh hưởng lớn đến sự biến động của giá cổ phiếu của các công ty trên thị trường cũng như hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp này. Kết quả khảo sát công bố tại Báo cáo quản trị công ty các công ty niêm yết năm 2018 cho thấy, phần lớn các công ty niêm yết được khảo sát chỉ đạt điểm quản trị ở mức trung bình, khoảng 45-65 điểm (chiếm 79.38%). Báo cáo này cũng cho thấy nhóm công ty niêm yết có điểm quản trị công ty thấp và trung bình có chỉ số ROA (Return on assets: tỷ số lợi nhuận trên tài sản) dao động từ 4.66% -5.38%, thấp hơn so với nhóm công ty có điểm quản trị công

ty cao (ROA đạt 7.72%). Điều này cho thấy các công ty niêm yết tại Việt Nam đang gặp thách thức lớn liên quan vấn đề quản trị công ty, và quản trị công ty là một trong những vấn đề then chốt ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của các công ty niêm yết.

Trong những năm gần đây, số lượng công ty niêm yết và đăng ký giao dịch tại HNX có xu hướng tăng dần qua các năm, tính đến thời điểm 29/02/2020 đã có 367 công ty niêm yết, đăng ký giao dịch trên HNX với tổng giá trị giao dịch của các công ty niêm yết bình quân đạt 507 tỷ đồng (chiếm 3.37% tổng giá trị giao dịch toàn thị trường); vốn hóa thị trường chiếm tỷ lệ 3.82% (Nguồn: Ủy ban chứng khoán nhà nước). Việc nghiên cứu các yếu tố nâng cao hiệu quả hoạt động của các công ty niêm yết từ đó nâng cao hiệu quả giao dịch trên sàn HNX là một trong những vấn đề cần đặc biệt quan tâm.

Trong phạm vi bài viết này chỉ xem xét



ảnh hưởng của quản trị công ty (xét ở bình diện quy mô hội đồng quản trị, quyền lực giám đốc điều hành (CEO) và sở hữu cổ đông lớn) đến ROA của các công ty niêm yết tại sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX).

II. NỘI DUNG

1. Cơ sở lý thuyết

Nhiều nghiên cứu thực nghiệm trên thế giới trong thời gian gần đây đã đặc biệt quan tâm đến tác động của quản trị công ty đến tỷ suất sinh lời (Thomsen & cộng sự, 2006; Bhagat & Bolton, 2019; ...). Một số nghiên cứu nhận thấy quản trị công ty có tác động tích cực đến ROA (Varshney & cộng sự, 2012; Iqbal & cộng sự, 2019). Khi xem xét cụ thể ảnh hưởng của từng khía cạnh riêng biệt liên quan quản trị công ty, một số nghiên cứu đưa ra các kết quả không thống nhất. Prusty & Al-ahdal (2018) nhận thấy quy mô hội đồng quản trị (HDQT) càng lớn, hiệu quả hoạt động của công ty có xu hướng bị sụt giảm, kết quả này không đồng nhất với nghiên cứu của Azzez (2015). Prusty & Al-ahdal lý giải quy mô HDQT càng lớn, có thể đem lại càng nhiều lợi ích cho công ty thay vì các công ty có quy mô HDQT nhỏ, theo đó khi số lượng các thành viên HDQT càng nhiều thì nhiều tranh luận hiệu quả hơn sẽ được đưa ra.

Bên cạnh đó, xét ở khía cạnh ảnh hưởng tiềm năng của CEO, một số nhóm tác giả nhận thấy tồn tại mối tương quan giữa đặc điểm CEO và tỷ suất sinh lời, tuy nhiên mỗi đặc điểm có thể có tác động khác nhau. Bhagat & Bolton (2019) nhận thấy tỷ lệ nắm

giữ cổ phần của CEO trong công ty có mối tương quan tỷ lệ thuận với ROA, kết quả này hàm ý tỷ lệ nắm giữ cổ phần càng cao, quyền kiểm soát của cổ đông càng lớn. Hơn nữa, Bhatt & Bhattacharya (2015) phát hiện ra CEO kiêm nhiệm hội đồng quản trị sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến ROA, đặc biệt trong các công ty quy mô lớn, kết quả này mâu thuẫn với Peng & cộng sự (2007). Trong khi đó, tồn tại mối quan hệ dương và có ý nghĩa thống kê giữa quy mô hội đồng quản trị và ROA (Prusty & Al-ahdal, 2018) kết quả này không ủng hộ nghiên cứu của Azzez (2015).

Xét ở bình diện sở hữu cổ đông lớn, Thomsen & cộng sự (2006) nhận thấy tồn tại mối tương quan tỷ lệ nghịch giữa mức độ nắm giữ cổ phần của cổ đông lớn với ROA. Tuy nhiên, nhóm tác giả cho rằng, mức độ sở hữu cổ đông lớn càng cao, có thể kiểm soát được hành vi cá nhân của các nhà quản lý trong công ty, và do đó có thể nâng cao tỷ suất sinh lời.

Từ các kết quả nghiên cứu hiện có, nhóm tác giả kỳ vọng khi quy mô hội đồng quản trị càng lớn, quyền lực CEO lớn (CEO kiêm nhiệm chủ tịch HDQT, số năm tại vị nhiều, tỷ lệ sở hữu cổ phần lớn), sở hữu cổ đông lớn cao sẽ phản ánh cấu trúc HDQT mạnh, và do đó sẽ tác động tích cực đến tỷ suất sinh lời của các công ty. Xuất phát từ lập luận đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất:

Giả thuyết cơ sở: Quản trị công ty tác động tích cực đến tỷ suất sinh lời kinh tế tài sản (ROA).



2. Dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Dữ liệu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả khảo sát tất cả các công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội (HNX) trong khoảng thời gian từ 2010 - 2018. Dữ liệu được thu thập từ Stoxplus, một trong những nguồn cung cấp dữ liệu tài chính chủ yếu và uy tín tại Việt Nam. Các dữ liệu liên quan đến quản trị công ty được thu thập trên báo cáo thường niên, báo cáo quản trị do các công ty công bố và được niêm yết công khai. Các chỉ tiêu tài chính liên quan được thu thập từ finanvietstock.vn. Sau khi loại bỏ các quan sát không đủ dữ liệu để phân tích, mẫu cuối cùng thu được gồm 3.286 quan sát.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng mô hình hồi quy OLS để kiểm tra ảnh hưởng của quản trị công ty đến ROA.

Biến nghiên cứu chính là GOVER (Quản trị công ty): Biến này được đo lường thông qua ba biến bao gồm: Quy mô HĐQT (Bsize); quyền lực CEO (CEOpower) và sở hữu cổ đông lớn (BLOCKOWN)¹.

Ngoài ra, xác biến kiểm soát được sử dụng bao gồm các biến liên quan đặc điểm tài chính công ty như quy mô công ty (SIZE), mức độ sử dụng nợ (LEVERAGE), tỷ lệ đầu tư tài sản cố định trong tổng tài sản (TAG) và tốc độ tăng trưởng (GROWTH).

Nhóm tác giả cũng sử dụng phần mềm STATA để xử lý dữ liệu và hỗ trợ phân tích hồi quy.

3. Kết quả nghiên cứu

Sử dụng phương pháp hồi quy OLS để

kiểm chứng mối tương quan giữa quản trị công ty và tỷ suất sinh lời của các công ty niêm yết, và sử dụng sai số chuẩn điều chỉnh (robust standard errors) để giải quyết hiện tượng phương sai không đồng nhất và vấn đề tự tương quan, kết quả phân tích được phản ánh tại bảng 1. Kết quả hồi quy không cung cấp được bằng chứng hỗ trợ cho thấy quy mô hội đồng quản trị ảnh hưởng đến ROA, kết quả này không hỗ trợ giả thuyết cơ sở.

Khi xem xét riêng tác động của quyền lực CEO (CEOpower), kết quả hồi quy tại mô hình (2) và (4) cho thấy tồn tại mối quan hệ cùng chiều giữa quyền lực CEO và ROA. Theo đó, khi quyền lực của CEO càng mạnh thì có thể gia tăng tỷ suất sinh lời của các công ty niêm yết, kết quả này phù hợp với giả thuyết cơ sở. Từ kết quả hồi quy mô hình 2 chỉ ra các công ty có sự tách biệt vai trò của CEO và chủ tịch hội đồng quản trị, tỷ lệ nắm giữ cổ phần công ty của CEO càng thấp có khả năng gia tăng ROA, các kết quả này ủng hộ lý thuyết đại diện. Dường như ở các công ty mà CEO nắm giữ quyền lực càng lớn, họ có thể dễ dàng đưa ra các quyết sách hành động kịp thời, nhanh chóng và họ sẵn sàng hành động vì lợi ích công ty với kỳ vọng có thể gia tăng các quyền lợi cho bản thân mình thông qua lợi ích chung, phù hợp với lý thuyết kỳ vọng.

Kết quả mô hình 3 thể hiện tại bảng 1 phản ánh tác động của sở hữu cổ đông lớn (BLOCKOWN) đến ROA. Kết quả hồi quy cho thấy hệ số của BLOCKOWN dương với mức ý nghĩa thống kê 1%, hàm ý khi tỷ lệ nắm giữ cổ phần của cổ đông lớn trong công ty càng cao thì khả năng gia tăng ROA càng

1 Chi tiết cách xác định các biến xem ở phụ lục 1



lớn. Dường như mức độ nắm giữ cổ phần của cổ đông lớn càng cao thì khả năng giám sát hoạt động của hội đồng quản trị càng tốt, có thể hạn chế các hành vi trục lợi của các nhà lãnh đạo công ty, nâng cao hiệu quả hoạt động của các nhà quản lý. Kết quả thực nghiệm cung cấp đã hỗ trợ giả thuyết cơ sở

khi cho rằng quản trị công ty tác động tích cực đến tỷ suất sinh lời của các công ty niêm yết, tuy nhiên bằng chứng đưa ra không hỗ trợ kết quả nghiên cứu trước đó của Thomsen & cộng sự (2006).

Bảng 1: Bảng phản ánh kết quả phân tích ảnh hưởng của quản trị công ty đến ROA

VARIABLES	(1)	(2)	(3)	(4)
Bsize	0.000402 (0.00108)			0.000210 (0.00113)
CEOpower		0.0199*** (0.00723)		0.00278* (0.00155)
CEOtenure		-0.00963 (0.00789)		
CEOduality		-0.0319*** (0.00820)		
CEOown		-0.0244*** (0.00811)		
CEOgender		-0.00501 (0.00964)		
BLOCKOWN			0.0491*** (0.00661)	0.0523*** (0.00687)
SALESGROWTH	0.0110*** (0.00330)	0.0117*** (0.00329)	0.0114*** (0.00336)	0.0114*** (0.00336)
TAG	0.0238*** (0.00787)	0.0228*** (0.00747)	0.0153* (0.00788)	0.0142* (0.00822)
LEVERAGE	-0.0947*** (0.00785)	-0.101*** (0.00779)	-0.101*** (0.00768)	-0.0989*** (0.00791)
SIZE	8.87e-05 (0.00113)	1.19e-06 (0.00103)	0.000437 (0.00107)	0.000210 (0.00115)
Constant	-0.0103 (0.0304)	-0.0438 (0.0306)	-0.0420 (0.0304)	-0.0457 (0.0316)
Observations	3,177	3,253	3,160	3,079
R-squared	0.088	0.101	0.114	0.114

Robust standard errors in parentheses

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



Kết quả hồi quy thể hiện tại cột 4 bảng 4.3 phản ánh tác động của quản trị công ty đến ROA, khi xem xét đồng thời tác động của quy mô HĐQT, quyền lực CEO, sở hữu cổ đông lớn. Kết quả này một lần nữa khẳng định ở các công ty niêm yết mà quyền lực CEO lớn, mức độ nắm giữ cổ phần cao có khả năng gia tăng ROA, tuy nhiên không có bằng chứng hỗ trợ cho thấy tồn tại mối tương quan giữa quy mô HĐQT và ROA. Các kết quả này đã ủng hộ một phần giả thuyết cơ sở cho thấy quản trị công ty tác động tích cực đến tỷ suất sinh lời tài sản của các công ty niêm yết.

III. KẾT LUẬN

Quản trị công ty là một trong những yếu tố nòng cốt, ảnh hưởng chi phối đến hoạt động của mỗi công ty. Thông qua kiểm chứng bộ dữ liệu bảng liên quan tất cả các công ty niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội, giai đoạn 2010-2018, sử dụng phương pháp hồi quy OLS, kết quả phân tích thực nghiệm cho thấy quản trị công ty ảnh hưởng tích cực đến tỷ suất sinh lời của các công ty niêm yết. Cụ thể, các công ty có cấu trúc quản trị mạnh, thể hiện quyền lực CEO lớn, sở hữu cổ đông lớn cao, quy mô HĐQT nhỏ có quan hệ cùng chiều với ROA

Kết quả nghiên cứu một lần nữa khẳng định vai trò quan trọng của quản trị công ty đối với việc nâng cao hiệu quả hoạt động của các công ty niêm yết tại một quốc gia đang phát triển như ở Việt Nam. Từ các kết quả thực nghiệm đạt được từ quá trình phân tích,

nhóm tác giả đã đề xuất một số khuyến nghị đối với các bên liên quan như các công ty niêm yết, các nhà đầu tư, các cơ quan quản lý chính sách. Các công ty niêm yết cần đặc biệt cân nhắc số lượng thành viên tham gia HĐQT. Các công ty cần đặc biệt lưu ý đến việc tách biệt vai trò của CEO và chủ tịch HĐQT, ưu tiên những người giữ vị trí CEO là nam giới, số năm tại vị nhiều, và nắm giữ tỷ lệ cổ phần lớn trong công ty. Thêm vào đó, các công ty niêm yết cũng phải đặc biệt lưu ý trong việc gia tăng kiểm soát hoạt động của HĐQT thông qua việc gia tăng số lượng và tỷ lệ nắm giữ cổ phần của các cổ đông lớn tham gia vào HĐQT; khuyến khích các cổ đông lớn tham gia vào HĐQT. Các nhà đầu tư tham gia trên thị trường chứng khoán cần đặc biệt tìm hiểu kỹ thông tin về tình hình quản trị công ty niêm yết trước khi đưa ra quyết định đầu tư của mình. Các cơ quan quản lý nhà nước cần giám sát chặt chẽ tình hình công bố thông tin của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán để đảm bảo thông tin công bố được kịp thời, minh bạch, công khai; thị trường chứng khoán vận hành một cách hiệu quả, thông suốt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Azeez, A. A. (2015). *Corporate Governance and Firm Performance: Evidence from Sri Lanka. Journal of Finance and Bank Management*, 3(1), pp. 180-189.
2. Bhagat, S. & Bolton, B. (2019). *Corporate governance and firm performance: The sequel. Journal of Corporate Finance*.
3. Dang, M. & Henry, D. (2016). *Partial-con-*



trol versus full-control acquisitions: Does target corporate governance matter? Evidence from eight East and Southeast Asian countries., *Pacific-Basin Finance Journal*, Volume 40, Pages 251-260., pp. 251- 260.

4. Hoàng, D. V. A. & Lê, T. D. (2019). *Giám đốc điều hành và tỷ suất sinh lời của doanh nghiệp: bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam*. *Tạp chí nghiên cứu kinh tế*, 12(499), pp. 57-63.

5. Iqbal, S., Nawaz, A. & Ehsan, S. (2019). *Financial Performance and Corporate Governance in Microfinance: Evidence from Asia*. *Journal of Asian Economics*, Volume 60, pp. 1-13.

6. Prusty, T. & Al-ahdal, W. M. (2018). *Corporate Governance and profitability: Evidence from Indian IT companies*. *Financial Markets, Institutions and Risks*, 2(3).

7. Thomsen, S., Pedersen, T. & Kvist, H. K. (2006). *Blockholder ownership: Effects on firm value in market and control based governance systems*. *Journal of Corporate Finance*, Volume 12, p. 246 - 269.

8. Varshney, P., Kaul, V. & Vasal, V. (2012). *Corporate governance index and firm performance: empirical evidence from India*. *Journal of Finance and Accountancy*.

Phụ lục 1. Bảng xác định các biến nghiên cứu

Biến	Cách xác định	Tham khảo
ROA	= Lợi nhuận sau thuế/Vốn kinh doanh bình quân	Prusty & Al-ahdal (2018), Iqbal & cộng sự (2019)
Bsize	Quy mô Hội đồng quản trị, phản ánh số lượng thành viên tham gia HĐQT	Bhatt & Bhattacharya (2015), Prusty & Al-ahdal (2018), Iqbal & cộng sự (2019)
CEOpower	Sức mạnh CEO, đo lường thông qua tổng của 4 biến nhị phân bao gồm CEOgen, CEOdual, CEOown, CEOtenure. Trong đó, CEOgen (giới tính CEO, biến nhị phân nhận giá trị bằng 1 nếu CEO là nam), CEOdual (sự kiêm nhiệm của CEO, biến nhị phân, nhận giá trị bằng 1 nếu CEO đồng thời kiêm nhiệm chủ tịch HĐQT), CEOown (Sở hữu của CEO, biến nhị phân nhận giá trị bằng 1 nếu CEO sở hữu từ 1 % cổ phần công ty trở lên), CEOtenure (số năm tại vị của CEO, biến nhị phân nhận giá trị 1 nếu số năm tại vị từ 5 năm trở lên). CEOpower càng lớn, phản ánh quyền lực CEO càng lớn, và nhận giá trị tối đa bằng 4	Peng & cộng sự (2007), Pham & cộng sự (2015), Azzez (2015), Bhatt & Bhattacharya (2015), Dang & Henry (2016), Hoàng Dương Việt Anh & Lê Thùy Dung (2019), Bhagat & Bolton (2019)
BLOCK-OWN	Sở hữu cổ đông lớn (Cổ đông lớn là cổ đông nắm giữ từ 5% cổ phần công ty trở lên)	Thomsen & cộng sự (2006), Dang & Henry (2016)
SIZE	Quy mô công ty, đo lường bằng logarit tự nhiên của tổng tài sản	Dang & Henry (2016), Hoàng Dương Việt Anh & Lê Thùy Dung (2019),
GROWTH	Tốc độ tăng trưởng doanh thu	Dang & Henry (2016), Hoàng Dương Việt Anh & Lê Thùy Dung (2019),
LEVERAGE	Mức độ sử dụng nợ trong tổng nguồn vốn huy động	Dang & Henry (2016)
TAG	Tỷ lệ đầu tư tài sản cố định trong tổng tài sản	



TĂNG CƯỜNG GIÁO DỤC LÝ TƯỞNG, ĐẠO ĐỨC, LỐI SỐNG CHO SINH VIÊN GẮN VỚI DẠY HỌC CÁC MÔN LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ

ThS. Nguyễn Khánh Ly, ThS. Hồ Thị Bích Ngọc
Khoa Lý luận chính trị

Tóm tắt: Đất nước đang trong giai đoạn hội nhập sâu vào quá trình toàn cầu hóa và quốc tế hóa, đặt ra những yêu cầu và nhiệm vụ trong giáo dục, định hướng cho sinh viên (SV) nói chung, SV trường Đại học Kinh tế Nghệ An nói riêng. Do đó, nâng cao hiệu quả giảng dạy lý luận chính trị (LLCT) kết hợp với tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV là một vấn đề có ý nghĩa lý luận và thực tiễn hiện nay. Trong khuôn khổ bài viết, trên cơ sở vai trò, đặc điểm tình hình dạy và học các môn LLCT, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV hiện nay.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sinh thời, Chủ tịch Hồ Chí Minh luôn giành sự quan tâm sâu sắc đến thế hệ trẻ cũng như thấy rõ vị trí, vai trò to lớn của thanh niên đối với sự nghiệp cách mạng giải phóng dân tộc và xây dựng đất nước, Người khẳng định: “Thanh niên là người chủ tương lai của nước nhà... nước nhà thịnh hay suy, yếu hay mạnh một phần lớn là do các thanh niên”[6; tr.216]. trong Di chúc, Người viết: “Bồi dưỡng thế hệ cách mạng cho đời sau là một việc rất quan trọng và rất cần thiết”[7; tr.612].

Nhận rõ vai trò của thanh niên, SV là rường cột nước nhà, chủ nhân tương lai của đất nước, là lực lượng xung kích trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, Đảng ta luôn đặt thanh niên, SV ở vị trí trung tâm trong chiến

lược bồi dưỡng, phát huy nhân tố và nguồn lực con người. Trước yêu cầu của sự nghiệp cách mạng hiện nay, Đảng ta chủ trương: “Đổi mới nội dung, phương thức giáo dục chính trị, tư tưởng, lý tưởng, truyền thống, bồi dưỡng lý tưởng cách mạng, lòng yêu nước, xây dựng đạo đức, lối sống lành mạnh, ý thức tôn trọng và nghiêm chỉnh chấp hành Hiến pháp và pháp luật cho thế hệ trẻ” [5; tr.162]

Đề án “Tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho thanh niên, thiếu niên và nhi đồng giai đoạn 2015-2020” của Bộ Giáo dục và Đào tạo cũng xác định mục tiêu là: Tăng cường giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống cho thế hệ trẻ Việt Nam nhằm tạo chuyển biến căn bản về đạo đức, lối sống, phát triển toàn diện, yêu gia



đình, có đạo đức trong sáng, lối sống văn hóa, yêu nước, tự hào dân tộc, kiên định lý tưởng độc lập dân tộc và CNXH; có ý thức tuân thủ pháp luật, có năng lực và bản lĩnh trong hội nhập quốc tế, có sức khỏe tri thức và kỹ năng lao động, trở thành những công dân có ích, tích cực tham gia xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam XHCN [1].

II. NỘI DUNG

1. Vai trò của các môn LLCT đối với việc giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV

Thực hiện chủ trương của Đảng, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ra Quyết định số 52/2008/QĐ-BGDĐT về việc ban hành Chương trình các môn LLCT trình độ đại học, cao đẳng (ĐH, CĐ) cho SV khối không chuyên ngành Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh. Theo Quyết định này, chương trình LLCT gồm 3 môn học: Những nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác - Lênin, Tư tưởng Hồ Chí Minh, Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam [2]. Giữa năm 2019, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ra Quyết định số 3056/QĐ-BGDĐT ngày 19/7/2019 về việc ban hành Chương trình các môn LLCT trình độ ĐH, CĐ cho SV khối không chuyên ngành Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh. Chương trình LLCT mới bao gồm 5 môn học: Triết học Mác - Lênin, Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học, Tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng sản

Việt Nam [3]. Tổng thời lượng giảng dạy là 11 tín chỉ cho cả 5 môn.

Quá trình thực hiện giảng dạy các môn LLCT cho thấy việc sắp xếp, đổi mới trong giảng dạy LLCT là phù hợp, đáp ứng được yêu cầu đổi mới và những vấn đề lý luận do thực tiễn đặt ra, tạo ra tính thống nhất, đồng bộ trong đào tạo ở các trường ĐH, CĐ. Liên quan đến vấn đề giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV thì các môn LLCT có điều kiện hết sức thuận lợi để thực hiện bởi những lí do sau:

Thứ nhất, ở Việt Nam, chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh được coi là nền tảng tư tưởng, kim chỉ nam cho mọi hoạt động của đời sống xã hội. Qua học tập các môn học này sẽ trang bị cho SV thế giới quan, phương pháp luận khoa học và nhân sinh quan cách mạng đúng đắn. Từ đó, giúp SV phát triển tư duy, tầm nhìn khoa học biện chứng, nhận ra và nắm chắc lý tưởng sống, nhất là trung thành với lý tưởng cách mạng Việt Nam: độc lập dân tộc và CNXH, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam XHCN.

Thứ hai, việc giảng dạy các môn LLCT đóng vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền, giáo dục ý thức chấp hành đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, các quy định, quy chế của địa phương, cơ quan, trường học,... Qua đó, hình thành thái độ, nhân cách, phẩm chất đạo đức cho SV: trung với nước, hiếu với dân; cần,



kiệm, liêm, chính, chí công vô tư; lòng yêu thương con người; tinh thần quốc tế trong sáng,... Đi đôi với đó là tăng cường giáo dục các giá trị đạo đức mới như: chủ động, sáng tạo lập thân lập nghiệp, năng động, vượt khó vươn lên, tự khẳng định bản thân, tự tin hòa nhập cộng đồng, hội nhập quốc tế, đặc biệt trong thời đại cách mạng công nghệ 4.0.

Thứ ba, các môn LLCT với tư cách là môn học ở bậc đại học tiếp nối môn Giáo dục công dân ở phổ thông, do đó có thể thông qua việc giảng dạy các môn LLCT để tiếp tục phát triển những nội dung học tập về các giá trị đạo đức, truyền thống, hình thành lý tưởng cách mạng, xây dựng lối sống, tôn trọng Hiến pháp và pháp luật cho SV trong môi trường giáo dục đại học. Qua đó, việc giáo dục lý tưởng, đạo đức và lối sống cho SV được thực hiện một cách bài bản, trực tiếp và liên tục.

Thứ tư, thông qua các môn học LLCT, giáo dục SV kế thừa, phát huy những giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc, hình thành lối sống lành mạnh, trong sáng, giàu lòng nhân ái, bao dung, sống có trách nhiệm với bản thân, gia đình và xã hội. Xây dựng lối sống mới cho SV thông qua giảng dạy các môn LLCT, nhất là qua môn học Tư tưởng Hồ Chí Minh với cuộc vận động “Học tập và làm theo tấm gương đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh”.

2. Tình hình giảng dạy và học tập các

môn LLCT gắn với giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV

Giảng dạy LLCT gắn với giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV là một nhiệm vụ quan trọng được ngành giáo dục đặc biệt quan tâm thực hiện. Kết quả của mục tiêu này phụ thuộc nhiều vào hiệu quả giảng dạy và học tập các môn LLCT trong trường ĐH, CĐ. Để có cái nhìn đầy đủ, chúng tôi đã tham khảo và thực hiện một số khảo sát về tình hình giảng dạy, học tập các môn LLCT ở Trường Đại học Kinh tế Nghệ An và thu được những kết quả như sau:

Với câu hỏi: “Việc học tập các môn LLCT ở trường Đại học, theo anh, chị có cần thiết hay không?”. Kết quả trả lời có 88,5% số phiếu là cần thiết; còn 11,5% cho là không cần thiết. Điều này cho thấy đa số SV có nhận thức tốt về việc học tập các môn học LLCT.

Với câu hỏi: “Anh, chị có thái độ như thế nào khi học các môn LLCT?”. Kết quả thu được là: 32,7% cảm thấy hứng thú khi học; 21,7% có thái độ học đối phó; 9,2% cảm thấy chán nản và có đến 36,4% SV cho rằng khó đánh giá. Như vậy, thực tế có một số SV chưa có thái độ học tập đúng đắn với các môn học này.

Với câu hỏi: “Đánh giá của anh, chị về mức độ hiệu quả giáo dục tư tưởng, đạo đức, lối sống cho SV qua giảng dạy và học tập các môn LLCT?”. Kết quả: 47,4% cho là



hiệu quả tốt; 25,3% cho là đạt; còn lại 27,3% không trả lời. Kết quả này cho thấy đa số SV đồng ý cho rằng giảng dạy các môn LLCT có vai trò và thực hiện có hiệu quả trong việc giáo dục tư tưởng, đạo đức, lối sống cho SV.

Như vậy, với kết quả điều tra thu được và thông qua khảo nghiệm trong quá trình giảng dạy, chúng tôi nhận thấy rằng:

Về phía SV, trình độ nhận thức của người học không đồng đều, nguyên nhân do trình độ đầu vào đa dạng, hình thức đào tạo khác nhau. Trình độ tư duy trừu tượng của SV còn hạn chế, do khi bước vào đại học, chủ yếu dừng ở tư duy cụ thể, trực quan, cảm tính, khả năng trừu tượng chưa cao nên khi đào tạo họ phải đảm bảo tính hệ thống, tính khoa học, nhưng phải cụ thể và tỉ mỉ. Kinh nghiệm thực tiễn cuộc sống của SV còn ít và thiếu, họ gặp nhiều khó khăn khi học tập các môn LLCT, đặc biệt là gắn việc học tập với việc tăng cường nhận thức, hành động về lý tưởng, đạo đức, xây dựng lối sống mới.

Về phía giảng viên (GV), trong giảng dạy LLCT có một số ưu điểm và hạn chế nhất định. Về ưu điểm: đội ngũ GV có nhận thức đúng đắn về vai trò và tầm quan trọng của việc giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV thông qua giảng dạy các môn LLCT; đồng thời đã triển khai và thu được hiệu quả; việc đổi mới phương pháp giảng dạy (PPGD) nhằm nâng cao chất lượng đào tạo đã có sự thống nhất giữa khoa, bộ môn

và GV. Tuy nhiên, bên cạnh những ưu điểm đó vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định như: trong đổi mới nội dung, PPGD các môn LLCT, nhiều GV thực hiện thiếu tính liên tục, hiệu quả chưa cao, đôi khi còn theo phong trào. Việc kết hợp giảng dạy với giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV có thực hiện nhưng chậm đổi mới, thiếu tính đồng bộ.

Nguyên nhân của những hạn chế nêu trên: vẫn còn hạn chế trong nhận thức của xã hội và các cấp lãnh đạo về vai trò, tầm quan trọng của việc nâng cao chất lượng giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho sinh viên; việc đổi mới nội dung, PPGD các môn LLCT gắn với giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV còn nhiều bất cập, thiếu đồng bộ; chất lượng đội ngũ GV các môn LLCT trước yêu cầu của tình hình mới vẫn còn hạn chế; các hình thức giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV trong nhà trường chưa đa dạng, phong phú và hấp dẫn; cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động này còn nhiều hạn chế...

3. Một số giải pháp nâng cao chất lượng giảng dạy các môn LLCT gắn với tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV trong thời gian tới

3.1. Nâng cao nhận thức và tăng cường sự lãnh đạo của Đảng ủy, Ban Giám hiệu, chính quyền, đoàn thể Nhà trường về vai trò, tầm quan trọng của việc tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV



Lãnh đạo cấp ủy Đảng, chính quyền cùng với Ban Chấp hành Đoàn TNCS Hồ Chí Minh, Ban Chấp hành Hội SV Trường cần xác định rõ trách nhiệm của mình trong việc giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống cho SV, xem đây là nhiệm vụ thường xuyên, quan trọng, đưa nhiệm vụ này vào nghị quyết của cấp ủy Đảng, vào kế hoạch công tác từng năm của từng đơn vị. Đồng thời phải phân công rõ ràng về người phụ trách của từng cấp ủy, đơn vị trong công tác giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống cho SV.

3.2. Tăng cường tính hiệu quả trong việc đổi mới nội dung, PPGD các môn LLCT gắn với giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV

Như chúng ta đã biết, nội dung, PPGD các môn LLCT là cơ sở quan trọng, có vai trò trong việc tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV. Nội dung của Đề án đã nhấn mạnh: chú trọng xây dựng nội dung giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống trong nhà trường đảm bảo thiết thực hiệu quả, phù hợp với đối tượng, đảm bảo nội dung giáo dục tập trung vào những giá trị cơ bản của văn hóa dân tộc và nhân loại, giá trị cốt lõi và nhân văn của tư tưởng Hồ Chí Minh. Gắn giáo dục LLCT với giáo dục hình thành nhân cách, đạo đức nghề nghiệp, năng lực tự học, sáng tạo ở trường. Đổi mới phương pháp giảng dạy LLCT theo hướng phát huy năng lực, phẩm chất người học,

phát huy tính tích cực của SV; tăng cường các hoạt động trải nghiệm sáng tạo trong giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống [4].

3.3. Tiếp tục nâng cao chất lượng đội ngũ GV các môn LLCT trước yêu cầu của tình hình mới

Để công tác giáo dục chính trị có chất lượng thì người GV không chỉ có kiến thức, nghiệp vụ sư phạm cao, mà còn phải có lập trường tư tưởng vững vàng, có tác phong chuẩn mực, đạo đức tốt, có lối sống văn hóa, là tấm gương sáng mẫu mực mọi nơi, mọi lúc cho sinh viên học tập và noi theo. Muốn vậy, bản thân mỗi GV phải không ngừng rèn luyện về mọi mặt, thường xuyên tự học, nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ để hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

3.4. Đổi mới các hình thức giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV trong nhà trường

Bên cạnh việc đổi mới nội dung, PPGD thì đổi mới các hình thức giảng dạy, giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV là rất cần thiết nhằm phát triển năng lực, phẩm chất và tính tích cực của SV. Cùng với hoạt động giảng dạy nội khóa trên lớp, cần tăng cường các hoạt động trải nghiệm sáng tạo: tham quan học tập ở Bảo tàng Quân khu 4, Bảo tàng Xô viết Nghệ Tĩnh, Khu Di tích Kim Liên, một số di tích lịch sử như Trùng Bồn, Ngã 3 Đồng Lộc; tổ chức thăm hỏi các gia đình thương binh liệt sĩ, các nhân chứng



lịch sử; triển lãm về Hoàng Sa và Trường Sa - những bằng chứng lịch sử, chiếu phim “Theo dòng lịch sử”, tổ chức sân khấu hóa, hội thi Tuyên truyền ca khúc cách mạng, ca ngợi về Bác Hồ, về Đảng; cuộc thi Kể chuyện về tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh, Hội thi Sinh viên với các môn LLCT, bài thi tìm hiểu về các danh nhân, anh hùng cách mạng; xây dựng tủ sách Hồ Chí Minh... Việc đa dạng hóa các hình thức giáo dục sẽ làm sinh động, hấp dẫn và thuyết phục đối với SV.

3.5. Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động dạy và học, đặc biệt là hoạt động giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV

Muốn nâng cao chất lượng giáo dục LLCT, ngoài những yêu cầu về đội ngũ GV, cơ chế, chính sách, nội dung và PPGD, hình thức giáo dục,... thì cơ sở vật chất đóng vai trò không thể thiếu được. Cơ sở vật chất bao gồm hệ thống giảng đường, phòng học, máy móc, trang thiết bị, thư viện, giáo trình, tài liệu tham khảo, mạng internet, ... cần được trang bị đầy đủ, thường xuyên sửa chữa và bổ sung mới. Nhà trường, phòng Quản trị thiết bị phải thường xuyên và định kỳ kiểm tra, đánh giá hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất, để có biện pháp khai thác tối đa các trang thiết bị phục vụ dạy học, kịp thời sửa chữa, bổ sung, mua sắm thêm trang thiết bị, đảm bảo việc giảng dạy và giáo dục SV.

Để kết hợp việc giảng dạy các môn

LLCT với việc tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV có hiệu quả, thì các biện pháp trên cần được thực hiện tốt và đồng bộ, không tách rời.

III. KẾT LUẬN

Giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV thông qua giảng dạy các môn LLCT vừa là yêu cầu cơ bản, thường xuyên của sự nghiệp cách mạng, vừa là nhiệm vụ cấp bách hiện nay, nhằm khơi dậy và phát huy các giá trị đạo đức truyền thống tốt đẹp của dân tộc, đấu tranh khắc phục sự suy thoái về đạo đức, lối sống và các tệ nạn xã hội; hình thành và phát triển các giá trị đạo đức mới, từng bước xây dựng con người Việt Nam có nhân cách cao đẹp, có bản lĩnh vững vàng, lối sống lành mạnh, quan hệ xã hội nhân văn, tiến bộ. Do đó, việc nâng cao chất lượng giảng dạy và học tập các môn LLCT gắn với tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV trong nhà trường là vấn đề có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn hiện nay.

Với sự quan tâm của Đảng ủy, Ban Giám hiệu trường Đại học Kinh tế Nghệ An và sự phối hợp của các đoàn thể xã hội, công tác giảng dạy LLCT gắn với giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho SV trong thời gian tới nhất định sẽ có những chuyển biến mới, góp phần quan trọng trong việc đào tạo, bồi dưỡng để nhanh chóng hình thành một lớp SV có lý tưởng cách mạng, giàu về trí tuệ, trong sáng về đạo đức, phong phú về



tâm hồn, lành mạnh về lối sống. Phát huy cao độ thể mạnh và tiềm năng to lớn của SV ra sức phấn đấu cùng toàn Đảng, toàn dân hoàn thành sự nghiệp CNH, HĐH đất nước, thực hiện thắng lợi mục tiêu: “Dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2016), *Quyết định ban hành kế hoạch triển khai Quyết định số 1501 của Thủ tướng chính phủ. Số 410/QĐ-BGDĐT ngày 4/2/2016.*

2. Bộ Giáo dục và đào tạo (2017), *Giáo trình các môn khoa học lý luận chính trị, Nxb. CTQG, HN.*

3. Bộ Giáo dục và đào tạo (2019), *Dự thảo giáo trình các môn khoa học lý luận chính trị (dành cho*

khối không chuyên ngành lý luận chính trị), Tài liệu tập huấn hè, HN.

4. *Chiến lược phát triển giáo dục 2011-2020, Nxb. Giáo dục, HN.*

5. *Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII, Nxb. CTQG, HN.*

6. *Hồ Chí Minh (2011), Toàn tập, tập 5, Nxb. CTQG, HN.*

7. *Hồ Chí Minh (2011), Toàn tập, tập 15, Nxb. CTQG, HN.*

8. *Thủ tướng chính phủ (2015), Quyết định phê duyệt Đề án “Tăng cường giáo dục lý tưởng, đạo đức, lối sống cho thanh niên, thiếu niên và nhi đồng giai đoạn 2015-2020”, Số 1501/QĐ-TTg, ngày 28/8/2015.*



QUAN ĐIỂM CỦA CHỦ NGHĨA MÁC - LÊNIN, TU TƯỞNG HỒ CHÍ MINH VỀ VẤN ĐỀ DÂN CHỦ VÀ VAI TRÒ CỦA VIỆC THỰC HIỆN QUY CHẾ DÂN CHỦ Ở CƠ SỞ TRONG XÂY DỰNG NÔNG THÔN MỚI

ThS. Hoàng Thị Thu Hoài

Khoa Lý luận chính trị

Tóm tắt: Dân chủ là một vấn đề vô cùng quan trọng và bức thiết từ xưa đến nay, đó là nội dung vừa mang tính chính trị, vừa mang tính nhân văn của con người. Trên cơ sở vận dụng lý luận chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các quan điểm, chủ trương của Đảng, Nhà nước ta về vấn đề dân chủ từ đó rút ra được những vai trò quan trọng của việc thực hiện quy chế dân chủ ở cơ sở trong xây dựng nông thôn mới.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Dân chủ vừa là bản chất của Nhà nước, vừa là mục tiêu hướng tới của xã hội. Dân chủ chính là nền tảng cho một nhà nước vững mạnh. Đồng thời thực hiện tốt quy chế dân chủ ở cơ sở là một trong những nhân tố quan trọng góp phần phát triển kinh tế - xã hội. Chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới là một chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước ta. Do vậy để bảo đảm thành công của chương trình xây dựng nông thôn mới thì một nhân tố quan trọng không thể thiếu đó chính là phải thực hiện tốt quy chế dân chủ ở cơ sở.

II. NỘI DUNG

1. Quan điểm Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh về vấn đề dân chủ

1.1. Khái niệm dân chủ

Thuật ngữ “dân chủ” xuất hiện đầu tiên tại Hy Lạp cổ đại với cụm từ dimokratia là

“quyền lực của nhân dân” được ghép từ chữ demos là “nhân dân” và kratos là “quyền lực”. Vào thế kỉ thứ IV trước công nguyên, tại Thành bang Aten (Hy Lạp) đã xuất hiện thể chế chính trị tiên bộ, mang dáng dấp nền dân chủ sơ khai: Mọi công dân (nam) từ 18 tuổi đều được tham gia vào cơ quan quản lý nhà nước theo hình thức rút thăm. Từ đó đến nay, khái niệm “dân chủ” ngày càng trở thành một ý tưởng chủ đạo cho niềm mơ ước của con người, đó là cơ sở để con người được thể hiện "nhân quyền" và "dân quyền", hướng tới một xã hội trong tương lai - xã hội không có người bóc lột người. Trải qua các thời kì lịch sử, khái niệm “dân chủ” có những hình thức và tên gọi khác nhau như: Dân chủ chủ nô; Dân chủ quân sự; Dân chủ lập hiến; Dân chủ tư sản; Dân chủ nhân dân; Dân chủ XHCN. Dù có các trạng thái khác nhau, song khái niệm "dân chủ" được dùng để chỉ tính chất



ché độ xã hội mà trong đó người dân được thể hiện quyền làm chủ của mình.

Trong học các thuyết chính trị, dân chủ dùng để mô tả cho một số ít hình thức nhà nước và một loại triết học chính trị. Mặc dù chưa có một định nghĩa thống nhất về dân chủ, nhưng có hai nguyên tắc mà bất kỳ một định nghĩa dân chủ nào cũng đưa vào:

Thứ nhất là tất cả mọi thành viên của xã hội (công dân) đều có quyền tiếp cận đến quyền lực một cách bình đẳng;

Thứ hai là tất cả mọi thành viên (công dân) đều được hưởng các quyền tự do được công nhận rộng rãi.

1.2. Quan điểm của Chủ nghĩa Mác - Lênin về dân chủ

Với C.Mác và Ph.Ăngghen thì cách mạng XHCN lấy việc giải phóng con người khỏi mọi sự tha hoá, bất công, giành trở lại cho con người cái bản chất vốn có của nó - lao động và hoà bình - làm mục tiêu cơ bản của mình. Muốn vậy, trong giai đoạn thứ nhất của cuộc cách mạng đó, giai cấp vô sản phải trở thành giai cấp thống trị, phải “giành lấy dân chủ”. Chỉ bằng việc thiết lập Nhà nước XHCN, sử dụng Nhà nước ấy như là một công cụ đặc lực để phát triển toàn diện xã hội mới, trong đó, phát triển triệt để nền dân chủ XHCN là trọng tâm, giai cấp vô sản mới hoàn thành thắng lợi sứ mệnh lịch sử của mình: nhân dân trở thành người chủ đích thực của xã hội, là chủ thể tối cao và duy nhất của mọi quyền lực. Tư tưởng này nói

lên bản chất dân chủ của xã hội mới mà giai cấp công nhân và nhân dân lao động đang hướng tới.

Phát triển những tư tưởng của C.Mác và Ph.Ăngghen về dân chủ, V.I.Lênin đã khẳng định sự cần thiết phải kết hợp giữa cuộc đấu tranh cho dân chủ với thắng lợi của CNXH. Đấu tranh cho dân chủ, theo ông, cũng không thể dừng lại ở dân chủ tư sản. Sau khi thiết lập chính quyền, việc phát triển triệt để nền dân chủ XHCN là tiền đề để thực hiện thắng lợi hoàn toàn và triệt để mục tiêu của CNXH. Bởi vậy, khi làm rõ nội dung quan điểm về sự thống nhất hữu cơ giữa dân chủ và CNXH, V.I.Lênin chỉ ra rằng, mối quan hệ đó phải được hiểu trên hai phương diện:

Một là, giai cấp vô sản không thể hoàn thành cuộc cách mạng XHCN, nếu họ không được chuẩn bị để tiến tới cuộc cách mạng đó thông qua cuộc đấu tranh cho chế độ dân chủ.

Hai là, CNXH sẽ không duy trì được thắng lợi, nếu không thực hiện đầy đủ chế độ dân chủ.

1.3. Quan điểm của Hồ Chí Minh về dân chủ

Kế thừa và phát triển những tư tưởng nêu trên của chủ nghĩa Mác-Lênin, trong quan niệm của Hồ Chí Minh, dân chủ không tách rời quan niệm “Dân là gốc”, “Dân là chủ”, “Dân làm chủ”, “*Bao nhiêu quyền hạn đều của dân*”. Người đã nhiều lần nhấn mạnh: “*Nước ta là nước dân chủ, địa vị cao*



nhất là dân, vì dân là chủ". Mặt khác, Người đã chỉ rõ: *"Dân là chủ thì Chính phủ phải là đầy tớ"*. *"Nếu Chính phủ làm hại dân thì dân có quyền đuổi Chính phủ"*[5;152, 282 - 283]. Ngay từ khi tiếp thu chủ nghĩa Mác-Lênin, rồi truyền bá vào Việt Nam, Nguyễn Ái Quốc đã khẳng định: các cuộc cách mạng xã hội theo khuynh hướng tư sản như của Anh, Mỹ, Pháp đều chưa triệt để, vì nhân dân lao động chưa thực sự được giải phóng; áp bức bất công vẫn tồn tại, quyền lợi vẫn tập trung vào tay giai cấp tư sản. Chính vì thế, Người đã lái con thuyền cách mạng Việt Nam đi theo con đường cách mạng mà giai cấp vô sản Nga đã tiến hành. Hiện nay, tiếp thu sâu sắc tư tưởng Hồ Chí Minh, Đảng ta đang lãnh đạo nhân dân hướng tới xây dựng chế độ xã hội XHCN, với mục tiêu "Dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh". Dưới ánh sáng của chủ nghĩa Mác-Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, cùng với những trải nghiệm lịch sử hàng ngàn năm dựng nước và giữ nước, nhân dân ta ngày càng nhận thức sâu sắc hơn về "dân chủ".

Vấn đề dân chủ và phát huy dân chủ được Đảng ta nhận thức và thực hiện ngày càng đầy đủ và sâu sắc hơn.

Trước đổi mới, Đảng ta đã dày công nghiên cứu lý luận và đến Đại hội IV xác lập quan điểm về chế độ làm chủ tập thể XHCN. Song, sự biến đổi của thực tiễn đã và đặt ra nhiều vấn đề mới cần bổ sung, phát triển. Trong văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc

lần thứ XI Đảng ta xác định: "Dân chủ xã hội chủ nghĩa là bản chất của chế độ ta, vừa là mục tiêu, vừa là động lực của sự phát triển đất nước"[2;47]

Xây dựng một xã hội dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh, xây dựng nông thôn mới là quyết tâm của Đảng, Nhà nước, phát huy dân chủ tạo sự đồng thuận trong xã hội củng cố niềm tin của nhân dân đối với Đảng. Qua thời gian triển khai thực hiện quy chế dân chủ trong xây dựng nông thôn mới cho thấy; về chủ trương là đúng đắn, đã huy động được sức dân xây dựng nông thôn mới. Người dân trực tiếp là chủ thể xây dựng nông thôn mới với phương châm "Dân biết, dân bàn, dân làm, dân hưởng lợi". Người dân được trực tiếp tham gia vào các công việc cụ thể để thực hiện 19 tiêu chí nông thôn mới. Xác định dân chủ là động lực, là điều kiện xây dựng nông thôn mới đã thu được kết quả nhất định, đời sống nhân dân cải thiện, ổn định, bộ mặt nông thôn được đổi mới, khang trang hơn, văn minh hơn, đã huy động được sức dân để xây dựng nông thôn mới đã thành nền nếp.

2. Vai trò của việc thực hiện Quy chế dân chủ ở cơ sở trong xây dựng nông thôn mới

Thứ nhất, vai trò của quy chế dân chủ cơ sở trong xây dựng nông thôn mới thể hiện ở quyền làm chủ của người dân ngày càng được phát huy; xây dựng, củng cố hệ thống chính trị ở địa phương ngày càng vững



mạnh, năng lực lãnh đạo của tổ chức Đảng được tăng cường,... tạo động lực vững chắc trong phát triển kinh tế - xã hội ở nông thôn.

Thực hiện có hiệu quả quy chế dân chủ là một động lực quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, giữ vững an ninh, trật tự ở cơ sở. Phát huy tốt dân chủ, nhân dân quan tâm thảo luận đóng góp ý kiến tích cực trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế, dồn điền, đổi thửa, lựa chọn đầu tư, nâng cao trình độ chuyên canh, thâm canh, phát triển kinh tế hộ gia đình; huy động sức dân đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật, giao thông nông thôn,... Qua việc thực hiện quy chế dân chủ đã xuất hiện nhiều điển hình sản xuất, kinh doanh giỏi; số hộ đạt khá, giàu ngày càng tăng. Nội dung các tiêu chí của nông thôn mới hiện ra rõ nét: Cơ sở hạ tầng kỹ thuật ở nông thôn tiếp tục được tăng cường; các hoạt động văn hóa, xã hội lành mạnh ngày càng phát triển; an ninh, trật tự được bảo đảm; các tệ nạn xã hội giảm dần, nhiều vụ, việc mâu thuẫn trong nhân dân được giải quyết; bộ mặt nông thôn có nhiều đổi mới sâu sắc, mọi người dân đều phấn khởi, tin tưởng vào sự đúng đắn của quy chế dân chủ và chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới, đó chính là một bước tiến dài để xây dựng thành công nông thôn mới.

Thứ hai, việc thực hiện quy chế dân chủ cơ sở vừa là điều kiện vừa là nhân tố góp phần nâng cao năng lực lãnh đạo và sức chiến đấu của tổ chức cơ sở đảng và chất

lượng của đội ngũ cán bộ đảng viên. Quán triệt quan điểm chỉ đạo của Trung ương, cấp ủy đảng đã chỉ đạo việc thực hiện các quy chế, quy định, quy trình công khai, dân chủ; bảo đảm thực hiện đúng nguyên tắc tập trung dân chủ trong công tác Đảng để phát huy dân chủ trong Đảng. Việc cấp ủy, chính quyền tổ chức đối thoại trực tiếp với dân, lắng ý kiến nhân dân để từng bước xây dựng tổ chức đảng ngày càng trong sạch, vững mạnh, điều đó làm cho khoảng cách giữa cán bộ đảng viên và nhân dân ngày một thắt chặt và khi thực hiện các chủ trương của xã nhất định mang lại hiệu quả cao.

Phát triển bền vững ở nông thôn gắn bó mật thiết với việc thực hiện dân chủ ở cơ sở nông thôn. Mỗi quan hệ đó được biểu hiện bởi các nội dung sau đây: Một là, dân chủ ở cơ sở là điều kiện để kinh tế ở nông thôn phát triển bền vững; Hai là, dân chủ ở cơ sở là điều kiện để giữ vững sự ổn định chính trị-xã hội ở nông thôn; Ba là, dân chủ ở cơ sở là điều kiện để xã hội ở nông thôn phát triển bền vững; Bốn là, dân chủ ở cơ sở là điều kiện để bảo vệ môi trường tự nhiên và môi trường nhân văn.

Thứ ba, việc mở rộng dân chủ ở cơ sở góp phần tạo động lực thúc đẩy và phát huy quyền làm chủ của nhân dân, thu hút nhân dân tham gia quản lý nhà nước, tham gia kiểm tra, giám sát các hoạt động của Nhà nước. Việc phát huy dân chủ ở nông thôn góp phần khắc phục một phần tệ quan liêu,



tham nhũng, mất dân chủ, xa rời quần chúng nhân dân của một bộ phận cán bộ, công chức ở cơ sở; đóng góp tích cực vào việc cải cách hành chính; tăng cường mối quan hệ mật thiết giữa Đảng với nhân dân; đóng góp tích cực vào thành tựu chung của cả nước.

Dân chủ XHCN là mục tiêu của công cuộc đổi mới, của Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, đồng thời cũng là mục tiêu và bản chất của CNXH. Đại hội VI của Đảng, chúng ta mới chỉ hình dung đổi mới vì dân giàu, nước mạnh, xã hội văn minh. Đại hội VII, đổi mới đã có thêm một mục tiêu công bằng xã hội, trong đó không chỉ có công bằng về phân phối lợi ích mà còn là công bằng về cơ hội phát triển cho tất cả mọi người. Về bản chất, đó cũng chính là dân chủ, là phương diện nhân văn của dân chủ, là quyền sống, quyền được phát triển của con người. Phải đến Đại hội IX (2001), Dân chủ mới thực sự định hình trong hệ mục tiêu đổi mới, đó cũng là chuỗi giá trị của phát triển: Dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh để đạt tới tự do và hạnh phúc. Và đến Đại hội XI, dân chủ là giá trị hàng đầu, là cơ sở để thực hiện bình đẳng và công bằng, để đoàn kết và đồng thuận. Con người chẳng những là mục tiêu và động lực của phát triển mà còn được xác định là trung tâm và chủ thể của phát triển xã hội. Mục tiêu dân chủ, do đó phải thể hiện trước hết ở dân chủ trong kinh tế, dân chủ trong chính trị. Cùng với nó còn là dân chủ trong văn

hóa, trong phát triển xã hội và quản lý xã hội, hướng trực tiếp vào việc giải quyết các vấn đề xã hội, chính sách xã hội và an ninh xã hội cho con người, vì con người.

Thứ tư, vai trò động lực dân chủ trong xây dựng nông thôn mới không chỉ biểu hiện ở kinh tế mà còn biểu hiện ngày càng rõ hơn ở chính trị, khi quyền lực và ý chí của nhân dân được thực hiện thông qua dân chủ trực tiếp và dân chủ đại diện với cơ chế bầu cử dân chủ, với thể chế rõ ràng, công khai, minh bạch. Một khi tiếng nói của người dân được tôn trọng, dân không chỉ là đối tượng thụ hưởng lợi ích mà còn là chủ thể tham gia đánh giá chính sách, giám sát và kiểm tra việc thực hiện chính sách cũng như hoạt động của các cơ quan công quyền nói chung - nghĩa là người dân chủ động và tự giác tham chính - thì dân chủ chính trị sẽ tỏ rõ sức mạnh động lực của nó với tiến bộ và phát triển xã hội.

III. KẾT LUẬN

Xây dựng nông thôn mới là một chủ trương lớn của Đảng, muốn thành công thì không thể không có sự ủng hộ của nhân dân, chính vì vậy, việc thực hiện tốt quy chế dân chủ ở cơ sở đã phát huy vai trò chủ động, tích cực của người dân là một trong những yêu cầu không thể thiếu trong quá trình triển khai thực hiện xây dựng nông thôn mới, vì người dân trực tiếp thực hiện, trực tiếp hưởng lợi là động lực để thực hiện mục tiêu phát triển toàn diện nông nghiệp, nông thôn, nông dân.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Chính trị (1998), Chỉ thị số 30-CT/TW ngày 18/02/1998 về xây dựng và thực hiện Quy chế dân chủ ở cơ sở để phát huy sức mạnh vật chất trong nhân dân.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2001), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội
3. Đảng Cộng sản Việt Nam (2006), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội
4. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội
5. Hồ Chí Minh (2000): Toàn tập, tập 4, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
6. Lê Kim Việt (2002) “Qua 3 năm thực hiện Quy chế dân chủ cơ sở ở nông thôn”, Tạp chí Cộng sản, (18).



SỬ DỤNG TRÒ CHƠI NGÔN NGỮ NHẪM NÂNG CAO HỨNG THÚ HỌC TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH KẾ TOÁN CHO SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN

ThS. Nguyễn Thị Lan Hương
Khoa Cơ sở

Tóm tắt: Việc học ngoại ngữ là một quá trình đòi hỏi sinh viên (SV) phải nỗ lực liên tục và trò chơi ngôn ngữ (TCNN) tạo ra môi trường học tập vui vẻ và thư giãn giúp tăng cường và duy trì hứng thú học tập cho họ. Đồng thời làm tăng động cơ học tập, khiến sinh viên tham gia tích cực vào các hoạt động học tập. Đặc biệt là khi vận dụng, TCNN giúp tăng cường số lượng SV tích cực tham gia giờ học tiếng Anh chuyên ngành hơn, giúp SV vượt qua các rào cản tâm lý để chủ động, hào hứng, sáng tạo trong các hoạt động của giờ học; thời lượng thực hành giao tiếp tăng lên đáng kể và kiến thức ngôn ngữ được SV tiếp thu một cách cách gần gũi, dễ hiểu và phù hợp với ngữ cảnh, nội dung bài học hơn.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong dạy và học tiếng Anh, một bầu không khí học tập vui vẻ với nhiều cơ hội được giao tiếp trong bối cảnh thực sẽ thúc đẩy người học hứng thú và tích cực hơn. Sử dụng trò chơi ngôn ngữ (TCNN) trong giảng dạy tiếng Anh có thể coi là một trong những phương pháp hữu hiệu để khích lệ, tăng cường hứng thú học tập cho sinh viên (SV) và là bước khởi động thu hút sự chú ý của SV. TCNN thường được áp dụng linh hoạt trong giảng dạy tiếng Anh nhằm phát triển bốn kỹ năng nghe, nói, đọc, viết cũng như cải thiện cách phát âm, phát triển vốn từ vựng và củng cố ngữ pháp cho SV. Tuy nhiên, quá trình sử dụng TCNN trong các học phần Tiếng Anh chuyên ngành ở các trường Đại học nói chung và Trường Đại học Kinh tế Nghệ An nói riêng đến nay vẫn chưa được áp dụng một cách thường xuyên và hiệu quả đạt được chưa cao. Vì vậy, GV

cần vận dụng, thiết kế, đa dạng hóa các trò chơi để tăng thêm phần hứng thú cho sinh viên trong mỗi giờ học. “Làm thế nào để mỗi lần GV tổ chức trò chơi trong từng tiết học, SV đều cảm thấy có động lực, hào hứng tìm hiểu và tham gia vào trò chơi”, chính là điều mà bản thân tôi luôn cảm thấy mong muốn mình phải làm được.

II. NỘI DUNG

1. Trò chơi dạy học

Trò chơi dạy học có nguồn gốc trong nền giáo dục dân gian, trong những trò chơi đầu tiên của mẹ với con, trong các trò vui và những bài hát khôi hài làm cho đứa trẻ chú ý đến những vật xung quanh, gọi tên các vật đó và dùng hình thức đó để dạy con, những trò chơi đó có chứa đựng các yếu tố dạy học.

Theo tác giả Đặng Thành Hưng thì những trò chơi giáo dục được lựa chọn và sử dụng trực tiếp để dạy học, tuân theo mục



đích, nội dung, các nguyên tắc và phương pháp dạy học, có chức năng tổ chức, hướng dẫn và động viên trẻ hay người học tìm kiếm và lĩnh hội tri thức, học tập và rèn luyện kỹ năng, tích lũy và phát triển các phương thức hoạt động và hành vi ứng xử xã hội, văn hóa, đạo đức, thẩm mỹ, pháp luật, khoa học, ngôn ngữ, cải thiện và phát triển thể chất, tức là tổ chức và hướng dẫn quá trình học tập của người học khi họ tham gia trò chơi gọi là trò chơi dạy học. Các nhiệm vụ, quy tắc, luật chơi và các quan hệ trong trò chơi dạy học được tổ chức tương đối chặt chẽ trong khuôn khổ các nhiệm vụ dạy học và được định hướng vào mục tiêu, nội dung học tập. Trò chơi dạy học được sáng tạo ra và được sử dụng bởi các nhà giáo và người lớn dựa trên những khuyến nghị của lý luận dạy học, đặc biệt là của lý luận dạy học các môn học cụ thể. Chúng phản ánh lý thuyết, ý tưởng, mục tiêu của nhà giáo, là một trong những hoạt động giáo dục không tuân theo bài bản cứng nhắc như những giờ học.

2. Trò chơi ngôn ngữ

Trong thực tế, trò chơi và ngôn ngữ giúp làm giàu cho nhau. TCNN là một khái niệm triết học đã được đề cập bởi Wittgenstein ngay từ những năm 1930. TCNN đề cập đến các ví dụ đơn giản về sử dụng ngôn ngữ và các hoạt động kết hợp ngôn ngữ. Ban đầu, trò chơi được ứng dụng là ẩn dụ để hỗ trợ cho khái niệm ngữ pháp, nhưng dần dần nó đã có vị trí độc lập. Khi quan niệm về ngôn ngữ như là hành động được hình thành thì

khi đó những luật chơi hay còn được gọi là quy tắc trò chơi cũng được hình thành. Khác với quan niệm về ngữ pháp, quan niệm về TCNN được gắn liền với thời gian (thời gian bắt đầu và kết thúc trò chơi). Các TCNN cũng được cấu trúc hóa bằng các nguyên tắc nhưng theo ý đồ của người hành động. Những quy tắc ấy ra đời ngay trong tiến trình chơi, trong cấu trúc vật chất của đối tượng và bối cảnh xã hội.

3. Lợi ích của trò chơi ngôn ngữ

3.1. Lợi ích về tâm lý

- TCNN tạo ra môi trường học tập vui vẻ “học mà chơi, chơi mà học” làm giảm gần như hoàn toàn sự lo lắng, căng thẳng ở người học. Ngoài ra, TCNN có thể xoa tan sự buồn tẻ của giờ học thay vào đó là tạo ra môi trường học tập vui vẻ làm tăng sự hứng thú của SV đối với việc học, khiến họ luôn sẵn sàng tham gia giờ học;

- TCNN tạo ra môi trường học tập hiệu quả. Trong các TCNN, người học thường làm việc theo cặp hay nhóm. Đây là điều kiện thuận lợi để tăng thời lượng giao tiếp tiếng Anh của mỗi SV. Môi trường giao tiếp thu nhỏ với những người bạn thân thuộc sẽ giúp các SV nhút nhát, trình độ thấp cũng trở nên mạnh dạn và thoải mái hơn để tham gia vào các hoạt động giao tiếp. SV có thể dễ dàng trao đổi thông tin, quan điểm và học hỏi ngôn ngữ từ nhau;

- TCNN tăng cường hứng thú, động cơ cho người học. Các TCNN cũng giống như các trò chơi bình thường ở đặc điểm là tạo



hứng thú, sự vui vẻ cho người tham gia. Với luật chơi đơn giản, độ khó vừa phải, tính cạnh tranh nhẹ nhàng, tạo môi trường cho người chơi thể hiện khả năng và được mọi người ghi nhận, các TCNN luôn làm cho người học cảm thấy hào hứng muốn tham gia.

3.2. Lợi ích về ngôn ngữ

- TCNN tạo lập môi trường tiếng tự nhiên. Ngôn ngữ sử dụng trong các trò chơi thường là ngôn ngữ đơn giản, thực tế. Người học có thể thực hành được các ngôn ngữ thông dụng hàng ngày khi trao đổi, trình bày, tranh luận trong các trò chơi, bên cạnh phần ngôn ngữ chủ điểm của trò chơi. Ngôn ngữ trò chơi giúp cho ngôn ngữ người học trở nên mạch lạc, súc tích và phù hợp với ngữ cảnh sử dụng hơn;

- TCNN tạo môi trường thực hành tiếng giàu tính tương tác. Hiếm có một hoạt động nào lại tạo ra được nhiều sự tương tác như các TCNN. Sự tương tác toàn diện và liên tục được thấy giữa người học với nhau trong các mô hình phân cặp, phân nhóm để trao đổi, cạnh tranh hay hợp tác; giữa người học và GV khi nhận trợ giúp hay đưa ra thông tin phản hồi, giữa người học và học liệu khi tra cứu thông tin, kiến thức. Đây là môi trường vô cùng thuận lợi để kỹ năng giao tiếp phát triển vì tương tác là yếu tố quan trọng nhất của giao tiếp.

3.3. Lợi ích về vai trò của người học

- TCNN đưa người học về vị trí trung tâm trong hoạt động dạy học. Trong hầu hết các TCNN, GV chỉ sử dụng thời gian để hướng dẫn luật chơi và trợ giúp khi cần thiết. Thời gian còn lại, người chơi trao đổi với nhau

để tìm câu trả lời. Như vậy, người chơi quyết định nhịp điệu của trò chơi, khối lượng kiến thức được phát triển trong trò chơi, không khí của trò chơi và kết quả của trò chơi. Người chơi cũng mang theo những trải nghiệm, suy nghĩ, khả năng hợp tác, chiến lược cạnh tranh vào các trò chơi. Chính họ quyết định sự thành công của trò chơi và các thông tin phản hồi từ GV khi trò chơi kết thúc.

3.4. Lợi ích về việc cung cấp thông tin phản hồi

Cách thông thường để kiểm tra khả năng hiểu biết, vận dụng ngôn ngữ của người học là thông qua bài kiểm tra nghe, nói hay đọc, viết. Tuy nhiên, hình thức đánh giá này đòi hỏi nhiều thời gian. GV có thể đánh giá theo hình thức nhanh hơn, đó là thông qua trò chơi. Hầu hết các trò chơi đều cung cấp thông tin phản hồi ngay tức thì cho người học, vì việc thắng hay thua phụ thuộc vào việc người học thể hiện trong trò chơi đó tốt đến mức độ nào. Ngoài ra, thông qua sự quan sát của mình, GV có thể nhận ra những điểm mạnh, điểm yếu của người học cũng như những chỗ hỏng cần được bổ sung, sửa chữa trong quá trình tiếp thu kiến thức của họ.

4. Sử dụng trò chơi ngôn ngữ trong giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành kế toán tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An

Tác giả đã thực hiện điều tra, khảo sát 93 (10 nam và 83 nữ) sinh viên khóa 4, khoa Kế toán Trường Đại học Kinh tế Nghệ An để thu thập thông tin về hiệu quả của việc vận dụng trò chơi ngôn ngữ trong giảng dạy



tiếng Anh nói chung và tiếng Anh chuyên ngành Kế toán nói riêng tại trường đại học Kinh tế Nghệ An.

4.1. Đánh giá của sinh viên về mức độ sử dụng trò chơi của GV trong dạy học môn tiếng Anh chuyên ngành kế toán

Theo kết quả khảo sát, 43% số SV cho rằng GV rất thường xuyên sử dụng trò chơi trong dạy học môn TACNKT còn 48% ý kiến SV cho rằng việc sử dụng trò chơi của GV là ở mức thỉnh thoảng, và 5% SV cho rằng GV ít khi sử dụng TCNN trong giảng dạy môn học. Điều đáng chú ý là không có SV nào nhận định GV của mình không bao giờ sử dụng TCNN ở trên lớp. Điều đó chứng tỏ rằng các giảng viên trong tổ ngoại ngữ khi giảng dạy môn học TACNKT đã thực sự nhận thấy được vai trò của TCNN đối với học phần tiếng Anh này và đưa vào vận dụng.

4.2. Đánh giá của SV về sự cần thiết của việc GV sử dụng trò chơi cho sinh viên thực hiện

Sử dụng trò chơi cho SV thực hiện có thực sự cần thiết trong giờ học TACNKT hay không? Đây là việc mà được đại đa số SV đồng tình ủng hộ với tỷ lệ 91,4% (42% cho rằng rất cần thiết và 49,2% cho là cần thiết). Không một ý kiến nào phản đối phương pháp giảng dạy này của GV và chỉ 8,6% cảm thấy rằng việc đó thực sự bình thường. Như vậy có nghĩa là trong quá trình giảng dạy môn học này, kết hợp với các phương pháp dạy học mới, hiện đại mà bất cứ GV nào cũng

đang phải tìm tòi, học hỏi và thử nghiệm thì việc áp dụng các TCNN trong một thời lượng nhất định của chương trình là việc GV nên làm và phát huy hiệu quả ở mức tốt nhất có thể. SV sẽ cảm thấy ngày càng yêu thích môn học khi mỗi giờ học là một giờ để các em cùng nhau trải nghiệm và khám phá những điều mới mẻ và thú vị của môn học.

4.3. Sự hứng thú của SV khi tham gia các TCNN trong giờ học tiếng Anh chuyên ngành kế toán

Khi được hỏi về mức độ hứng thú khi tham gia các TCNN trong giờ học tiếng Anh chuyên ngành kế toán, trên 90% SV cảm thấy có hứng thú với phương pháp giảng dạy này của GV. Số SV cảm thấy rất hứng thú chiếm tỷ lệ cao nhất là 51,6% và có 40,8 % SV cảm thấy khá hứng thú. Trong khi đó một tỷ lệ không đáng kể là 1,1% SV không hề hứng thú với các TCNN và chỉ 6,5% SV cho rằng mình cảm thấy bình thường. Đây là một kết quả có ý nghĩa động viên, cổ vũ tinh thần để các GV mạnh dạn sử dụng TCNN trong giờ học tiếng Anh chuyên ngành kế toán

4.4. Lợi ích của việc sử dụng trò chơi trong giờ học TACNKT

Khi được hỏi về việc GV sử dụng TCNN trong giờ học TACNKT đem lại lợi ích gì cho SV, cụ thể SV đã lựa chọn như sau: tâm lý thoải mái, vui vẻ: 80,6%; tăng hứng thú, động cơ: 89,2%; tăng tính cộng tác giữa SV trong nhóm 36,5 %; nội dung bài học trở nên dễ hiểu, hấp dẫn: 72%. Theo đánh giá của SV, tác dụng lớn nhất của các TCNN là



tác dụng tâm lí: tăng hứng thú, động cơ, tạo không khí thoải mái, vui vẻ, và từ đó làm cho nội dung bài học trở nên dễ hiểu, dễ tiếp thu hơn. Theo quan sát thực tế, ở các giờ học mà bản thân tác giả đã trực tiếp đứng lớp và áp dụng các TCNN vào các giờ học TACNKT ở các lớp k3, k4 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An, tôi nhận thấy rằng: không khí lớp học luôn có sự thay đổi nhanh chóng, SV trở nên năng động, tự tin, chủ động, hào hứng giao tiếp; sức “y” hàng ngày nhường chỗ cho sự trẻ trung, sáng tạo, hết mình trong các TCNN. SV không có cảm giác bị “nhồi nhét” kiến thức; thay vào đó là cảm giác được khám phá và thể hiện kiến thức, khả năng giao tiếp, năng lực hợp tác và cạnh tranh trong các trò chơi.

4.5. Ý kiến của SV về việc sử dụng TCNN trong giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành kế toán sẽ làm tăng hứng thú cho sinh viên trong giờ học

Khi được hỏi rằng: “Sử dụng TCNN trong giảng dạy tiếng Anh chuyên ngành kế toán sẽ làm tăng hứng thú cho sinh viên trong giờ học. Bạn đồng ý hay không đồng ý với phát biểu trên?” thì kết quả là 100% SV đã đồng tình với quan điểm của tác giả. Và đây chính là một động lực để GV ngày càng nghiên cứu và thiết kế được nhiều TCNN phù hợp với học phần TACNKT để góp một phần nhỏ giúp SV ngày càng hứng thú hơn với môn học.

4.6. Hứng thú của SV với các loại trò chơi dạy học môn tiếng Anh chuyên ngành kế toán

Các TCNN/ hoạt động được giáo viên áp dụng	Hứng thú		Không hứng thú	
	SV	%	SV	%
Trò chơi điền thông tin (Information-Gap Games)	89	95,7	4	4,3
Trò chơi kết hợp (Matching Games)	83	89,2	10	10,8
Trò chơi sơ đồ tư duy (Brainstorming/networks)	74	79,6	19	20,4
Trò chơi ô chữ (Crossword)	89	95,7	4	4,3
Trò chơi ca rô (Noughts and crosses)	80	86	13	14
Trò chơi ô số may mắn (Lucky number)	91	97,8	2	2,2
Trò chơi tặng quà (Gift giving)	93	100	0	0
Trò chơi nụ hôn ma thuật (Magic kiss)	61	65,6	32	34,4
Trò chơi đoán nghĩa (Guessing Games)	83	89,2	10	10,8
Trò chơi thách thức đồng đội (Challenging)	85	91,4	8	8,6
Trò chơi Telling “Who I am?”, “What it is?”	76	81,7	17	18,3
Trò chơi Rub out and Remember	76	81,7	17	18,3
Trò chơi đóng vai (Role-play)	67	72	26	28
Trò chơi giải quyết tình huống (problem resolving)	71	76,3	22	23,7



Trên đây là một số TCNN mà tác giả thường sử dụng trong các giờ giảng tiếng Anh chuyên ngành kế toán. Từ dữ liệu ở bảng trên chúng ta nhận thấy rằng tất cả các trò chơi được đưa ra khảo sát đều thực sự gây hứng thú cho SV để họ cảm thấy có mong muốn được tìm hiểu và tham gia với tỷ lệ lựa chọn từ 65,6% (Trò chơi nụ hôn ma thuật - Magic kiss) đến 100% Trò chơi tặng quà (Gift giving). Tuy nhiên tác giả có thể xếp nhóm TCNN được khảo sát theo 3 mức độ hứng thú khác nhau, nhóm được SV lựa chọn nhiều nhất là: Trò chơi tặng quà (Gift giving) 100%; Trò chơi ô số may mắn (Lucky number) 97,8%; Trò chơi điền thông tin (Information - Gap Games) 95,7%; Trò chơi ô chữ (Crossword) 95,7%; Trò chơi thách thức đồng đội (Challenging) 91,4%; Trò chơi kết hợp (Matching Games) 89,2%; Trò chơi đoán nghĩa (Guessing Games) 89,2%; và nhóm thứ 2 là: Trò chơi ca rô (Noughts and crosses) 86%; Trò chơi Telling “Who I am?”, “What it is?” 81,7%; Trò chơi Rub out and Remember 81,7%. Và xếp cuối cùng là nhóm các trò chơi: Trò chơi sơ đồ tư duy (Brainstorming/ networks) 79,6%; Trò chơi đóng vai (Role-play) 72%; Trò chơi giải quyết tình huống (problem resolving) 76,3%, Trò chơi nụ hôn ma thuật (Magic kiss) 65,6%.

Như vậy một lần nữa kết quả đánh giá của SV lại khẳng định tác dụng lớn nhất của các TCNN là tác dụng tâm lý. Thực ra, về bản chất, yêu cầu và mục đích thì 2 trò chơi xếp

đầu và cuối là Trò chơi tặng quà (Gift giving) 100% và Trò chơi nụ hôn ma thuật (Magic kiss) 65,6% giống với Trò chơi ô số may mắn (Lucky number) 97,8%, một trò chơi rất quen thuộc với hầu hết GV và SV trong các giờ học tiếng Anh nói chung. Tuy nhiên tác giả đã làm mới trò chơi bằng tên gọi, giao diện và cách thiết kế khác thì đã làm thay đổi mức độ hứng thú của SV. Nhưng đồng thời đã giúp tác giả hoàn thành một nhiệm vụ khác là tránh nhàm chán vì sử dụng lặp lại cùng một trò chơi trong nhiều bài học.

III. KẾT LUẬN

Việc sử dụng trò chơi trong dạy học môn tiếng Anh chuyên ngành kế toán có rất nhiều tác dụng, tuy nhiên khi sử dụng nó không nên quá lạm dụng, chỉ sử dụng trong thời gian ngắn như khởi động buổi học, giới thiệu một nội dung mới hoặc để củng cố một vấn đề. Trong quá trình thiết kế trò chơi GV nên cố gắng thay đổi giao diện, luật chơi để làm mới một số trò chơi tránh gây nhàm chán cho SV. Khi tổ chức trò chơi học tập cho SV, GV cần sử dụng phối hợp trò chơi với các phương pháp dạy học khác, không tổ chức trò chơi quá lâu. Những trò chơi được lựa chọn cần phải phù hợp với đặc điểm và khả năng của sinh viên với quỹ thời gian, với hoàn cảnh, điều kiện thực tế của mỗi lớp học. GV phải quan sát và bao quát lớp học để kịp thời giúp đỡ, khuyến khích, động viên người chơi khi cần thiết. Khi thiết kế trò chơi, yếu tố thi đua thường được đưa vào để lôi cuốn SV tích cực tham gia trò chơi, tuy nhiên khi GV tổ chức



thực tế trên lớp học cũng không nên nhấn mạnh vào yếu tố này một cách quá mức, biến thi đua thành ganh đua. Sau khi kết thúc mỗi trò chơi GV cần tổ chức thảo luận để nhận ra ý nghĩa giáo dục của trò chơi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Hòa (2007), *Phát huy tính tích cực nhận thức của trẻ MG 5-6 tuổi trong trò chơi học tập*, NXB ĐHSP
2. Vũ Minh Hồng (1980), *Trò chơi học tập*, NXB GD
3. Đặng Thành Hưng (2002), *Dạy học hiện đại-Lý luận, biện pháp, kỹ thuật*, NXB ĐH Quốc gia, Hà Nội
4. Ngô Tấn Tạo (1996), *100 trò chơi sinh hoạt*, NXB TP Hồ Chí Minh
5. Andrew Wright, David Betteridge and Michael Buck (2001). *Games for Language Learning* Cambridge University Press
6. Aydan Ersoz (2000) *Six Games for the EFL/ESL Classroom*, *The Internet TESL Journal*
7. Brown, H.D. (1994). *Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy*, Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall, 1994
8. Byrne D., *Teaching Oral English*, Longman, London, 1980.
9. Hadfield, J. (1990). *A collection of games and activities for low-to mid-intermediate*
10. Ludwig Wittgenstein, *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Retrieved April 4, v2012



NÂNG CAO HIỆU QUẢ GIẢNG DẠY HỌC PHẦN KẾ TOÁN QUẢN TRỊ THEO HƯỚNG XỬ LÝ TÌNH HUỐNG THỰC TẾ

ThS. Nguyễn Thị Hoa
Khoa Kế toán Phân tích

Tóm tắt: Với quan điểm dạy học tích cực như hiện nay, để nâng cao hiệu quả công tác giảng dạy, giảng viên cần áp dụng linh hoạt các phương pháp dạy học phù hợp với từng nội dung kiến thức và tình hình lớp học. Bài viết khái quát về phương pháp dạy học thông qua tình huống, đánh giá thực trạng sử dụng giảng dạy học phần kế toán quản trị thông qua tình huống thực tế và đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả giảng dạy học phần kế toán quản trị theo hướng xử lý tình huống ở Trường Đại học kinh tế Nghệ An.

I. PHẦN MỞ ĐẦU

Kế toán quản trị có vai trò cực kỳ quan trọng, cung cấp các thông tin cho việc ra các quyết định kinh doanh gắn liền với tương lai của tổ chức và làm nền tảng cho việc quản trị doanh nghiệp theo hệ thống để phát triển doanh nghiệp một cách bền vững. Do vậy, học phần Kế toán quản trị là một trong những học phần bắt buộc và cần thiết trong quá trình đào tạo ngành Kế toán, Kinh tế và Quản trị kinh doanh. Để đáp ứng yêu cầu nguồn nhân lực hiện nay và phù hợp với tiêu chí đào tạo của Trường Đại học kinh tế Nghệ An đón đầu và hội nhập thì mục tiêu cần hướng đến là gắn thực tiễn vào chương trình giảng dạy cho tất cả các học phần, trong đó bao gồm cả học phần Kế toán quản trị.

Phương pháp tình huống trong giảng dạy sinh viên khối kinh tế có nhiều ưu điểm, tuy nhiên, chỉ mới một số giảng viên triển khai phương pháp này và việc triển khai cũng chưa đầy đủ các bước, do đó tác giả đã khảo sát đánh giá thực trạng sử dụng phương

pháp dạy học này theo thang điểm Likert để phân tích làm rõ sự cần thiết của việc áp dụng phương pháp đối với Học phần kế toán quản trị từ đó đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả sử dụng phương pháp này.

II. NỘI DUNG

1. Một số nội dung phương pháp dạy học thông qua tình huống

Tình huống dạy học được tạo thành từ hai yếu tố cơ bản: Con người và các thành tố của quá trình dạy học. Trong dạy học động lực được tạo ra từ sự kích thích hứng thú là thế mạnh của giảng viên, vì nó nằm trong tầm tay của họ qua sự lựa chọn nội dung, phương pháp, phương tiện và tình huống dạy học thích hợp.

Phương pháp dạy học bằng tình huống gồm có ba thành phần có liên quan với nhau:

- Nội dung của tình huống cần nêu bật các vấn đề được đặt ra mang tính thực tiễn cao, có tính logic của vấn đề cần được mang ra phân tích, đánh giá cụ thể.

- Phân tích tình huống, từ các vấn đề nêu



ra trong tình huống sinh viên xây dựng các câu hỏi cụ thể về các vấn đề cần giải quyết, cần quan tâm, cách thức giải quyết vấn đề trong tình huống.

- Thảo luận tình huống, nêu ra các giải pháp để giải quyết các vấn đề gắn với nội dung môn học.

Các bước cụ thể cần tiến hành:

- Bước 1: Giảng viên cần xác định mục tiêu của buổi học, xác định nội dung kiến thức cần truyền đạt về mặt lý thuyết sẽ được cung cấp cho sinh viên thông qua việc áp dụng những tình huống gì là phù hợp

- Bước 2: Lựa chọn tình huống: Tùy vào từng bài học, kiến thức mà giảng viên mong muốn các sinh viên nhận được mà đưa ra các tình huống phù hợp với mục tiêu của mình.

- Bước 3: Gọi ý các hướng giải quyết. Giảng viên cần cung cấp các kiến thức về mặt lý thuyết có liên quan đến tình huống đưa ra, giảng viên cần thiết phải giải thích thật chi tiết tình huống để sinh viên hiểu rõ các vấn đề cần giải quyết. Xác định nhiệm vụ và vai trò của sinh viên tham gia vào tình huống đó.

- Bước 4: Xây dựng các câu hỏi thảo luận. Khi đưa ra tình huống nhất thiết phải có các câu hỏi kèm theo để gọi ý cho sinh viên thảo luận.

- Bước 5: Phân công các nhóm để giải quyết tình huống

- Bước 6: Báo cáo tình huống, việc thảo luận hoặc báo cáo nhóm cũng được lựa chọn

khách quan, trình bày báo cáo hoặc trả lời thảo luận cũng được lựa chọn ngẫu nhiên.

- Bước 7: Giảng viên tổng kết, nhận xét và đánh giá các nhóm, rút ra kết luận các giải pháp có liên quan đến nội dung lý thuyết môn học.

Phương pháp dạy học thông qua tình huống có ưu và nhược điểm sau:

Ưu điểm

- Nâng cao tính thực tiễn của môn học.
- Nâng cao tính chủ động, sáng tạo và sự hứng thú của sinh viên trong quá trình học.

- Nâng cao kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng phân tích, giải quyết vấn đề, kỹ năng trình bày, bảo vệ và phản biện ý kiến trước đám đông.

- Giảng viên - trong vai trò của người dẫn dắt - cũng sẽ tiếp thu được rất nhiều kinh nghiệm và những cách nhìn/giải pháp mới từ phía sinh viên để làm phong phú bài giảng và điều chỉnh nội dung tình huống nghiên cứu.

- Các tình huống tốt có tính chất liên kết lý thuyết rất cao.

Nhược điểm

- Gia tăng khối lượng công việc của giáo viên.

- Xây dựng được một tình huống sư phạm là việc không đơn giản, đó là quá trình làm việc liên tục.

- Đòi hỏi những kỹ năng phức tạp hơn



của người GV: cách tổ chức lớp học, bố trí thời lượng, đặt câu hỏi, tổ chức và khuyến khích sinh viên thảo luận, dẫn dắt mạch lạc, nhận xét, phản biện, thu hút sự chú ý, tập trung tư duy của sinh viên vào tình huống đặt ra.

- PP này chỉ phát huy những giá trị hữu ích khi có sự tham gia chủ động và yêu thích của sinh viên.

- Đòi hỏi cả giảng viên và sinh viên phải có tinh thần hợp tác trên cơ sở tôn trọng lẫn nhau trong quá trình dạy học.

- Sinh viên tốn khá nhiều thời gian tư duy để giải quyết tình huống và rút ra các tri thức cần thiết, đôi khi bị lạc hướng trong quá trình giải quyết tình huống nên dễ nản chí.

2. Thực trạng giảng dạy thông qua tình huống thực tế ở Học phần kế toán quản trị của giảng viên Trường Đại học Kinh tế Nghệ An

Để đánh giá thực trạng giảng dạy thông qua tình huống thực tế ở Học phần kế toán quản trị của giảng viên Trường Đại học Kinh tế Nghệ An, tác giả sử dụng phương pháp đánh giá theo thang điểm Likert với: 5: Hoàn toàn đồng ý; 4: Đồng ý; 3: Còn phân vân; 2: Không đồng ý; 1: Hoàn toàn không đồng ý và khách thể nghiên cứu là 12 GV tham gia dạy KTQT và 83 sinh viên hệ đại học chính quy chuyên ngành kế toán khóa 3,4. Cấu trúc bảng hỏi gồm 10 câu hỏi đối với GV và 8 câu hỏi đối với SV.

Kết quả khảo sát cho thấy đa số giảng

viên có nhận thức đúng đắn và đầy đủ về đổi mới phương pháp giảng dạy thông qua tình huống. Quan điểm đổi mới phương pháp giảng dạy là thay đổi cách thức truyền đạt kiến thức cho sinh viên và giảng dạy dựa trên các tình huống thực tế. Từ bảng thống kê cho thấy đa số giảng viên cho rằng đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng xử lý tình huống thực tế hiện nay có vai trò quan trọng đối với chất lượng giáo dục, cụ thể có đến 91.66% giảng viên cho rằng đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng xử lý tình huống thực tế.

Kết quả thống kê cũng cho thấy nội dung đổi mới trong quá trình lên lớp được giảng viên đánh giá là quan trọng nhất, tiếp sau đó là đổi mới trong thiết kế bài giảng.

Khảo sát mức độ biểu hiện về mặt nhận thức của giảng viên về đổi mới phương pháp giảng dạy thông qua tình huống ở học phần kế toán quản trị là rất tốt. Hầu hết giảng viên đều nhận thức được đầy đủ và đúng đắn về đổi mới phương pháp giảng dạy. Cụ thể là giảng viên hiểu biết và nắm vững bản chất của đổi mới phương pháp giảng dạy, yêu cầu của đổi mới phương pháp giảng dạy; Nắm được vai trò và sự cần thiết của việc đổi mới phương pháp giảng dạy đối với chất lượng giảng dạy; Nhận biết được những khó khăn trong quá trình thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy; Hiểu biết về đổi mới mục tiêu bài học, nội dung, chương trình, hình



thức tổ chức giảng dạy; Nắm được ưu điểm và hạn chế của các phương pháp giảng dạy thông qua tình huống.

Giảng viên có thái độ khá tích cực trong chủ động thay đổi phương pháp giảng dạy theo hướng xử lý tình huống thực tế. Tuy nhiên, việc đổi mới phương pháp giảng dạy là một quá trình khó khăn, phức tạp, đòi hỏi nỗ lực nhiều từ phía bản thân giảng viên cũng như sinh viên, nhà trường. Việc tìm kiếm tài liệu về phương pháp giảng dạy cũng được đánh giá một cách dè dặt, chưa thể hiện tính chủ động của giảng viên trong nội dung này.

Hầu hết giảng viên có quan tâm và có thực hiện các nội dung đổi mới phương pháp trong thiết kế bài giảng quan tâm đến việc xác định mục tiêu môn học, bài học. Tuy nhiên đang ở mức độ thấp, đặc biệt là chưa tích cực, chưa chủ động tìm những bài soạn hay, hấp dẫn và chất lượng cao, chưa chế biến nội dung học tập, thiết kế bài giảng hấp dẫn, chưa dự kiến những hoạt động sẽ tổ chức cho SV thực hiện để lĩnh hội bài mới,...

Tuy nhiên một số giảng viên còn phân vân việc sử dụng thường xuyên các phương pháp giảng dạy tích cực, bởi theo giảng viên, họ lo lắng rằng các phương pháp giảng dạy tích cực không phải áp dụng được cho mọi đối tượng.

Bên cạnh đó, việc giảng viên đánh giá cao mức độ thường xuyên rèn luyện cho SV kỹ năng làm việc nhóm. Điều này là phù hợp bởi kỹ năng làm việc nhóm được đánh giá

rất quan trọng trong mọi tình huống mà sinh viên có thể sử dụng trong và sau quá trình đào tạo. Đồng thời, việc tổ chức cho sinh viên làm việc nhóm được giảng viên đánh giá phát huy được tính tích cực, chủ động của sinh viên, dễ dàng thực hiện và phù hợp với xu thế đổi mới phương pháp giảng dạy hiện nay.

Các GV tham gia dạy học phần kế toán quản trị đã thực hiện một số bước phương pháp giảng dạy thông qua tình huống ở học phần kế toán quản trị. Trong đó, xác định mục tiêu, phân công nhóm, báo cáo kết quả và tổng kết nhận xét, đánh giá được giảng viên đánh giá là sử dụng nhiều nhất. Sinh viên cũng đồng ý quan điểm này. Còn lại các bước như lựa chọn tình huống, gợi ý hướng giải quyết rất hiếm khi giảng viên sử dụng.

Trong quá trình đổi mới phương pháp giảng dạy này, GV gặp một số khó khăn trong quá trình giảng dạy đó là những khó khăn như chưa khuyến khích SV tích cực, chủ động tham gia các hoạt động để chiếm lĩnh tri thức, xử lý chưa hiệu quả các tình huống sự phạm xảy ra trong lớp học, áp dụng PP giảng dạy mới trong khi SV chưa thích ứng cách học mới ở trường chuyên nghiệp, ít hứng thú với phương pháp giảng dạy tích cực, , ...

3. Đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả giảng dạy học phần kế toán quản trị theo hướng xử lý tình huống thực tế
Đối với giảng viên



- Thường xuyên trau dồi/ bổ sung kiến thức và kỹ năng về các phương pháp giảng dạy tích cực nói chung và phương pháp dạy học thông qua tình huống nói riêng để khi thực hiện đạt hiệu quả cao hơn.

- Giảng viên phải đầu tư thời gian và công sức cho thiết kế bài giảng theo hướng phát huy tính tích cực và của sinh viên thông qua việc xử lý tình huống thực tế

Giảng viên cần thường xuyên tìm hiểu, thu thập, mô phỏng các tình huống thực tế của Doanh nghiệp để đưa vào bài giảng, từ đó tùy thuộc vào nội dung bài giảng để lựa chọn tình huống phù hợp.

- Luôn sẵn sàng thiết kế, xây dựng bài giảng trên cơ sở đổi mới phương pháp giảng dạy.

- Chủ động tìm kiếm các bài giảng, tài liệu bổ trợ cho kiến thức phong phú và đa dạng.

- Đặt ra cho mình một lịch trình cụ thể trong quá trình soạn giảng hoặc chỉnh sửa bài soạn giảng sao cho cập nhật nhất những nội dung mới nhất.

- Khi áp dụng các phương pháp giảng dạy này giảng viên cần dự đoán trước những khó khăn mà mình sẽ gặp phải là gì, mình phải làm gì để có thể vượt qua nó. Cứ như vậy, dần dần giảng viên sẽ sử dụng tốt hơn.

Đối với sinh viên:

- Tham gia tương tác với GV trong quá trình học tập trên lớp ở các nội dung:

lựa chọn tình huống, suy nghĩ - thảo luận hướng xử lý tình huống, làm việc nhóm, báo cáo kết quả làm việc.

- Vận dụng kiến thức lý thuyết đã học vào giải quyết các tình huống.

- Phát huy hiệu quả của học nhóm.

III. KẾT LUẬN

Những năm gần đây, hệ thống giáo dục đào tạo phát triển mạnh mẽ cả về số lượng và chất lượng. Sự cạnh tranh càng gay gắt trong toàn xã hội, sự cạnh tranh giữa các sinh viên trong quá trình học tập, tìm kiếm việc làm, cạnh tranh giữa các cơ sở đào tạo diễn ra ngày càng khốc liệt thể hiện trong công tác tuyển sinh, trong công tác đào tạo và chất lượng sản phẩm qua đào tạo. Vì vậy đổi mới phương pháp giảng dạy ở các cơ sở đào tạo của Việt Nam là một tất yếu. Trường Đại học Kinh tế Nghệ An, Khoa Kế toán phân tích đã và đang rất quan tâm đến đổi mới phương pháp giảng dạy, ngày càng nâng cao chất lượng giáo dục đào tạo trong nhà trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Doan (1994), “*Vận dụng phương pháp tình huống trong giảng dạy đại học*”,

2. Nguyễn Thị Phương Hoa (2010), *Sử dụng phương pháp tình huống trong giảng dạy môn giáo dục học tại trường ĐHNN-ĐHQG Hà Nội, Đề tài cấp Đại học quốc gia.*

3. GS,TSKH. Thái Duy Tuyền và ThS. Bùi Hồng Thái (2015), Bài viết “*Dạy học tình huống và tình huống dạy học*” của GS,TSKH. Thái Duy Tuyền và ThS. Bùi Hồng Thái (Sở GD&ĐT Quảng Trị), Tạp chí Giáo dục thời đại



4. ThS. Phạm Minh Vương và ThS. Đinh Thị Thu Hiền (2014), Bài viết “Kinh nghiệm trong việc đưa tình huống thực tế vào ví dụ trong giảng dạy môn kiểm toán”, Tạp chí Trường đại học mở TP.HCM

5. ThS. Nguyễn Đức Tuấn (2015), Bài viết “Sử dụng phương pháp tình huống trong dạy học địa lý kinh tế Việt nam nhằm phát triển tư duy cho sinh viên, Trường Đại học Công đoàn

6. ThS. Chu Thị Lê Dung (2011), Bài viết “Sử dụng phương pháp giảng dạy bằng tình huống trong học phần quản trị rủi ro tài chính”, Hội thảo Trường Đại học Nha Trang



ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY HỌC PHẦN KẾ TOÁN TÀI CHÍNH 1 TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN

ThS. Lê Thị Vân Hà
Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: *Đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 được dựa trên cơ sở lý luận về đổi mới phương pháp giảng dạy, là một trong những yêu cầu cần thiết để nâng cao chất lượng đào tạo các môn chuyên ngành Kế toán, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo của Nhà trường. Bài viết được tổng hợp từ đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường của tác giả. Bài viết đã đưa ra một số giải pháp để đổi mới phương pháp giảng dạy và nâng cao chất lượng của học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An.*

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chuyên ngành Kế toán hiện nay được Trường Đại học kinh tế Nghệ An đánh giá là một trong những ngành trọng tâm của Nhà trường. Vì vậy, việc đổi mới phương pháp giảng dạy để nâng cao chất lượng đào tạo cho phù hợp với xu thế và nhu cầu cần thiết của các doanh nghiệp hiện nay đang là điều quan tâm lớn của Nhà trường. Với chuyên ngành Kế toán thì học phần Kế toán tài chính 1 là học phần chuyên ngành sâu được đưa vào giảng dạy đầu tiên. Đây là học phần đầu tiên, sinh viên phải làm quen với khối lượng kiến thức chuyên ngành rất lớn với nhiều nội dung khá trừu tượng, khó, phải được thực hành, đòi hỏi người học phải có khả năng tự học, tự nghiên cứu nhiều sau khi đã có sự hướng dẫn của giảng viên. Đổi mới phương pháp giảng dạy là một sự thay đổi hết sức cần thiết trong các trường đại học, để các trường ngày càng hoàn thiện, góp phần nâng cao chất lượng và hiệu quả dạy học,

đáp ứng các nhu cầu ngày càng cao của xã hội. Việc đổi mới phương pháp giảng dạy là một đòi hỏi của thực tế khách quan và không nằm ngoài mục đích nâng cao chất lượng đào tạo, đạt yêu cầu của chuẩn đầu ra. Đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 cũng dựa trên cơ sở lý luận về đổi mới phương pháp giảng dạy, là một trong những yêu cầu cần thiết để nâng cao chất lượng đào tạo các môn chuyên ngành Kế toán, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo của Nhà trường.

Mặt khác, thực hiện kế hoạch số 256/KH - ĐHKT ngày 05/5/2015 của Hiệu trưởng trường Đại học Kinh tế Nghệ An về việc đổi mới phương pháp dạy học ở trường Đại học Kinh tế Nghệ An.

Với lý do đó, tác giả đã thực hiện nghiên cứu đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường với đề tài “Đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An”.



Đối tượng nghiên cứu của đề tài tập trung nghiên cứu việc đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An với phạm vi nghiên cứu là việc đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 từ năm 2016 đến năm 2018 tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An.

Sau khi nghiên cứu phần lý luận đổi mới phương pháp giảng dạy trong các trường Đại học ở nước ta hiện nay, tác giả đã đánh giá được thực trạng về đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của việc đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An.

II. NỘI DUNG

1. Thực trạng về đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An

Trong thời gian qua, các giảng viên tổ bộ môn Kế toán, Khoa Kế toán – Phân tích đã thực hiện kế hoạch của Nhà trường về đổi mới phương pháp giảng dạy nói chung và đối với học phần Kế toán tài chính 1 nói riêng và đã đạt được một số kết quả nhất định. Tuy nhiên, bên cạnh đó, việc thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 vẫn còn một số hạn chế. Một số giảng viên chưa thực hiện triệt để các yêu cầu cần triển khai cho sinh viên ngay từ khi bắt đầu học học phần này như: công khai

đề cương chi tiết, giới thiệu tài liệu học tập, tài liệu tham khảo. Một số giảng viên chưa diễn giảng nội dung của bài giảng rõ ràng, dễ hiểu, hấp dẫn, giúp sinh viên nắm bắt được kiến thức. Và đặc biệt, một số giảng viên chưa áp dụng đa dạng các phương pháp dạy học tích cực nhằm khuyến khích sinh viên phát triển năng lực tự học, tự nghiên cứu. Một số giảng viên chưa tích cực trong việc nghiên cứu tìm hiểu các kiến thức thực tế. Một số giảng viên còn ngại đổi mới, còn ngại áp dụng các kỹ thuật dạy học để làm hấp dẫn và tăng hiệu quả của bài giảng. Còn nhiều giảng viên chưa tích cực nghiên cứu khoa học hoặc hướng dẫn sinh viên nghiên cứu khoa học, chưa tạo được động lực và niềm say mê nghiên cứu khoa học trong sinh viên. Tất cả giảng viên chưa tổ chức cho sinh viên đi thực tế trong quá trình giảng, sinh viên chưa được tham gia các câu lạc bộ, đội, nhóm. Một số sinh viên chưa xác định được động cơ học tập rõ ràng, chưa xác định được các nội dung giảng viên thực hiện trên lớp, còn lười học, không tự giác trong học tập trên lớp và tự học ở nhà.

Để khắc phục những hạn chế đó, cần phải có những giải pháp có tính khả thi, phù hợp với điều kiện thực tế của Nhà trường nhằm nâng cao chất lượng giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1, góp phần thực hiện tốt kế hoạch đào tạo, đạt chuẩn đầu ra của các chuyên ngành đào tạo của Nhà trường.

2. Một số giải pháp nhằm đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An



2.1. Đối với giảng viên

2.1.1. Nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ giảng viên

Chúng ta biết rằng, dù là thực hiện phương pháp nào thì vấn đề đầu tiên vẫn thuộc về người giảng viên. Nếu người giảng viên chưa tâm huyết, chưa say mê công việc của mình thì khó có thể thực hiện tốt được nhiệm vụ chuyên môn cũng như các nhiệm vụ khác. Để thực hiện được đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1, đòi hỏi người giảng viên phải thay đổi được tư duy từ chỗ dạy những cái đã có, đã quen thuộc sang chỗ là cần phải đổi mới, cần phải thay đổi để đáp ứng nhu cầu của người học, với nhu cầu của xã hội và để tồn tại chính mình. Để đổi mới được phương pháp giảng dạy, đòi hỏi người giảng viên phải có kiến thức chuyên môn sâu rộng, phải có kiến thức về các phương pháp giảng dạy tích cực, phải nghiên cứu kỹ bài giảng mới có thể áp dụng được cho từng nội dung cụ thể, bởi vì không có một phương pháp nào là vạn năng cho mọi trường hợp.

Để làm được điều đó, đòi hỏi ở mỗi giảng viên phải có tinh thần tự học, tự sáng tạo, tích cực nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng cuộc sống cho chính bản thân mình. Người giảng viên phải tích cực tham gia học tập để nâng cao trình độ, phải luôn tự mình cập nhật các kiến thức mới về kế toán tài chính, cập nhật các luật, chế độ, thông tư của Bộ tài chính, của Cục Thuế và các văn bản quy định của Nhà nước để phục vụ

người học một cách hiệu quả nhất. Bên cạnh những kiến thức cơ bản của Kế toán, người giảng viên nên nghiên cứu các kiến thức hỗ trợ trong khối ngành kinh tế để có các kiến thức nền tốt, hỗ trợ cho việc thực hiện bài giảng của mình, tăng cường đi thực tế tại các đơn vị, doanh nghiệp nhiều hơn.

2.1.2. Nâng cao nhận thức về đổi mới phương pháp giảng dạy cho đội ngũ giảng viên

Để có các bài giảng hay, hấp dẫn, truyền đạt được nội dung một cách rõ ràng, dễ hiểu, giúp sinh viên nắm được kiến thức một cách hiệu quả nhất, đòi hỏi người giảng viên ngoài việc nâng cao kiến thức chuyên môn, cần phải áp dụng các phương pháp dạy học tích cực một cách nghiêm túc và có hiệu quả.

Giảng viên phải tuân thủ triệt để các nguyên tắc khi bắt đầu giảng các học phần, đặc biệt là học phần Kế toán tài chính 1. Đây là học phần đầu tiên về chuyên ngành sâu, sinh viên sẽ rất ngỡ ngàng trong việc tiếp cận về nội dung cũng như phương pháp học tập, đòi hỏi người giảng viên phải có sự hướng dẫn, lưu ý các em để các em không ngại hỏi các thầy, cô và sẽ có kế hoạch học tập tốt hơn. Giảng viên phải nêu được các đặc thù của học phần Kế toán tài chính 1, phải nêu được mục đích yêu cầu và đề cương của học phần cho sinh viên, phải giới thiệu đầy đủ tài liệu phục vụ học tập của học phần (Giáo trình, đề cương môn học và sách tham khảo), hướng dẫn cho sinh viên phương pháp học tập hiệu quả từ khi bắt đầu học phần Kế toán tài chính 1.



2.1.3. Giảng viên phải tích cực nghiên cứu khoa học và động viên sinh viên nghiên cứu khoa học

Giảng viên phải là người có khả năng và niềm say mê nghiên cứu khoa học. Người giảng viên phải đóng góp công sức, tài năng, trí tuệ của mình để phát triển, sáng tạo trong giảng dạy. Nghiên cứu khoa học dưới các hình thức sẽ góp phần quan trọng trong việc củng cố kiến thức cơ bản, làm phong phú và mở rộng hơn vốn kiến thức nền cho giảng viên. Dưới góc độ là một nhà khoa học, người giảng viên còn phải ra sức động viên người học tích cực tham gia nghiên cứu khoa học để còn biết phương pháp tự học, tự nghiên cứu suốt đời, phục vụ cho quá trình công tác sau này.

2.1.4. Giảng viên tăng cường giao nhiệm vụ về nhà cho sinh viên và kiểm tra, đánh giá kết quả việc thực hiện nhiệm vụ

Giảng viên cần phải giao nhiệm vụ cụ thể về nhà, phải hướng dẫn nội dung tự học ở nhà và phải có kế hoạch kiểm tra, đánh giá việc thực hiện nhiệm vụ đó một cách nghiêm túc. Sự tự giác của sinh viên hiện nay là còn có giới hạn nên nếu giảng viên không chủ động giao nhiệm vụ thì đa số sinh viên sẽ không tự học, tự nghiên cứu, và chắc chắn các em sẽ không tiếp thu tốt nội dung bài giảng.

2.1.5. Giảng viên phải tăng cường liên hệ kiến thức thực tế trong quá trình giảng

Kế toán tài chính 1 là một môn học nghiệp vụ, vì vậy, các kiến thức thực tế là

một vấn đề rất quan trọng cần phải biết trong quá trình học. Giảng viên phải là người chủ động, mạnh dạn, tích cực hơn trong việc liên hệ với các đơn vị, doanh nghiệp để tổ chức cho lớp mình đang giảng dạy đi tham quan thực tế để bổ trợ cho các kiến thức của học phần Kế toán tài chính 1.

2.1.6. Giảng viên phải có nghệ thuật trong việc tổ chức lớp học

Giảng viên phải có nghệ thuật trong việc thực hiện giờ giảng để tạo những tình cảm tốt đẹp, sự ngưỡng mộ đối với giảng viên của mình bằng các hành động thiết thực như: Lên xuống lớp đúng giờ; đối xử đúng mực với sinh viên; quan tâm đến việc giáo dục tư cách, đạo đức của sinh viên; quan tâm, giúp đỡ khi sinh viên gặp khó khăn; tôn trọng ý kiến của sinh viên; nhiệt tình và có trách nhiệm... Nghệ thuật này được thể hiện ở sự khéo léo động viên, khuyến khích tinh thần của sinh viên trong cũng như ngoài giờ giảng để dần dần lôi cuốn các em hướng vào hoạt động học tập, giải quyết thỏa đáng các vướng mắc của sinh viên. Tuy nhiên, để có được nghệ thuật đó, ngoài năng lực sư phạm, giảng viên cần chú ý đầu tư thời gian, công sức và tâm huyết cho bài giảng.

2.2. Đối với Khoa Kế toán – Phân tích và bộ môn Kế toán

2.2.1. Triển khai các nội dung cụ thể về thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy và thường xuyên kiểm tra việc thực hiện của giảng viên

- Khoa Kế toán- Phân tích, cụ thể là Bộ



môn Kế toán phải có phát động mạnh mẽ phong trào “Đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1” cũng như các học phần khác. Triển khai các giờ giảng thử, giảng mẫu ở cấp. Song song với hoạt động đó, hàng kỳ, Khoa, Bộ môn Kế toán phải kiểm tra việc thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy để kịp thời khắc phục những hạn chế và phát huy các ưu điểm. Trên cơ sở đó, để các đồng nghiệp học tập ở nhau những điểm mạnh, những phương pháp hay cho từng nội dung cụ thể. Tiến đến, Bộ môn sẽ xây dựng được hệ thống các bài giảng hay có áp dụng các phương pháp dạy học tích cực để cả Bộ môn cùng thực hiện.

- Xây dựng kế hoạch yêu cầu giảng viên tổ chức cho lớp mình giảng dạy đưa sinh viên đi thực tế trong quá trình học học phần Kế toán tài chính 1.

2.2.2. Định kỳ sinh hoạt chuyên môn về thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy

Sinh hoạt chuyên môn là việc phải thực hiện thường xuyên và bắt buộc đối với Khoa, Bộ môn. Nội dung sinh hoạt chuyên môn được Khoa, Bộ môn lên kế hoạch từ đầu năm học theo từng tháng, và quá trình thực hiện có sự điều chỉnh cho phù hợp. Vấn đề nâng cao chất lượng giờ giảng là một nội dung quan trọng trong sinh hoạt chuyên môn. Nội dung sinh hoạt tập trung vào các vấn đề từ kiến thức chuyên môn đến các vấn đề phương pháp giảng dạy, phát huy tính tích cực của sinh viên,... Các buổi sinh hoạt chuyên môn có chủ đề sẽ rất bổ ích cho giảng viên. Các

thành viên sẽ trao đổi các kinh nghiệm thực hiện hoặc bàn luận về các giải pháp... Qua các buổi sinh hoạt này, giảng viên sẽ tự tìm ra cho mình giải pháp tối ưu để vận dụng cho phù hợp.

2.2.3. Triển khai cho giảng viên đưa sinh viên đi thực tế trong thời gian giảng học phần Kế toán tài chính 1

Trong thời gian qua, Bộ môn Kế toán đã tổ chức cho sinh viên các khóa đi thực tế tại các đơn vị, doanh nghiệp. Tuy nhiên, tổ chức chưa có chủ trương để các giảng viên đưa sinh viên đi thực tế trong quá trình giảng học phần này. Vì vậy, trong thời gian tới, Bộ môn Kế toán nên triển khai nội dung này để chất lượng học phần này ngày càng cao hơn.

2.2.4. Tổ chức tuyên truyền, động viên các sinh viên tham gia các câu lạc bộ Kế toán, đội, nhóm

Khoa, Bộ môn cần triển khai cho các giảng viên, các cố vấn học tập, các tổ chức Đoàn thanh niên thông báo và vận động sinh viên tham gia tích cực câu lạc bộ Kế toán để được trao đổi các kiến thức về kế toán. Ở đó, các em sẽ được giải quyết các thắc mắc của mình bởi các giảng viên của Bộ môn Kế toán, Khoa Kế toán – Phân tích. Câu lạc bộ Kế toán được thành lập và hoạt động dưới sự quản lý của Đoàn trường Đại học kinh tế Nghệ An và với sự cố vấn về mặt chuyên môn của Khoa Kế toán – Phân tích đã và đang hoạt động rất hiệu quả và là địa chỉ rất tin cậy để các bạn sinh viên có thể chia sẻ những thắc mắc của mình.



2.2.5. Lấy ý kiến sinh viên về việc thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy của giảng viên

Hàng kỳ, Khoa, Bộ môn nên tổ chức lấy ý kiến của sinh viên về việc thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy của giảng viên. Mục đích của việc lấy ý kiến không phải để căn cứ vào kết quả đó để đánh giá giảng viên mà là để cung cấp cho giảng viên những ý kiến đóng góp dưới góc nhìn của sinh viên, giúp giảng viên cũng như Khoa, Bộ môn đưa ra những giải pháp để khắc phục hạn chế, phát huy việc thực hiện đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1. Chính vì vậy, kết quả khảo sát sẽ được Ban chủ nhiệm Khoa, trưởng Bộ môn gửi và trao đổi trực tiếp với giảng viên rút kinh nghiệm để tránh gây áp lực cho giảng viên.

2.3. Đối với sinh viên

- Nâng cao nhận thức về tinh thần trách nhiệm của bản thân đối với việc học tập của bản thân.

- Trong lớp, cần tập trung nghe giảng, nghiên cứu tài liệu trước khi đến lớp để có thể dễ dàng tiếp thu được bài giảng.

- Tăng cường thời gian tự học, tự nghiên cứu.

- Tích cực giao lưu tại Câu lạc bộ Kế toán để tìm hiểu, trao đổi thông tin và được giải đáp các thắc mắc của bản thân về mọi vấn đề, đặc biệt là về vấn đề Kế toán.

2.4. Đối với Nhà trường

- Cần tăng cường các đầu sách tham khảo ở Thư viện để sinh viên tự học, tự

nghiên cứu.

- Nhà trường tiếp tục tạo điều kiện để giảng viên Khoa Kế toán - Phân tích, Bộ môn Kế toán được đi thực tế nhiều hơn và đặc biệt tạo điều kiện cho sinh viên đi thực tế trong quá trình học học phần Kế toán tài chính 1.

- Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất và sửa chữa thường xuyên để đảm bảo cho việc giảng viên thực hiện được các phương pháp dạy học tích cực vào bài giảng.

III. KẾT LUẬN

Nâng cao chất lượng giảng dạy các môn chuyên ngành, đáp ứng nhu cầu của người học và nhu cầu của xã hội là một vấn đề bức thiết của trường Đại học kinh tế Nghệ An hiện nay trong đó có học phần Kế toán tài chính 1. Với mục tiêu trên, đề tài đã đi vào nghiên cứu, và đã thực hiện được các nội dung sau: Phân tích, làm rõ cơ sở lý luận về đổi mới phương pháp giảng dạy trong các trường Đại học ở nước ta hiện nay; đánh giá thực trạng về đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An; đề xuất một số giải pháp nhằm đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An. Những đề xuất của đề tài được xuất phát từ yêu cầu thực tế và cơ sở lý luận khoa học nhằm phát huy hiệu quả việc đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học kinh tế Nghệ An. Những giải pháp này là sự phối hợp đồng bộ giữa các cá nhân và tổ



chức có liên quan, trong đó vai trò chính để tổ chức là các giảng viên. Hy vọng rằng các kết quả nghiên cứu của đề tài sẽ được vận dụng trong quá trình dạy và học học phần Kế toán tài chính 1 trong thời gian sắp tới./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đinh Văn Tiến - Ulrich Lipp (2003), *Cẩm nang phương pháp sư phạm*, NXB TP Hồ Chí Minh.
 2. Phan Trọng Ngọc (2005), *Dạy học và phương pháp dạy học trong nhà trường*, NXB ĐHSP TP Hồ Chí Minh.
 3. Lê Công Triêm (Chủ biên), Nguyễn Đức Vũ, Trần Thị Tú Anh (2002), *Một số vấn đề hiện nay của phương pháp dạy học Đại học*, NXB GD, HN.
 4. TS. Trần Văn Tùng- ĐH CN TP Hồ Chí Minh, *Một số giải pháp đổi mới phương pháp giảng dạy môn Kế toán tài chính*.
 5. PGS. TS. Vũ Hồng Tiến, *Một số phương pháp dạy học tích cực*.
 6. PGS. TS. Đặng Xuân Hải (2011), *Kỹ thuật dạy học trong đào tạo theo học chế tín chỉ*, NXB Bách Khoa HN
 7. ThS. Phạm Thị Nhung, *khoa tài chính kế toán – Đại học Đông Á, Vận dụng một số phương pháp dạy học tích cực trong giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1*.
 8. *Trường Đại học giáo dục (2016), Đường lối chiến lược, chính sách phát triển GDDH Việt Nam trước yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế. Hà Nội*
 9. *Đại học quốc gia Hà Nội – Trường Đại học giáo dục (2016), Quản lý đào tạo và phát triển chương trình đào tạo trình độ Đại học, Thạc sỹ, Tiến sỹ. Tài liệu bồi dưỡng giảng viên chính*
 10. Đặng Xuân Hải (2016), *Đảm bảo chất lượng giáo dục đại học*, NXB Hà Nội
 11. Dương Xuân Thao (2016), *Trường Đại học kinh tế Nghệ An 55 xây dựng và phát triển, Tập san kỷ niệm 55 thành lập trường*
- ThS. Lê Thị Vân Hà, *Đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Kế toán tài chính 1 tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An – Đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường năm 2019.*



XUẤT KHẨU VIỆT NAM VÀ NHỮNG DỰ BÁO TRONG NĂM 2020

ThS. Bành Thị Vũ Hằng
Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Trong giai đoạn 2016 - 2019 cơ cấu xuất khẩu Việt Nam đã liên tục thay đổi, thị trường xuất khẩu đã có sự đổi mới, góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế của Việt Nam. Tuy nhiên giá trị và chất lượng hàng xuất khẩu của Việt Nam chưa cao và còn phụ thuộc nhiều vào nước ngoài. Chính vì vậy, đứng trước những khó khăn do đại dịch covid-19 gây ra đối với kinh tế thế giới và trước cơ hội lớn là Việt Nam đã ký được hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Eu thì Việt Nam phải nỗ lực không ngừng để có thể đạt được những mục tiêu xuất khẩu quan trọng đã đặt ra trong năm 2020.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sau gần 35 năm đổi mới, từ một nước nông nghiệp lạc hậu, Việt Nam đã vươn lên trở thành một trong những nền kinh tế tăng trưởng nhanh nhất khu vực Đông Nam Á nói riêng và trên thế giới nói chung. Hiện nay, Việt Nam đã có quan hệ kinh tế thương mại với hầu hết các quốc gia trên thế giới, hàng hóa của Việt Nam đã có mặt tại thị trường của hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ, Việt Nam liên tục nằm trong nhóm 30 nước, vùng lãnh thổ có trị giá xuất nhập khẩu hàng hóa lớn nhất trên phạm vi toàn cầu. Chiến lược xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020 đã xác định: Phát triển sản xuất để tăng nhanh xuất khẩu, đồng thời đáp ứng nhu cầu trong nước; khai thác tốt lợi thế so sánh của nền kinh tế, nâng cao hiệu quả, năng lực cạnh tranh xuất nhập khẩu và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, giải quyết việc làm và tiến tới cân bằng cán cân thương mại; Xây dựng, củng cố các đối tác hợp tác chiến lược để phát triển thị trường bền vững; kết hợp hài hòa lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài của quốc gia, lợi

ích kinh tế và lợi ích chính trị - đối ngoại, chủ động và độc lập tự chủ trong hội nhập kinh tế quốc tế; Đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu. Tích cực và chủ động tham gia vào mạng lưới sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu; chú trọng xây dựng và phát triển hàng hóa có giá trị gia tăng cao, có thương hiệu trên thị trường trong và ngoài nước; phấn đấu tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân giai đoạn 2016 - 2020 là 11%/năm. Như vậy chỉ còn 1 năm nữa để Việt Nam có thể hoàn thành mục tiêu đã đề ra trong giai đoạn 2016 - 2020. Xuất khẩu Việt Nam đã làm được gì? Và những điều gì sẽ diễn ra trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2020 này.

II. NỘI DUNG

1. Thực trạng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2016 – 2019

Xét về quy mô xuất khẩu

Về quy mô của xuất khẩu Việt Nam đã có sự tăng lên nhanh chóng qua các năm, với giá trị năm 2016 mới chỉ 176,6 tỷ USD thì đến năm 2019 đã đạt 263,45 tỷ USD. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân cho giai đoạn từ 2016 – 2019 là 12,1%, cao hơn so



với mục tiêu chung mà chính phủ đã đề ra cho giai đoạn 2016-2020. Đây chính là cơ hội thuận lợi để hoạt động xuất khẩu Việt Nam thực hiện thành công nhiệm vụ của năm 2020 nói riêng và cả giai đoạn 2016 – 2020 nói chung. Giá trị kim ngạch xuất khẩu cao và không ngừng tăng, đã giúp thứ hạng xuất khẩu của Việt Nam trên bản đồ xuất

khẩu thế giới tăng lên rõ rệt. Cụ thể, năm 2016 Việt Nam xếp hạng thứ 26 trên thế giới về xuất khẩu, thì đến năm 2019, Việt Nam đã có bước phát triển ấn tượng xếp thứ 22 về xuất khẩu. Với kết quả đó, trong giai đoạn từ 2016 – 2019, Việt Nam luôn được WTO ghi nhận là 1 trong 30 thị trường đứng đầu thế giới về kim ngạch xuất khẩu.

Bảng 1: Giá trị và tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn từ 2016-2019

Năm	Giá trị kim ngạch xuất khẩu (Tỷ USD)	Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu (%)
2016	176,6	9
2017	215,1	21,8
2018	243,5	13,2
2019	263,45	8,1

Nguồn: Tổng cục Hải quan 2016-2019

Xét về cơ cấu hàng hóa xuất khẩu

Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam đã có sự thay đổi quan trọng: kim ngạch và tỷ trọng xuất khẩu của hàng hóa thô hoặc mới sơ chế có xu hướng giảm, trong khi tỷ trọng xuất khẩu của hàng hóa chế biến hoặc đã tinh chế lại có xu hướng tăng. Cụ thể, năm 2016 kim ngạch và tỷ trọng hàng thô hoặc mới sơ chế đạt 30,47 tỷ USD chiếm 17,3% đã giảm liên tục xuống 29,5 tỷ USD chiếm 13,7% (năm 2017), 25,5 tỷ USD chiếm 10,9% (năm 2018) và chỉ còn 24,28 tỷ USD chiếm 9,2% (năm 2019). Trong khi đó, kim ngạch

và tỷ trọng hàng chế biến hoặc đã tinh chế từ 82,7% (năm 2016) đã tăng liên tục chiếm 86,2% (năm 2017), 88,1% (năm 2018) và tăng lên thành 239,17 tỷ USD chiếm 90,8% (năm 2019). Điều này là do chính sách định hướng xuất khẩu của Việt Nam: Khuyến khích phát triển xuất khẩu với những ngành hàng hạn chế sử dụng các nguồn lợi tự nhiên, tăng cường sử dụng các phương pháp sản xuất hiện đại trong sản xuất nông nghiệp và thủy sản, hạn chế và cấm xuất khẩu một số mặt hàng thô, tăng tỷ trọng hàng công nghiệp đang dần phát huy hiệu quả.

Bảng 2: Giá trị và cơ cấu xuất khẩu hàng hóa phân loại tiêu chuẩn ngoại thương từ năm 2016 - 2019

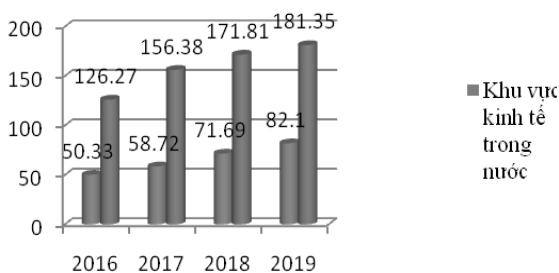
Năm	Hàng thô hoặc mới sơ chế		Hàng chế biến hoặc đã tinh chế	
	Kim ngạch (tỷ USD)	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch (tỷ USD)	Tỷ trọng (%)
2016	30,47	17,3	146,1	82,7
2017	29,5	13,7	185,4	86,2
2018	25,5	10,9	214,5	88,1
2019	24,28	9,2	239,17	90,8

Nguồn: Tổng hợp từ Tình hình phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam từ năm 2016 đến 2019.



Tuy nhiên, nhiều chuyên gia kinh tế khuyến cáo không nên nhìn vào sự tăng tỷ trọng của ngành hàng chế biến hoặc đã tinh chế và sự thu hẹp tỷ trọng của nhóm hàng thô hoặc mới sơ chế mà ngộ nhận đó là kết quả tích cực, nó chỉ là “thu hẹp ảo”. Bởi lẽ, tỷ trọng hàng thô hoặc mới sơ chế giảm rất mạnh từ 17,3% (năm 2016) giảm chỉ còn 9,2% (năm 2019) tương đương với mức giảm 46,8%. Trong khi kim ngạch hàng thô hoặc mới sơ chế giảm từ 30,47 tỷ USD (năm 2016) giảm chỉ còn 24,28 tỷ USD (năm 2019) tương đương với mức giảm chỉ có 20,32%. Điều này là do hàng hóa thô xuất khẩu chủ yếu là các tài nguyên sẵn có và sản phẩm mới sơ chế, nên giá trị mang lại thường rất thấp trong khi khối lượng lại rất lớn. Mặt khác, đây là nhóm hàng Việt Nam có lợi thế do chúng ta có nhiều tài nguyên thiên nhiên, song nguồn cung bị giới hạn. Do đó, kết quả đích thực của việc thu hẹp xuất khẩu hàng thô hoặc mới sơ chế là hướng tới phát triển bền vững tức là cần căn cứ vào kim ngạch xuất khẩu, chứ không phải ở khía cạnh tỷ trọng.

Hình 1: Giá trị hàng hóa xuất khẩu phân theo khu vực kinh tế của Việt Nam giai đoạn 2016 - 2019 (tỷ USD)



Nguồn: Tổng hợp từ Tình hình phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam từ năm 2016 đến 2019.

Trong những năm qua, cơ cấu theo trị giá hàng hóa xuất khẩu phân theo khu vực kinh tế có nhiều thay đổi theo hướng tích cực. Cơ cấu xuất khẩu của khu vực kinh tế trong nước có xu hướng tăng dần qua các năm tương ứng từ 50,33 tỷ USD (năm 2016) chiếm 28,5% kim ngạch xuất khẩu, đã tăng lên thành 82,1 tỷ USD (năm 2019) chiếm 31,16%. Ngược lại, kim ngạch xuất khẩu của khu vực có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài lại có xu hướng tăng dần từ 126,27 tỷ USD (năm 2016) đã đạt 181,35 tỷ USD (năm 2019), nhưng tỷ trọng xuất khẩu của khu vực này trong tổng kim ngạch xuất khẩu từ 71,5% (năm 2016) lại giảm chỉ còn 68,83% (năm 2019). Điều này cho thấy, cả 2 khu vực kinh tế đều có sự tăng trưởng và đóng góp lớn vào hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian. Nhưng bên cạnh đó, nó cũng bộc lộ việc Việt Nam lỗ hồng trong xuất khẩu: giá trị hàng xuất khẩu từ nội lực của nền kinh tế vẫn còn thấp, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đang lệ thuộc nhiều vào yếu tố nước ngoài.

Xét về thị trường xuất khẩu

Hiện nay, Việt Nam đang có quan hệ thương mại, trao đổi hàng hóa với 200 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn thế giới. Từ việc tận dụng các Hiệp định thương mại tự do (FTA) đã có hiệu lực và đang tiếp tục đàm phán, ký kết, Việt Nam tiếp tục khai thác các



thị trường xuất khẩu truyền thống và không ngừng mở rộng tìm kiếm, phát triển thêm nhiều thị trường mới. Tuy nhiên, có 6 thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam là Hoa Kỳ, EU, ASEAN, Nhật Bản, Trung Quốc và

Hàn Quốc với tỷ trọng xuất khẩu vào các thị trường này từ năm 2016 cho đến nay luôn chiếm trên 75% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam.

Bảng 3: Một số thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam giai đoạn 2016 – 2019

Đơn vị tính: Tỷ USD

Thị trường	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019
Hoa Kỳ	39,45	41,59	47,53	60,7
EU	33,86	38,18	41,79	41,70
Trung Quốc	21,96	35,40	41,27	41,50
ASEAN	17,45	21,72	24,74	25,30
Nhật Bản	14,67	16,86	18,85	20,30
Hàn Quốc	11,41	14,82	18,20	19,80

Nguồn: Tổng hợp từ Tình hình phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam từ năm 2016 đến 2019.

Thị trường Hoa Kỳ và EU là 2 thị trường có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, với giá trị 39,45 tỷ USD và 33,86 tỷ USD (năm 2016) đã tăng lên thành 60,7 tỷ USD và 41,70 tỷ USD (năm 2019). Trong đó thị trường Hoa Kỳ có mức tăng khá nhanh với tốc độ 53,9% , thị trường EU có mức tăng 23,15%. Với các mặt hàng xuất khẩu chính vào 2 thị trường này là hàng dệt may, giày dép, điện thoại các loại và linh kiện, điện tử, máy tính và linh kiện. Với các mặt hàng xuất khẩu chính là rau quả, dệt may, giày dép thì thị trường Trung Quốc, và thị trường ASEAN là 2 thị trường xuất khẩu lớn thứ 3, thứ 4 của Việt Nam. Trong năm 2019, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào 2 thị trường này đang có xu hướng bị thu hẹp với mức tăng chỉ có 0,6% và 2,23% so với năm 2018. Điều này cho thấy, quan hệ thương

mai của Việt Nam với 2 thị trường “láng giềng gần gũi” của Việt Nam có xu hướng chững lại. Tuy nhiên, nó lại là dấu hiệu đáng mừng của xuất khẩu Việt Nam, bởi lẽ nó cho thấy Việt Nam chúng ta đang hướng đến các thị trường lớn hơn, giảm sự lệ thuộc vào thị trường truyền thống, việc hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam ngày càng sâu và rộng hơn. Hiện nay, thị trường xuất khẩu được xem là tiềm năng của Việt Nam đó là Nhật Bản và Hàn Quốc đang là thị trường có kim ngạch lớn thứ 5 và thứ 6 của Việt Nam. Hai thị trường này đang có mức tăng liên tục và ổn định từ năm 2016 đến năm 2019. Như vậy, theo cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam trên đây có thể thấy: các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có giá trị gia tăng không cao, có ít hàm lượng công nghệ, mặt khác xuất khẩu của Việt Nam đang quá lệ



thuộc vào các thị trường truyền thống.

2. Đánh giá hoạt động xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2016 – 2019

Trong 4 năm đầu thực hiện chiến lược xuất khẩu giai đoạn 2016 – 2020, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã có những thành tựu quan trọng, góp phần thúc đẩy quá trình phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam: Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân trong 4 năm qua là 12,1%, cao hơn so với mục tiêu chung mà chính phủ đã đề ra cho giai đoạn 2016-2020; Vị thế của xuất khẩu Việt Nam trên bản đồ xuất khẩu toàn cầu luôn nằm trong top 30; Cơ cấu hàng xuất khẩu tăng ở hàng qua chế biến hoặc tinh chế, giảm hàng hóa thô hoặc mới sơ chế, cho thấy sự đúng đắn, phù hợp của mục tiêu phát triển kinh tế mà Chính phủ đã đề ra trong giai đoạn 2011- 2020.

Bên cạnh những thành công đạt được, hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2016 – 2019, vẫn còn một số hạn chế cần khắc phục ngay như: Giá trị hàng xuất khẩu do yếu tố có vốn đầu tư nước ngoài chiếm tỷ trọng cao, giá trị từ nội lực của nền kinh tế mang lại vẫn còn thấp; Kim ngạch xuất khẩu có tăng những vẫn còn ở mức thấp so với các nước trong khu vực và thế giới; Chất lượng và giá trị sản phẩm xuất khẩu chưa phù hợp với các tiêu chuẩn kỹ thuật TBT của WTO; Khả năng đa dạng hóa thị trường, thâm nhập thị trường mới còn hạn chế, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam vẫn đang quá lệ thuộc vào các thị trường

truyền thống, các thị trường có tiêu chuẩn về hàng hóa không cao; Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu vẫn chủ yếu là những hàng hóa có ít hàm lượng công nghệ, giá trị gia tăng không cao, giá trị xuất khẩu vẫn phụ thuộc vào hoạt động gia công lắp ráp thuê cho nước ngoài, tỷ lệ nội địa hóa còn thấp.

3. Dự báo xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2020

Phát huy những thành quả của hoạt động xuất khẩu trong năm 2019 nói riêng và của hoạt động xuất khẩu trong những năm qua nói chung. Bước vào năm 2020, ngành xuất khẩu và những người sản xuất những mặt hàng xuất khẩu đang cố gắng thực hiện các mục tiêu xuất khẩu đã đề ra trong năm nay cũng như cho cả giai đoạn 2016 – 2020. Tuy nhiên, đứng trước dự báo tình hình khu vực, thế giới tiếp tục có những biến động khó lường, sự bùng phát của đại dịch Covid-19, sẽ tác động mạnh đến tất cả các đối tác thương mại và hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Một số tổ chức đã có các dự báo về hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2020 như sau:

Cơ quan xếp hạng tín dụng của Hoa Kỳ Fitch Ratings nhận định: Các dự báo về tăng trưởng năm 2020 rất không chắc chắn và có nguy cơ GDP còn giảm thêm, tùy thuộc vào diễn biến của đại dịch; ngành xuất khẩu của Việt Nam sẽ là ngành chịu tổn thương nặng nề do dịch bệnh. Các thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam bao gồm Trung Quốc và Hoa Kỳ (cũng chính là 2 quốc gia chịu thiệt



hại nặng nề do dịch bệnh) sẽ có sự sụt giảm nghiêm trọng, khiến dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào lĩnh vực sản xuất bị ảnh hưởng. Fitch đưa ra giả định, đại dịch Covid sẽ được ngăn chặn vào nửa cuối năm nay, tuy nhiên tài khoản vãng lai của Việt Nam sẽ thâm hụt nhẹ vào năm 2020 do xuất khẩu giảm, Fitch kỳ vọng xuất khẩu cũng như nền kinh tế Việt Nam sẽ được phục hồi vào năm 2021.

Theo Báo cáo triển vọng phát triển Châu Á của Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) vừa công bố thì sự lây lan của COVID-19 sẽ tác động mạnh đến tất cả các đối tác thương mại và đầu tư quan trọng của Việt Nam. ADB dự báo: Tăng trưởng xuất khẩu được dự báo sẽ giảm xuống 5,3% trong năm 2020, tăng trưởng nhập khẩu giảm còn 4,7%, trước khi xuất khẩu phục hồi tăng trưởng trở lại ở mức 7,8% trong năm 2021 và nhập khẩu ở mức 6,8%. Tuy nhiên, theo ADB: Số lượng lớn các hiệp định thương mại song phương và đa phương mà Việt Nam tham gia hứa hẹn tăng cường việc tiếp cận thị trường cho Việt Nam, đây là yếu tố thiết yếu cho sự phục hồi kinh tế sau COVID-19. Việc Trung Quốc khống chế được COVID-19 và khả năng thị trường Trung Quốc có thể trở lại bình thường sẽ giúp hồi sinh chuỗi giá trị toàn cầu và tạo điều kiện thuận lợi cho phục hồi kinh tế tại Việt Nam.

Bộ Công thương: Dịch COVID-19 bùng phát từ cuối tháng 1/2020 đến nay đã và đang ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động thương mại của Việt Nam. Xuất nhập khẩu

hàng hóa của Việt Nam trong ngắn hạn dự báo sẽ có nhiều khó khăn với những yếu tố bất lợi do diễn biến tình hình dịch bệnh đang có dấu hiệu lây lan mạnh bên ngoài Trung Quốc, đặc biệt là tại các nước châu Âu và Hoa Kỳ - những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam. Theo đó, Bộ Công Thương tập trung vào việc thực hiện kế hoạch xúc tiến thương mại năm 2020, hướng đến rà soát, lựa chọn các thị trường thay thế có khả năng bổ sung cho sự sụt giảm kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc. Cơ cấu lại thị trường xuất khẩu theo hướng đa dạng hóa thị trường, không phụ thuộc vào một thị trường, đáp ứng tiêu chuẩn hàng hóa cao về xuất xứ hàng hóa, chỉ dẫn địa lý. Xây dựng, triển khai các phương án, lộ trình phù hợp chuyển sang thị trường và sản xuất trong nước hoặc thị trường, nguồn cung từ các đối tác khác để giảm dần vào một thị trường, đối tác. Bộ Công Thương sẽ chủ động báo cáo Chính phủ về việc sớm trình bộ hồ sơ phê chuẩn Hiệp định EVFTA để Chủ tịch nước ký trình Quốc hội thực hiện thủ tục phê chuẩn vào kỳ họp tới nhằm thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh vào thời điểm cuối năm 2020 để bù đắp cho sự khó khăn của các tháng đầu năm.

Triển vọng từ Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu (EVFTA). EVFTA là một HĐ lớn cả về quy mô thị trường đối tác, phạm vi các vấn đề cam kết, có mức độ tự do hóa mạnh về hàng hóa, dịch vụ, đầu tư, mua sắm công... Vì vậy, EVFTA chắc chắn sẽ mở ra triển vọng thúc



đẩy thương mại, đầu tư giữa Việt Nam và khu vực thị trường hơn 500 triệu dân của 28 nước thành viên EU, từ đó tác động mạnh tới tất cả các chỉ số chính của kinh tế Việt Nam. Những triển vọng tích cực mở ra khi EVFTA đã được Nghị viện châu Âu thông qua và dự kiến có thể sẽ có hiệu lực vào khoảng nửa sau của năm 2020 sẽ tác động tích cực và từ từ nâng đỡ cho nền kinh tế Việt Nam trong những năm tiếp theo. Về thương mại, cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và EU mang tính hỗ trợ hơn là cạnh tranh, nên đây sẽ là một cú huých lớn cho xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, bên cạnh các tác động tích cực, việc tham gia và thực thi các cam kết của EVFTA cũng sẽ đặt nền kinh tế Việt Nam trước nhiều thách thức. Đó là những thách thức từ mở cửa thị trường sẽ tạo sức ép lớn hơn cho hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp trong nước. Mặt khác, do tác động của đại dịch Covid thì những tác động tích cực của EVFTA lên nền kinh tế trong năm nay có thể chưa rõ, mà sẽ đến từ năm sau trở đi.

4. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2020

Đứng trước những cơ hội và khó khăn mà nền kinh tế Việt Nam nói riêng và kinh tế thế giới nói chung, trong năm 2020, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam cần có những giải pháp có tính đột phá để có thể thực hiện thành công các mục tiêu đã đề ra như sau:

Thứ nhất, Việt Nam cần nhất quán chính sách xuất khẩu, hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn hàng xuất khẩu của Việt Nam

theo hướng tương thích với hệ thống tiêu chuẩn của các nước nhập khẩu. Mặt khác, Nhà nước, các bộ, ngành chức năng cần khẩn trương rà soát các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành để chủ động thực hiện hoặc kiến nghị cơ quan có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung hoặc ban hành mới các văn bản quy phạm pháp luật đảm bảo phù hợp với EVFTA. Nhanh chóng phê chuẩn để sớm đưa hiệp định EVFTA vào thực hiện.

Thứ hai, đổi mới phương thức xuất khẩu. Đứng trước tác động mạnh mẽ của đại dịch Covid 19, hoạt động xuất khẩu của các quốc gia đang bị ngưng trệ. Do đó, để hoạt động xuất khẩu của Việt Nam có thể duy trì và phát triển, thì Việt Nam cần thay đổi phương thức xuất khẩu, thay vì việc phụ thuộc vào kênh xuất khẩu truyền thống thì cần đẩy mạnh quảng bá, tổ chức đào tạo và hướng dẫn các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam có thể có đủ điều kiện, năng lực tham gia bán hàng qua các sàn thương mại điện tử lớn như: Amazon, Alibaba.

Thứ ba, đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu và phục vụ xuất khẩu. Dịch Covid đã ảnh hưởng đến kinh tế của hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Việc đóng cửa hoạt động ngoại thương của các quốc gia áp dụng nhằm hạn chế lây lan của dịch bệnh. Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là hàng nông, thủy sản tươi sống, có tính mùa vụ nên đã gây ra tình trạng ứ đọng trong nước. Đứng trước tình hình này các ngành xuất khẩu cần đẩy mạnh chế biến sâu, đổi mới phương thức sản xuất, tạo ra các hàng



hóa xuất khẩu có tính lâu dài. Mặt khác, dịch Covid đã được Việt Nam kiểm soát tốt, vì vậy Việt Nam cần đẩy mạnh sản xuất ở những ngành hàng phục vụ hoạt động y tế để xuất khẩu ra các thị trường nước ngoài phục vụ cho việc phòng, chống đại dịch.

Thứ tư, Nhà nước cần xây dựng các chính sách hỗ trợ, chương trình hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngành hàng phù hợp với cam kết quốc tế. Mặt khác, cần tiếp tục đẩy mạnh việc đơn giản hóa các thủ tục hành chính, giảm chi phí giao dịch cho doanh nghiệp, cắt giảm điều kiện kinh doanh, giảm thuế ... nhằm tạo thuận lợi tối đa cho hoạt động đầu tư và kinh doanh của doanh nghiệp xuất khẩu trong điều kiện khó khăn của kinh tế toàn cầu hiện nay.

Thứ năm, đối với những thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam đang gặp khó khăn do dịch bệnh như Trung Quốc, Hoa Kỳ thì Việt Nam cần có giải pháp hỗ trợ đối với các doanh nghiệp xuất khẩu vào các thị trường này. Mặt khác, cần dành thời gian rà soát chất lượng sản phẩm và xây dựng thương hiệu, đổi mới các hoạt động xúc tiến thương mại để tìm kiếm những thị trường mới thay thế.

III. KẾT LUẬN

Thực tiễn trong những năm qua đã cho thấy tính đúng đắn và hợp lý trong chiến lược xuất khẩu của Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020. Các mục tiêu của chiến lược này đang dần được hiện thực hóa. Tuy nhiên, chỉ còn 1 năm để hoàn thành các mục tiêu này, và năm 2020 là năm mà nền kinh tế Việt Nam nói

chung và hoạt động xuất khẩu của Việt Nam nói riêng phải đối mặt với không ít khó khăn và thách thức do đại dịch Covid 19 gây ra. Do đó, trong năm 2020 này, Việt Nam cần phải có những chính sách đúng đắn, bước đi tích cực nhằm giúp hoạt động xuất khẩu có thể duy trì và vượt qua được những khó khăn, trở ngại này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Diệu Thiện (26/2/2020), *Triển vọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế từ EVFTA*, Thời báo tài chính Việt Nam.
2. Hà Tâm (9/4/2020), *Fitch Ratings dự báo GDP Việt Nam năm 2020 và khả năng phục hồi cao năm 2021*, Diễn đàn đầu tư kinh doanh.
3. Phạm Hồng Nhung (2020), *Hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam giai đoạn 2011-2019 và một số đề xuất*, Tạp chí tài chính.
4. Phan Trang (01/04/2020), *Lối đi mới cho xuất khẩu*, Báo điện tử Chính Phủ.
5. Tổng cục thống kê (2016) *Tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2016*.
6. Tổng cục thống kê (2017) *Tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2017*.
7. Tổng cục thống kê (2018) *Tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2018*.
6. Tổng cục thống kê (2019) *Tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2019*.



TRÁCH NHIỆM GIẢI TRÌNH CỦA TƯ PHÁP TRONG NHÀ NƯỚC PHÁP QUYỀN

ThS. Dương Thị Hải Yến, ThS. Nguyễn Thị Kim Dung
Khoa Cơ sở

Tóm tắt: Trách nhiệm giải trình của tư pháp là cơ sở hình thành cơ chế kiểm soát quyền lực tư pháp trong nhà nước pháp quyền – một vấn đề quan trọng nhằm tăng cường hiệu quả trong thực hiện quyền tư pháp. Trách nhiệm giải trình của tư pháp trong nhà nước pháp quyền bao gồm trách nhiệm giải trình pháp lý, trách nhiệm giải trình chính trị và trách nhiệm giải trình xã hội. Trong đó, trách nhiệm giải trình pháp lý được thực hiện theo cơ chế chính thức và cơ chế không chính thức. Trách nhiệm giải trình chính trị bao gồm: Trách nhiệm giải trình với các nhánh quyền lực khác; và Trách nhiệm giải trình hiến định.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

“Trách nhiệm giải trình” là thuật ngữ pháp lý mới xuất hiện trong vài năm trở lại đây, khi bàn về vấn đề công khai, minh bạch hoạt động của các cơ quan, tổ chức, đơn vị. Trách nhiệm giải trình được hiểu là trách nhiệm giải thích việc thực thi nhiệm vụ, công vụ hay những vấn đề liên quan đến trách nhiệm quản lý của cá nhân, tổ chức khi được yêu cầu.

Trách nhiệm giải trình của tư pháp là cơ sở để xác lập các cơ chế kiểm soát quyền lực tư pháp trong nhà nước pháp quyền. Từ góc độ này, trách nhiệm giải trình của tư pháp chính là nội dung của hoạt động kiểm soát quyền lực tư pháp, là trách nhiệm giải thích việc thực thi nhiệm vụ, công vụ hay những vấn đề liên quan đến trách nhiệm quản lý của cá nhân, tổ chức khi được yêu cầu trong lĩnh vực tư pháp.

Trách nhiệm giải trình ở Việt Nam được quy định tại Luật phòng chống tham nhũng

năm 2018, Nghị định số 59/2019/NĐ – CP quy định chi tiết Luật phòng chống tham nhũng năm 2018; Nghị định số 90/2013/NĐ-CP quy định trách nhiệm giải trình của cơ quan nhà nước trong việc thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn được giao.

II. NỘI DUNG

Trách nhiệm giải trình của tư pháp trong nhà nước pháp quyền có thể được thực hiện dưới ba khía cạnh trách nhiệm giải trình như sau: Trách nhiệm giải trình pháp lý; Trách nhiệm giải trình chính trị và Trách nhiệm giải trình xã hội.

1. Trách nhiệm giải trình pháp lý

Trách nhiệm giải trình của tư pháp trước hết là trách nhiệm giải trình về những phán quyết liên quan đến cách thức mà thẩm phán sử dụng quyền lực tư pháp. Một điều được thừa nhận rộng rãi là khi thực thi chức năng xét xử thẩm phán trước tiên chịu trách nhiệm giải trình trước pháp luật. Tại mọi giai đoạn của quá trình xét xử, thẩm phán buộc phải



tuan theo pháp luật. Để kiểm soát việc thực thi quyền lực tư pháp, trách nhiệm giải trình có thể được thực hiện theo cơ chế chính thức và không chính thức:

- *Cơ chế không chính thức* là việc thực hiện trách nhiệm giải trình của thẩm phán trước cộng đồng. Trong hệ thống pháp luật Anglo, cơ chế phi chính thức để buộc cơ quan tư pháp chịu trách nhiệm giải trình bao gồm: Thẩm phán có trách nhiệm nghe lập luận và bằng chứng do hai bên đưa ra; Thẩm phán có trách nhiệm thực hiện phiên tòa công khai; Thẩm phán phải đưa ra lý do và lập luận cho phán quyết của mình và Phán quyết có thể bị kháng án lên tòa cấp trên. Tất cả những quy định và thủ tục này đảm bảo trách nhiệm giải trình trước pháp luật và đồng thời nâng cao niềm tin của người dân vào cơ quan tư pháp và đảm bảo sự chấp thuận của người dân đối với các phán quyết.

- *Cơ chế chính thức* là việc thực hiện trách nhiệm giải trình thông qua thiết lập một thiết chế và hệ thống chính thức để giải quyết các khiếu nại chống lại thẩm phán và cơ quan tư pháp. Mô hình cơ chế trách nhiệm giải trình tư pháp chính thức rất đa dạng, thông thường là dưới dạng một hội đồng hoặc ủy ban tư pháp, chẳng hạn Hội đồng Tư pháp Canada, Ủy ban Tư pháp bang New South Wales ở Úc. Trong khi đó, Thụy Điển thực hiện trách nhiệm giải trình tư pháp thông qua Thanh tra tư pháp thuộc Quốc hội (Justice Ombudsman). Ngoài ra, một mô hình khác là kiểm soát và giám sát thẩm phán bởi một ủy ban công cộng (public committee) bao

gồm đại diện từ nhiều tầng lớp dân chúng khác nhau và giải quyết khiếu nại chống lại thẩm phán căn cứ vào quy tắc đạo đức của thẩm phán đã được thẩm phán thông qua, ví dụ ở bang California và Arizona của Hoa Kỳ, các tỉnh của Canada.

Tuy nhiên, có sự phân biệt giữa trách nhiệm của cá nhân thẩm phán và trách nhiệm của nhà nước đối với những lỗi trong xét xử của thẩm phán – trách nhiệm “phục hồi”.

Trách nhiệm giải trình pháp lý của cá nhân thẩm phán bao gồm: Trách nhiệm hình sự, trách nhiệm dân sự và trách nhiệm kỷ luật. Một số quốc gia như Pháp và Bỉ đặt ra những quy định riêng về thủ tục tố tụng hình sự được áp dụng khi truy tố thẩm phán. Trong khi đó, ở Ba Lan, Hy Lạp và Ý xét xử hình sự đối với thẩm phán được áp dụng như đối với công chức. Trách nhiệm dân sự của thẩm phán khác với quy định về trách nhiệm bồi thường thiệt hại ngoài hợp đồng. Một số quốc gia như Pháp, Đức và Ba Lan quy định trách nhiệm của nhà nước bồi thường thay cho thẩm phán đối với những hành vi liên quan đến thực hiện chức năng tư pháp. Các quốc gia khác như Ý và Tây Ban Nha có cách tiếp cận khác: quy định trách nhiệm của nhà nước song song với trách nhiệm của cá nhân thẩm phán. Đối với trách nhiệm kỷ luật, mục đích của loại hình trách nhiệm này là nhằm đảm bảo rằng thẩm phán dù với vai trò đặc biệt của mình, cũng bị ràng buộc bởi bổn phận theo pháp luật đối với nhà nước và người dân. Các hình thức trách nhiệm kỷ luật rất đa dạng như: cảnh cáo, khiển trách, trừ



lượng và thâm niên, buộc chuyển công tác, nghỉ hưu bắt buộc, cách chức,... Các nước thường có quy định riêng và chặt chẽ hơn về trách nhiệm kỷ luật đối với thẩm phán, khác với trách nhiệm kỷ luật áp dụng với công chức. Điều này là cần thiết để bảo toàn sự độc lập của tư pháp và tránh những đe dọa từ khiếu kiện không đủ chứng cứ cũng như lạm dụng quy định về trách nhiệm kỷ luật.

Trách nhiệm “phục hồi” có thể được hiểu thông qua minh họa về quy định tại Điều 34 trong Hiến pháp Bonn của Cộng hòa Liên bang Đức. Theo đó, nhà nước có trách nhiệm bồi thường cho người bị hại do vi phạm của thẩm phán khi thực hiện chức năng xét xử. Điều này có nghĩa là, người bị hại – là một bên của vụ kiện hoặc người thứ ba liên quan – không khiếu kiện thẩm phán mà chỉ có thể kiện nhà nước để được bồi thường thiệt hại. Quy định này là “lá chắn” để đảm bảo sự độc lập của tư pháp: vừa bảo vệ thẩm phán khỏi những vụ kiện tụng mang tính quấy rối bởi những đương sự không hài lòng với phán quyết, vừa trao cho người bị hại của hành vi vi phạm trong xét xử khả năng được bồi thường thiệt hại.

2. Trách nhiệm giải trình chính trị

Trách nhiệm giải trình chính trị bao gồm: Trách nhiệm giải trình với các nhánh quyền lực khác; và Trách nhiệm giải trình hiến định.

Với tư cách là một nhánh quyền lực, cơ quan tư pháp chịu trách nhiệm giải trình chính trị trước cơ quan lập pháp và cơ quan hành pháp về việc thực thi quyền lực của

mình. Tùy theo quy định trong hiến pháp hoặc luật của mỗi quốc gia, thẩm phán có thể bị cách chức bởi các nhánh quyền lực còn lại. Minh họa rõ ràng nhất là trách nhiệm giải trình chính trị trong các hệ thống theo truyền thống luật chung. Ở Anh, thẩm phán có thể bị Hạ viện buộc tội và Thượng viện xét xử; Thêm vào đó, Thẩm phán tòa cấp cao hơn có thể bị cách chức với sự nhất trí của hai viện. Trong xã hội dân chủ, nhánh quyền lực lập pháp và hành pháp bao gồm những người được người dân bầu chọn. Vì vậy, khi thực hiện chức năng của mình cơ quan lập pháp và cơ quan hành pháp hành động nhân danh người dân, những người mà các cơ quan này chịu trách nhiệm giải trình trực tiếp. Người dân mong muốn cơ quan tư pháp và thẩm phán duy trì những chuẩn mực khi thực thi xét xử và điều này liên quan mật thiết đến trách nhiệm của các nhánh quyền lực còn lại nhằm giải quyết những khía cạnh khác nhau của tư pháp. Bởi vậy, khi cơ quan hành pháp hoặc lập pháp cách chức một Thẩm phán do thiếu năng lực hay vi phạm chuẩn mực thực thi tư pháp, thì điều này sẽ đáp ứng được kỳ vọng của người dân. Xét cho đến cùng, trách nhiệm giải trình của cơ quan tư pháp trước cơ quan lập pháp và hành pháp là trách nhiệm giải trình gián tiếp trước nhân dân.

Trách nhiệm giải trình hiến định là một dạng khác của trách nhiệm giải trình chính trị. Mặc dù thoạt nhìn thì trách nhiệm giải trình hiến định có vẻ là một dạng của trách nhiệm giải trình pháp lý, nhưng những vi phạm được quy định trong Hiến pháp lại mang bản chất



chính trị nhiều hơn. Điều đó là bởi Hiến pháp được xem là “luật cơ bản”, do vậy nó mở ra khả năng giải thích rộng bởi các cơ quan chính trị khi xử phạt những hành vi này. Một ví dụ cho điều này là việc luận tội thẩm phán liên bang ở Hoa Kỳ. Theo Hiến pháp Hoa Kỳ, các vi phạm có thể bị xử phạt thông qua thủ tục luận tội gồm “phản quốc, nhận hối lộ, hoặc các vi phạm nghiêm trọng và ít nghiêm trọng”. Thủ tục tố tụng gồm 2 giai đoạn: luận tội ở Hạ viện và xét xử ở Thượng viện. Tuy nhiên, kể từ năm 1936 đến nay, trong lịch sử Hoa Kỳ, chỉ có 9 Thẩm phán bị luận tội và 4 Thẩm phán tuyên là có tội. Điều đó cho thấy, xét xử những vi phạm được quy định trong Hiến pháp đối với thẩm phán cần một quy trình rất phức tạp và mang nhiều tính chính trị.

3. Trách nhiệm giải trình xã hội

Đây là hình thức giải trình theo đó thẩm phán chịu sức ép từ những thẩm phán khác, từ giới học giả và luật sư. Với hiểu biết chuyên môn, học giả và luật sư có thể đánh giá và phê bình hành vi và việc thực hiện xét xử của thẩm phán. Sự theo dõi của luật sư hành nghề đóng vai trò quan trọng bởi họ dành hầu hết thời gian trong phòng xử án và quan sát kỹ lưỡng hành vi và việc thực hiện xét xử của thẩm phán. Ngoài ra, họ cũng tiếp xúc thường xuyên với các đương sự, vì thế họ có thể truyền đạt thông tin về việc thực hiện chức năng của tòa án đến công chúng. Nếu không hài lòng với hành vi và việc thực hiện chức năng xét xử của thẩm phán, họ có thể báo cáo lên cơ quan có thẩm quyền xử lý kỷ luật hoặc Chánh án. Trong

một số trường hợp, họ có thể “tẩy chay” tòa án nơi có thẩm phán không tuân thủ những chuẩn mực khi thực hiện xét xử. Như vậy, sự theo dõi của giới học giả và đặc biệt là giới luật sư hành nghề có ý nghĩa đáng kể trong việc kiểm soát việc thực hiện quyền xét xử và hành vi của thẩm phán, đồng thời nâng cao sự hiểu biết của công chúng về tòa án và chức năng tư pháp.

Ngoài ra, cơ quan tư pháp và thẩm phán có thể chịu trách nhiệm giải trình thông qua phương tiện truyền thông đại chúng. Truyền thông đóng một vai trò quan trọng trong việc duy trì niềm tin của người dân vào cơ quan tư pháp bằng cách thông tin cho người dân về những hoạt động và hành vi của tòa án và thẩm phán. Đồng thời, truyền thông phản ánh sự hài lòng hay không hài lòng của công chúng với những hoạt động của tòa án. Từ đó, người dân có thể gây áp lực với nhà nước để có những thay đổi cần thiết đối với cơ quan tư pháp.

III. KẾT LUẬN

Từ các hình thức trách nhiệm giải trình của tư pháp, đã hình thành các quan điểm và sự vận dụng vào thực tế một số mô hình kiểm soát quyền lực tư pháp. Về cơ bản, có thể nhận diện ba xu hướng đề xuất mô hình kiểm soát quyền lực tư pháp, phản ánh trách nhiệm giải trình của tư pháp như sau:

- *Mô hình phụ thuộc*: Mô hình này đặc trưng bởi sự phụ thuộc của cơ quan tư pháp và thẩm phán. Các diễn đạt điển hình nhất của mô hình phụ thuộc là nhấn mạnh đến trách nhiệm giải trình chính trị và trách nhiệm kỷ



luật của thẩm phán trước các nhánh quyền lực khác của nhà nước. Trách nhiệm kỷ luật là một dạng trách nhiệm giải trình pháp lý và thuộc lĩnh vực luật công. Tuy nhiên, quyền áp dụng kỷ luật thường được xem là “độc quyền” của cơ quan hành pháp và rất khó để phân định giữa trách nhiệm chính trị và trách nhiệm kỷ luật. Hậu quả là mô hình phụ thuộc có thể tạo ra một hệ thống trách nhiệm kỷ luật quá mạnh có thể gây ảnh hưởng hoặc kiểm soát việc xét xử và ra phán quyết của thẩm phán. Vì vậy, mô hình trách nhiệm giải trình này sẽ tạo ra những mối đe dọa đến độc lập tư pháp.

- *Mô hình tự quản*: Ngược lại với mô hình phụ thuộc, mô hình tự quản trao chức năng kiểm soát thẩm phán cho bản thân cơ quan tư pháp. Mô hình này đại diện cho quan điểm độc lập tư pháp tuyệt đối, tách rời cơ quan tư pháp khỏi các nhánh quyền lực khác và với xã hội. Mô hình này dẫn đến nguy cơ: hoặc sự độc lập nội bộ của thẩm phán (độc lập của thẩm phán với thẩm phán khác và với thẩm phán cấp trên) bị đe dọa; hoặc dẫn đến tình trạng không có kỷ cương khi không chỉ cơ quan tư pháp mà bản thân cá nhân thẩm phán trở thành một “đơn tử” tồn tại riêng biệt, tách rời sự kiểm soát nội bộ cũng như kiểm soát từ bên ngoài.

- *Mô hình đáp ứng*: Đây là mô hình hỗn hợp, theo đó việc kiểm soát hoạt động xét xử của thẩm phán không trao cho riêng cơ quan tư pháp cũng không nằm trong tay các nhánh quyền lực khác của chính quyền; kết hợp mức độ hợp lý giữa trách nhiệm chính

trị, trách nhiệm xã hội và trách nhiệm pháp lý nhưng không buộc thẩm phán phụ thuộc vào các nhánh quyền lực, các đảng phái chính trị và các tổ chức xã hội khác hay đặt họ vào những khiêu kiện phiến toái. Mặc dù không có một cách thức thống nhất cho việc xây dựng mô hình này, mục đích của nó là cân bằng một cách tốt nhất giữa độc lập và trách nhiệm giải trình của tư pháp. Ngoài ra, mô hình này cũng phản ánh ý tưởng trung tâm của hệ thống chính quyền dân chủ, đó là quyền lực luôn phải được kiểm soát.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hà Thị Mai Hiền (2014), *Những nội dung cơ bản của Hiến pháp sửa đổi năm 2013 về trách nhiệm giải trình của các cơ quan hiến định và định hướng triển khai*, Tạp chí Nhà nước và pháp luật
2. Đinh Thế Hùng (2010), *Thực hiện quyền tư pháp nhằm đảm bảo quyền tiếp cận công lý trong nhà nước pháp quyền*, Tạp chí Nhà nước và pháp luật.
3. Phạm Duy Nghĩa (2015), *Quan niệm về trách nhiệm giải trình trong thực thi công vụ*, Chuyên đề thuộc Đề tài cấp bộ, Viện Khoa học Thanh tra
4. Đào Trí Úc, *Vấn đề trách nhiệm giải trình trong cơ chế thực hiện quyền lực nhà nước ở Việt Nam*, Chuyên đề thuộc Đề tài cấp bộ của Viện Khoa học Thanh tra
5. Võ Khánh Vinh (2003), *Về quyền tư pháp trong nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa của dân, do dân, vì dân ở nước ta*, Tạp chí Nhà nước và pháp luật.



VAI TRÒ CỦA THỐNG KÊ ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI

ThS. Phạm Thị Thanh Thủy

Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: *Thống kê là một trong những công cụ quản lý vĩ mô quan trọng, có vai trò cung cấp các thông tin thống kê trung thực, khách quan, chính xác, đầy đủ, kịp thời phục vụ các cơ quan nhà nước trong việc đánh giá, dự báo tình hình, hoạch định chiến lược, chính sách, xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và đáp ứng nhu cầu thông tin thống kê của các tổ chức, cá nhân.*

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thống kê là một ngành có vị trí quan trọng khi nền kinh tế đang chuyển đổi sang kinh tế thị trường để đo lường và đánh giá nền kinh tế. Ngành Thống kê không phải là ngành trực tiếp sản xuất ra của cải vật chất nhưng lại là ngành làm cơ sở cho lãnh đạo Đảng và Nhà nước cũng như các địa phương, các cấp, các ngành hoạch định chính sách nên ngành Thống kê xác lập vai trò quan trọng của đất nước. Nói có sách, mách có chứng, có số liệu, hệ thống số liệu thống kê để hoạch định chính sách, đường lối phát triển có cơ sở khoa học, sát thực tiễn và đi vào cuộc sống.

II. NỘI DUNG

1. Những thành tựu đã đạt được

- Về chuyên môn, nghiệp vụ thống kê:

việc chuyển đổi cơ chế kinh tế từ kế hoạch tập trung sang cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, thực hiện đường lối mở cửa, hội nhập đã đòi hỏi ngành Thống kê phải đổi mới trên mọi mặt, để đáp ứng ngày càng toàn diện yêu cầu đánh giá và dự báo tình hình trong nước và thế giới. Tất cả các

mặt công tác của hoạt động thống kê đều được đổi mới, gồm:

- Đổi mới các hệ thống chỉ tiêu thống kê
- Đổi mới phương pháp thu thập, xử lý và truyền đưa thông tin
- Đổi mới phân loại và phân ngành trong thống kê
- Đổi mới nội dung và phương pháp thống kê doanh nghiệp, vùng kinh tế trọng điểm, các loại hình khu kinh tế.
- Đổi mới công tác phân tích và dự báo thống kê.
- Bổ sung các nội dung thống kê mới.

Ngành Thống kê đã tập trung vào việc chuyển đổi phương pháp luận phù hợp với yêu cầu của đổi mới và hội nhập quốc tế. Trong thời kỳ này, một trong những bước tiến quan trọng nhất là chuyển đổi hệ thống bảng cân đối vật chất (MPS) sang hệ thống tài khoản quốc gia (SNA) từ năm 1993 và liên tục cập nhật, bổ sung. Việc biên soạn các chỉ tiêu thống kê tổng hợp như GDP, GNP,... được thực hiện theo nhiều phương pháp khác nhau để có tính so sánh, đối chiếu. Phương pháp biên soạn chỉ tiêu



tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương cũng được đổi mới, chuẩn bị đưa vào áp dụng chính thức. Nhiều chuyên ngành thống kê được nghiên cứu, chuyển đổi theo hướng vận dụng các phương pháp luận chuẩn quốc tế vào điều kiện cụ thể của Việt Nam. Việc phát triển đa dạng các loại hình doanh nghiệp và đổi mới về chính sách phát triển kinh tế nhiều thành phần cũng như áp dụng SNA đòi hỏi sự đổi mới tương ứng về phân loại thống kê, phân ngành thống kê. Nhiều bảng danh mục chuẩn quốc tế đã được nghiên cứu áp dụng phù hợp với điều kiện Việt Nam như Hệ thống ngành kinh tế quốc dân, Hệ thống ngành sản phẩm Việt Nam, Danh mục hàng hóa xuất nhập khẩu Việt Nam...

Với sự chuyển đổi mạnh mẽ của cơ chế quản lý kinh tế và yêu cầu mới của việc lãnh đạo, chỉ đạo, quản lý đất nước trong nền kinh tế thị trường với nhiều khái niệm mới, nội dung mới, các hệ thống chỉ tiêu thống kê ở cấp quốc gia cũng như các cấp quản lý ngành, lĩnh vực và địa phương đã được đổi mới toàn diện. Mới đây nhất là Hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia lần đầu tiên được Quốc hội thông qua trong Luật Thống kê năm 2015 với 186 chỉ tiêu thống kê thay thế cho hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia được Thủ tướng Chính phủ ban hành theo Quyết định số 43/2010/QĐ-TTg ngày 02/6/2010. Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã ban hành Thông tư quy định nội dung Hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia; danh mục và nội

dung Hệ thống chỉ tiêu thống kê cấp tỉnh, huyện, xã.

Việc đổi mới và hoàn thiện phương pháp thu thập thông tin cũng đạt được những kết quả khả quan. Trong đó bước chuyển biến rõ nhất là sử dụng điều tra thống kê, nhất là điều tra chọn mẫu thay thế hình thức thu thập thông tin qua chế độ báo cáo thống kê là hình thức phổ biến trong giai đoạn trước đây. Các cuộc điều tra chủ yếu do ngành Thống kê tiến hành đã được sắp xếp theo kế hoạch, trong đó các cuộc Tổng điều tra như: Tổng điều tra dân số và nhà ở, Tổng điều tra kinh tế và Tổng điều tra nông thôn, nông nghiệp đã được Luật hóa trong Luật thống kê năm 2015; các cuộc điều tra thống kê quan trọng khác trên các lĩnh vực được thực hiện hàng năm theo kế hoạch, qua đó tạo điều kiện chủ động cho khâu chuẩn bị, triển khai và công bố thông tin của Ngành. Việc thu thập thông tin thống kê từ nguồn dữ liệu hành chính đã chính thức được quy định trong Luật thống kê năm 2015.

- Về xử lý, tổng hợp và phân tích của ngành Thống kê cũng đã được đổi mới theo hướng tin học hoá. Ngay từ ngày đầu đổi mới, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 28/1988/CT-TTg năm 1988 về tăng cường và hiện đại hóa công tác thống kê, trong đó chỉ rõ: “Phát triển công nghệ thông tin, xây dựng các cơ sở dữ liệu và mạng thông tin thống kê trong phạm vi cả nước, bảo đảm việc truyền dẫn và khai thác số liệu thống kê được thuận lợi”. Từ đó đến nay, việc đầu



tư công nghệ và ứng dụng trong hoạt động thống kê đã có bước phát triển nhảy vọt. Đặc biệt, lần đầu tiên ngành Thống kê đã áp dụng thành công công nghệ nhận dạng ký tự thông minh vào xử lý số liệu Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2009, tiếp đó là Tổng điều tra Nông thôn, nông nghiệp và thủy sản năm 2011, Điều tra Dân số và nhà ở giữa kỳ năm 2014. Việc ứng dụng và phát triển các phần mềm chuyên dùng đã góp phần đẩy nhanh tốc độ xử lý thông tin, tăng độ chính xác của thông tin tổng hợp và giảm cường độ lao động cho cán bộ thống kê các cấp. Cơ sở dữ liệu của các cuộc Tổng điều tra, điều tra lớn được lưu giữ tốt, đảm bảo cho việc khai thác chi tiết hơn và sử dụng số liệu lâu dài.

Với quan điểm đổi mới vừa phục vụ tốt sự lãnh đạo, điều hành của Đảng, Quốc hội và Nhà nước vừa “Hướng về người dùng tin”, trong những năm qua đối tượng sử dụng thông tin thống kê đã được mở rộng, lượng thông tin cung cấp cho mỗi đối tượng dùng tin cũng không ngừng tăng lên, hình thức phổ biến thông tin ngày càng đa dạng. Đến nay, hầu hết các loại số liệu thống kê đã được cung cấp đến tất cả các đối tượng có nhu cầu sử dụng bằng nhiều kênh phổ biến thông tin khác nhau. Các sản phẩm thống kê ngày nay không chỉ các ấn phẩm, mà còn là các đĩa mềm, đĩa CD và file dữ liệu trên trang web. Những năm gần đây, ngành Thống kê còn tăng cường nhiều hình thức phổ biến thông tin khác nhau như họp báo công bố số liệu, thông cáo báo chí và Trang thông tin điện

từ Tổng cục Thống kê,... Tổng cục Thống kê cũng đã tham gia hệ thống phổ biến số liệu chung (GDDS) với tư cách là điều phối viên quốc gia. Chính sách phổ biến thông tin thống kê Nhà nước được Thủ tướng Chính phủ ban hành tại Quyết định số 34/2013/QĐ-TTg đã đưa công tác này từng bước đi vào quy củ.

- *Về hợp tác quốc tế*: Thực hiện đường lối đối ngoại mở rộng của Đảng và Nhà nước trong thời kỳ đổi mới, quan hệ hợp tác giữa Thống kê Việt Nam với thống kê của các quốc gia và các tổ chức quốc tế đã ngày càng được mở rộng. Tổng cục Thống kê đã tham gia tích cực vào các hoạt động về thống kê của các tổ chức quốc tế như Thống kê LHQ (UNSD), chủ động tích cực tham gia và thường xuyên có những đóng góp quan trọng để thúc đẩy hoạt động thống kê khu vực ASEAN, ESCAP, Đông Á. Năm 2010, đảm nhận vai trò là Chủ tịch ASHOM 11, Tổng cục Thống kê đã tổ chức thành công Hội nghị thủ trưởng các cơ quan thống kê quốc gia khu vực Đông Nam Á và từ đó đã đăng cai và tổ chức thành công nhiều hội nghị quốc tế quan trọng như Hội nghị Hiệp hội thống kê quốc tế chính thức IAOS năm 2014, Hội nghị Thống kê Nông nghiệp Châu Á-Thái Bình Dương,... Thống kê Việt Nam đã chính thức gia nhập Hệ thống thống kê Cộng đồng ASEAN kể từ năm 2016. Thống kê Việt Nam đã nhận được sự giúp đỡ của cộng đồng quốc tế về chuyên môn, nghiệp vụ và cơ sở vật chất, trong đó phải kể đến



các dự án hỗ trợ kỹ thuật của các tổ chức Quốc tế: UNFPA, UNDP, UNIDO, FAO, UNESCO, UNICEF, ILO, các định chế Tài chính như WB, ADB, IMF... Tổng cục Thống kê đã có những hợp tác song phương chặt chẽ với Thống kê nhiều nước trên thế giới, các nước có nền thống kê phát triển như Thụy Điển, Cộng hoà Pháp, Hà Lan, Đan Mạch, Canada, Nhật Bản, Hàn Quốc,...; tiếp tục quan hệ chặt chẽ và có hiệu quả với các bạn bè truyền thống như cơ quan thống kê các nước: CHLB Nga, Ba Lan, Cộng hoà Séc, Slovakia, Hungary, CHDCND Lào, Vương quốc Cam-pu-chia,...

Việc tích cực chủ động hợp tác và hội nhập quốc tế đã góp phần quan trọng vào việc nâng cao năng lực Thống kê Việt Nam, làm tiền đề để Thống kê Việt Nam hoàn thành tốt nghĩa vụ là thành viên của Thống kê Liên hợp quốc, đáp ứng yêu cầu phục vụ số liệu của các tổ chức quốc tế cũng như yêu cầu phục vụ số liệu cho các Đại sứ quán, các cơ quan đại diện nước ngoài và các tổ chức quốc tế tại Việt Nam. Nhờ vậy, vị thế của Thống kê Việt Nam trong cộng đồng quốc tế đã được nâng lên một cách rõ rệt. Theo đánh giá năng lực thống kê của các cơ quan thống kê do Ngân hàng Thế giới công bố, Năm 2015, Thống kê Việt Nam đã đạt 82,22 điểm, đứng thứ 26 trên tổng số 144 quốc gia được đánh giá và đứng thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á.

- Về việc thực hiện các đề án chuyên sâu: Trong thời gian qua, ngành thống kê đã

thực hiện nhiều nhiệm vụ quan trọng, nổi bật nhất là kịp thời cung cấp thông tin phục vụ yêu cầu đánh giá tình hình, chỉ đạo, điều hành của Chính phủ.

Ngành thống kê đã đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động điều tra thống kê, qua đó quản lý và nâng cao chất lượng số liệu đầu vào của ngành thống kê; xây dựng các khung chỉ tiêu đánh giá các đề án chủ yếu của Chính phủ, Bộ Kế hoạch và Đầu tư; xây dựng và đánh giá thí điểm Đề án tái cơ cấu và đổi mới mô hình tăng trưởng; chủ động xây dựng các kịch bản kinh tế đáp ứng yêu cầu chỉ đạo, điều hành của Chính phủ; tham gia các tổ tư vấn của Bộ Kế hoạch và Đầu tư và của Chính phủ; đặc biệt, ngành thống kê đã đẩy mạnh công tác phân tích và dự báo thống kê. Với việc thành lập tổ phân tích và dự báo thống kê, nhiều chuyên đề phân tích chuyên sâu đã được thực hiện và nhận được sự đánh giá cao của các cơ quan, tổ chức sử dụng, như: Trình độ phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam so với các nước trong khu vực; Kết quả và dấu hiệu, nguy cơ tụt hậu; đánh giá năng suất lao động, đánh giá tiềm lực của nền kinh tế...

Hiện ngành thống kê đang triển khai nghiên cứu các chuyên đề: Một số phân tích cấu trúc và tổng cầu cuối cùng của nền kinh tế Việt Nam qua 3 giai đoạn 2003 – 2007, 2008 – 2012, 2013 – 2017; Tác động của giảm thuế thu nhập doanh nghiệp Mỹ đến kinh tế Việt Nam; Phân tích bảo hộ của ngành nông nghiệp và thủy sản; Lạm phát và



công tác điều hành của Chính phủ trong việc kiểm soát lạm phát giai đoạn 2008 – 2017...

Hàng loạt các đề án đã và đang trong quá trình triển khai đều hướng tới nâng cao chất lượng số liệu, góp phần đưa số liệu thống kê đáp ứng các tiêu chí chính xác, kịp thời, minh bạch, hiệu quả...

2. Một số tồn tại trong công tác thống kê bộ, ngành

- Việc xây dựng, ban hành hệ thống chỉ tiêu thống kê, chế độ báo cáo thống kê của một số bộ, ngành còn chậm, chưa kịp thời sửa đổi, bổ sung phù hợp với Luật Thống kê 2015. Một số báo cáo của bộ, ngành gửi về Tổng cục Thống kê, không bảo đảm phạm vi số liệu và thời gian quy định.

- Nhiều bộ, ngành chưa thu thập, tổng hợp đầy đủ thông tin các chỉ tiêu thống kê quốc gia được phân công, gây khó khăn trong quá trình biên soạn và phổ biến Niên giám Thống kê quốc gia. Một số chỉ tiêu tên gọi giống nhau, nhưng do cách thức thu thập thông tin, phạm vi tính toán không thống nhất giữa cơ quan quản lý và Tổng cục Thống kê dẫn đến kết quả khác nhau, gây khó khăn cho người sử dụng.

- Tiến độ thực hiện một số hoạt động trong Chiến lược phát triển Thống kê thuộc lĩnh vực được phân công vẫn chậm so với kế hoạch như hoạt động rà soát, cập nhật, xây dựng hệ thống chỉ tiêu thống kê, chế độ báo cáo thống kê bộ, ngành...

- Một số bộ, ngành chưa xây dựng, ban hành quy chế phổ biến thông tin thống kê

và lịch phổ biến thông tin thống kê thuộc ngành, lĩnh vực quản lý. Việc công bố, phổ biến rộng rãi ra công chúng đối với một số chỉ tiêu thống kê còn gặp khó khăn do các quy định về bảo mật.

- Hoạt động phối hợp, chia sẻ thông tin thống kê, nhất là sự phối hợp giữa các bộ, ngành còn hạn chế dẫn đến một số bộ, ngành khi tổng hợp, biên soạn các chỉ tiêu được phân công liên quan đến bộ, ngành khác gặp khó khăn về nguồn thông tin (còn trên 50% số bộ, ngành chưa ký quy chế phối hợp, chia sẻ thông tin với Tổng cục Thống kê).

- Công tác phân tích và dự báo thống kê của bộ, ngành còn yếu, chưa được tiến hành thường xuyên; số lượng và chất lượng sản phẩm phân tích, dự báo còn hạn chế. Năng lực và nhân lực làm công tác phân tích, dự báo chưa đáp ứng yêu cầu; việc phân tích và dự báo chủ yếu theo một số phương pháp thống kê truyền thống, trong khi các phương pháp hiệu quả hơn như sử dụng mô hình hồi quy, phân tích đa nhân tố, phần mềm dự báo ít được sử dụng.

- Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác thống kê còn thiếu đồng bộ. Các cơ sở dữ liệu quản lý chuyên ngành vẫn trong tình trạng rời rạc, ít cập nhật, chưa tích hợp chung thành một hệ thống cơ sở dữ liệu thống nhất của ngành, chưa tương xứng với khối lượng công việc phải thực hiện, gây khó khăn trong khâu thu thập, xử lý và lưu trữ thông tin, ảnh hưởng đến tiến độ, chất lượng báo cáo và công tác phổ biến, chia sẻ



thông tin thống kê.

- Tổ chức thống kê và công chức làm công tác thống kê của nhiều bộ, ngành chưa được quan tâm đúng mức; nhân lực làm thống kê còn thiếu về số lượng và hạn chế về chuyên môn, nghiệp vụ. Phần lớn công chức làm thống kê kiêm nhiệm, công việc được giao ở nhiều lĩnh vực nên không tập trung vào nghiệp vụ thống kê.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động thống kê đối với sự phát triển kinh tế - xã hội

- Tập trung xây dựng hệ thống thông tin thống kê bộ, ngành, địa phương theo hướng bảo đảm kết nối, cung cấp dữ liệu. Các bộ sẽ có công chức, viên chức làm công tác thống kê, ở cấp tỉnh có các Cục Thống kê và công chức, viên chức làm công tác thống kê tại các sở, ngành. Do vậy, các bộ, ngành, địa phương cần thực hiện tốt công tác thống kê, đây là chuyên ngành tổng hợp, nên cần thiết phải có sự hướng dẫn phối hợp, kiểm tra định kỳ, đột xuất, đặc biệt các bộ, ngành, địa phương phải dựa vào số liệu thống kê trong chỉ đạo điều hành, chúng ta không vì thành tích mà bỏ qua thống kê.

- Các bộ, ngành phối hợp chặt chẽ trong việc chia sẻ, cung cấp dữ liệu hành chính và thông tin thống kê, đặc biệt là Bộ Tài chính, Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Lao động, Thương binh – Xã hội, Bộ Quốc phòng, Bộ Công an, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Bảo hiểm xã hội Việt Nam, Kho bạc nhà nước Việt Nam.

- Các cấp, các ngành phải thực hiện tốt Luật Thống kê và tuyên truyền phổ biến thông tin thống kê, tình hình kinh tế - xã hội đến các doanh nghiệp và nhân dân.

- Tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động thống kê: trước đây, ngành thống kê là một trong những ngành có nền tảng ứng dụng công nghệ thông tin mạnh, nhiều ứng dụng công nghệ thông tin đã được áp dụng trong quá trình tổng hợp, xử lý dữ liệu thống kê. Tuy nhiên, trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 đang lấn sâu mạnh mẽ vào mọi mặt của đời sống xã hội thì công tác này cần được đẩy mạnh hơn nữa.

III. KẾT LUẬN

Trải qua hơn 70 năm xây dựng và phát triển, ngành Thống kê Việt Nam đã và đang khẳng định được vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin thống kê phục vụ lãnh đạo Đảng, Nhà nước và chính quyền các cấp nhằm đánh giá, dự báo tình hình, hoạch định chiến lược, chính sách, xây dựng kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội và đáp ứng nhu cầu thông tin thống kê của các tổ chức, cá nhân. Những thông tin thống kê do Tổng cục Thống kê công bố, cung cấp là nguồn thông tin chính thống, có tính pháp lý, được các cấp, các ngành, các tổ chức, cá nhân trong nước và quốc tế tin cậy, sử dụng.

Tuy nhiên để đáp ứng tốt hơn yêu cầu hội nhập và phát triển, ngành Thống kê Việt Nam cần có những bước đổi mới quan trọng. Đây là những căn cứ quan trọng để ngành



Thống kê Việt Nam tiếp tục nâng cao năng lực, phát triển mạnh hơn, sâu hơn quá trình hội nhập với thống kê thế giới, đặc biệt đáp ứng và thực hiện ngày càng tốt hơn nhiệm vụ chính trị đã được Đảng và Nhà nước giao phó với mục tiêu: “Thống kê Việt Nam phát triển nhanh, bền vững trên cơ sở hoàn thiện hệ thống tổ chức, bảo đảm đủ số lượng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, áp dụng đồng bộ phương pháp thống kê tiên tiến và tăng cường sử dụng công nghệ hiện đại; Hình thành hệ thống thông tin thống kê quốc gia tập trung, thống nhất, thông suốt và hiệu quả với số lượng thông tin ngày càng đầy đủ và chất lượng thông tin ngày càng cao; phấn đấu đến năm 2020 Thống kê Việt Nam đạt trình độ khá và năm 2030 đạt trình độ tiên tiến trong khu vực.”

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <https://thuonghieucongluan.com.vn/cong-tac-thong-ke-bo-nganh-nhieu-han-che-bat-cap-a68774.html>

2. <http://baochinhphu.vn/Tong-dieu-tra-dan-so-va-nha-o-nam-2019/Nang-tam-hoat-dong-thong-ke-trong-ky-nguyen-40/361517.vgp>

3. <https://cucthongke.ninhthuan.gov.vn/CTK/1237/30486/40792/70162/Tin-hoat-dong/Bai-phat-bieu-cua-Thu-tuong-Chinh-phu-Nguyen-Xuan-Phuc-Tai-Hoi-nghi-trien-khai-ke-hoach-cong-tac-cua-Tong-cuc-Thong-ke-nam-2020.aspx>

4. <http://dangcongsan.vn/kinh-te/khang-dinh-vai-tro-quan-trong-cua-nganh-thong-ke-voi-phat-trien-kinh-te--xa-hoi-507589.html>



MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO KIẾN THỨC THỰC TẾ CHO SINH VIÊN CHUYÊN NGÀNH KẾ TOÁN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN

ThS. Trần Cẩm Vân
Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: Để sinh viên tốt nghiệp đáp ứng được nhu cầu của thị trường lao động, Trường Đại học Kinh tế Nghệ An đã có những thay đổi cần thiết trong việc chỉnh sửa, đổi mới nội dung chương trình nhằm bổ sung những môn học gắn với thực tế cho sinh viên. Trong bài viết này, tác giả đề cập đến những thay đổi trong chương trình giảng dạy các khóa từ khi Trường được nâng hạng lên Đại học đối với các hệ đào tạo chuyên ngành kế toán. Và đặc biệt, được sự đồng ý của Ban Giám hiệu Nhà trường, Khoa Kế toán - phân tích đã mở khóa học “Kế toán thực tế nâng cao” nhằm đáp ứng nhu cầu nâng cao kiến thức thực tế cho sinh viên chuẩn bị tốt nghiệp. Những sự thay đổi này đã và đang mang lại hiệu quả chất lượng đào tạo của Nhà Trường.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

“Bạn có kinh nghiệm thực tế không?”, đó là câu hỏi mà bất cứ một người lao động nào cũng gặp phải khi phỏng vấn tuyển dụng. Và cũng là câu hỏi gần như không có câu trả lời như mong muốn của nhà tuyển dụng đối với sinh viên mới tốt nghiệp ra trường, đặc biệt là sinh viên chuyên ngành kế toán. Vị trí kế toán là không thể thiếu trong mỗi doanh nghiệp, tuy nhiên số lượng tuyển dụng kế toán với mỗi doanh nghiệp là không nhiều, vì vậy nhà quản lý đều yêu cầu vị trí kế toán khi được tuyển dụng phải làm được ngay công việc theo yêu cầu. Với thực trạng đó, rất khó khăn cho sinh viên chuyên ngành kế toán mới tốt nghiệp có thể làm đúng ngành nghề đã được đào tạo.

Nhận thức được tầm quan trọng của kiến thức thực tế đối với chuyên ngành kế toán, Khoa Kế toán - phân tích, trường Đại

học Kinh tế Nghệ An đã có những giải pháp để nâng cao kiến thức thực tế cho sinh viên. Trong phạm vi bài viết này, tác giả sẽ chia sẻ những giải pháp mà Khoa đã triển khai thực hiện, đồng thời đưa ra một số phương hướng để tiếp tục nâng cao kiến thức thực tế cho sinh viên của Khoa.

II. NỘI DUNG

Với việc phân bổ chương trình đào tạo ngành kế toán như hiện nay, sinh viên học chuyên ngành kế toán tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An được trang bị đầy đủ kiến thức từ cơ sở ngành đến kiến thức chuyên ngành. Sinh viên chuyên ngành kế toán được tiếp cận với môn nguyên lý kế toán, tiếp đến các môn học kế toán tài chính sinh viên sẽ được hướng dẫn toàn bộ quy trình kế toán theo hệ thống pháp lý kế toán Việt Nam hiện hành. Chương trình học đảm bảo đòi hỏi của



nhà tuyển dụng cho sinh viên khi tốt nghiệp. Theo yêu cầu của Khoa Kế toán - Phân tích, Trường Đại học Kinh tế Nghệ An đã chỉnh sửa, bổ sung chương trình đào tạo chuyên ngành với các môn học mới như môn kế toán thuế, thực hành kế toán tài chính...

Các giải pháp nhằm nâng cao kiến thức thực tế cho sinh viên hiện nay đang được thực hiện:

1. Bổ sung những nội dung mới nhất của phần mềm kế toán máy khi đưa vào giảng dạy các khóa

Nhận định được sự phát triển ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác kế toán, môn học kế toán máy đã được đưa vào giảng dạy từ khóa cao đẳng đầu tiên của Nhà trường. Từ đó cho đến nay, các giảng viên Khoa kế toán - phân tích vẫn không ngừng nghiên cứu, cập nhật và liên kết với Công ty TNHH tin học Thương mại Dũng Diệu - Chi nhánh Công ty Cổ phần Misa tại Nghệ An để đưa vào giảng dạy phần mềm kế toán Misa mới nhất như: hướng dẫn thực hiện hóa đơn điện tử trên phần mềm Misa, hoặc đồng bộ hóa các dữ liệu... Đồng thời, kết cấu của môn học cũng được xây dựng lại nhằm đưa phần mềm hỗ trợ kê khai thuế vào nội dung của môn học. Học xong môn kế toán máy, sinh viên vừa có thể tiếp cận được với nguyên tắc khi làm việc với phần mềm kế toán và ứng dụng lập, gửi tờ khai và nộp thuế thông qua cổng “Thuế điện tử” của Bộ Tài chính. Để đảm bảo được việc cập nhật kiến thức, Khoa đã chú trọng đến việc phân công các giảng

viên có nhiều kinh nghiệm thực tế (làm việc tại các doanh nghiệp) trực tiếp giảng dạy và hướng dẫn sinh viên. Ngoài ra, trong quá trình thực hiện các giảng viên thường xuyên tham gia các buổi tập huấn của Công ty TNHH tin học Thương mại Dũng Diệu để cập nhật các kiến thức mới.

2. Đưa môn học Thực hành kế toán tài chính vào chương trình đào tạo chính thức

Muốn thực hiện được công tác kế toán trên phần mềm kế toán máy, người làm kế toán phải hiểu được quy trình thực hiện công tác kế toán, hay nói cách khác phải hiểu được công tác kế toán thủ công. Phần mềm kế toán chỉ là công cụ hỗ trợ trong quá trình thực hiện, nếu không hiểu về bản chất kế toán sẽ thực hiện các bút toán không đúng với chế độ kế toán. Hơn nữa, nhằm giúp sinh viên thực tập hiểu và viết được báo cáo tốt nghiệp đúng với thực tế tại đơn vị thực tập, thời gian thực tập được chia thành hai giai đoạn: giai đoạn thực tập tại trường và giai đoạn thực tập tại cơ sở.

Giai đoạn thực tập tại trường: Sinh viên được tiếp cận với mô hình của một doanh nghiệp, sinh viên thực hiện lập, ghim kẹp chứng từ, vào sổ kế toán và lên báo cáo dưới sự hướng dẫn của giáo viên. Sinh viên được hướng dẫn toàn bộ quy trình công tác kế toán, được thực tập nhiều hình thức ghi sổ khác nhau.

Giai đoạn thực tập tại cơ sở: Trên nền tảng các môn học kế toán tài chính và



giai đoạn thực tập tại trường, sinh viên lựa chọn đề tài thực tập phù hợp với kiến thức và đặc điểm tại đơn vị thực tập để hoàn thành báo cáo.

Tuy nhiên, thời gian thực tập được không chế theo chương trình đào tạo, vì vậy khi chia hai giai đoạn thực tập sẽ làm không đảm bảo thời gian để sinh viên hoàn thành khóa luận. Do đó, ban chủ nhiệm Khoa Kế toán - phân tích đã đề xuất lên Nhà trường đưa phần thực tập tại trường thành môn học thực hành kế toán tài chính. Với mô hình công ty giả định, sinh viên sẽ xuyên chuỗi được toàn bộ kiến thức của các môn học kế toán tài chính để thực hiện toàn bộ công tác kế toán trong doanh nghiệp. Sinh viên sẽ hình dung được toàn bộ quy trình công tác kế toán của một công ty từ khâu lập chứng từ đến khâu lập báo cáo tài chính. Các biểu mẫu, tờ khai cơ bản trong năm hoạt động tài chính, thủ tục đăng ký, nộp bảo hiểm xã hội cũng được hướng dẫn thực hiện trong môn học. Có thể nói rằng, sau khi được học môn thực hành kế toán tài chính, sinh viên ra trường sẽ không còn bỡ ngỡ với các công việc, thủ tục của phần hành kế toán thực tế. Mục tiêu môn thực hành kế toán tài chính nhằm giúp sinh viên hiểu được nguyên tắc, quy trình khi thực hiện công tác kế toán để có thể vận dụng làm việc ở các công ty có ngành nghề kinh doanh khác nhau.

3. Tổ chức đào tạo lớp kế toán thực tế nâng cao theo nhu cầu của sinh viên

Với kết cấu chương trình đào tạo hợp

lý như hiện nay, sinh viên chuyên ngành kế toán sau thời gian học tập tại Trường Đại học Kinh tế Nghệ an đáp ứng được yêu cầu của thị trường lao động. Tuy nhiên, trước câu hỏi “Bạn có kiến thức thực tế không? Bạn đã bao giờ làm kế toán thực tế chưa?” của nhà tuyển dụng, phần đa sinh viên vẫn chưa đủ tự tin vào kiến thức thực tế của mình đã có. Đó là lý do, khiến nhiều sinh viên tốt nghiệp “ngại” khi đi phỏng vấn. Năm bắt được mong muốn, cũng như nhu cầu cần bổ sung kiến thức thực tế của sinh viên, Ban chủ nhiệm Khoa Kế toán - phân tích đã đề xuất với Nhà trường mở khóa “Kế toán thực tế nâng cao” nhằm đáp ứng nhu cầu của người học.

Chương trình kế toán thực tế nâng cao được thiết kế dựa trên mô hình của một công ty trong thực tế và được chỉnh sửa cho phù hợp với mục tiêu khóa đào tạo, đồng thời vẫn đảm bảo tính bí mật của công ty. Giảng viên tham gia giảng dạy khóa học là các giảng viên thuộc Khoa Kế toán - phân tích đang đảm nhận thêm công tác kế toán tại các doanh nghiệp, đáp ứng được yêu cầu kinh nghiệm thực tế và cập nhật các văn bản hiện hành. Mỗi giảng viên sẽ trực tiếp hướng dẫn một nhóm tối đa 5 người học, mỗi người học đóng vai trò là kế toán trong doanh nghiệp thực hiện tất cả các phần hành kế toán cho đến khâu lập báo cáo tài chính. Trong chương trình của khóa học, người học được hướng dẫn các công việc hoàn thiện hồ sơ kế toán (khép hồ sơ) theo yêu cầu của cơ quan thuế bao gồm:



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

- Viết hóa đơn giá trị gia tăng đầu ra trên quyền mẫu được mô phỏng đúng quy định của Cơ quan thuế hiện hành;

- Lập chứng từ kế toán;

- Hoàn thiện các giấy tờ đi kèm: giấy ủy quyền, thủ tục đăng ký mã số thuế cá nhân, thủ tục đăng ký nộp bảo hiểm xã hội cho người lao động, giấy đi đường, định mức xăng xe...;

- In, ghim kẹp chứng từ kế toán;

- In sổ sách, báo cáo tổng hợp và báo cáo tài chính;

- Lập tờ khai thuế giá trị gia tăng, báo cáo tài chính, quyết toán thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân trên phần mềm hỗ trợ kê khai thuế theo phiên bản mới nhất của Bộ Tài chính;

- Thực hiện thao tác nộp tờ khai và nộp thuế qua trang thuedientu.gdt.goc.vn của Tổng cục Thuế.

Học viên được hướng dẫn tổng quan về quy trình thực hiện công tác kế toán, các vấn đề thực hiện theo chế độ kế toán theo thông tư 133/2016/TT-BTC ngày 26/8/2016 của Bộ Tài chính: Hướng dẫn chế độ kế toán doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tài liệu của khóa học bao gồm tài liệu kế toán đầu vào của doanh nghiệp: hóa đơn đầu vào, sổ hạch toán ngân hàng, bảng tổng hợp hàng hóa bán ra và một quyển cẩm nang kế toán. Căn cứ vào bảng tổng hợp hàng hóa bán ra, học viên viết hóa đơn đầu ra. Với hoạt động này, học viên sẽ được rèn kỹ năng viết, cách xử lý khi viết sai, xóa bỏ hóa đơn

và xác định được tầm quan trọng của chứng từ kế toán, đặc biệt là hóa đơn giá trị gia tăng. Tiếp đến căn cứ vào các tài liệu đã có, học viên thực hiện nhập toàn bộ số liệu trên phần mềm Misa dưới sự hướng dẫn của giảng viên. Quá trình nhập dữ liệu, học viên được hướng dẫn cách chỉnh sửa khi nhập sai và các lưu ý sử dụng phần mềm.

Sau khi nhập số liệu vào phần mềm Misa, học viên đối chiếu số liệu và lấy dữ liệu nhập sang phần mềm hỗ trợ kê khai thuế (HTKK) để lập các báo cáo theo quy định. Giảng viên hướng dẫn học viên thao tác kết xuất file, gửi tờ khai, nộp thuế online trên trang “thuế điện tử” để hoàn thành quá trình nộp báo cáo.

Hiện tại, Khóa học kế toán thực tế nâng cao không chỉ dành cho sinh viên đang theo học tại Trường Đại học Kinh tế Nghệ An, mà còn dành cho tất cả các đối tượng đang làm việc có nhu cầu nâng cao nghiệp vụ, vì vậy học viên còn được hướng dẫn và làm việc ngay trên số liệu nơi mình công tác. Sau 2 khóa đào tạo, số lượng học viên chưa nhiều, nhưng học viên sau khi kết thúc khóa học đã đạt được chất lượng như mong muốn với mục tiêu đề ra.

Bên cạnh đó, để sinh viên chuyên ngành kế toán có thể hình dung được cách tổ chức bộ máy kế toán, quy trình thực hiện và quá trình hạch toán tại các đơn vị, Khoa Kế toán - phân tích đã liên kết với các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Nghệ An đưa sinh viên đi thực tế. Thời gian tham quan thực



tế tại các doanh nghiệp không dài, nhưng sinh viên có thể thấy được nghề nghiệp của mình trong tương lai. Tiếp cận với sổ sách kế toán tại các đơn vị tạo sự hứng khởi cho sinh viên và là động lực để sinh viên cố gắng học tập, trau dồi kiến thức nghề nghiệp và các kỹ năng khác.

III. KẾT LUẬN

Chỉ số đánh giá của một cơ sở đào tạo nghề chính là chất lượng đầu ra của sinh viên. Nhận thức được vai trò là Khoa chuyên ngành đào tạo số lượng sinh viên nhiều nhất của Trường Đại học Kinh tế Nghệ An, Khoa Kế toán - phân tích đã có nhiều thay đổi, đề xuất cải tiến chương trình để sát với thực tế yêu cầu. Với những giải pháp trên, sinh viên chuyên ngành kế toán có thể thực hiện được ngay những phần thực hành kế toán căn bản khi tốt nghiệp. Sinh viên không chỉ hiểu rõ bản chất quy trình công tác tổ chức kế toán mà còn ứng dụng được công nghệ thông tin

vào kế toán, đáp ứng được sự phát triển của khoa học kỹ thuật.

Với những sự thay đổi về chương trình, kỹ thuật giảng dạy và sự liên kết chặt chẽ với doanh nghiệp, Trường Đại học Kinh tế Nghệ An đã và đang khẳng định là nơi đào tạo nghề có chất lượng cho thị trường lao động.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đại học Kinh tế Nghệ An (2014), Chương trình đào tạo hệ đại học chính quy - quyết định số 169/QĐ-ĐHKTNA
2. Đại học Kinh tế Nghệ An (2015), Chương trình đào tạo hệ đại học chính quy - quyết định số 607/QĐ-ĐHKTNA
3. Đại học Kinh tế Nghệ An (2017), Chương trình đào tạo hệ đại học chính quy - quyết định số 608/QĐ-ĐHKTNA
4. Đại học Kinh tế Nghệ An (2018), Chương trình đào tạo hệ đại học chính quy - quyết định số 608a/QĐ-ĐHKTNA
5. Đại học Kinh tế Nghệ An (2019), Quyết định số 374/QĐ-ĐHKTNA



PHÂN BIỆT CHÊNH LỆCH TẠM THỜI ĐƯỢC KHẤU TRỪ VÀ CHÊNH LỆCH TẠM THỜI PHẢI CHỊU THUẾ LÀM CĂN CỨ XÁC ĐỊNH CÁC CHỈ TIÊU TRÊN BÁO CÁO TÀI CHÍNH

ThS. Hoàng Thị Hiền
Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: Ở Việt Nam hiện nay, các quy định về việc ghi nhận doanh thu và chi phí khi tính thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) có sự khác biệt giữa chế độ kế toán với luật thuế. Điều này tạo ra sự chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế thu nhập doanh nghiệp. Thông qua phân biệt các khoản chênh lệch tạm thời được khấu trừ và chênh lệch tạm thời phải chịu thuế, bài viết trao đổi về việc trình bày thông tin trên báo cáo tài chính của doanh nghiệp chính xác và hợp lý hơn.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trên báo cáo tài chính các chỉ tiêu liên quan đến thuế thu nhập doanh nghiệp có ảnh hưởng rất lớn. Cụ thể, chỉ tiêu tài sản thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại và chỉ tiêu thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại phải trả tác động trực tiếp đến bảng cân đối kế toán (BCĐKT). Chỉ tiêu chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại là một trong hai bộ phận cấu thành nên chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp tác động trực tiếp đến báo cáo kết quả kinh doanh (BCKQKD) của doanh nghiệp.

II. NỘI DUNG

1. Khái niệm và công thức xác định thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại phải nộp và tài sản thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại

Theo tác giả Nguyễn Mạnh Hiền khi bàn về kế toán thuế TNDN có đề cập: Các phương pháp tiếp cận khác nhau về thuế TNDN hoãn lại sẽ đem lại các kết quả khác

nhau về số liệu liên quan đến thuế TNDN được trình bày trên các báo cáo tài chính. Có ba cách tiếp cận về thuế TNDN hoãn lại là: Phương pháp hoãn lại, Phương pháp tài sản - nợ phải trả và Phương pháp thuế thuần. **Phương pháp được tác giả đề cập dưới đây hướng về cách tiếp cận theo phương pháp hoãn lại.**

Theo phương pháp hoãn lại thì Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại là số thuế thu nhập doanh nghiệp sẽ phải nộp trong tương lai tính trên các khoản chênh lệch tạm thời chịu thuế thu nhập doanh nghiệp trong năm hiện hành (gọi là thuế TNDN hoãn lại phải trả).

Chênh lệch tạm thời có 2 loại: Chênh lệch tạm thời được khấu trừ và chênh lệch tạm thời phải chịu thuế.

Nếu như chênh lệch tạm thời phải chịu thuế làm căn cứ để xác định thuế TNDN hoãn lại phải trả thì chênh lệch tạm thời được



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

khấu trừ làm căn cứ xác định tài sản thuế thu nhập hoãn lại, cụ thể:

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại: Là thuế TNDN sẽ được hoàn lại trong tương lai tính trên các khoản:

- Chênh lệch tạm thời được khấu trừ.
- Giá trị được khấu trừ chuyển sang

các năm sau của các khoản lỗ tính thuế chưa sử dụng.

- Giá trị được khấu trừ chuyển sang các năm sau của các khoản ưu đãi thuế chưa sử dụng.

Tài sản thuế thu nhập hoãn lại được xác định theo công thức sau:

$$\begin{array}{l} \text{Tài sản thuế} \\ \text{thu nhập} \\ \text{hoãn lại} \end{array} = \begin{array}{l} \text{(Chênh lệch tạm thời được khấu trừ} \\ \text{+ Giá trị được khấu trừ chuyển} \\ \text{sang năm sau của các khoản lỗ tính} \\ \text{thuế và ưu đãi thuế chưa sử dụng)} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{Thuế suất} \\ \text{thuế thu} \\ \text{nhập doanh} \\ \text{nghiệp hiện} \\ \text{hành (\%)} \end{array}$$

Giá trị Tài sản thuế thu nhập hoãn lại cũng được theo dõi trên tài khoản 243 và số dư được phản ánh vào chỉ tiêu “Tài sản thuế thu nhập hoãn lại” - Mã số 262 trên Bảng cân đối kế toán.

Giá trị thuế thu nhập hoãn lại phải trả được theo dõi trên TK 347 và số dư được phản ánh vào chỉ tiêu “Thuế thu nhập hoãn lại phải trả” - Mã số 341 trên Bảng cân đối kế toán.

Mấu chốt quan trọng trong các công thức xác định là Tài sản thuế TNDN hoãn lại hay Thuế TNDN hoãn lại phải nộp trên đây chính là việc phân biệt chênh lệch tạm thời được khấu trừ hay chênh lệch tạm thời phải chịu thuế.

2. Căn cứ để nhận biết chênh lệch tạm thời phải chịu thuế và chênh lệch tạm thời được khấu trừ

Thực tế cho thấy, tại Việt Nam sự khác biệt giữa chênh lệch tạm thời được khấu trừ và chênh lệch tạm thời phải chịu thuế thể hiện ở những nội dung sau:

Thứ nhất, dựa vào doanh thu và chi phí được ghi nhận: Nếu chênh lệch phát sinh do sự khác biệt về thời điểm DN ghi nhận thu nhập, hay chi phí và thời điểm pháp luật về thuế quy định tính thu nhập chịu thuế, hoặc chi phí được khấu trừ khỏi thu nhập chịu thuế là các khoản chênh lệch tạm thời.

+ Chênh lệch tạm thời được khấu trừ khi phát sinh doanh thu nhận trước nhiều kỳ, theo pháp luật về thuế thì cơ quan thuế sẽ tính vào thu nhập tính thuế tại kỳ phát sinh nhưng kế toán doanh nghiệp ghi nhận số doanh thu được phân bổ từng kỳ. Điều này làm phát sinh chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán < Thu nhập chịu thuế, phần chênh lệch này gọi là chênh lệch tạm thời được khấu trừ trong tương lai.

+ Chênh lệch tạm thời phải chịu thuế khi phát sinh chi phí liên quan nhiều kỳ, theo pháp luật về thuế thì cơ quan thuế sẽ tính trừ khỏi thu nhập chịu thuế tại kỳ phát sinh nhưng kế toán doanh nghiệp ghi nhận số chi phí trả trước phân bổ theo từng kỳ tính trừ



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

khỏi lợi nhuận kế toán. Điều này làm phát sinh chênh lệch giữa lợi nhuận kế toán > Thu nhập chịu thuế, phần chênh lệch này gọi là chênh lệch tạm thời sẽ phải chịu thuế trong tương lai.

Chẵn hạn như trong năm 2018, Công ty TNHH Hiệp Hòa đã mua một số loại công cụ dụng cụ được DN dùng luôn cho bộ phận quản lý DN, kế toán đã phản ánh toàn bộ giá trị dụng cụ mua về trên tài khoản 242 – Chi phí trả trước với thời gian phân bổ trong vòng 48 tháng kể từ tháng 8/2018. Trong năm 2018, kế toán đã phân bổ giá trị số dụng cụ trên vào chi phí quản lý DN là: $(25.800.000 * 5) / 48 = 2.687.500$ đồng. Chi phí này được trừ khỏi thu nhập chịu thuế, khi tính thu nhập chịu thuế của DN.

Theo quan điểm của thuế, giá trị dụng cụ tính vào chi phí trong năm 2018 là: 25.800.000 đồng. Như vậy, đã phát sinh một khoản chênh lệch tạm thời chịu thuế là 23.112.500 đồng và kế toán Công ty phải theo dõi khoản chênh lệch tạm thời chịu thuế này làm căn cứ xác định thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại phải trả trên TK 347, và ghi nhận chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại trên TK 8212 thông qua việc kế toán ghi sổ Nợ TK 8212/Có TK 347, với thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp 20% thì số tiền ghi nhận cho việc ghi sổ này là 4.622.500 đồng theo như quy định của Chuẩn mực kế toán Việt Nam số 17.

Như vậy, với ví dụ liên quan đến chênh lệch tạm thời chịu thuế ở trên đã tác động đến

khoản thuế thu nhập hoãn lại phải trả (TK 347) tương ứng với chỉ tiêu mã số 341 trên BCĐKT với số tiền tương ứng là 4.622.500 đồng.

Ngoài ảnh hưởng đến BCĐKT, thì với số liệu của ví dụ này còn ảnh hưởng đến chỉ tiêu chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp mã số 52 trên BCKQKD với số tiền 4.622.500 đồng.

Thứ hai, dựa vào giá trị ghi sổ của tài sản: Chênh lệch tạm thời chịu thuế phát sinh khi giá trị ghi sổ của tài sản lớn hơn cơ sở tính thuế của tài sản đó, hoặc giá trị ghi sổ của nợ phải trả nhỏ hơn cơ sở tính thuế của nó. Chênh lệch tạm thời được khấu trừ phát sinh khi giá trị ghi sổ của tài sản nhỏ hơn cơ sở tính thuế của tài sản đó, hoặc giá trị ghi sổ của nợ phải trả lớn hơn cơ sở tính thuế của nó.

Chẵn hạn như tại Công ty cổ phần Hoàng Gia áp dụng chế độ kế toán theo Thông tư 200/2014/TT-BTC ban hành ngày 22/12/2014 của Bộ trưởng Bộ Tài chính; Kế toán hàng tồn kho theo phương pháp kê khai thường xuyên, tính thuế giá trị gia tăng theo phương pháp khấu trừ, thuế suất thuế TNDN theo quy định là 20%.

Tại Công ty cổ phần Hoàng Gia trong năm 2019 có tổng thu nhập kế toán là 385.383.000 đồng. Ngày 1/7/2019, Công ty cổ phần Hoàng Gia đưa vào sử dụng một thiết bị quản lý có nguyên giá 1.200.000.000 đồng. Công ty xác định sẽ tính thời gian khấu hao là 5 năm, theo quy định của thuế thì thời gian khấu hao là 4 năm.



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

Thời gian khấu hao thiết bị giữa công ty và quy định của thuế không giống nhau làm phát sinh chênh lệch giữa thu nhập tính thuế và lợi nhuận kế toán, cụ thể: Theo thông tin trên thì thu nhập kế toán của Công ty là 385.383.000 đồng. Số tiền khấu hao thiết bị quản lý do kế toán xác định $= 1.200.000.000 \text{ đồng} / 5 * 6 / 12 = 120.000.000 \text{ đồng}$. Số tiền khấu hao thiết bị quản lý do thuế xác định $= 1.200.000.000 \text{ đồng} / 4 * 6 / 12 = 150.000.000 \text{ đồng}$. Chênh lệch tạm thời chịu thuế $= 150.000.000 \text{ đồng} - 120.000.000 \text{ đồng} = 30.000.000 \text{ đồng}$, vì doanh thu không đổi nên thu nhập chịu thuế sẽ ít hơn thu nhập kế toán là 30.000.000 đồng. Xác định thuế thu nhập hoãn lại phải trả $= 30.000.000 \text{ đồng} * 20\% = 6.000.000 \text{ đồng}$. Kế toán ghi sổ: Nợ TK 8212/ Có TK 347 số tiền là 6.000.000 đồng.

Với ví dụ liên quan đến chênh lệch tạm thời chịu thuế ở trên đã tác động đến khoản thuế thu nhập hoãn lại phải trả (TK 347) tương ứng với chỉ tiêu mã số 341 trên BCĐKT với số tiền tương ứng là 6.000.000 đồng.

Ngoài ảnh hưởng đến BCĐKT, thì với số liệu của ví dụ này còn ảnh hưởng đến chỉ tiêu chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại mã số 52 trên BCKQKD với số tiền 6.000.000 đồng.

Như vậy thu nhập tính thuế tại Công ty là 355.383.000 đồng; thuế TNDN phải nộp là 71.076.600 đồng, khi đó lợi nhuận kế toán sau thuế của Công ty là 314.306.400 đồng.

Thứ ba, dựa vào nghĩa vụ nộp thuế của DN: Khi nghiệp vụ kinh tế phát sinh làm cho nghĩa vụ nộp thuế của DN năm hiện tại tăng hơn so với các năm trong tương lai, đây là khoản “Chênh lệch tạm thời được khấu trừ”; Khi nghiệp vụ kinh tế phát sinh làm cho nghĩa vụ nộp thuế của DN năm hiện tại giảm hơn so với các năm trong tương lai, đây là khoản “Chênh lệch tạm thời chịu thuế”;

Thứ tư, dựa vào kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của DN: Khi nghiệp vụ kinh tế phát sinh làm cho Thu nhập kế toán trước thuế $<$ Thu nhập tính thuế; hoặc làm cho Doanh thu (kế toán) $<$ Doanh thu (Thuế); hoặc làm cho Chi phí (kế toán) $>$ Chi phí (Thuế). Đây là khoản chênh lệch tạm thời được khấu trừ.

Khi nghiệp vụ kinh tế phát sinh làm cho Thu nhập kế toán trước thuế $>$ Thu nhập tính thuế; hoặc làm cho Doanh thu (kế toán) $>$ Doanh thu (Thuế); hoặc làm cho Chi phí (kế toán) $<$ Chi phí (Thuế). Đây là khoản chênh lệch tạm thời chịu thuế.

Chẳng hạn như tại Công ty cổ phần Thu An áp dụng chế độ kế toán theo Thông tư 200/2014/TT-BTC; Kế toán hàng tồn kho theo phương pháp kê khai thường xuyên, tính thuế giá trị gia tăng theo phương pháp khấu trừ, thuế suất thuế TNDN theo quy định là 20%.

Tại Công ty cổ phần Thu An trong năm 2018 có tổng lợi nhuận kế toán là 279.648.000 đồng. Cũng trong năm 2018, Công ty cổ phần Thu An trích trước chi phí



sửa chữa lớn tài sản cố định sử dụng ở bộ phận bán hàng số tiền 150.000.000 đồng nhưng thực tế trong năm không phát sinh khoản chi phí này.

Theo các thông tin trên, kế toán xác định lợi nhuận kế toán và thu nhập tính thuế để tiến hành điều chỉnh cho phù hợp với quy định như sau: Lợi nhuận kế toán tại Công ty là 279.648.000 đồng. Trong năm Công ty trích trước chi phí sửa chữa lớn tài sản cố định nhưng thực tế không phát sinh khoản chi phí này. Do vậy, chênh lệch tạm thời được khấu trừ phát sinh trong năm 2018 là 150.000.000 đồng, từ đó làm phát sinh tài sản thuế thu nhập hoãn lại 150.000.000 đồng * 20% tức là 30.000.000 đồng. Kế toán ghi sổ theo bút toán: Nợ TK 243/Có TK 8212 số tiền là 30.000.000 đồng.

Như vậy, với ví dụ liên quan đến chênh lệch tạm thời được khấu trừ ở trên đã tác động đến tài sản thuế thu nhập hoãn lại (TK 243) tương ứng với chỉ tiêu mã số 262 trên BCĐKT với số tiền tương ứng là 30.000.000 đồng.

Ngoài ảnh hưởng đến BCĐKT, thì với số liệu của ví dụ này còn ảnh hưởng đến chỉ tiêu chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại mã số 52 trên BCKQKD với số tiền 30.000.000 đồng.

Tên Công ty và số liệu tương ứng của từng Công ty trên đây chỉ là giả định, nhằm phục vụ cho tác giả cho việc phân tích thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại.

III. KẾT LUẬN

Thông qua phương pháp phân biệt các khoản chênh lệch tạm thời được khấu trừ và chênh lệch tạm thời phải chịu thuế nêu trên sẽ giúp cho những người làm công tác kế toán tại DN dễ dàng nhận diện rõ đâu là nghiệp vụ có gây ra chênh lệch tạm thời được khấu trừ và chênh lệch tạm thời phải chịu thuế? Từ đó làm căn cứ xác định tài sản thuế thu nhập hoãn lại, thuế thu nhập hoãn lại phải nộp và ghi nhận vào TK 243, TK 347, TK 8212 chính xác, kịp thời. Qua đó, giúp cho việc trình bày thông tin trên báo cáo tài chính của DN trung thực, chính xác và hợp lý hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Chuẩn mực kế toán Việt Nam số 17 “Thuế TNDN” (VAS-17).*
2. *Bàn thêm về kế toán thuế thu nhập doanh nghiệp, Nguyễn Mạnh Hiền.*
3. *Thông tư 96/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế TNDN tại Nghị định 12/2015/NĐ-CP ngày 12/2/2015 của Chính phủ bổ sung một số điều của Thông tư 78/2014/TT-BTC ngày 18/6/2014, Thông tư 119/2014/TT-BTC ngày 25/8/2014, Thông tư 151/2014/TT-BTC ngày 10/10/2014 của Bộ Tài chính.*
4. *Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22/12/2014 của Bộ Tài chính.*



SINH VIÊN KẾ TOÁN SẮP RA TRƯỜNG CẦN LÀM GÌ ĐỂ TÌM CHO MÌNH MỘT CÔNG VIỆC PHÙ HỢP NHẤT

ThS. Võ Thuý Hằng
Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: Khi ra trường, hầu hết các bạn sinh viên mới tốt nghiệp đều rất ngỡ ngàng với môi trường công việc thực tế cũng như với việc tìm được cho mình một công việc tốt để có thể tiếp tục phát triển sự nghiệp của mình. Để tìm được một việc làm phù hợp và có thu nhập ổn định sau khi ra trường, bạn phải có kế hoạch chuẩn bị cho mình những “hành trang” cần thiết trước khi tốt nghiệp đại học.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, vấn đề sinh viên kế toán mới ra trường và cách giải bài toán kinh nghiệm đang được rất nhiều bạn sinh viên kế toán quan tâm. Cùng là sinh viên mới ra trường vậy tại sao có người xin được việc với cơ hội nghề nghiệp đang rộng mở, có người lại thất nghiệp và hết lần này đến lần khác bị các nhà tuyển dụng từ chối. Nguyên nhân thật sự là do đâu? Với một sinh viên mới ra trường thì làm thế nào để được nhà tuyển dụng hài lòng và tìm cho mình được một công việc phù hợp.

II. NỘI DUNG

1. Thực trạng sinh viên kế toán ra trường hiện nay

Triển vọng nghề nghiệp cho nghề Kế toán được đánh giá ở mức tốt. Sự tăng trưởng về số việc làm cho ngành Kế toán đến năm 2020 dự kiến sẽ tăng mạnh khi nhiều công ty, tổ chức nối nhau ra đời. Số lượng công việc tuyển dụng cho ngành Kế toán ở mức vừa phải. Việc nhiều ngành công nghiệp khác nhau tuyển dụng lao động kế toán là

một sự thuận lợi thúc đẩy sự tăng trưởng về số việc làm tuyển dụng của nghề này.

Song đa số các bạn sinh viên kế toán hiện nay khi tốt nghiệp ra trường khó có thể làm được việc kế toán luôn. Vì:

- Thứ nhất: Luật thuế, Luật kế toán thay đổi thường xuyên. Các bạn chưa kịp cập nhật dẫn đến làm sai, không đúng, không đủ.

- Thứ hai: Nghiệp vụ của các bạn còn rất yếu. Bạn nào học khá thì định khoản và hạch toán được 1 số nghiệp vụ đơn giản, còn lại là hiểu lơ mơ về kế toán.

- Thứ ba: Cộng thêm việc kinh nghiệm xử lý nghiệp vụ phát sinh thực tế là không có, vì các bạn chưa được tiếp xúc bao giờ. Thời gian đi thực tập thì không được chú trọng.

Vậy các bạn sẽ phải làm gì để thuyết phục và đáp ứng được các yêu cầu của nhà tuyển dụng?

2. Các kỹ năng cơ bản sinh viên cần được trang bị trước khi ra trường

2.1. Kỹ năng chuyên môn

- Kiến thức chuyên môn là một chiếc



chìa khóa mở ra cơ hội việc làm cho bạn. Ngay từ khi còn trong môi trường đại học, cao đẳng bạn cần chuẩn bị kỹ càng cả về mặt kiến thức chuyên môn này. Tuy nhiên, chủ yếu kiến thức đó là lý thuyết nhưng nó là nền tảng căn bản các bạn phải có. Muốn thật tự tin trong việc làm thực tế, các bạn phải cần bổ sung thêm kiến thức thực tế về kế toán.

- Để làm tốt công tác kế toán ít nhất bạn cũng phải biết định khoản - hạch toán (sinh viên thường rất yếu về điều này) nếu bạn đang yếu về lý thuyết bạn nên bổ sung ngay. Tiếp theo là tiếp cận về luật thuế: vì công việc của kế toán ảnh hưởng rất nhiều đến doanh nghiệp nếu bạn làm sai thì doanh nghiệp có thể bị phạt. Đó là lý do vì sao nhà tuyển dụng luôn yêu cầu kinh nghiệm. Do đó thường xuyên cập nhật luật thuế là một điều quan trọng không thể thiếu.

2.2. Kỹ năng đánh máy

Việc biết và thành thạo máy vi tính là yêu cầu thiết yếu để bạn có thể đảm bảo công việc. Bởi công cụ mà nhân viên kế toán tiếp xúc nhiều nhất chính là máy tính, thông qua máy tính nhân viên hoàn thành bản báo cáo tài chính, thống kê thu chi trong từng năm, từng quý hay từng tháng. Soạn thảo văn bản, làm việc với Word, Excel là những thứ bạn cần nắm chắc khi học kế toán. Đây là những kỹ năng ảnh hưởng trực tiếp tới hiệu suất làm việc của bạn. Bởi máy tính chắc chắn là công cụ đắc lực giúp bạn giải quyết công việc nhanh chóng hơn, thuận tiện hiệu quả hơn rất nhiều.

2.3. Kỹ năng giao tiếp, ứng xử chuyên nghiệp

Giao tiếp luôn là kỹ năng cần thiết đối với mỗi con người. Người có khả năng giao tiếp là có thể kết nối lại với mọi người xung quanh. Đây sẽ là tiền đề tạo dựng mối quan hệ giữa đồng nghiệp với nhau. Kỹ năng giao tiếp chuyên nghiệp và khả năng ứng xử khéo léo luôn là hành trang cần thiết với mỗi chúng ta, đặc biệt nhân viên kế toán. Các bạn sinh viên nên tìm công việc thực tập ngay khi còn đi học. Ai cũng biết, bạn học nhanh nhất khi bạn có cơ hội thực hành. Khi làm việc tại bất kỳ doanh nghiệp hay bất cứ công việc gì, điều quan trọng nhất mà ai cũng phải cải thiện đó chính là kỹ năng giao tiếp, kỹ năng ứng xử, kỹ năng xử lý tình huống,... hay còn gọi đó là kỹ năng mềm. Có kỹ năng mềm sẽ giúp cho chính bản thân của ta trở nên tự tin hơn, năng động, hoạt bát và điều đó sẽ tạo ấn tượng tốt cho đồng nghiệp cũng như cấp trên của mình. Từ đó cơ hội thăng tiến, cơ hội được học hỏi từ những người có kinh nghiệm sẽ giúp bạn rất nhiều trong công việc cũng như là trong đời sống. Để tăng kỹ năng giao tiếp các bạn nên tham gia các chương trình hoạt động tập thể và đến những nơi đông người là cơ hội tuyệt vời để các bạn nâng cao kỹ năng giao tiếp cũng như rèn luyện sự “dạn dĩ” của mình. Bên cạnh đó để nâng cao kỹ năng giao tiếp cũng như đảm bảo hiệu quả của cuộc trò chuyện, tạo sự hứng khởi cho người nghe bạn cũng cần duy trì sự tự tin. Hãy trình bày các vấn đề một cách ngắn gọn, rõ ràng với



phong thái tự tin, mắt nhìn thẳng người đối diện hoặc phía khán đài, mỉm cười khi cần thiết để tạo thiện cảm, tạo sự cuốn hút cho cuộc trò chuyện và tạo tiền đề để xây dựng những mối quan hệ tốt đẹp sau đó.

2.4. Kỹ năng nghề

Với những đặc thù nghề nghiệp của ngành Kế toán, bên cạnh những kiến thức và kỹ năng chuyên môn, bạn cần phải rèn luyện và xây dựng những tính cách cần thiết sau:

- Trung thực, trách nhiệm: Thái độ trung thực là yếu tố rất cần thiết của người làm nghề kế toán, vì trách nhiệm công việc đặt lên bạn rất lớn, có ảnh hưởng đến việc ra quyết định của những đối tượng liên quan.

- Cẩn thận và tỉ mỉ : Kế toán là nghề làm việc với các con số thường xuyên, đặc biệt, những con số này đều mang tính pháp lý, liên quan đến pháp luật. Điều này đòi hỏi bạn phải có sự cẩn thận và tỉ mỉ cao vì đôi khi chỉ với 1 sai sót cũng có thể khiến công ty của bạn gặp rắc rối không nên có.

- Có thái độ chuyên nghiệp trong công việc: Thái độ làm việc chuyên nghiệp luôn được mọi người xung quanh đánh giá cao. Đối với cấp trên, cấp dưới và đồng nghiệp phải thật lịch sự, chủ động trong giao tiếp và hòa đồng với mọi người, không nên đặt cái tôi của mình lên quá cao trong 1 tập thể.

3. Một số kinh nghiệm trong quá trình tìm việc làm

3.1. Tích lũy kinh nghiệm thực tế và nâng cao nghiệp vụ chuyên môn

- Mới ra trường ai cũng mong ước được

làm việc đúng chuyên ngành, đúng chuyên môn mình đã học, nhưng điều đó thực sự khó, các công việc kế toán thuế hay kế toán tổng hợp đòi hỏi có 2-3 năm kinh nghiệm. Mới ra trường các bạn nên tìm đến những công việc nhẹ nhàng hơn như kế toán bán hàng, kế toán tiền lương hay công nợ ... nếu các việc đó vẫn khó xin với bạn thì có thể bắt đầu bằng thư ký, thu ngân, bán hàng cũng được vì nhưng việc này cũng phần nào liên quan đến kế toán nó sẽ giúp ích cho bạn sau này làm kế toán chính thức. Trong quá trình làm những công việc này bạn nên tìm hiểu mô hình doanh nghiệp tạo dựng các mối quan hệ để được chia sẻ kinh nghiệm.

- Khi đã xin được những công việc đó rồi, đã học hỏi được kinh nghiệm rồi thì các bạn cần nghĩ tới việc thay đổi công việc để tiếp cận cái mới, học hỏi cái mới, chúng ta hướng tới những công việc khó hơn quan trọng là để nâng cao năng lực bản thân. Việc thay đổi công việc không nhất thiết phải thay đổi công ty, hãy chọn thời điểm thích hợp để đề nghị với nhà quản lý. Bạn có thể làm với mức lương mềm để chứng minh năng lực của bản thân

- Một hướng khác mà nhiều bạn sinh viên khác cũng đã nghĩ tới đó là xin một công việc không lương tại một công ty nào đó với mục đích là thu thập thêm kinh nghiệm cho bản thân tạo hành trang để có thể làm tốt công việc kế toán sắp tới.

3.2. Chuẩn bị bộ hồ sơ xin việc ấn tượng



Sau khi đã nâng cao nghiệp vụ chuyên môn kế toán và có kinh nghiệm thực tế. Có thể đáp ứng được các yêu cầu của nhà tuyển dụng thì tiếp theo đó là các bạn chuẩn bị hồ sơ xin việc kế toán thật ấn tượng.

- Một bản CV xin việc chi tiết. Nói rõ thành tích học tập và kinh nghiệm làm việc, cũng như các kỹ năng của bản thân, mục tiêu nghề nghiệp.

- Sơ yếu lý lịch có xác minh của địa phương.

- Các giấy tờ liên quan như: Giấy khám sức khỏe, CMND photo, Giấy khai sinh...

- Các bằng cấp, chứng chỉ có liên quan như: Bằng tốt nghiệp, bằng điểm, chứng chỉ kế toán, chứng chỉ tin học, tiếng anh....

- Đặc biệt không thể thiếu đó là lá đơn xin việc viết tay. Vì nó thể hiện bạn có phải là người cẩn thận hay không. Kế toán là một nghề yêu cầu người kế toán phải cẩn thận và tỉ mỉ.

3.3. Một số kinh nghiệm phỏng vấn kế toán

- Tìm hiểu kỹ công ty mà bạn sắp tham gia phỏng vấn:

Bạn có thể tìm hiểu thông tin công ty thông qua các mối quan hệ bạn bè, người thân, website hoặc các phương tiện thông tin khác. Vì đôi khi họ hay hỏi rằng bạn biết gì về công ty để xem thử mức độ quan tâm của bạn đối với nơi mà bạn sẽ làm việc. Nếu bạn chứng tỏ được sự hiểu biết, điều đó sẽ gây ấn tượng tốt với nhà tuyển dụng.

- Thời gian đến địa điểm phỏng vấn:

Tham gia phỏng vấn trễ là điều tối kỵ và làm bạn mất điểm trước nhà tuyển dụng. Trong trường hợp bạn chưa bao giờ đến nơi sẽ phỏng vấn, bạn nên đến thử xem đó ở nơi nào, mất thời gian bao lâu để đến. Nếu bạn biết rõ địa điểm và thời gian cần thiết để đến nơi đó thì cũng nên trừ hao thời gian đến trước tối thiểu là 10 phút. Với thời gian trừ hao đó sẽ hữu ích cho bạn nếu phát sinh một trục trặc nào đó hoặc sắp xếp lại hồ sơ, các vật dụng cần thiết đã chuẩn bị ở nhà và chuẩn bị cho mình một phong thái tự tin, bình tĩnh trước khi vào cuộc phỏng vấn.

- Trang phục khi phỏng vấn:

Bạn nên chuẩn bị trang phục phù hợp vị trí mà bạn phỏng vấn. Điều này giúp bạn tự tin và thoải mái hơn trong suốt quá trình phỏng vấn. Bạn cần lưu ý không nên mặc trang phục quá thời trang như quần jean, áo thun. Những trang phục có màu sắc sặc sỡ hay lòe loẹt sẽ gây phản cảm đối với nhà tuyển dụng.

Đặc biệt đối với vị trí kế toán, thông thường sẽ có một vòng phỏng vấn tuyển nghiệp vụ: Kế toán trưởng sẽ đưa ra một vài nghiệp vụ mà công ty thường xuyên phát sinh, sau đó yêu cầu các ứng viên định khoản hoặc giải quyết tình huống. Vòng này không phải quá khó, mục đích chính là kiểm tra khả năng nghiệp vụ của các ứng viên. Ở vòng này, không nhất thiết có kinh nghiệm mới có thể thực hiện được, chỉ cần bạn nắm chắc kiến thức đã học.



III. KẾT LUẬN

Tóm lại, với lĩnh vực và cơ hội nghề nghiệp phong phú của ngành Kế toán, mỗi bạn sinh viên cần nắm bắt cho mình cơ hội học tập để có một công việc phù hợp. Để làm được điều đó sinh viên kế toán cần trang bị cho mình một hành trang tốt ngay từ khi đang ngồi trên ghế nhà trường. Trong bài viết tác giả đưa ra một số kỹ năng cần thiết hi vọng sẽ giúp sinh viên kế toán có thể tìm

được một công việc phù hợp đúng với ngành học mà mình lựa chọn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <https://tintucketoan.com/sinh-vien-nam-cuoi-chuan-bi-gi-truoc-khi-tim-viec/>
2. <http://hocketoanthuchanh.vn/Tin-tuc/sinh-vi-en-nam-cuoi-can-trang-bi-gi-de-xin-viec.html>



MỘT SỐ GIẢI PHÁP MARKETING HỖN HỢP NHẪM MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG CHO CÁC CÔNG TY DƯỢC PHẨM VIỆT NAM HIỆN NAY

ThS. Trần Thị Mai

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Ngành dược Việt Nam còn rất nhiều tiềm năng phát triển, theo dự báo từ hãng nghiên cứu thị trường IBM về độ lớn thị trường dược phẩm nước ta sẽ đạt 7,7 tỷ USD vào năm 2021 và lên đến 16,1 tỷ USD năm 2026, với tỷ lệ tăng trưởng kép lên tới 11% tính theo đồng Việt Nam. Tuy nhiên, hiện nay việc đầu tư mở rộng, hoạt động nghiên cứu và phát triển, các giải pháp marketing hỗn hợp trong các doanh nghiệp dược còn rất hạn chế. Bên cạnh đó, tình trạng cạnh tranh gay gắt với thuốc nhập khẩu, nguồn nguyên liệu bị phụ thuộc... là thách thức đối với các doanh nghiệp dược. Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp trong ngành dược cần xây dựng các giải pháp marketing hỗn hợp phù hợp, sẽ góp phần giúp các doanh nghiệp dược đạt được mục tiêu phát triển của mình cũng như xu hướng phát triển của ngành và hội nhập kinh tế toàn cầu.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế vào sản xuất và cung ứng thuốc đã tạo ra môi trường cạnh tranh mạnh mẽ giữa các doanh nghiệp dược Việt Nam hiện nay. Các doanh nghiệp dược vừa phải cạnh tranh với thuốc ngoại nhập, với cả thuốc sản xuất trong nước, vừa phải đảm bảo cung ứng đầy đủ thuốc cho toàn dân, đảm bảo chất lượng, giá cả phù hợp. Vì vậy, các doanh nghiệp dược Việt Nam phải tìm cho mình các giải pháp để duy trì và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, tận dụng tối đa mọi tiềm lực sẵn có và cơ hội trước đối thủ cạnh tranh, từng bước dành ưu thế trên thị trường qua đó mang lại doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp tồn tại và phát triển bền vững trên thị trường.

II. NỘI DUNG

1. Khái niệm về marketing hỗn hợp

Marketing là một quá trình quản lý mang tính xã hội, nhờ nó mà các cá nhân và các nhóm người khác nhau nhận được cái mà họ cần và mong muốn thông qua việc tạo ra, cung cấp và trao đổi các sản phẩm có giá trị với những người khác. Marketing hỗn hợp là một khái niệm cơ bản trong lĩnh vực marketing, là tập hợp các công cụ được doanh nghiệp sử dụng để đạt được trọng tâm tiếp thị trong thị trường mục tiêu. Thuật ngữ lần đầu tiên được sử dụng vào năm 1953 khi Neil Borden, là chủ tịch của hiệp hội Marketing Hoa Kỳ lấy ý tưởng công thức thêm một bước nữa và đặt ra thuật ngữ Marketing hỗn hợp. Marketing hỗn hợp là sự phối hợp hay sắp xếp các thành phần của marketing sao cho phù hợp với hoàn cảnh kinh doanh thực



tế của mỗi doanh nghiệp nhằm củng cố vững chắc vị trí của doanh nghiệp trên thương trường. Một nhà marketing nổi tiếng, E. Jerome McCarthy, đề nghị phân loại theo 4P năm 1960, mà nay đã được sử dụng rộng rãi. Trong đó, 4P gồm:

Sản phẩm hoặc dịch vụ (Product or Service): Một đối tượng hữu hình hoặc một dịch vụ vô hình đó là khối lượng sản xuất hoặc sản xuất trên quy mô lớn với một khối lượng cụ thể của đơn vị.

Phân phối (Place): Phân phối là một tiến trình mà cung cấp sản phẩm, dịch vụ đến tay người tiêu dùng hoặc người sử dụng cuối cùng thông qua các phối thức phân phối trung gian.

Giá (Price): Giá bán là chi phí khách hàng phải bỏ ra để đổi lấy sản phẩm hay dịch vụ của nhà cung cấp

Xúc tiến hỗn hợp (Promotion): Hỗ trợ bán hàng là tất cả các hoạt động nhằm đảm bảo rằng khách hàng nhận biết về sản phẩm hay dịch vụ của bạn, có ấn tượng tốt về chúng và thực hiện giao dịch mua bán thật sự.

2. Tổng quan về thị trường dược phẩm Việt Nam hiện nay.

Sức khỏe luôn là một trong những mối quan tâm hàng đầu của mỗi con người, mức độ sẵn sàng chi trả cho các dịch vụ y tế có xu hướng tăng lên hiện nay do thu nhập bình quân đầu người và trình độ dân trí được cải thiện, trong khi môi trường sống ngày càng có nguy cơ ô nhiễm cao làm gia tăng càng nhiều loại bệnh tật... là yếu tố chính dẫn đến

sự phát triển mạnh của ngành dược ở hiện tại và tương lai. Tiềm năng tăng trưởng của thị trường dược đã thu hút nhiều nhà đầu tư ngoại, các tập đoàn quốc gia trên thế giới, thậm chí cả những nhà đầu tư trong nước hoạt động ngoài ngành. Cụ thể, Tập đoàn Vingroup các đây không lâu đã thành lập Công ty Cổ phần Vinfa hoạt động trong lĩnh vực dược phẩm và xây dựng dự án nghiên cứu sản xuất thuốc 2.200 tỷ đồng quy mô gần 10ha tại Bắc Ninh hay sự gia nhập ồ ạt của các tập đoàn dược phẩm nước ngoài vào khâu sản xuất tại Việt Nam như Sanofi, Taisho, Abbott... cũng đang tạo ra áp lực khá lớn với các doanh nghiệp dược trong nước. Mặt khác, các doanh nghiệp ngành dược cũng đã và đang nỗ lực tăng thêm đầu tư cho sản xuất, như các doanh nghiệp Imexpharm, Pymepharco... có lợi thế về công nghệ hiện đại, sản xuất nhóm thuốc kháng sinh đặc trị, cạnh tranh tốt với các thuốc nhập khẩu chất lượng cao, hiện đang sở hữu nhà máy sản xuất theo chuẩn châu Âu, đảm bảo GMP. Một số doanh nghiệp khác như Dược Hậu Giang, Dược Bình Định, Mekorpar, Domesco... là các công ty sở hữu nhà máy đạt chuẩn WHO - GMP lại tập trung vào thị trường thuốc OTC. Một nhóm doanh nghiệp khác như Dược Bến Tre, Dược Cửu Long, Dược Hà Tây... đang tích cực tham gia cung cấp thuốc ở các tỉnh là chủ yếu. Ngoài ra, còn có các doanh nghiệp tập trung vào nhóm Đông dược như Trapharco, dược phẩm OPC...

Hiện nay, cả nước có khoảng 180 doanh



nghiệp sản xuất dược phẩm bao gồm cả doanh nghiệp nội địa và doanh nghiệp FDI, khoảng 194 nhà máy thuộc 158 doanh nghiệp đạt chuẩn GMP- WHO, thuốc sản xuất trong nước đáp ứng đầy đủ 27 nhóm tác dụng dược lý theo phân loại của Tổ chức Y tế thế giới. Có 652 thuốc trong nước đã được công bố chứng minh tương đương sinh học so với thuốc biệt dược gốc, thuốc phát minh. Mức độ cạnh tranh trong thị trường dược những năm tới được đánh giá sẽ diễn ra khốc liệt hơn trên hầu hết các phân khúc thị trường.

Tình hình sản xuất dược phẩm trong nước vẫn còn nhiều hạn chế chỉ đáp ứng được khoảng 52,5% nhu cầu dược phẩm trong nước, số còn lại phải thông qua nhập khẩu. Sản phẩm của các Công ty Dược phẩm Việt Nam đa phần tập trung ở dạng bào chế đơn giản, dạng Generic, giá trị thấp, trùng lặp nhau và thiếu hẳn những loại thuốc đặc trị, bào chế phức tạp. Thị phần thuốc dạng Generic vốn đã nhỏ hẹp lại có thêm nhiều doanh nghiệp cùng cạnh tranh nhau, dẫn tới tình trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp kém hiệu quả, lợi nhuận giảm và thiếu sức cạnh tranh. Bên cạnh đó, cũng đã có những doanh nghiệp dược Việt Nam đã sản xuất được một số thuốc đòi hỏi trình độ công nghệ cao, đặc biệt đã sản xuất được 12/13 loại vắc-xin trong Chương trình tiêm chủng mở rộng. Đã có sản phẩm dược do các doanh nghiệp trong nước tự nghiên cứu, sản xuất bước đầu tạo dựng được uy tín, thương hiệu tại thị trường trong nước khá vững chắc

và đáp ứng các tiêu chuẩn để xuất khẩu ra một số quốc gia trên thế giới.

Các doanh nghiệp dược nước ta trung bình mỗi năm tiêu thụ khoảng 60.000 tấn nguyên liệu dược phẩm các loại trong đó 80-90% nguyên liệu dược phải nhập khẩu, Trung Quốc và Ấn Độ là hai quốc gia có kim ngạch xuất khẩu nguyên liệu dược phẩm vào Việt Nam lớn nhất trong nhiều năm. Việc phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu như vậy khiến công nghiệp dược dễ bị tác động từ các yếu tố bên ngoài như biến động tỷ giá hay những “cú hích” về nguồn hàng cung cấp, cộng thêm chi phí nhập khẩu khiến giá thành thuốc của Việt Nam cao hơn khoảng 20-25% so với Trung Quốc, Ấn Độ.

3. Một số giải pháp marketing hỗn hợp nhằm mở rộng thị trường cho các công ty dược phẩm.

3.1 Chính sách sản phẩm

Chính sách sản phẩm là yếu tố quan trọng nhất trong chính sách marketing của các doanh nghiệp, chính sách sản phẩm có ảnh hưởng đến các định hướng cũng như hoạt động marketing của các bộ phận khác. Do vậy, cần phải xây dựng được chính sách sản phẩm phù hợp thông qua các quyết định:

Nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo bước đột biến trong việc cải tiến chất lượng, thực hiện chính sách sản phẩm chất lượng cao, từng bước đưa chất lượng sản phẩm lên ngang bằng chất lượng sản phẩm nhập khẩu. Để có thể thực hiện được quyết định này các doanh nghiệp cần tiến hành các biện pháp



đồng bộ sau: Nâng cao chất lượng công nghệ sản xuất, nguyên vật liệu sản xuất và hoạt động nghiên cứu phát triển.

Phát triển chủng loại và danh mục sản phẩm. Sản phẩm của các doanh nghiệp được phẩm Việt Nam trong thời gian qua tương đối đa dạng và phong phú. Bên cạnh việc đầu tư, tiếp tục sản xuất, nâng cao chất lượng những sản phẩm mà các doanh nghiệp đã có, các doanh nghiệp nên mở rộng, đa dạng thêm một số chủng loại sản phẩm mới phục vụ cho mục tiêu mở rộng thị trường, bằng các biện pháp: Xây dựng cơ cấu chủng loại sản phẩm hợp lý, tập trung cơ cấu, chủng loại sản phẩm theo sự phát triển của từng thị trường về quy mô cầu và đặc tính của cầu dựa trên cơ sở những nghiên cứu và dự báo liên quan và các mô hình bệnh tật mà các cơ quan y tế nghiên cứu và dự báo. Nâng cao năng suất sản phẩm, đẩy mạnh tiêu thụ đối với những sản phẩm quan trọng và trên những thị trường trọng điểm, những khúc thị trường mục tiêu. Thực hiện đa dạng hoá sản phẩm, theo các hướng sau: Mở rộng danh mục sản phẩm, đa dạng hoá theo hướng tập trung vào những mặt hàng có khả năng cạnh tranh, nghiên cứu các sản phẩm mà trên thị trường chưa đáp ứng đủ, thực hiện nghiên cứu sản xuất sản phẩm mới.

Tăng cường các dịch vụ khách hàng như giao hàng đúng thời hạn hợp đồng. Thực hiện dịch vụ vận chuyển tận nơi cho khách hàng nếu có nhu cầu, thực hiện việc thanh toán dễ dàng cho các khách hàng như

thanh toán nhanh, thanh toán trả góp, dịch vụ tư vấn cho khách hàng.

3.2 Chính sách về giá

Giá có vai trò rất quan trọng trong công tác tiêu thụ sản phẩm. Để mở rộng thị trường, các doanh nghiệp được cần chú ý hơn công tác phân đoạn thị trường, từ đó có chính sách giá cả cũng như chủng loại sản phẩm phù hợp với từng loại đối tượng khách hàng.

Đối với khu vực thành thị có thu nhập cao, nhận thức tốt về được phẩm thì nhu cầu về chăm sóc và bảo vệ sức khoẻ luôn đi trước một bước so với khu vực nông thôn. Thị trường này thì yếu tố giá không còn mang tính chủ đạo, nhân tố tác động lớn nhất là uy tín của doanh nghiệp và chất lượng sản phẩm. Do đó, đối với khu vực này doanh nghiệp cần đầu tư những mặt hàng có chất lượng cao, mẫu mã đẹp, thậm chí cung cấp thêm sản phẩm nhập khẩu cho thị trường này.

Đối với khu vực nông thôn thì khách hàng ít quan tâm tới nơi sản xuất, mà chủ yếu quan tâm đến công dụng sản phẩm và giá cả, trong đó giá cả là yếu tố quyết định nhất. Đây là thị trường chính để sản phẩm trong nước chiếm ưu thế, vì vậy các doanh nghiệp nên tập trung sản xuất phục vụ nhu cầu thị trường này với mức giá thấp. Do vậy, trong hoạt động sản xuất của công ty đòi hỏi phải tăng năng suất lao động, tiết kiệm nguyên vật liệu, cải tiến công nghệ, nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm nhờ vào lợi thế quy mô



3.3 Chính sách phân phối

Sản phẩm được được sử dụng rộng rãi trong đời sống, phục vụ nhiều mục đích, nhiều thị trường khác nhau, nhiều khách hàng khác nhau. Phương thức tốt nhất để phân phối có hiệu quả là sử dụng đa dạng hệ thống các kênh phân phối thì mới có thể mở rộng, đáp ứng được nhu cầu thị trường hiện tại và những thị trường mục tiêu mới, như việc mở thêm nhiều đại lý, chi nhánh bán hàng. Sử dụng kênh chính cho nhóm khách hàng mục tiêu, đồng thời xây dựng các kênh phụ nhằm tăng cường bán nhiều hơn, nhanh hơn làm sao để sản phẩm kịp thời phục vụ khách hàng với chi phí thấp nhất.

Mặt khác, các doanh nghiệp được cần khuyến khích các thành viên kênh phân phối bằng cách tìm hiểu quan điểm, mong muốn và nguyện vọng của các thành viên trong kênh một cách chi tiết, từ đó đề ra các chính sách marketing dựa trên sự kết hợp hài hoà giữa quan điểm của công ty với quan điểm riêng của các thành viên trong kênh, chỉ có như vậy mới có thể phát huy hết tác dụng của các chính sách phân phối.

3.4 Chính sách xúc tiến hỗn hợp

Xúc tiến hỗn hợp là công cụ hỗ trợ có hiệu quả nhất nhằm nâng cao hình ảnh chất lượng sản phẩm, uy tín nhãn hiệu trong tâm trí của khách hàng. Đây cũng là chính sách yểm trợ đắc lực cho các chính sách marketing còn lại.

Hiện nay, do sự bùng nổ của các thông tin quảng cáo, đây là hoạt động quan trọng nhất trong xúc tiến hỗn hợp. Mặc dù vậy, các doanh nghiệp được Việt Nam vẫn chưa chú trọng quan tâm nhiều trong thời gian qua. Để hoàn thiện chính sách này, các doanh nghiệp nên quan tâm đến các hoạt động: Xác định mục tiêu của quảng cáo, xác định đối tượng quảng cáo, thiết kế chương trình quảng cáo, xác định ngân sách quảng cáo, phương thức tiến hành quảng cáo, đánh giá hiệu quả quảng cáo.

Ngoài ra, để hỗ trợ bán hàng các doanh nghiệp cũng phải thực hiện các biện pháp xúc tiến và yểm trợ bán hàng thông qua hoạt động của các cửa hàng giới thiệu sản phẩm, các hội chợ và hoạt động dịch vụ sau khi bán hàng.

III. KẾT LUẬN

Kinh tế phát triển, thu nhập tăng, các vấn đề sức khỏe phát sinh do môi trường và quá trình công nghiệp hóa có thể là những yếu tố thúc đẩy tăng trưởng ngành dược. Các chuyên gia trong ngành dược cũng đưa ra nhóm các giải pháp trọng tâm để phát triển ngành dược nói chung và các công ty dược phẩm nói riêng trong thời gian tới, bao gồm: Hoàn thiện hệ thống hành lang pháp lý về hoạt động sản xuất và lưu thông phân phối thuốc, minh bạch hóa thông tin, quy trình đấu thầu thuốc tại các bệnh viện, tạo môi trường cạnh tranh công bằng giữa các doanh nghiệp, khuyến khích hoạt động đầu tư, thu



hút vốn, chuyển giao công nghệ... từ nước ngoài, hỗ trợ phát triển nguồn nguyên dược liệu, quản lý chặt chẽ thị trường dược, tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát tránh tình trạng hàng giả, hàng nhái.

Bên cạnh đó, về phía các doanh nghiệp dược cần áp dụng công cụ marketing hỗn hợp một cách linh hoạt, chủ động sẽ giúp các doanh nghiệp dược xác định những lựa chọn trong marketing về sản phẩm, phân phối, giá cả và xúc tiến hỗn hợp một cách tối ưu nhằm đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường tiêu thụ, nâng cao niềm tin của khách hàng, tăng cường hiệu quả kinh

doanh của doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <https://www.brandsvietnam.com/17383-Thi-truong-duoc-pham-ti-do-cua-Viet-Nam>
2. <http://u3pharma.com/nganh-cong-nghiep-duoc-phu-thuoc-vao-nguyen-lieu-nhap-khau/>
2. Th.s Ngô Minh Cách (2010), “Giáo trình Marketing”, NXB tài chính, Hà Nội
3. PGS.TS Nguyễn Thị Thái Hằng, PGS.TS Lê Việt Hùng (2007), “Quản lý và kinh tế Dược”, NXB Y học, Hà Nội
4. GS.TS Trần Minh Đạo (2013), “Giáo trình marketing căn bản”, NXB đại học Kinh Tế Quốc Dân
5. https://vi.wikipedia.org/wiki/Marketing_h%E1%BB%97n_h%E1%BB%A3p



CÁC BƯỚC ÁP DỤNG HỆ THỐNG HACCP TRONG DOANH NGHIỆP

ThS. Nguyễn Thị Lan Anh

Khoa Kinh Tế - Quản Trị Kinh Doanh

Tóm tắt: HACCP là hệ thống quản lý chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm được áp dụng cho lĩnh vực công nghiệp thực phẩm. HACCP là chữ viết tắt của phân tích mối nguy và xác định điểm kiểm soát tới hạn. HACCP đã được khởi xướng cách đây ba thập kỷ nhằm cung cấp thực phẩm an toàn cho chương trình vũ trụ NASA (cơ quan hàng không và vũ trụ Mỹ). Các nguyên tắc HACCP có thể giúp chúng ta phân tích được các mối nguy dẫn đến mất an toàn thực phẩm, đồng thời xác định được các điểm kiểm soát tới hạn, đề ra những biện pháp phòng ngừa thích hợp. Nhiều quốc gia yêu cầu chương trình an toàn thực phẩm dựa trên cơ sở HACCP như một điều kiện tối thiểu để cung cấp thực phẩm cho đất nước.

HACCP là một hệ thống có tính chủ động phòng ngừa chứ không phải là thụ động đối phó, chú trọng hướng tới cả quá trình chứ không phải dựa trên kết quả kiểm tra thành phẩm như cách làm kiểm tra chất lượng truyền thống (KCS). Hai điều kiện tiên quyết để triển khai biện pháp HACCP là Quy phạm sản xuất tốt (Good Manufacturing Practice - GMP), Quy phạm vệ sinh chuẩn (Sanitation Standard Operating Process - SSOP) thì mới có thể hoạt động được. Để thực hiện thành công hệ thống HACCP, cần thực hiện 7 nguyên tắc của HACCP và 12 bước thực hiện theo kế hoạch HACCP

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm không chỉ là nỗi lo của bất kỳ ai mà vấn đề này đã trở thành mối quan tâm của toàn xã hội. Nhiều vụ ngộ độc thực phẩm đáng tiếc xảy ra trong thời gian gần đây đã gây tâm lý hoang mang cho người tiêu dùng. Những sự cố do thực phẩm gây ra không chỉ làm thiệt hại trực tiếp đến người tiêu dùng mà còn gián tiếp ảnh hưởng đến nền kinh tế như bệnh viện quá tải, các đơn vị sản xuất kinh doanh hàng thực phẩm sẽ mất khách hàng dẫn đến thua lỗ và có thể bị phá sản... Trong khi đó yêu cầu luật định về an toàn thực phẩm cho các doanh nghiệp chế biến, kinh doanh thực phẩm, yêu cầu về an toàn thực phẩm của

người tiêu dùng ngày một nâng cao đòi hỏi các doanh nghiệp trong lĩnh vực thực phẩm cần phải có sự nhìn nhận nghiêm túc về vấn đề vệ sinh và an toàn thực phẩm. Một trong những phương pháp được áp dụng phổ biến ở các nước phát triển và đang được các doanh nghiệp trong ngành chế biến thực phẩm Việt Nam quan tâm là áp dụng hệ thống quản lý an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn HACCP. HACCP được biết đến như một công cụ hữu hiệu giúp các cơ sở chế biến thực phẩm đảm bảo được sản phẩm của mình an toàn đối với người sử dụng. Vậy HACCP là gì?? Áp dụng HACCP theo những nguyên tắc nào? Khi doanh nghiệp áp dụng HACCP sẽ đem lại những lợi ích như thế nào?



II. NỘI DUNG

1. Khái niệm HACCP

HACCP là viết tắt của cụm từ Hazard Analysis and Critical Control Point System, và có nghĩa là “hệ thống phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn”, hay hệ thống phân tích, xác định và tổ chức kiểm soát các mối nguy trọng yếu trong quá trình sản xuất và chế biến thực phẩm”.

HACCP là hệ thống quản lý chất lượng dựa trên cơ sở phân tích các mối nguy và các điểm kiểm soát trọng yếu. Đó là công cụ phân tích nhằm đảm bảo an toàn vệ sinh và chất lượng thực phẩm. HACCP bao gồm những đánh giá có hệ thống đối với tất cả các bước có liên quan trong quy trình chế biến thực phẩm, đồng thời xác định những bước trọng yếu với an toàn chất lượng thực phẩm. Công cụ này cho phép tập trung nguồn lực kỹ thuật, chuyên môn vào những bước chế biến có ảnh hưởng quyết định đến an toàn chất lượng thực phẩm. HACCP là một hệ thống có cơ sở khoa học và có tính logic hệ thống.

HACCP có thể thích nghi dễ dàng với sự thay đổi như những tiến bộ trong thiết kế thiết bị, quy trình chế biến hoặc những cải cách kỹ thuật. Hệ thống HACCP có khả năng độc lập với những hệ thống quản lý chất lượng khác, áp dụng HACCP phù hợp với việc thực hiện các hệ thống quản lý chất lượng đã có và là hệ thống đáng để lựa chọn để quản lý an toàn chất lượng thực phẩm trong số rất nhiều những hệ thống quản lý chất lượng khác nhau.

2. Lợi ích của HACCP

HACCP - Sự khẳng định cho chất lượng trong bối cảnh toàn cầu hoá, giúp cho Doanh nghiệp hoàn thiện hơn trong các lĩnh vực, xây dựng niềm tin trong tâm trí khách hàng

Lợi ích đối với người tiêu dùng:

- Giảm nguy cơ các bệnh truyền qua thực phẩm.
- Nâng cao nhận thức về vệ sinh cơ bản.
- Tăng sự tin cậy vào việc cung cấp thực phẩm.
- Cải thiện cuộc sống trong lĩnh vực sức khỏe và kinh tế - xã hội.

Lợi ích với ngành công nghiệp:

- Tăng số lượng người tiêu dùng và độ tin cậy của Chính phủ.
- Đảm bảo giá cả.
- Tăng khả năng cạnh tranh và tiếp thị.
- Giảm chi phí do giảm sản phẩm hỏng và phải thu hồi.
- Cải tiến quá trình sản xuất và điều kiện môi trường.
- Cải tiến năng lực quản lý đảm bảo an toàn thực phẩm.

- Tăng cơ hội kinh doanh và xuất, nhập khẩu thực phẩm.

Lợi ích với Chính phủ:

- Cải thiện sức khỏe cộng đồng.
- Nâng cao hiệu quả và kiểm soát thực phẩm.
- Giảm chi phí cho sức khỏe cộng đồng.
- Tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển thương mại.
- Tạo lòng tin của người dân vào việc cung cấp thực phẩm.



Lợi ích với doanh nghiệp:

- Nâng cao uy tín chất lượng đối với sản phẩm của mình.

- Tăng tính cạnh tranh, khả năng chiếm lĩnh và mở rộng thị trường, đặc biệt đối với thực phẩm xuất khẩu.

- Được phép in trên nhãn dấu chứng nhận phù hợp hệ thống HACCP, tạo lòng tin với người tiêu dùng và bạn hàng.

- Được sử dụng dấu hoặc giấy chứng nhận phù hợp hệ thống HACCP trong các hoạt động quảng cáo, chào hàng, giới thiệu cho sản phẩm và doanh nghiệp.

- Là điều kiện để doanh nghiệp tiến hành các hoạt động tự công bố tiêu chuẩn chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, làm căn cứ để cơ quan kiểm tra chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm xem xét chế độ giảm kiểm tra đối với các lô sản phẩm.

- Là cơ sở đảm bảo điều kiện thuận lợi cho việc đàm phán, ký kết hợp đồng thương mại trong nước cũng như xuất khẩu và là cơ sở của chính sách ưu tiên đầu tư, đào tạo của Nhà nước cũng như các đối tác nước ngoài.

3. Nguyên tắc áp dụng và các bước áp dụng hệ thống HACCP

3.1. Các nguyên tắc thiết lập nên hệ thống HACCP hiệu quả

Gồm 7 nguyên tắc cơ bản:

- Phân tích mối nguy và các biện pháp phòng ngừa. Tiến hành phân tích mối nguy. Chuẩn bị sơ đồ quy trình sản xuất bao gồm các bước diễn ra trong quy trình. Xác định và lập danh mục các nguy hại. Chỉ ra các

biện pháp phòng ngừa cho từng mối nguy.

- Xác định các điểm kiểm soát trọng yếu (CCPs) trong quy trình bằng việc phân tích các mối nguy theo cây quyết định.

- Thiết lập các ngưỡng tới hạn. Đây là các mức độ đặt ra và mức sai biệt có thể chấp nhận được để đảm bảo cho các điểm CCPs nằm trong vòng kiểm soát được.

- Giám sát điểm kiểm soát tới hạn. Thiết lập hệ thống theo dõi, giám sát đảm bảo kiểm soát các CCPs bằng các thủ tục xét nghiệm, quan trắc.

- Thiết lập các biện pháp khắc phục kịp thời. Tiến hành những hoạt động điều chỉnh một khi các quan trắc theo dõi cho thấy một điểm CCP nào đó bị trệch ra khỏi vòng kiểm soát.

- Thiết lập hệ thống kiểm tra đánh giá. Tiến hành những thủ tục thẩm tra xác nhận để khẳng định là hệ thống HACCP hoạt động hữu hiệu.

- Thiết lập bộ hồ sơ và tài liệu HACCP. Tư liệu hóa tất cả các những thủ tục đã tiến hành và các bộ hồ sơ liên quan đến các nguyên tắc và quá trình vận dụng những nguyên tắc này.

3.2. Các bước áp dụng hệ thống HACCP

Bước 1: Tập hợp đội ngũ HACCP

Hoạt động trong lĩnh vực thực phẩm phải đảm bảo có kiến thức và chuyên môn rõ ràng về loại sản phẩm thích hợp để triển khai chương trình HACCP hữu hiệu. Tốt nhất để thực hiện vấn đề này là tập hợp đội ngũ đa kiến thức. Ở nơi nào không có chuyên môn tại chỗ thì phải tìm kiếm người



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

có chuyên môn từ nguồn khác. Nên xác định phạm vi của chương trình HACCP, phạm vi này phải cho biết công đoạn nào trong mắt xích thực phẩm có liên quan và các loại rủi ro nói chung phải quan tâm đến

Bước 2: Mô tả sản phẩm

Phải thảo ra một bản mô tả sản phẩm đầy đủ, bao gồm các thông tin về an toàn thực phẩm có liên quan trực tiếp như : thành phần sản phẩm, cấu trúc vật lý / hoá học, các xử lý sinh vật / xử lý tinh (ví dụ : xử lý nhiệt, làm đông lạnh, ướp muối, hun khói...) cách đóng gói, độ bền, tình trạng lưu giữ và phương pháp phân phối.

Bước 3: Nhận diện cách sử dụng có chủ định

Cách sử dụng có chủ định nên dựa vào cách sử dụng sản phẩm mà người sử dụng hoặc tiêu thụ cuối cùng mong muốn. Trong những trường hợp cụ thể, phải xét đến những nhóm người dễ bị sản phẩm tác động đến.

Bước 4: Lập sơ đồ quá trình sản xuất

Biểu đồ phát triển sản xuất phải do đội ngũ HACCP. Biểu đồ này phải bao gồm tất cả các bước trong hoạt động chế biến. Khi áp dụng HACCP cho một hoạt động đã định sẵn, hãy xem xét đến các bước trước và sau hoạt động đó.

Bước 5: Kiểm tra tại chỗ lưu đồ chế biến

Đội ngũ HACCP nên xác định hoạt động, chế biến so với lưu đồ trong tất cả các giai đoạn và từng giờ hoạt động, đồng thời điều chỉnh lưu đồ cho thích hợp.

Bước 6: Tiến hành phân tích rủi ro

Liệt kê các rủi ro tiềm ẩn ở mỗi bước, tiến hành phân tích rủi ro, và xem xét các biện pháp kiểm soát những rủi ro đã được xác định.

Đội ngũ HACCP nên liệt kê tất cả các rủi ro mà rất có khả năng xảy ra ở mỗi giai đoạn: từ lúc sản xuất sơ khởi, chế biến, sản xuất và phân phối cho đến tiêu thụ.

Kế tiếp đội ngũ HACCP nên tiến hành phân tích rủi ro để xác định ra chương trình HACCP những rủi ro nào có đặc tính là việc loại bỏ hoặc giảm bớt chúng đến một mức độ có thể chấp nhận được là tối thiểu cần thiết cho sản xuất thực phẩm an toàn.

Bước 7: Quyết định các điểm kiểm soát tới hạn

Có lẽ không phải chỉ có một CCP ở tại nơi kiểm soát được áp dụng để nhận ra cùng một mối nguy hiểm. Việc xác định một CCP trong hệ thống HACCP có thể được trở nên dễ dàng hơn do việc áp dụng một biểu đồ quyết định đó là biểu đồ cho biết một biện pháp thực hiện hợp lý. Việc áp dụng một biểu đồ quyết định phải uyển chuyển, xét về phương diện những sự hoạt động đó là dành cho sản xuất, giết mổ thịt, chế biến, trữ, phân phối hay các giai đoạn khác. Biểu đồ này được dùng để hướng dẫn khi xác định các CCP. Ví dụ về biểu đồ quyết định này không thể áp dụng cho tất cả các trường hợp. Có thể dùng biện pháp khác để thay thế. Việc huấn luyện sự áp dụng biểu đồ này nên làm.

Nếu nhận biết được ra được mối nguy



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

hiếm ở tại một bước bất kỳ nơi kiểm soát cần thiết cho sự an toàn, và không có biện pháp kiểm soát nào ở bước đó hoặc các bước khác, thì sản phẩm, hay quá trình chế biến nêu được bổ sung ở bước đó hoặc ở giai đoạn sớm hơn hay trễ hơn bao gồm cả một biện pháp kiểm soát.

Bước 8: *Thiết lập các giới hạn tới hạn*

Nếu có thể, các giới hạn tới hạn phải được phân loại cụ thể và định giá trị rõ ràng cho mỗi điểm kiểm soát giới hạn. Trong một vài trường hợp không phải chỉ có một giới hạn tới hạn sẽ được nêu rõ cho một bước cụ thể. Các tiêu chuẩn thường được sử dụng bao gồm các biện pháp đo lường nhiệt độ, thời gian độ ẩm, độ pH, hoạt độ nước và chất clo sẵn có các thông số cảm thụ bên ngoài và cảm xúc.

Bước 9: *Thiết lập hệ thống giám sát cho từng CCP*

Giám sát là một biện pháp được đặt ra hay là sự giám sát của một CCP liên quan tới các giới hạn tới hạn của nó. Các thủ tục giám sát phải có khả năng phát hiện ra sự mất kiểm soát ở CCP. Hơn nữa, việc giám sát nên cung cấp những thông tin thích hợp kịp thời điều chỉnh để đảm bảo việc kiểm soát quá trình xử lý nhằm ngăn ngừa việc vi phạm các giới hạn tới hạn. Ở những nơi có thể, quá trình điều chỉnh phải được thực hiện khi kết quả giám sát cho thấy khuynh hướng làm mất kiểm soát ở một CCP. Sự điều chỉnh phải được thực hiện trước khi một sự sai sót xảy ra. Dữ liệu được nhận từ

việc giám sát phải do một người được chỉ định đánh giá có kiến thức và quyền hạn để thực hiện những hoạt động khắc phục khi dữ liệu được nêu ra. Nếu quá trình giám sát không được liên tục thì số lượng và sự thường xuyên phải đủ đảm bảo CCP đang trong tầm kiểm soát. Hầu hết các thủ tục giám sát cho CCP sẽ phải thực hiện nhanh chóng bởi vì chúng liên quan đến quá trình trực tuyến và cũng chẳng có thời gian cho thử nghiệm phân tích tốn thời gian. Các biện pháp hoá lý thường liên quan tới các thử nghiệm vi sinh bởi vì được thực hiện nhanh chóng và có thể cho thấy sự kiểm soát vi sinh cho sản phẩm. Tất cả các hồ sơ liên quan tới việc giám sát CCP phải được những người thực hiện quá trình giám sát và một người chịu trách nhiệm kiểm tra ở công ty ký.

Bước 10: *Thiết lập các hành động khắc phục cho các sai sót có thể xảy ra*

Các hành động khắc phục cụ thể phải được triển khai cho mỗi CCP trong hệ thống HACCP để đối phó với những sai sót khi chúng diễn ra.

Các hành động phải đảm bảo được CCP luôn trong tầm kiểm soát. Những hoạt động được thực hiện cũng phải bao gồm sự sắp xếp riêng cho những sản phẩm bị nghi ngờ. Các thủ tục về sai sót và việc sắp xếp các sản phẩm phải được ghi nhận vào các tài liệu ghi chép HACCP.

Bước 11: *Thiết lập các thủ tục thẩm định*

Thiết lập các thủ tục thẩm định. Các



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

biện pháp thẩm định và kiểm tra, các thủ tục và các thử nghiệm bao gồm các phân tích và lấy mẫu tạm thời cũng có thể được dùng để quyết định hệ thống HACCP có hoạt động đúng hay không. Việc thẩm định thường xuyên phải đầy đủ để có thể khẳng định rằng hệ thống HACCP đang hoạt động một cách hiệu quả. Thủ tục thẩm tra bao gồm:

- Xem lại hệ thống HACCP và các tài liệu ghi chép
- Xem lại các sai sót về việc sắp xếp lại các sản phẩm
- Khẳng định rằng CCPs đang được kiểm soát
- Xác nhận những ngưỡng tới hạn được xác định
- Đánh giá lại chương trình HACCP và tình hình sử dụng sản phẩm của người tiêu dùng hiện tại trong tương lai.

Bước 12: Thiết lập tài liệu và hồ sơ

Tài liệu và hồ sơ giúp cho việc thực hiện, duy trì, cải tiến hệ thống. Việc lưu giữ hồ sơ có hiệu quả và chính xác đóng vai trò quan trọng trong áp dụng hệ thống HACCP. Các thủ tục HACCP phải được ghi thành văn bản. Việc lập bộ tài liệu và lưu giữ hồ sơ phải phù hợp với tính chất và quy mô của quá trình hoạt động.

3.3. Những thuận lợi và khó khăn khi xây dựng và áp dụng hệ thống HACCP

**** Thuận lợi***

- Đảm bảo sản phẩm là an toàn cho người tiêu dùng
- Kiểm soát ngay trên dây chuyền sản

xuất nên có thể tiến hành sửa sai sót trước khi những khó khăn xảy ra .

- Kiểm soát theo các đặc trưng nổi bật để giám sát như thời gian , nhiệt độ và những biểu hiện bên ngoài dễ nhận biết.

- Kiểm soát nhanh đến mức có thể tiến hành ngay hành động sửa chữa chính xác khi cần thiết

- Chi phí cho hoạt động kiểm soát là rẻ khi so sánh với các phương pháp kiểm tra truyền thống (phân tích vị sinh , hoá học và vật lý)

- Quá trình vận hành được những người trực tiếp liên quan tiến hành kiểm soát

- Có thể thực hiện nhiều biện pháp đo lường hơn đối với mỗi nhóm sản phẩm vì việc kiểm soát đặt trọng tâm tại các điểm kiểm soát tới hạn trong quá trình vận hành .

- Có thể sử dụng hệ thống HACCP để dự báo những mối nguy hiểm tiềm ẩn.

**** Khó khăn***

- Để có hiệu quả, HACCP cần phải được xuyên suốt từ nguồn cung cấp nguyên liệu cho đến tay người tiêu dùng. Điều này không phải lúc nào cũng khả thi .

- HACCP yêu cầu nhà sản xuất chịu nhiều trách nhiệm hơn. Điều này có thể gây ra một vài chống đối hoặc đối phó từ phía nhà sản xuất .

- Có thể gây ra hiểu lầm rằng HACCP có tác dụng làm giảm bớt việc kiểm tra và làm mất đi sự kiểm soát của luật pháp mặc dù mục đích của HACCP là ngược lại .

- Cần thời gian cho công tác đào tạo nhân sự để có hiểu biết về HACCP .

- Bất đồng quan điểm về HACCP do nhận thức không giống nhau .



III. KẾT LUẬN

Hiện nay HACCP rất được nhiều nước trên thế giới quy định bắt buộc áp dụng trong quá trình sản xuất và chế biến sản phẩm. Xét riêng về phương diện quản lý an toàn và chất lượng, HACCP là hệ thống đang được toàn thế giới công nhận như là một hệ thống quản lý an toàn và chất lượng sản phẩm hữu hiệu nhất. Trước những yêu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng cũng như trách nhiệm của các nhà sản xuất, chế biến sản phẩm, các quốc gia trên toàn thế giới mà đặc biệt là Liên minh Châu Âu (EU), Mỹ, Nhật ... đều chính thức ban hành các quy định bắt buộc chỉ cho phép đưa ra thị trường những sản phẩm phải có chứng nhận HACCP. Qua đó, chúng ta có thể thấy rằng hệ thống HACCP là một hệ thống bảo vệ cho sức khỏe

con người mỗi khi sử dụng sản phẩm được sản xuất trên những quy trình công nghệ do HACCP kiểm soát và đây cũng là một hệ thống đóng vai trò rất quan trọng trong việc quản lý chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GS TS Nguyễn Đình Phan, (2013), *Giáo trình quản trị chất lượng trong các tổ chức*, NXB - Trường đại học kinh tế quốc dân
2. Trương Đoàn Thế, (2000), *Đổi mới công tác quản lý chất lượng sản phẩm trong các doanh nghiệp chế biến thực phẩm Việt Nam* – Luận án tiến sĩ kinh tế – Trường Đại Học Kinh Tế Quốc Dân, NXB Hà Nội
3. Trần Đáng (2004), *Mối nguy vệ sinh an toàn thực phẩm Chương trình kiểm soát chất lượng theo HACCP*, NXB NXB Y học Hà Nội



SỬ DỤNG KỸ THUẬT DẠY HỌC TRONG MỘT SỐ NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA NGUYÊN LÝ VỀ SỰ PHÁT TRIỂN

ThS. Nguyễn Thị Thương Uyên
Khoa Lý luận chính trị

Tóm tắt: Các kỹ thuật “Sơ đồ KWL - KWLH” và “Sơ đồ tư duy” là những kỹ thuật dạy học tích cực giúp đổi mới phương pháp dạy học theo hướng phát huy tính tích cực của sinh viên.

Việc vận dụng các kỹ thuật này trong giảng dạy cần linh hoạt lựa chọn phù hợp với các nội dung khác nhau của từng môn học. Vì thế, đòi hỏi giảng viên phải dành nhiều thời gian nghiên cứu, sáng tạo mới phát huy được hết tính ưu việt của từng kỹ thuật và đưa lại giá trị với người học.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Những năm gần đây, các kỹ thuật dạy học mới đã được vận dụng nhiều trong quá trình giảng dạy các môn học cơ bản, chuyên ngành ở các trường cao đẳng, đại học và mang lại những tín hiệu khả quan. Theo đó, các kỹ thuật dạy học tích cực (KTDHTC) đã giúp giảng viên phát huy sự tham gia chủ động vào quá trình học, kích thích tư duy, sáng tạo của sinh viên. Bên cạnh phương pháp dạy học thì các kỹ thuật dạy học cũng có vai trò không kém phần quan trọng nhằm làm tăng hiệu quả của hoạt động dạy và học. Các môn lý luận chính trị kiến thức trừu tượng, phong phú, thường được xem là khô khan, khó tiếp thu. Do đó, việc áp dụng các kỹ thuật dạy học tích cực để nâng cao chất lượng dạy và học tại các trường cao đẳng, đại học là rất cần thiết.

Xuất phát từ thực tiễn đó, bản thân tôi đã nghiên cứu, vận dụng các kỹ thuật dạy học vào giảng dạy các môn lý luận chính trị nói chung và môn triết học Mác - Lênin nói riêng. Ở bài viết này tôi xin giới thiệu việc sử dụng kỹ thuật dạy học trong một số nội dung cơ

bản của nguyên lý về sự phát triển, thuộc môn triết học Mác - Lênin.

II. NỘI DUNG

1. Kỹ thuật KWL - KWLH

KWL do Donna Ogle giới thiệu năm 1986, vốn là một hình thức tổ chức dạy học hoạt động đọc hiểu. Người học bắt đầu bằng việc động não tất cả những gì các em đã biết về chủ đề bài học. thông tin này sẽ được ghi nhận vào cột K của biểu đồ. Sau đó người học nêu lên danh sách các câu hỏi về những điều các em muốn biết thêm trong chủ đề này. Những câu hỏi đó sẽ được ghi nhận vào cột W của biểu đồ. Trong quá trình đọc hoặc sau khi đọc xong, các em sẽ tự trả lời cho các câu hỏi ở cột W, các thông tin này sẽ được ghi nhận vào cột L.

Từ biểu đồ KWL, Ogle bổ sung thêm cột H ở sau cùng, với nội dung khuyến khích người học định hướng nghiên cứu, sau khi người học hoàn tất nội dung ở cột L, các em có thể muốn tìm hiểu thêm về một thông tin. Các em sẽ nêu biện pháp để tìm thông tin mở rộng. Những biện pháp này sẽ được ghi nhận ở cột H.



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

Ví dụ: Khi giảng viên giảng khái niệm phát triển

K	W	L		H
		Quan điểm siêu hình	Quan điểm biện chứng	
Sự đối lập quan điểm siêu hình và quan điểm biện chứng về sự phát triển	Thừa nhận/ phủ nhận sự phát triển?	Phủ nhận sự phát triển hoặc thừa nhận thì cho rằng: Chỉ là sự tăng lên về lượng không có sự thay đổi về chất	Phát triển là tất yếu khách quan, là quy luật chung của thế giới vật chất	Phân biệt vận động và phát triển?
	Phát triển ra như thế nào?	Chỉ là sự tăng lên về lượng không có sự thay đổi về chất	Là kết quả của quá trình thay đổi về lượng dẫn đến thay đổi về chất	Phân biệt phát triển và tăng trưởng?
	Phát triển theo xu hướng nào?	Là một quá trình liên tục, không có những bước quanh co, phức tạp, diễn ra theo một vòng khép kín	Là quá trình quanh co, phức tạp, trong đó có thể có bước thụt lùi tương đối, sự phát triển diễn ra theo đường xoáy ốc	
	Nguồn gốc của sự phát triển?	Ở trong các lực lượng siêu tự nhiên hay ở trong ý thức con người	Nằm ngay trong sự vật, là mâu thuẫn của sự vật	
Nhận xét của Lênin:		...Chết cứng, nghèo nàn và khô khan	Sinh động, nó cho ta chìa khóa của sự “tự vận động”... của sự tiêu diệt cái cũ và nảy sinh cái mới”	

Sau khi sinh viên hoàn tất bảng KWL, giảng viên cần phân tích cho sinh viên hiểu rõ về các quan điểm đúng và chỉ ra quan điểm sai cần tránh từ đó rút ra kết luận, phát triển dùng để chỉ quá trình vận động của các sự vật theo quy luật đi lên: từ trình độ thấp đến trình độ cao, từ kém hoàn thiện đến

hoàn thiện hơn.

2. Sử dụng sơ đồ tư duy

Sơ đồ tư duy là hình ảnh trực quan và cảm giác để gợi nhắc dưới hình thức kết nối ý tưởng. Những chi tiết lấy từ sơ đồ tư duy sẽ rất dễ nhớ, bởi vì nó theo mô hình tư duy của bộ não. Khi dạy theo “phương pháp cây

◆ THÔNG TIN TRAO ĐỔI

kiến thức”, thực tế ta đã đưa ý tưởng “sơ đồ tư duy” vào học tập.

Cách xây dựng sơ đồ tư duy: Gọi N1 là trung tâm của sơ đồ tư duy. N2 -N3 là các nhánh của nó. Để lập sơ đồ tư duy, ta dùng những bút chì màu và bắt đầu từ giữa trang giấy, nếu thuận tiện, đặt ngang tờ giấy sẽ có được nhiều khoảng trống hơn, sau đó thực hiện những bước sau:

- Viết kiểu chữ in - đậm chủ đề hoặc ý tưởng chính (N1) ở giữa trang giấy, sau đó khung bằng 1 hình tròn hoặc hình vuông hoặc các hình khác.

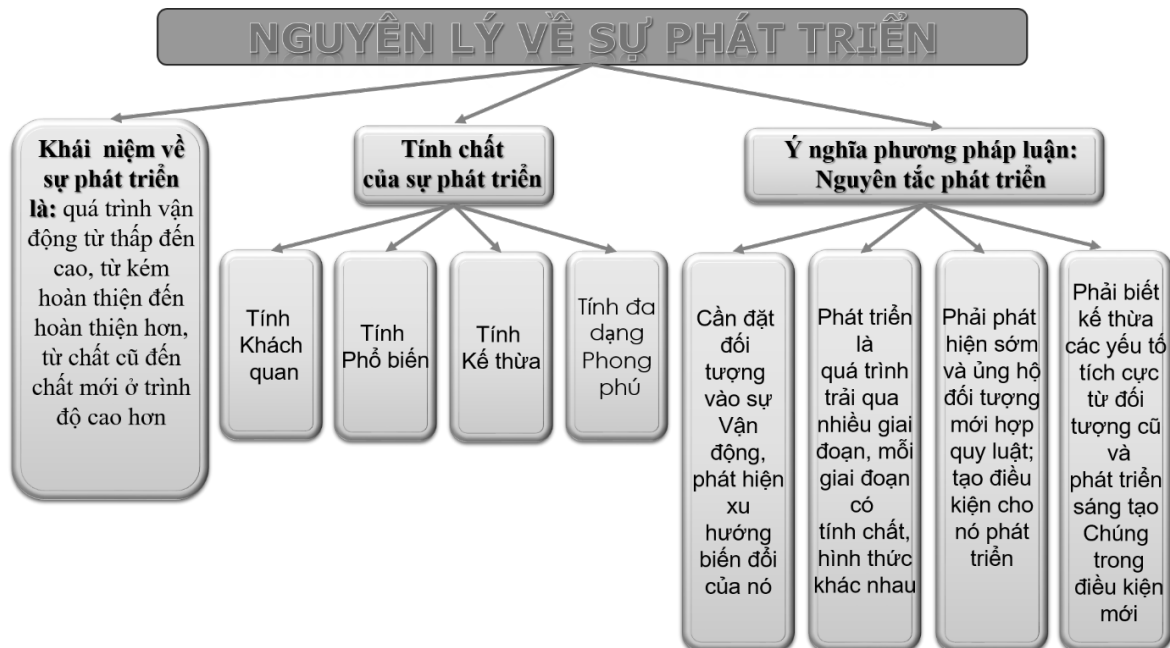
- Kéo các nhánh từ giữa ra, mỗi nhánh (N2) dùng để diễn tả 1 điểm quan trọng hoặc ý tưởng chính. Số nhánh sẽ phụ thuộc

vào số các ý tưởng hoặc các đoạn. Tô màu cho mỗi nhánh.

- Viết một từ hoặc một cụm từ chính lên mỗi nhánh (nội dung 2) và xây thêm các nhánh (nội dung 2), xây dựng thêm các nhánh chi tiết (nội dung 3). Cụm từ chính là cụm từ chuyên tải được phần hồn của một ý tưởng và kích thích bộ nhớ của người lập bản đồ tư duy.

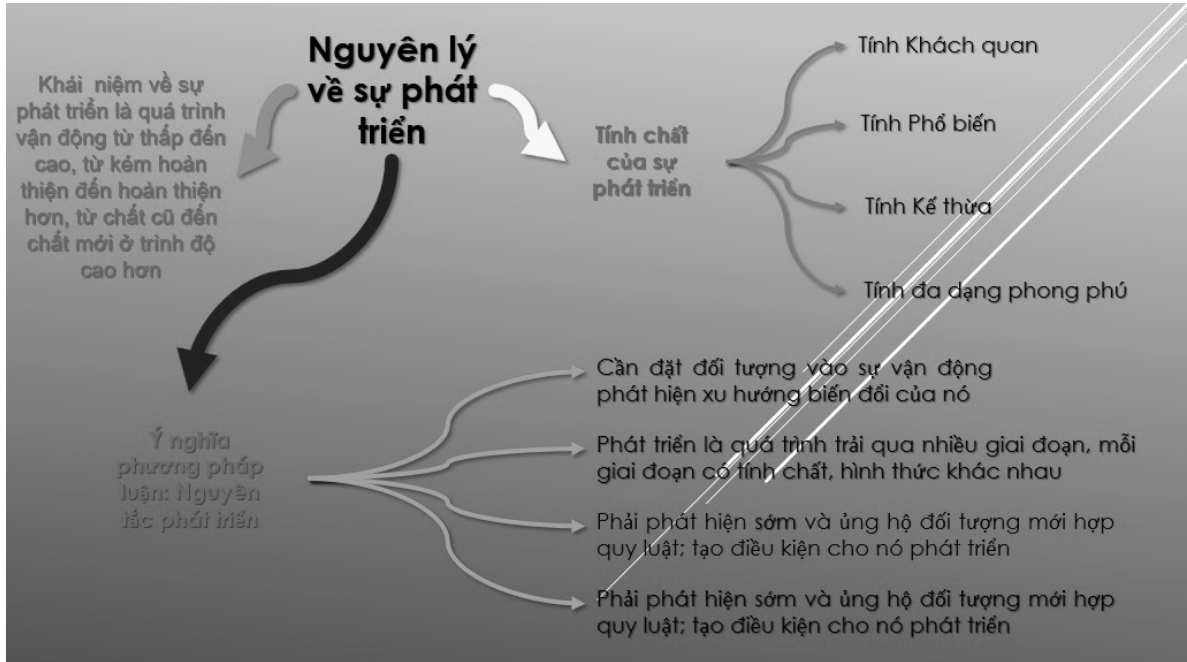
- Điền các biểu tượng và minh họa mà bản thân thích thú và quen thuộc để nhớ lại tốt hơn.

Ở nội dung bài giảng của nguyên lý về sự phát triển, chúng ta có thể sử dụng kỹ thuật sơ đồ tư duy trong phân tích nội dung hoặc tổng kết bài học như sau:





Hoặc sơ đồ tư duy được thể hiện như sau:



III. KẾT LUẬN

Vận dụng các kỹ thuật dạy học tích cực đã giúp chuyển tải nội dung nguyên lý về sự phát triển trở nên dễ hiểu, đơn giản, thu hút người học tham gia vào hoạt động học. Kích thích sinh viên luôn chủ động trong suy nghĩ trước các tình huống đặt ra và đặc biệt biết vận dụng ý nghĩa thực tiễn của bài học vào trong cuộc sống. Qua đây, nhận thấy rõ hơn việc vận dụng các kỹ thuật dạy học tích cực vào giảng dạy các môn lý luận chính trị ở Trường Đại học kinh tế Nghệ An là một yêu cầu rất cần thiết trong giai đoạn hiện nay. Người giảng viên đóng vai trò quan trọng và mang ý nghĩa quyết định. Họ không chỉ là người cung cấp kiến thức mà còn là người hướng dẫn, định hướng tư tưởng, tạo nền tảng, tư tưởng cho sinh viên. Trên cơ sở phương pháp truyền thống, kế thừa, phát huy mặt tích cực, khắc phục mặt hạn chế bằng cách kết hợp phương

pháp truyền thống với phương pháp hiện đại, sử dụng các phương tiện kỹ thuật hiện đại vào bài giảng sẽ phát huy tính tích cực, chủ động sáng tạo của sinh viên, nâng cao chất lượng và hiệu quả giảng dạy các môn lý luận chính trị ở trường hiện nay./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ GD & ĐT (2019), *Giáo trình triết học Mác - Lênin*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
2. Hội đồng trung ương (2004), *Giáo trình triết học Mác - Lênin*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
3. PGS.TS. Đặng Xuân Hải (2013), *Kỹ thuật dạy học trong đào tạo theo học chế tín chỉ*, Nxb Bách khoa, Hà Nội.
4. TS. Lê Minh Nghĩa, TS. Phạm Văn Sinh (2010), *Hỏi và đáp Những nguyên lý cơ bản của CN Mác - Lênin*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.



NHỮNG ĐIỀU DOANH NGHIỆP CẦN BIẾT VỀ HÓA ĐƠN ĐIỆN TỬ

ThS. Phan Thị Thu Hiền, ThS. Nguyễn Thị An
Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: Theo Nghị định 119/2018/NĐ-CP, chậm nhất ngày 1/11/2020, tất cả doanh nghiệp phải sử dụng hóa đơn điện tử. Để việc chuyển đổi từ sử dụng hóa đơn giấy sang hóa đơn điện tử nhanh chóng và hiệu quả nhất thì doanh nghiệp cần hiểu rõ các vấn đề liên quan đến hoá đơn điện tử, bài viết sẽ làm rõ các vấn đề liên quan đến hóa đơn điện tử như: Hóa đơn điện tử là gì? Điều kiện của các tổ chức khởi tạo hóa đơn điện tử là gì? Lộ trình chuyển đổi hóa đơn điện tử và những lưu ý trước khi chuyển đổi.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cách đây nhiều năm, nhiều doanh nghiệp đã áp dụng công nghệ thông tin trong các nghiệp vụ về nhân sự, kế toán, hành chính... Đơn cử như lĩnh vực Hải quan, Thuế, Bảo hiểm đã sử dụng kê khai điện tử. Thay vì ngồi mang hồ sơ giấy đến trực tiếp cơ quan chức năng như trước đây thì nay, chỉ cần một vài click chuột hồ sơ đã được gửi đến đúng địa chỉ của các đơn vị quản lý.

Trong giai đoạn hiện nay, với sự phát triển của công nghệ 4.0, hóa đơn điện tử được coi là giải pháp tối ưu nhất cho các doanh nghiệp. Được triển khai từ năm 2011 sau 7 năm, có thể nói thị trường và khối doanh nghiệp trong nước đã hội tụ các yếu tố cần và đủ để tăng tốc, tiến tới thay thế hoàn toàn hóa đơn giấy bằng hóa đơn điện tử.

II. NỘI DUNG

1. Hóa đơn điện tử là gì?

Tại khoản 1 Điều 3 trong Thông tư 32/2011/TT-BTC có hiệu lực từ ngày 14/03/2011 của Bộ Tài Chính đã quy định:

“Hóa đơn điện tử là tập hợp các thông điệp dữ liệu điện tử về bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ, được khởi tạo, lập, gửi, nhận, lưu trữ và quản lý bằng phương tiện điện tử. Hóa đơn điện tử được khởi tạo, lập, xử lý trên hệ thống máy tính của tổ chức đã được cấp mã số thuế khi bán hàng hóa, dịch vụ và được lưu trữ trên máy tính của các bên theo quy định của pháp luật về giao dịch điện tử. Hóa đơn điện tử phải đảm bảo hai nguyên tắc: xác định được số hóa đơn theo nguyên tắc liên tục và theo trình tự thời gian, mỗi số hóa đơn đảm bảo chỉ được lập và sử dụng một lần duy nhất.”

Hóa đơn điện tử gồm các loại: hóa đơn xuất khẩu, hóa đơn giá trị gia tăng, hóa đơn bán hàng, hóa đơn khác gồm: tem, vé, thẻ. Phiếu thu tiền bảo hiểm..., phiếu thu tiền cước vận chuyển hàng không, chứng từ thu cước phí vận tải quốc tế, chứng từ thu phí dịch vụ ngân hàng... Hình thức và nội dung của hóa đơn được lập theo thông lệ quốc tế và các quy định của pháp luật có liên quan.

Hóa đơn đã lập dưới dạng giấy nhưng



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

được xử lý, truyền hoặc lưu trữ bằng phương tiện điện tử không phải là hóa đơn điện tử.

Hóa đơn điện tử có giá trị pháp lý nếu thỏa mãn đồng thời các điều kiện sau:

- Có sự đảm bảo đủ tin cậy về tính toàn vẹn của thông tin chứa trong hóa đơn điện tử từ khi thông tin được tạo ra ở dạng cuối cùng là hóa đơn điện tử.

- Tiêu chí đánh giá tính toàn vẹn là thông tin còn đầy đủ và chưa bị thay đổi, ngoài những thay đổi về hình thức phát sinh trong quá trình trao đổi, lưu trữ hoặc hiển thị hóa đơn điện tử.

- Thông tin chứa trong hóa đơn điện tử có thể truy cập, sử dụng được dưới dạng hoàn chỉnh khi cần thiết.

Hóa đơn điện tử phải đáp ứng các nội dung sau:

Tên hóa đơn, ký hiệu hóa đơn, ký hiệu mẫu, số thứ tự hóa đơn thực hiện theo quy định tại phụ lục số 1 Thông tư số 153/2010/TT- BTC của Bộ Tài Chính.

a. Tên, địa chỉ, mã số thuế của người bán.

b. Tên, địa chỉ, mã số thuế của người mua.

c. Tên hàng hóa, dịch vụ, đơn vị tính, số lượng, đơn giá hàng hóa, dịch vụ, thành tiền ghi bằng số và bằng chữ. Đối với hóa đơn giá trị gia tăng, ngoài dòng đơn giá là giá chưa có thuế giá trị gia tăng, phải có dòng thuế suất thuế giá trị gia tăng, tiền thuế giá trị gia tăng, tổng số tiền phải thanh toán ghi bằng số và bằng chữ.

d. Chữ ký điện tử theo quy định của pháp luật của người bán, ngày tháng năm lập và gửi

hóa đơn. Chữ ký điện tử theo quy định của pháp luật của người mua trong trường hợp người mua là đơn vị kế toán.

e. Hóa đơn được thể hiện bằng tiếng Việt. Trong trường hợp cần ghi thêm chữ nước ngoài thì chữ nước ngoài được đặt bên phải trong ngoặc đơn () hoặc đặt ngay dưới dòng tiếng Việt và có cỡ nhỏ hơn chữ tiếng Việt. Chữ số ghi trên hóa đơn là các chữ số tự nhiên: 0;1;2;3;4;5;6;7;8;9; sau chữ số hàng nghìn, triệu, tỷ, nghìn tỷ, triệu tỷ, tỷ tỷ phải đặt dấu chấm (.); Nếu có ghi số sau chữ số hàng đơn vị phải đặt dấu chấm phẩy (,) sau chữ số hàng đơn vị.

2. Điều kiện của tổ chức khởi tạo hóa đơn điện tử là gì?

Theo thông tư 32/2011/TT-BTC: Người bán khởi tạo hóa đơn điện tử phải đáp ứng điều kiện sau:

a. Là tổ chức kinh tế có đủ điều kiện và đang thực hiện giao dịch điện tử trong khai thuế với cơ quan thuế, hoặc là tổ chức kinh tế có sử dụng giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng.

b. Có địa điểm, các đường truyền tải thông tin, mạng thông tin, thiết bị truyền tin đáp ứng yêu cầu khai thác, kiểm soát, xử lý, sử dụng, bảo quản và lưu trữ hóa đơn điện tử.

c. Có đội ngũ người thực thi đủ trình độ, khả năng tương xứng với yêu cầu để thực hiện việc khởi tạo, lập, sử dụng hóa đơn điện tử theo quy định.

d. Có chữ ký điện tử theo quy định của pháp luật.



e. Có phần mềm bán hàng hóa, dịch vụ kết nối với phần mềm kế toán, đảm bảo dữ liệu của hóa đơn điện tử bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ được tự động chuyển vào phần mềm (hoặc cơ sở dữ liệu) kế toán tại thời điểm lập hóa đơn.

f. Có các quy trình sao lưu dữ liệu, khôi phục dữ liệu, lưu trữ dữ liệu đáp ứng các yêu cầu tối thiểu về chất lượng lưu trữ bao gồm:

- Hệ thống lưu trữ dữ liệu phải đáp ứng hoặc được chứng minh là tương thích với các chuẩn mực về hệ thống lưu trữ dữ liệu.

- Có quy trình sao lưu và phục hồi dữ liệu khi hệ thống gặp sự cố: đảm bảo sao lưu dữ liệu của hóa đơn điện tử ra các vật mang tin hoặc sao lưu trực tuyến toàn bộ dữ liệu.

3. Lộ trình chuyển đổi hóa đơn điện tử

Căn cứ vào Điều 36 của Nghị định 119/2018/NĐ-CP, với những cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp thuộc diện đối tượng bắt buộc sử dụng hóa đơn điện tử lưu ý những mốc thời gian sau:

a. Lộ trình từ ngày 01/11/2018 đến ngày 31/10/2020

Trong khoảng thời gian từ khi Nghị định 119 có hiệu lực thi hành tới ngày cuối hạn chuyển đổi sang sử dụng hóa đơn, các tổ chức, doanh nghiệp, ... đã thông báo phát hành hóa đơn đặt in, hóa đơn tự in hoặc các hóa đơn đã mua từ cơ quan thuế trước ngày Nghị định có hiệu lực thì cứ tiếp tục sử dụng đến hết ngày 31/10/2020.

Bên cạnh đó, các cơ sở kinh doanh được

cơ quan thuế thông báo chuyển đổi sử dụng hóa đơn điện tử có mã nhưng chưa đáp ứng đủ điều kiện về công nghệ thông tin thì tiếp tục sử dụng hóa đơn cũ. Kèm theo đó, các cơ sở này cần phải gửi kèm theo Mẫu số 3 Phụ lục Nghị định 119/2018/NĐ-CP cùng với việc nộp tờ khai thuế GTGT.

Các tổ chức kinh doanh mới thành lập trong thời gian này nếu được cơ quan thuế gửi thông báo chuyển đổi sử dụng hóa đơn điện tử thì phải áp dụng hóa đơn điện tử. Nếu chưa đủ điều kiện thì được phép sử dụng hóa đơn giấy theo quy định trong Nghị định 51/2010 và Nghị định 04/2014 của Chính phủ.

b. Lộ trình từ ngày 01/11/2020

Các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, hộ, cá nhân kinh doanh phải hoàn thành xong 100% việc chuyển đổi sang hóa đơn điện tử/ hóa đơn điện tử có mã của cơ quan thuế theo quy định. Theo đó, từ ngày này Nghị định 51/2010/NĐ-CP và Nghị định 04/2014/NĐ-CP sẽ hết hiệu lực thi hành.

c. Trường hợp đặc biệt

Đối với tổ chức sự nghiệp công lập cơ sở giáo dục và cơ sở y tế công lập đã sử dụng phiếu thu tiền thì tiếp tục sử dụng và chuyển đổi sang áp dụng hóa đơn điện tử (hoặc phiếu thu điện tử) theo lộ trình của Bộ Tài Chính.

Tóm lại, việc chuyển đổi sang hóa đơn điện tử sẽ được thực hiện từ ngày 01/11/2018 đến ngày 31/10/2020. Theo đó, đây chính là khoảng thời gian để các doanh nghiệp chính thức khởi động để chuẩn bị cho bước “chuyển đổi điện tử” mạnh mẽ này.



4. Lưu ý trước khi chuyển đổi sang sử dụng hóa đơn điện tử

Mặc dù thời gian bắt buộc doanh nghiệp chuyển đổi sang sử dụng hóa đơn điện tử không còn nhiều, nhưng không phải vì thế mà doanh nghiệp có thể “nhắm mắt chọn đại” một đơn vị cung cấp hóa đơn điện tử nào đó có báo giá rẻ hay có quảng cáo thu hút, bắt tai.

Bởi lẽ, trên thị trường hóa đơn điện tử đang có rất nhiều đơn vị cung cấp hóa đơn điện tử không uy tín mọc lên “như nấm” và đánh lừa người sử dụng phần mềm vừa khó dùng, chi phí lại không hề rẻ. Vì vậy, để lựa chọn được nhà cung cấp phần mềm hóa đơn điện tử tốt nhất, doanh nghiệp cần:

a. Xác định doanh nghiệp mình thuộc đối tượng nào

Căn cứ Nghị định 119/2018/NĐ-CP của chính phủ được ban hành ngày 12/09/2018, quy định rõ các đối tượng sử dụng hóa đơn điện tử, cụ thể:

- Doanh nghiệp có rủi ro về thuế phải chuyển sang sử dụng hóa đơn điện tử có mã xác thực của cơ quan thuế (danh sách được tổng cục thuế công bố vào ngày 15 hàng tháng).

- Doanh nghiệp có hành vi vi phạm về sử dụng hóa đơn bất hợp pháp, trốn thuế, gian lận thuế phải sử dụng hóa đơn điện tử có mã xác thực.

- Doanh nghiệp mới thành lập có thông báo của cơ quan thuế về việc sử dụng hóa đơn điện tử có mã xác thực.

- Những doanh nghiệp không nằm trong 3 đối tượng trên, hoạt động trong tất cả các

lĩnh vực về xăng dầu, vận tải, đường bộ... sử dụng hóa đơn điện tử thông thường.

Theo đó, các doanh nghiệp phải nắm rõ mình thuộc đối tượng nào để đăng ký triển khai đúng theo quy định tránh trường hợp rủi ro trong việc sử dụng nhầm loại hình hóa đơn điện tử.

b. Xác định nhu cầu cụ thể của doanh nghiệp

Sau khi xác định được doanh nghiệp thuộc nhóm đối tượng dùng hóa đơn điện tử có mã xác thực của cơ quan thuế hoặc hóa đơn điện tử, bước tiếp theo bạn cần nắm được nhu cầu cụ thể doanh nghiệp là gì. Nắm chắc quy mô, số lượng phát hành hóa đơn mỗi năm để có thể lựa chọn đúng gói hóa đơn đăng ký tránh lãng phí tài nguyên.

Tiếp đó, nếu doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh đặc thù có đòi hỏi cao về khả năng kết nối, tích hợp với giữa hóa đơn điện tử với các phần mềm đang sẵn có, hay có sự đòi hỏi về nghiệp vụ- tính năng nâng cao trong khởi tạo, in hóa đơn hàng loạt, quản lý doanh thu, lập báo cáo... thì cần tìm hiểu kỹ phần mềm của đơn vị cung cấp đó có khả năng đáp ứng được không.

Ngoài ra, việc nắm rõ các thông tin về hóa đơn điện tử nói riêng, các thay đổi về chế độ kế toán nói chung là điều hết sức quan trọng đối với kế toán trong việc thực hiện đúng bước đi của Chính phủ, không gặp phải các rào cản hoặc tổn thất về pháp lý nào.

c. Lựa chọn đơn vị cung cấp hóa đơn điện tử phù hợp.



Nắm được nhu cầu sử dụng hiện tại của doanh nghiệp chưa đủ để bạn có một bước chuyển đổi tốt mà điều cần là phải lựa chọn được một đơn vị cung cấp hóa đơn điện tử tin cậy, đáp ứng mọi nhu cầu của doanh nghiệp.

Việc lựa chọn được một đơn vị cung cấp phù hợp sẽ giúp doanh nghiệp chuyển đổi được thuận lợi, đặc biệt trong quá trình sử dụng hóa đơn điện tử sẽ được hỗ trợ một cách tốt nhất. Chính vì vậy, doanh nghiệp cần có những đánh giá, cân nhắc thật kỹ lưỡng về năng lực triển khai, tính năng của đơn vị cung cấp trước khi đưa ra quyết định.

III. KẾT LUẬN

Với lợi ích của hóa đơn điện tử là dễ thấy và được nhắc đến nhiều trong một vài năm trở lại đây như: tiết kiệm thời gian, chi phí cho doanh nghiệp, giảm thiểu tình trạng giả mạo

hóa đơn, thuận lợi cho công tác quản lý, gia tăng lợi ích với cho khách hàng, từ đó gia tăng lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Thì bên cạnh đó, rào cản lớn nhất của doanh nghiệp chính là tư duy cũ và tâm lý ngại thay đổi. Tuy nhiên, nếu muốn tồn tại, doanh nghiệp không thể giữ cách thức cũ, bởi việc thay thế hoàn toàn hóa đơn giấy chỉ là vấn đề thời gian. Thế nhưng, nếu chọn đúng nhà cung cấp phần mềm hóa đơn điện tử thì doanh nghiệp sẽ không còn phải lo lắng khi chuyển đổi sang hóa đơn điện tử.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <http://hoadondientu.edu.vn/>
2. Nghị định 119/2018/NĐ-CP của Bộ Tài Chính ban hành ngày 12/09/2018
3. Thông tư 32/2011/TT-BTC của Bộ Tài Chính ban hành ngày 14/03/2011



CÂU LẠC BỘ KẾ TOÁN - MÔ HÌNH SINH HOẠT NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SINH VIÊN CHUYÊN NGÀNH KẾ TOÁN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN

ThS. Nguyễn Thị Song Hương
Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: Cùng với sự phát triển của các cơ sở đào tạo và giáo dục tại Việt Nam, các tổ chức ngoài lớp học cũng mang lại nhiều hiệu quả cho sinh viên. Hiện nay, các tổ chức này được hình thành và phát triển dưới mô hình các câu lạc bộ, đội nhóm, tạo môi trường học hỏi thân thiện, giảm áp lực, cho phép sinh viên củng cố kiến thức cũng như phát triển và hoàn thiện kỹ năng mềm. Bài viết này nêu sự hiệu quả hoạt động của Câu lạc bộ kế toán, Trường đại học kinh tế Nghệ An, góp phần nâng cao chất lượng sinh viên chuyên ngành kế toán.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Mô hình câu lạc bộ (CLB) được triển khai từ lâu tại Hội sinh viên Trường đại học kinh tế Nghệ An bao gồm: CLB sinh viên năng động, CLB sống để yêu thương, CLB hiến máu nhân đạo, ... Mỗi câu lạc bộ có một mục đích và phạm vi hoạt động khác nhau và chủ yếu là tạo ra môi trường gần gũi và học hỏi trao đổi lẫn nhau giữa sinh viên với sinh viên và sinh viên với Khoa, Trường. CLB kế toán là CLB mang tính chất chuyên ngành được thành lập tháng 11 năm 2018 với mục tiêu sinh hoạt học thuật, trao đổi kinh nghiệm, tiếp xúc kế toán thực tế doanh nghiệp và hoạt động nghiên cứu khoa học. Với mục tiêu đó, mặc dù mới ra đời được hơn 1 năm nhưng CLB đã có những hoạt động góp phần không nhỏ vào việc nâng cao chất lượng sinh viên ngành kế toán.

II. NỘI DUNG

CLB kế toán bắt nguồn từ ý tưởng của

khoa Kế toán phân tích nhằm trau dồi kiến thức và phát huy khả năng nghiên cứu khoa học của sinh viên chuyên ngành kế toán. CLB chính thức ra mắt vào ngày 14 tháng 11 năm 2018, trực thuộc Hội sinh viên trường Đại học kinh tế Nghệ An và có sự cố vấn của các giảng viên thuộc khoa Kế toán - phân tích.

Các hoạt động chính của CLB đều thực hiện theo 3 mục tiêu chính. Thứ nhất là sinh hoạt học thuật theo quý (gắn liền với các môn học trong kỳ theo từng khóa học) có sự phối hợp của các giảng viên khoa Kế toán - phân tích nhằm trau dồi kiến thức chuyên ngành cho sinh viên. Thứ hai là các chương trình nâng cao kỹ năng mềm. Thứ ba quan trọng nhất là hoạt động nghiên cứu khoa học ở sinh viên nhằm phát triển khả năng tư duy gắn liền với thực tế kế toán.

Sau khi thành lập CLB đã triển khai cuộc thi “Tìm kiếm tài năng kế toán” với quy mô hơn 300 thí sinh và trải qua 3 vòng thi: Tìm



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

kiểm - Thử thách - Chung kết vô cùng quy mô và hoành tráng. Để tham gia cuộc thi này, các thí sinh phải có kiến thức về nhiều lĩnh vực của kế toán như Kế toán tài chính, Kế toán quản trị, Kế toán thuế, Kế toán công, Thực hành kế toán, Kế toán máy. Do đó, khi tham gia cuộc thi, toàn bộ sinh viên đã có được một lần ôn luyện lại các kiến thức chuyên ngành đã học, được các thầy cô trong Khoa kế toán phân tích hướng dẫn tìm hiểu thêm tài liệu về chuyên ngành. Ngoài ra, trong quá trình tham gia cuộc thi, các thí sinh cũng đã có được cơ hội thể hiện các năng khiếu khác của bản thân, nâng cao ý thức làm việc nhóm, phát triển kỹ năng giao tiếp, Đây đều là những kỹ năng cần thiết, có ích cho các bạn sau khi ra trường.

Hưởng ứng lời phát động của Nhà trường nói chung và Khoa kế toán phân tích nói riêng về hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên, thành viên CLB đã hăng hái đăng ký tham gia 3 đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường. Mỗi đề tài là một nội dung nghiên cứu khác nhau và có hàm lượng khoa học khá cao. Các thành viên trong nhóm đều đã ý thức nghiêm túc việc nghiên cứu, tìm tòi tài liệu và tìm hiểu thực tế để hoàn thành đề tài. Đến thời điểm này, các nhóm đang gấp rút hoàn thiện nghiệm thu đề tài. Hoạt động này sẽ giúp sinh viên củng cố, áp dụng những vấn đề trong học thuật vào thực tiễn. Đây là một bước ngoặt mang tính tiền lệ về hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên kế toán, nếu CLB duy trì được hoạt động này thường xuyên sẽ tăng khả năng nghiên cứu

cho sinh viên. Ngoài ra các bạn còn được tiếp xúc sớm với doanh nghiệp, đây cũng là nền tảng tốt giúp các bạn gặp gỡ những nhà tuyển dụng tiềm năng.

CLB kế toán tổ chức sinh hoạt thường xuyên về hoạt động củng cố kiến thức chuyên ngành và phát triển kỹ năng mềm. Đối với các bạn sinh viên, việc học kiến thức vô cùng quan trọng. Thông qua các buổi sinh hoạt học thuật do CLB tổ chức, các bạn được trao đổi kiến thức với nhau, đặc biệt là với các bạn cùng khóa. Ngoài ra, trong các buổi này luôn có sự tham gia của một số giảng viên. Điều này giúp các bạn có thể giao lưu, gần gũi với các thầy cô hơn và việc chốt các nội dung kiến thức quan trọng, cốt lõi cũng sẽ giúp các bạn nắm vững được môn học chuyên ngành hơn. Bên cạnh sinh hoạt học thuật, CLB đã tổ chức rất nhiều buổi sinh hoạt nâng cao kỹ năng như kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng trả lời điện thoại, kỹ năng làm CV, Đây là những kỹ năng cần thiết cho các bạn trong quá trình học tập và làm việc sau này. Môi trường CLB đã giúp rất nhiều thành viên năng động, tự tin hơn nhiều so với trước đây.

Cũng như các CLB khác trong Nhà trường, CLB kế toán cũng tham gia các hoạt động khác như tình nguyện, thiện nguyện. Các bạn sinh viên có thể đem sức trẻ, sự nhiệt huyết của mình để giúp đỡ, chia sẻ với mọi người, với cộng đồng. Ngoài ra tham gia các chương trình này sẽ trang bị cho các bạn sinh viên tự tin trong ứng xử với những tình



huống, sinh viên sẽ trưởng thành hơn về mặt giao tiếp xã hội thông qua việc tương tác với những người bạn mới, đây cũng là cách để các bạn xây dựng những mối quan hệ dài lâu, bền vững với những người bạn hợp sở thích. Và dĩ nhiên, đây sẽ là trải nghiệm đầy bổ ích để bạn có thể đặt vào trong CV của mình, làm hồ sơ xin việc của bạn nổi bật hơn trong mắt nhà tuyển dụng.

CLB kế toán đã liên kết với một số doanh nghiệp như Misa Group, Công ty Dũng Diệu, Công ty Office 360,....Mỗi khi có các buổi tập huấn, đào tạo hay tuyển dụng thì thành viên câu lạc bộ sẽ được thông báo để tham gia. Đây được coi là những cơ hội vàng cho mục tiêu tìm kiếm việc làm và cơ hội trải nghiệm có ích cho các bạn sinh viên.

III. KẾT LUẬN

Với những hoạt động trong thời gian qua, CLB đã thực hiện đúng theo mục tiêu đề ra đó là: sinh hoạt hoạt học thuật, trao đổi

kinh nghiệm, tiếp xúc kế toán thực tế doanh nghiệp và hoạt động nghiên cứu khoa học. Để CLB có thể là một trong những tổ chức hỗ trợ cho việc nâng cao chất lượng sinh viên chuyên ngành kế toán, Trường đại học kinh tế Nghệ An trong thời gian tới, CLB cần duy trì các hoạt động đã có và thường xuyên có sự thay đổi, cập nhật các kiến thức cũng như kỹ năng cần thiết cho sinh viên. Ngoài ra, CLB cần nghiên cứu thêm hoạt động liên kết với các Trường đại học khác trong và ngoài tỉnh để tăng cường giao lưu, học hỏi cho các bạn sinh viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Phạm Vũ Hà Thanh (2016), Đề tài “Nghiên cứu thành lập và phát triển câu lạc bộ sinh viên kế toán”, Học viện công nghệ bưu chính viễn thông - Cơ sở miền Bắc*
2. *fanpage: Facebook.com/clbketoannace*
3. *Web: <http://tuyensinh.vnu.edu.vn/index.php/Home/viewnews/263>, truy cập 16h ngày 01/12/2019*



THỰC TRẠNG BỎ HỌC CỦA SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC

ThS. Nguyễn Thanh Vân

Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: Được vào học tại giảng đường đại học là ước mơ, hi vọng của gia đình và bản thân nhiều sinh viên. Không một sinh viên nào lại có ý nghĩ khi mới nhập học là mình sẽ bỏ học giữa chừng. Tuy nhiên, có nhiều nhân tố tác động làm cho một số sinh viên bỏ học giữa chừng khi chưa tốt nghiệp. Bài viết phân tích các nguyên nhân và đưa ra một số giải pháp khắc phục thực trạng bỏ học sinh viên hiện nay.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cánh cửa trường đại học không dễ bước vào. Thế nhưng, khi vào được rồi nhiều bạn sinh viên lại chẳng mấy mặn mà với nó. Phần vì khi học đại học không bị quản lý nhiều như trước, thoải mái hơn, tự do hơn với bản thân trong học tập. Phần khác vì nhiều bạn muốn thử bước ra xã hội, gặp và thích thú với những công việc mới kiếm ra tiền mà trước nay chưa từng thử. Phần nữa là vì đa số sinh viên chọn ngành học theo hiểu biết của mình về vị trí việc làm mà không tìm hiểu năng lực bản thân có phù hợp. Cũng chính vì vậy mà hiện tượng sinh viên bỏ học ngày càng phổ biến.

Giáo dục không phải là chuyện riêng của mỗi gia đình mà là câu chuyện chung của toàn xã hội vì nó quyết định đến chất lượng của nguồn nhân lực trong tương lai. Vì vậy, cần sớm tìm ra giải pháp để giải quyết vấn đề hàng ngàn sinh viên bỏ học mỗi năm, tránh lãng phí thời gian và tiền bạc của toàn xã hội.

II. NỘI DUNG

1. Nguyên nhân sinh viên bỏ học

Thứ nhất, khi đã được vào trường đại

học ưng ý thì việc xác định ngành nghề mình theo học cũng là một chuyện không mấy dễ dàng. Nhất là những sinh viên cuối trung học phổ thông vẫn còn đang mơ hồ, hoang mang chưa định hướng được. Hoặc có nhiều trường hợp được bố mẹ định hướng để nối nghiệp gia đình hoặc lựa chọn ngành nghề theo xu hướng xã hội. Tuy nhiên, khi vào học mới thấy ngành bản thân đã đăng kí theo học quá khó hoặc không phù hợp với mình. Điều này dẫn đến dần chán nản việc học và cuối cùng là nghỉ học.

Thứ hai, ở bậc đại học, hầu hết sinh viên đều phải tự lập trong việc học tập. Tâm lý chung của nhiều bạn sinh viên khi bắt đầu bước vào trường đại học là có tư tưởng thoải mái, xả hết những áp lực sau khi hoàn thành xong chương trình trung học phổ thông. Vậy nên, nếu không tự giác, không thấy được tầm quan trọng của việc học thì sinh viên sẽ dễ dàng “tự cho phép” mình nghỉ học đôi khi không vì lý do gì cả. Hậu quả là điểm số thấp, gây nhiều áp lực vào các kỳ học sau đó. Nếu sinh viên nợ môn học kéo dài và đạt đến mức cảnh cáo nhất định, sinh viên sẽ chán nản



dẫn đến bỏ học.

Thứ ba, khi bắt đầu học năm nhất thì sinh viên sẽ được tiếp cận từ những môn đại cương. Tuy nhiên, tâm lý cho rằng những môn học này không quan trọng nên các em sao nhãng, dẫn tới kết quả điểm thấp. Phần nữa, do phương pháp dạy của một số thầy cô giáo chưa thực sự cuốn hút, chưa tạo ra được sự hứng khởi cho sinh viên, dẫn đến sự nhàm chán trong các giờ học. Nếu bạn nào không thật sự cố gắng thì năm tiếp theo sẽ dẫn đến nguy cơ đuối dần, chán nản, không muốn học tiếp.

Thứ tư, sinh viên đang dành quá nhiều thời gian cho việc đi làm thêm, kể cả những sinh viên gia đình có điều kiện kinh tế. Nhiều sinh viên từ năm thứ nhất, năm thứ hai đã đi làm thêm. Phần để kiếm sống trang trải việc học, phần để có kinh nghiệm, và để có thêm tiền tiêu vặt. Thế nhưng khi đi làm, đôi khi công việc cuốn trôi sinh viên vào luồng xoáy của nó. Nếu sinh viên không ý thức được việc làm thêm chỉ là tạm thời thì rất có thể bạn sẽ quên lãng nhiệm vụ chính của mình. Khi quyết định tìm kiếm công việc làm thêm, rõ ràng quỹ thời gian của bạn dành cho việc học sẽ ít hơn. Đồng thời, công việc làm thêm cũng ảnh hưởng tới sức khỏe của các bạn để hoàn thành việc học. Vậy nên, nếu không có kế hoạch, thời gian biểu cho từng công việc cụ thể thì sinh viên khó có thể hoàn thành tốt việc học ở trường. Trên giảng đường đại học, sinh viên phải luôn phải ý thức được rằng mục tiêu học tập là số 1 và luôn là như vậy.

Sinh viên là những người trẻ đang trong quá trình trưởng thành nên dễ chịu tác động từ thực trạng xã hội. Những con số thống kê về lượng cử nhân, thạc sỹ thất nghiệp được cập nhật để làm nhiều bạn nhụt ý chí, mất đi động cơ học tập vì có học tốt ra trường chắc gì đã xin được việc. Xuất phát từ ý nghĩ đã được mặc định sẵn trong đầu là có học tốt cũng thất nghiệp hoặc học ra chắc gì đã làm đúng chuyên ngành nên nhiều bạn thấy chán nản, dẫn đến bỏ học.

2. Kiến nghị về giảm thiểu thực trạng bỏ học

Con đường đi như thế nào không quan trọng, quan trọng là đích đến thành công. Chúng ta đang ở thời đại công nghiệp 4.0 khi mà robot có thể thay thế sức lao động của con người thì càng xác định vai trò của lao động gắn liền với công nghệ máy móc tương tác với robot để thay thế robot làm những công việc mà robot không làm được. Để trở thành nguồn nhân lực phù hợp với sự phát triển của xã hội trong tương lai thì nhà trường cần tác động với gia đình các em không nên tạo áp lực mà hãy để các em đi trên chính đôi chân của mình. Ngay từ những ngày đầu bước chân vào trường đại học, hãy để bản thân mỗi sinh viên phải xác định rõ ràng mục tiêu học tập, tránh trường hợp nợ môn, bỏ học giữa chừng và không thể ra trường đúng hạn so với nhiều bạn bè cùng khóa. Nhà trường cũng cần phối hợp với gia đình chính đốn tư tưởng cho sinh viên, giúp các bạn nhận thức được việc quan trọng của việc học, và giúp các bạn nâng



cao ý thức tự chủ trong cuộc sống của mình. Đồng thời, thường xuyên tạo ra các buổi đối thoại, nói chuyện với các bạn sinh viên để nắm bắt được tâm tư, tình cảm của sinh viên, để kịp thời điều chỉnh hành vi của sinh viên.

Để kịp thời ngăn chặn việc bỏ học của sinh viên cần có vai trò quan trọng của cố vấn học tập. Cố vấn học tập là cầu nối giữa sinh viên và nhà trường, là người gần gũi sinh viên, nắm vững hoàn cảnh của từng sinh viên để có cái nhìn và biện pháp giáo dục đến từng em đúng đắn. Cố vấn học tập phải đi sâu đi sát với lớp, thường xuyên quan tâm đến lớp; quan hệ chặt chẽ với giảng viên bộ môn và cả phụ huynh. Nếu cố vấn học tập kịp thời nắm bắt và tìm hiểu nguyên nhân để kịp thời thông báo đến phụ huynh thì sẽ góp phần hạn chế tình trạng bỏ học của sinh viên rất nhiều.

Bên cạnh đó, đoàn thanh niên cần tạo ra nhiều hơn nữa các sân chơi cho sinh viên, thường xuyên tổ chức các hoạt động vui chơi bổ ích cho sinh viên các ngày kỷ niệm như văn nghệ, các hoạt động thể thao, hội thảo, hoạt động từ thiện hay tình nguyện hè ..., tổ chức các hoạt động vui chơi lành mạnh cho sinh viên như các câu lạc bộ, hoạt động ngoại khóa, giáo dục pháp luật và các tệ nạn xã hội, ... Thông qua các hoạt động này, rèn luyện đạo đức, sự sẻ chia, lối sống tập thể, sự hòa đồng với sinh viên để họ cảm nhận được ý nghĩa trong môi trường đại học.

Khi đi học, có ý thức đi làm thêm phụ giúp gia đình là rất tốt. Nhưng nó chỉ tốt khi chúng ta biết kết hợp giữa học và làm. Ngược

lại, nếu vì luyến tiếc công việc làm thêm hiện tại mà bỏ học thì sẽ vừa tốn tiền để học lại, vừa tốn thời gian và công sức bỏ ra. Do vậy, ngay bản thân sinh viên phải cân bằng được giữa việc làm thêm và học tập. Làm thêm không sai nhưng hãy sắp xếp thời gian hợp lý để vẫn đảm bảo việc học.

III. KẾT LUẬN

Hội nhập và phát triển đòi hỏi lực lượng lao động có tay nghề vững vàng, được đào tạo chuyên nghiệp. Xã hội là nơi tạo cho bạn sự cọ xát thực tế, cho bạn kinh nghiệm để thích nghi với sự thay đổi nhưng trường học là nơi cung cấp cho bạn kiến thức chuyên môn. Học luôn đi đôi với hành, không thể thiếu một trong hai. Học đại học thật sự chưa bao giờ là vô ích, chỉ có bản thân tạo điều kiện để biến khoảng thời gian đi học của bạn trở nên vô ích. Học đại học chỉ trở nên thiếu thực tế khi bạn dồn hết thời gian mình có trong quãng đời sinh viên vào sách vở, trên giảng đường. Bạn còn rất nhiều những vấn đề bổ ích khác ở môi trường đại học cần phải quan tâm như hoạt động đoàn hội, các câu lạc bộ, các cuộc thi, công việc part-time, thực tập sinh... Bỏ học đại học cũng giống như bạn tự giảm mất một phần mối quan hệ trong cuộc sống của mình, những cơ hội trong môi trường học đường sẽ bị hạn chế. Bạn là người tài giỏi nhưng chỉ vì không sở hữu tấm bằng đại học lại đánh mất đi cơ hội quý báu của mình, điều đó rất đáng tiếc. Vì vậy, sinh viên hãy cố gắng hoàn thành tốt quãng thời gian trên ghế nhà trường để đón lấy những cơ hội tốt hơn cho



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

sự nghiệp. Đừng nên bỏ học giữa chừng, hãy đủ bản lĩnh đối mặt với những tình huống trong cuộc sống!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <https://vov.vn/xa-hoi/giao-duc/sinh-vien-dung-bo-hoc-roi-nghi-se-thanh-ti-phu-nhu-bill-gate-831771.vov>

2. <https://giaoducthoidai.vn/tre/sinh-vien-bo-hoc-de-kinh-doanh-duoc-hay-mat-275379-1.html>

3. <https://kenhsinhvien.vn/topic/can-canhh-sinh-vien-bo-hoc.27977/>

4. <https://www.yan.vn/nhung-ap-luc-khien-sinh-vien-ngay-cang-chan-hoc-152624.html>



CÁC CHIẾN LƯỢC MARKETING THEO CHUỖI GIÁ TRỊ

ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Trang

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Mỗi doanh nghiệp có thể được cấu thành bởi nhiều đơn vị kinh doanh và mỗi đơn vị kinh doanh có một chuỗi giá trị. Kết nối chuỗi giá trị của từng đơn vị kinh doanh sẽ hình thành hệ thống cung ứng giá trị cho khách hàng từ doanh nghiệp khai thác nguyên vật liệu thô đến chế biến lắp ráp và bán sản phẩm ra ngoài cho người tiêu dùng cuối cùng. Để đạt hiệu quả kinh doanh cao nhất, các doanh nghiệp cần lựa chọn nên tập trung vào những hoạt động nào, ở giai đoạn nào trong và ngoài chuỗi giá trị của doanh nghiệp thông qua các chiến lược marketing theo chuỗi giá trị.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong môi trường cạnh tranh khốc liệt, khi khách hàng đứng trước vô số khả năng lựa chọn hàng hóa trên thị trường, muốn được khách hàng lựa chọn, thương hiệu cần có sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh. Một trong những cách làm để tạo ra sự khác biệt đó chính là gia tăng giá trị cho khách hàng khi họ lựa chọn sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp. Như vậy, doanh nghiệp cần lựa chọn các hướng hoạt động marketing theo chuỗi giá trị của doanh nghiệp. Từ việc nghiên cứu chuỗi giá trị theo quan điểm marketing hiện đại, bài viết chỉ ra những hướng đi cho doanh nghiệp để tập trung vào những khâu và những hoạt động mang lại lợi thế cạnh tranh cũng như hiệu quả kinh tế cao nhất.

II. NỘI DUNG

1. Tổng quan về chuỗi giá trị

1.1. Khái niệm

Michael E. Porter là người đầu tiên giới thiệu khái niệm về chuỗi giá trị. Porter đã viết: “Lợi thế cạnh tranh không thể được hiểu bằng cách nhìn vào một công ty như một toàn

thể. Nó xuất phát từ nhiều hoạt động rời rạc mà công ty thực hiện trong việc thiết kế, sản xuất, tiếp thị, phân phối và hỗ trợ sản phẩm của mình. Mỗi hoạt động này có thể đóng góp vào vị trí chi phí tương đối của doanh nghiệp và tạo cơ sở cho sự khác biệt”.

1.2. Nội dung

Chuỗi giá trị của doanh nghiệp bao gồm 9 hoạt động được chia thành 2 nhóm chính: nhóm các hoạt động cơ bản và nhóm các hoạt động hỗ trợ.

* Các hoạt động cơ bản

Các hoạt động cơ bản trong chuỗi giá trị của doanh nghiệp là những hoạt động mang tính vật chất liên quan trực tiếp đến việc tạo ra sản phẩm, bán hàng cũng như công tác hỗ trợ sau bán hàng, bao gồm:

- Logistics đầu vào: liên quan đến các hoạt động tiếp nhận, tồn kho, phân phối các đầu vào của sản phẩm.

- Vận hành: liên quan đến các hoạt động chuyển hóa đầu vào thành hình thái sản phẩm sau cùng.

- Logistics đầu ra: liên quan đến các hoạt



động như thu gom, lưu trữ và phân phối thực tế các sản phẩm đến người mua.

- Marketing và bán hàng: liên quan đến các hoạt động cung cấp phương tiện để khách hàng mua sản phẩm hoặc thúc đẩy họ mua sản phẩm.

- Dịch vụ: liên quan đến các hoạt động cung cấp các dịch vụ nhằm tăng cường hoặc duy trì tốt giá trị của sản phẩm.

Tùy theo từng ngành các hoạt động trên sẽ mang đến hàm lượng giá trị gia tăng và quyết định đến lợi thế cạnh tranh.

** Các hoạt động hỗ trợ*

Các hoạt động hỗ trợ chuỗi giá trị của doanh nghiệp sẽ hỗ trợ cho hoạt động sơ cấp và tự chúng cũng hỗ trợ lẫn nhau thông qua việc cung ứng mua hàng đầu vào, công nghệ, nguồn nhân lực và các chức năng khác trong toàn doanh nghiệp.

Các hoạt động hỗ trợ bao gồm:

- Thu mua: liên quan đến chức năng của công tác thu gom các yếu tố đầu vào để sử dụng trong chuỗi giá trị.

- Phát triển công nghệ: mỗi hoạt động tạo ra giá trị đều có đóng góp của công nghệ. Đó là bí quyết, quy trình hoặc công nghệ hiện thân trong các thiết bị của quy trình.

- Quản lý nhân sự: nguồn nhân lực là tài sản chiến lược và mang tính sống còn đối với mọi doanh nghiệp. Quản trị nguồn nhân lực bao gồm nhiều hoạt động liên quan đến tuyển dụng, quy trình đào tạo, huấn luyện, phát triển và vấn đề thu nhập của tất cả các loại nhân sự.

- Cơ sở hạ tầng tổ chức: bao gồm các hoạt động như quản trị tổng quát, lập kế hoạch, tài

chính, kế toán, pháp lý, quan hệ với các cơ quan nhà nước và quản trị chất lượng. Không giống như các hoạt động hỗ trợ khác, cơ sở hạ tầng hỗ trợ toàn bộ chuỗi giá trị của doanh nghiệp chứ không chỉ cho những hoạt động riêng lẻ nào.

Như vậy, chuỗi giá trị của một doanh nghiệp là một hệ thống các hoạt động phụ thuộc lẫn nhau hay một mạng lưới các hoạt động được phối hợp bằng các kết nối. Sự thành công trong việc tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng không chỉ phụ thuộc vào kết quả của từng hoạt động riêng rẽ mà còn phụ thuộc vào kết quả của sự phối hợp hợp lý các hoạt động kinh doanh.

1.3. Ý nghĩa

- Xác định được điểm mạnh điểm yếu của doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp lựa chọn được lĩnh vực đầu tư và chớp thời cơ.

- Xác định lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp

- Làm quá trình tổ chức thực hiện được tốt hơn.

- Làm tăng giá trị cho khách hàng

- Làm hiệu quả hoạt động chung tăng lên nhờ có cơ sở lựa chọn chiến lược, lĩnh vực đầu tư và thực hiện.

2. Các chiến lược marketing theo chuỗi giá trị

Một số chiến lược marketing được đề cập dưới đây là những chiến lược cơ bản giúp gia tăng giá trị cho khách hàng và giảm chi phí qua tập trung vào hoạt động bên trong và bên ngoài chuỗi giá trị.



2.1. Cắt giảm chi phí

Chi phí sản xuất là một trong những yếu tố quyết định đến lợi nhuận và giá thành sản phẩm. Việc cắt giảm chi phí có thể làm tăng lợi nhuận và giảm được giá thành sản phẩm. Vấn đề cốt lõi là cắt giảm chi phí ở hoạt động nào để không làm giảm mà ngược lại còn làm tăng được giá trị cung cấp cho khách hàng. Quan niệm cắt giảm chi phí đồng nghĩa với thu hẹp hoặc làm công ty yếu thế hơn là một sai lầm. Tất nhiên, nếu cắt giảm chi phí mà không nghiên cứu cụ thể về chiến lược thì doanh nghiệp sẽ dễ dàng mất thế cạnh tranh; Còn nếu tập trung vào những mũi nhọn tiềm năng tương lai, thì việc giảm chi phí sẽ là chất xúc tác để doanh nghiệp chuyển mình theo hướng mong đợi.

Theo một nghiên cứu của Harvard Business Press, mức độ tác động của những khu vực cắt giảm lên mức tăng trưởng doanh thu của các công ty hàng đầu như sau: Sa thải nhân sự; Giảm chi tiêu của ban lãnh đạo; Kiểm soát gắt gao nguồn vốn lao động; Tìm đối tác cung ứng khác; Hạn chế chi tiêu phát sinh; Điều chỉnh giá; Thu hẹp danh mục sản phẩm; Giảm các cấp bậc quản lý; Đầu tư vào khu vực kinh doanh mới; Đầu tư phát triển sản phẩm; “Đóng băng” mức lương và/hoặc điều chỉnh mức đền bù; Thay đổi động cơ bán hàng; Thuê ngoài/chuyển sản xuất sang các nước lao động giá rẻ; Sử dụng lao động nội bộ/chuyển sản xuất về các nước gần hơn trong khu vực; Gia tăng công tác marketing...

Một số hướng cắt giảm chi phí có thể

được áp dụng như:

- Giảm chi phí nhân lực
- Giảm chi phí nguyên vật liệu
- Giảm chi phí vốn và sử dụng hiệu quả nguồn vốn
- Chuyển một số công việc và chi phí cho khách hàng: nghiên cứu tổ chức lại chuỗi giá trị sao cho khách hàng có thể đảm nhận một số khâu hiện đang do doanh nghiệp thực hiện.

2.2. Giành lấy giá trị từ khách hàng

Mục đích của việc phân tích giá trị của khách hàng là xác định những lợi ích mà khách hàng trên thị trường mục tiêu mong muốn và xem họ nhận thức như thế nào về giá trị tương đối của hàng hóa do những người cung ứng cạnh tranh cung cấp. Từ đó nhận diện giá trị và cung cấp sản phẩm cho khách hàng với mức giá bán tương xứng với giá trị cung cấp cho khách hàng.

Giá trị mang đến cho khách hàng là cốt lõi của hoạt động kinh doanh, là ý nghĩa sự tồn tại của doanh nghiệp. Doanh nghiệp thường hay khẳng định sẽ mang đến những giá trị x-y-z cho khách hàng, vậy đối với khách hàng, giá trị mà họ cảm nhận được từ nhãn hàng là gì và như thế nào?

- Có thể: - Giá trị là mức giá thấp.
- Giá trị là bất cứ những gì khách hàng muốn từ sản phẩm: kiểu dáng, màu sắc, tính năng, dễ sử dụng, thể hiện đẳng cấp...
 - Giá trị là chất lượng nhận được tương xứng với mức giá phải trả
 - Giá trị là kết quả nhận được tương xứng



so với công sức bỏ ra

Như vậy, giá trị không chỉ đơn thuần là giá rẻ. Thông thường, mức giá rẻ có thể giúp chúng ta tiếp cận được nhiều khách hàng đầu tiên một cách dễ dàng nhưng không đủ sức mạnh để giữ chân họ nếu chúng ta không mang lại một giá trị cụ thể nào đó. Vấn đề mấu chốt chính là làm thế nào để doanh nghiệp nắm bắt được những đánh giá của khách hàng về giá trị sản phẩm của họ. Từ đó doanh nghiệp có thể tăng giá bán thông qua việc tăng giá trị cung ứng cho khách hàng.

Giá trị tỷ lệ thuận với chất lượng hay những lợi ích nhận thức mà khách hàng nghĩ họ nhận được và tỉ lệ nghịch với chi phí hay giá cả. Do đó để tăng giá trị mang đến cho khách hàng sẽ có nhiều cách: tăng chất lượng và giảm giá; tăng chất lượng và giữ nguyên giá; hoặc giữ nguyên chất lượng và giảm giá...

2.3. Tái thiết kế

Tái thiết kế quy trình kinh doanh là việc xem xét và thiết kế lại cơ bản các quy trình của tổ chức nhằm đạt được sự cải thiện đáng kể hiệu quả về chi phí, chất lượng, dịch vụ và tốc độ. Tái thiết kế là hoạt động cần thiết nhằm phát hiện và thay đổi những điểm không phù hợp trong quy trình tổ chức hoạt động của khách hàng. Những thay đổi có thể xuất phát từ nhu cầu của doanh nghiệp hoặc từ yêu cầu của khách hàng như quy trình, công nghệ, phương pháp... Ví dụ quy trình bán hàng của doanh nghiệp có thể được cải tiến nhằm mang lại hiệu quả cao hơn về mặt thời gian, chi phí

bằng cách áp dụng hệ thống công nghệ thông tin, thay đổi hình thức thanh toán, hình thức giao nhận hàng...

Các nguyên tắc quan trọng đối với bất cứ dự án tái thiết kế quy trình kinh doanh:

1. Xác định chiến lược trước khi tái thiết kế.

2. Tái thiết kế từng quá trình sơ cấp trước (tức là tập hợp những biến đổi nhân tố đầu vào có trong sản phẩm với những đặc tính riêng) rồi sau đó tối ưu hóa các quy trình thứ cấp (tức là các quy trình hỗ trợ việc thực hiện tốt quy trình sơ cấp).

3. Tối ưu việc sử dụng công nghệ thông tin.

4. Cơ cấu tổ chức và các mô hình quản lý phải tương thích với quy trình sơ cấp.

Thay đổi vừa tạo ra bộ mặt mới cho doanh nghiệp vừa góp phần mang lại giá trị gia tăng cho khách hàng.

2.4. Thuê ngoài

Ngày nay, với việc phân công lao động ngày càng chuyên môn, sẽ có rất ít công ty có thể đảm nhận hết các khâu trong chuỗi giá trị, thay vào đó chuyển sang chuyên môn hóa vào một hay vài khâu và chuyển các hoạt động còn lại cho các công ty khác đảm nhận, việc này được gọi là hoạt động thuê ngoài (outsourcing).

Hoạt động thuê ngoài rất đa dạng, nhìn chung, các khâu trong chuỗi sản phẩm đều có thể được thuê ngoài. Công ty chuyên về lĩnh vực sản xuất có thể thuê một công ty tài chính hoặc kiểm toán thực hiện các hoạt động kiểm



toán, kế toán và hoạch định tài chính. Tương tự, việc quản lý nhân sự với các khâu như tuyển dụng, đào tạo và chính sách nhân sự cũng có thể được thuê ngoài nhằm giúp công ty tập trung vào khâu cốt lõi. Thuê ngoài là giải pháp đã và đang được nhiều doanh nghiệp áp dụng bởi nó giảm gánh nặng về chi phí, gia tăng hiệu quả về chuyên môn với đội ngũ nhân viên có trình độ, chất lượng và kinh nghiệm làm việc. Vấn đề đặt ra là doanh nghiệp cần phân tích cụ thể để lựa chọn phương thức thuê ngoài cho những hoạt động nào.

Yếu tố quan trọng hàng đầu thúc đẩy doanh nghiệp thực hiện thuê ngoài là nhằm mục tiêu nâng cao hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, cũng cần xem xét những yếu tố khác để đưa ra quyết định thuê ngoài cho từng khâu cụ thể. Theo đó, có 4 trường hợp doanh nghiệp không nên thuê ngoài: thứ nhất, đối với hoạt động có giá trị chiến lược dài hạn; thứ hai, đối với các khâu mà nguồn lực doanh nghiệp như kỹ năng và kiến thức là thích hợp; thứ ba, đối với hoạt động vượt trội so với đối tác; và thứ tư là đối với các hoạt động doanh nghiệp cảm thấy có thể tự phát triển trong tương lai.

Doanh nghiệp có thể xem xét hướng và quy mô thuê ngoài như sau:

- Hướng thuê ngoài: doanh nghiệp cần xem xét nên thuê ngoài các dịch vụ hướng về phía trước hay phía sau (nếu lấy hoạt động chính làm tiêu chuẩn). Chẳng hạn, nếu doanh nghiệp sản xuất sản phẩm chính là điện thoại di động với thương hiệu riêng thì có thể thuê ngoài sản xuất linh kiện và lắp ráp để chỉ tập

trung cho khâu phát triển thương hiệu (đây là dạng thuê ngoài theo hướng về phía trước).

- Mức độ của hoạt động thuê ngoài: doanh nghiệp sẽ quyết định thuê ngoài đến bao nhiêu phần trăm trong chuỗi giá trị chính. Chẳng hạn, doanh nghiệp có thể thuê ngoài gần như toàn bộ các khâu trong chuỗi giá trị và chỉ tự thực hiện (insource) hai khâu quan trọng là nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D) và phát triển thương hiệu. Điển hình là Công ty Apple hoặc BKAV (với sản phẩm Bphone) gần như chỉ tập trung vào hai khâu quan trọng và giá trị nhất này, còn thì thuê ngoài các khâu khác. Trong khi đó, Samsung lại thực hiện nhiều khâu hơn trong chuỗi giá trị và chỉ thuê ngoài các khâu kém quan trọng trong chuỗi.

Thông thường, các doanh nghiệp sẽ tập trung nguồn lực vào các hoạt động chính và thuê ngoài đối với các hoạt động phụ trợ. Các hoạt động marketing như điều tra, nghiên cứu thị trường, quảng cáo, bán hàng, dịch vụ khách hàng... rất phù hợp để sử dụng nguồn lực từ bên ngoài.

III. KẾT LUẬN

Giá trị căn bản nhất mà doanh nghiệp tạo ra cho chính họ được đo bằng khoản tiền mà khách hàng sẵn sàng chi trả cho sản phẩm/dịch vụ được cung ứng. Nắm rõ sự vận hành của hệ thống cung ứng giá trị cho khách hàng cũng như xây dựng hệ thống quản trị chuỗi cung ứng sẽ là tiền đề tốt để doanh nghiệp tạo ra lợi thế cạnh tranh trên thị trường.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Marcel Van Assen - Gerben Van Den Berg - Paul Pietersma, *Những mô hình quản trị kinh điển*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
2. PGS, TS. Ngô Thị Kim Thanh, PGS, TS Lê Văn Tâm, *Giáo trình quản trị DN*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
3. PGS. TS Trương Đình Chiến (2013), *Quản trị marketing*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
4. Philip Kotler (2018), *Marketing trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0*, NXB Thế giới.
5. David Avrin (2018), *Những chiến lược marketing tạo ra lợi nhuận*, NXB Hồng Đức
6. TS. Bùi Hữu Phước (2009), *Tài chính doanh nghiệp*, NXB Tài chính
7. TS. Viên Thị An, TS. Lê Thị Kim Hoa (2016), *Giáo trình quản trị sản xuất*, NXB Tài chính;



PHƯƠNG PHÁP DẠY HỌC BẰNG TÌNH HUỐNG TRONG HỌC PHẦN QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC

ThS. Lê Thị Hồng Ngọc

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Phương pháp giảng dạy truyền thống với vai trò người thầy là trung tâm phát thông tin và người học bị động tiếp nhận thông tin đã trở nên lạc hậu trước yêu cầu về đào tạo cử nhân Quản trị kinh doanh. Hạn chế rõ nhất của phương pháp này không tạo được sự chủ động, tích cực của người học, nhất là năng lực tư duy sáng tạo và khả năng tiếp thu cái mới. Qua nhiều năm áp dụng phương pháp dạy học bằng tình huống cho thấy phương pháp này có những ưu điểm nổi bật so với phương pháp truyền thống, áp dụng phương pháp dạy học bằng tình huống giúp cho sinh viên và giảng viên cùng nhau trao đổi, nắm bắt những kiến thức và vận dụng chúng vào hoạt động thực tiễn.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Học phần quản trị chiến lược là môn học không thể thiếu trong đào tạo chuyên ngành QTKD. Đây là môn học vừa có tính lý luận cơ bản vừa đòi hỏi tính ứng dụng thực tiễn cao, đồng thời rèn luyện khả năng phân tích và tổng hợp rất tốt trong quá trình phân tích chiến lược. Chính vì vậy, phương pháp nghiên cứu tình huống (case study) - một phương pháp giảng dạy đang được sử dụng phổ biến trong các trường kinh doanh trên toàn thế giới - đã được sử dụng làm phương pháp giảng dạy trong rất nhiều môn học chuyên ngành QTKD như quản trị học, kỹ năng quản trị, quản trị chiến lược, marketing Để giảng dạy học phần quản trị chiến lược, giảng viên cần xác định mục tiêu của buổi học, lựa chọn tình huống, gợi ý các hướng giải quyết, xây dựng câu hỏi thảo luận, phân công các nhóm giải quyết tình huống, tổng kết, nhận xét và đánh giá kết quả làm việc nhóm.

II. NỘI DUNG

1. Quan điểm về tình huống và phương pháp dạy học bằng tình huống.

Theo Boehrer, J. (1995) “Tình huống là một câu chuyện, có cốt truyện và nhân vật, liên hệ đến một hoàn cảnh cụ thể, từ góc độ cá nhân hay nhóm và thường là hành động chưa hoàn chỉnh. Đó là một câu chuyện cụ thể và chi tiết, chuyển nét sống động và phức tạp của đời thực vào lớp học” .

Còn theo Hammond, J.S - Đại học Harvard “Case Study hay còn gọi là Case method là phương pháp dạy học thông qua nghiên cứu trường hợp điển hình. Ở đây, người học được giới thiệu một tình huống cụ thể, có thật và được đặt vào vị trí của người ra quyết định để giải quyết vấn đề trong tình huống ấy” .

Phương pháp dạy học bằng tình huống là đưa ra các tình huống (có thật hoặc hư cấu) chứa đựng nội dung bài giảng để sinh viên có bối cảnh trải nghiệm, có điều kiện đưa ra



các ý kiến cá nhân, qua đó phát huy tính tích cực của sinh viên trong việc tự phân tích tìm đường đi đến chân lý. Phương pháp tình huống thuyết phục sinh viên bằng chính kinh nghiệm và những suy luận cá nhân rút ra sau khi tham gia vào tình huống. Do đó, những tri thức, kỹ năng, tình cảm, thái độ mà sinh viên thu nhận được trở thành của chính họ, do họ tự nhận thức, không bị áp đặt bởi giáo viên.

2. Những ưu điểm nổi bật của phương pháp dạy học bằng tình huống

Qua nhiều năm áp dụng phương pháp dạy học bằng tình huống ở một số học phần môn học chuyên ngành Quản trị kinh doanh nói chung và học phần quản trị chiến lược nói riêng cho thấy phương pháp này có những ưu điểm nổi bật so với phương pháp truyền thống:

Thứ nhất, nâng cao tính thực tiễn của môn học. Sau khi đã được cung cấp kiến thức lý thuyết, một bài tập tình huống sẽ giúp sinh viên có cái nhìn sâu hơn và thực tiễn hơn về vấn đề lý thuyết đã được học. Thông qua việc xử lý tình huống, sinh viên sẽ có điều kiện để vận dụng linh hoạt các kiến thức lý thuyết.

Thứ hai, nâng cao tính chủ động, sáng tạo và sự hứng thú của sinh viên trong quá trình học. Khác với việc tiếp thu lý thuyết một cách thụ động, khi được giao các bài tập tình huống, các nhóm sinh viên phải chủ động tìm kiếm và phân tích các thông tin để đi đến giải pháp cho tình huống. Để đáp ứng được yêu cầu này, sinh viên phải chủ động tư duy, thảo

luận trong nhóm hay với giảng viên, tìm hiểu thêm về lý thuyết, tài liệu tham khảo để đạt đến giải pháp.

Chính trong quá trình tư duy, tranh luận, bảo vệ và sửa đổi các đề xuất - giải pháp của mình, sinh viên đã tham gia vào quá trình nhận thức. Sự tham gia tích cực đó đã góp phần tạo ra sự hứng thú trong học tập, sáng tạo của người học. Đây chính là lúc quá trình dạy học và tập trung vào học phương pháp học, phương pháp tiếp cận, phân tích và tìm giải pháp chứ không dừng lại ở việc học các nội dung cụ thể.

Thứ ba, nâng cao kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng phân tích, giải quyết vấn đề, kỹ năng trình bày, bảo vệ và phản biện ý kiến trước đám đông. Để giải quyết tình huống, học viên được yêu cầu làm việc trong nhóm, cả nhóm cùng phân tích và thảo luận để đi đến câu trả lời, sau đó trình bày câu trả lời trước lớp. Lúc này sinh viên tiếp thu được kinh nghiệm làm việc theo nhóm, chia sẻ kiến thức, thông tin để cùng đạt mục tiêu chung. Các kỹ năng như trình bày, bảo vệ và phản biện ý kiến cũng được hình thành trong cách học này. Sinh viên cũng học được cách lắng nghe ý kiến của người khác để làm cho vốn kiến thức của mình phong phú hơn. Đây chính là những kỹ năng rất cần thiết đối với các nhà quản trị hiện đại.

Thứ tư, giảng viên - trong vai trò của người điều hành - cũng sẽ tiếp thu được rất nhiều kinh nghiệm và cách nhìn, giải pháp mới từ phía sinh viên để làm phong phú bài



giảng và điều chỉnh nội dung tình huống nghiên cứu.

Thứ năm, các tình huống tốt có tính chất liên kết lý thuyết rất cao. Để giải quyết một tình huống, người học có thể phải vận dụng nhiều kiến thức của nhiều phần học, thậm chí của các môn học khác nhau, đây chính là lúc lý thuyết rời rạc của 1 môn học được nối thành bức tranh tổng thể, đồng thời sinh viên được cung cấp sự liên kết - đan xen giữa các kiến thức độc lập của nhiều môn học lại với nhau.

Với những ưu điểm nổi bật của phương pháp này, do đó phương pháp dạy học bằng nghiên cứu tình huống áp dụng cho học phần quản trị chiến lược là rất phù hợp.

3. Triển khai việc dạy học bằng phương pháp tình huống trong một số nội dung thuộc học phần quản trị chiến lược.

Phương pháp dạy học bằng tình huống gồm có ba thành phần liên quan với nhau:

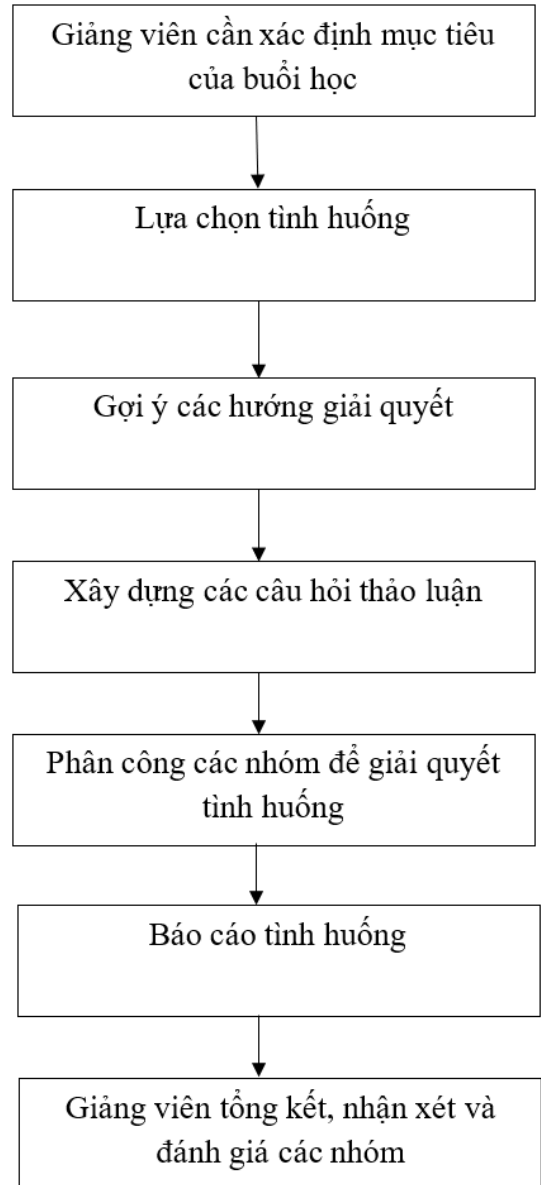
- Nội dung của tình huống: trong đó nêu bật các vấn đề được đặt ra mang tính thực tiễn cao, có tính logic của vấn đề cần được mang ra phân tích, đánh giá cụ thể.

- Phân tích tình huống: từ các vấn đề nêu ra trong tình huống sinh viên xây dựng các câu hỏi cụ thể về các vấn đề cần giải quyết, cần quan tâm, cách thức giải quyết vấn đề trong tình huống.

- Thảo luận tình huống: nêu ra các giải pháp để giải quyết các vấn đề gắn với nội dung môn học.

Các bước tiến hành phương pháp dạy

học bằng tình huống trong một buổi học:



Các bài tập tình huống có nhiều dạng, từ bài tập đơn giản, ngắn và cho từng chương đến những bài tình huống về một công ty trong suốt một giai đoạn hoạt động để người học phân tích chiến lược. Áp dụng phương pháp dạy học bằng tình huống trong học phần quản trị chiến lược, trước tiên người giảng viên



cần xác định mục tiêu, nội dung kiến thức cần truyền đạt cho sinh viên là gì? Từ đó lựa chọn tình huống cho phù hợp, ví dụ để làm rõ bản chất và vai trò của sứ mệnh công ty, tầm nhìn chiến lược công ty,... có thể lựa chọn tình huống như: “Tìm ra sứ mạng mà đi” (Nguồn: K. Matsushita (Trần Quang Tuệ dịch), Quyết đoán trong kinh doanh, NXB Giáo dục, Hà Nội, 1998, trang 134 - 138) hay phân tích tình huống: “Tầm nhìn chiến lược sâu rộng của Bill Gates” (Nguồn: PGS.TS Ngô Kim Thanh, Bài tập Quản trị chiến lược, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, 2011, trang 40 - 46). Tùy thuộc vào từng bài học, kiến thức mà giảng viên mong muốn các sinh viên nhận được mà đưa ra phù hợp mục tiêu của mình ví dụ tìm hiểu môi trường bên trong và môi trường bên ngoài (thuộc nội dung chương 2 và 3 của học phần môn học) thì sẽ đưa ra các tình huống liên quan đến môi trường kinh tế, chính trị - pháp luật, văn hoá - xã hội, công nghệ hay môi trường ngành kinh doanh của một doanh nghiệp gồm có khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nhà cung cấp, sản phẩm hàng hóa dịch vụ thay thế...người giảng viên có thể đưa ra tình huống: “Những điểm doanh nhân Việt Nam cần đặc biệt lưu ý khi kinh doanh với người Nhật” (Nguồn: GS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân, Đàm phán trong kinh doanh quốc tế, chương 9, NXB Thống Kê, 2009) hay tình huống: “Tại sao hàng Trung Quốc giá rẻ” (Nguồn: Việt Nam Supply Chain Insight, số 2, tháng 9/2009, trang 46 - 51). Từ tình huống trên có thể phân tích,

nhận diện những điểm mạnh, điểm yếu của chiến lược xuất khẩu hàng Trung Quốc giá rẻ,... đây là một tình huống minh họa cho việc nghiên cứu phân tích môi trường bên trong doanh nghiệp. Khi lựa chọn tình huống phân tích, thảo luận quan trọng là tình huống phải phù hợp với nội dung các lý thuyết trong học phần quản trị chiến lược và có tính cập nhật với xu hướng thực tế.

Sau khi đưa ra tình huống, giảng viên sẽ gợi ý các hướng giải quyết, giảng viên cần cung cấp các kiến thức về mặt lý thuyết có liên quan đến tình huống đưa ra hoặc từ tình huống để rút ra được những nội dung lý thuyết từ tình huống, giải thích thật chi tiết tình huống để sinh viên hiểu rõ các vấn đề cần giải quyết từ đó đưa ra hướng thảo luận về tình huống để gợi ý cho sinh viên, giúp sinh viên đi vào nội dung chính về vấn đề đề cập đến, hướng dẫn sinh viên tham gia vào tình huống ngay cả khi sinh viên không có sự chuẩn bị nào cũng có thể tham gia thảo luận được.

Phân công các cá nhân hoặc các nhóm để giải quyết tình huống. Việc phân công để giải quyết tình huống có thể lựa chọn sinh viên có ý thức, năng động, tích cực làm nhóm trưởng điều hành các thành viên trong nhóm. Các nhóm theo thứ tự có thể lên trình bày quan điểm của nhóm mình về tình huống đưa ra, các nhóm còn lại có thể trao đổi, thảo luận để phân tích làm rõ thêm những vấn đề đã được nêu ra trong tình huống, giáo viên sẽ bổ sung thêm các câu hỏi cho nhóm trình bày. Mỗi



sinh viên sẽ được đóng góp ý kiến của mình về tình huống đưa ra.

Giảng viên tổng kết tình huống, rút ra kết luận các giải pháp có liên quan đến nội dung lý thuyết môn học. Sau khi ghi nhận các ý kiến của các nhóm, từng thành viên trong nhóm, giảng viên sẽ dựa vào đó đánh giá vấn đề đang thảo luận. Có thể có những vấn đề không mang lại kết quả như mong muốn, có những vấn đề có kết quả đúng sai rõ ràng, nhưng giảng viên sẽ là người chốt lại về tình huống đó để giúp sinh viên có thể hiểu rõ hơn cách thức giải quyết của mình.

III. KẾT LUẬN

Áp dụng phương pháp dạy học bằng tình huống trong học phần quản trị chiến lược tạo điều kiện cho sinh viên có khả năng phân tích vấn đề, kỹ năng thực hành để nâng cao năng lực tư duy sáng tạo. Đồng thời, sinh viên sẽ có khả năng làm việc nhóm, tự nghiên cứu, suy luận, tích cực chủ động hơn trong học tập. Tuy nhiên, trong quá trình ứng dụng có một số thách thức bao gồm cả yếu tố chủ quan (giảng viên và sinh viên) và yếu tố khách quan (môi trường

điều kiện vật chất) cần được nhìn nhận. Phương pháp dạy học bằng tình huống chỉ thực sự phát huy những giá trị hữu ích khi có sự tham gia chủ động và yêu thích của sinh viên và trong điều kiện có đủ sách, tài liệu tham khảo và sinh viên cũng tự quen với việc tự nghiên cứu trước khi đến lớp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Đình Chính (1995), *Bài tập tình huống quản lý giáo dục*, NXB Giáo dục, Hà Nội.

2. Đinh Tuấn Dũng (2002), “*Đổi mới phương pháp dạy học theo tình huống*”, *Kỷ yếu hội thảo nâng cao chất lượng đào tạo toàn quốc lần thứ III*, Hà Nội. Bộ Giáo dục và Đào tạo.

3. PGS.TS. Hoàng Văn Hải (2013), *Quản trị chiến lược*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

4. PGS.TS. Ngô Thị Kim Thanh (2012), *Giáo trình Quản trị chiến lược*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

5. PGS.TS. Ngô Thị Kim Thanh (2012), *Bài tập Quản trị chiến lược*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

6. GS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân (2011), *Quản trị chiến lược*, NXB tổng hợp Thành phố HCM.



MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ BỆNH VIÊM DA NỔI CỤC TRÊN TRÂU BÒ HIỆN NAY

Nguyễn Đình Tiên
Khoa Nông Lâm Ngư

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Từ tháng 7/2020 khi bệnh Viêm da nổi cục (VDNC) xuất hiện trên đàn gia súc với 13 ổ dịch xuất hiện tại Trung Quốc, Cục Thú y (Bộ NN&PTNT) đã có những cảnh báo về dịch bệnh này. Tuy nhiên, đến tháng 10/2020, bệnh VDNC đã xuất hiện tại Việt Nam với hai ổ dịch đầu tiên tại Lạng Sơn và Cao Bằng với tổng số trên 147 con bò mắc bệnh, trong đó có 11 con chết.

Theo thống kê của Cục Thú y, hiện nay dịch VDNC đã xảy ra ở 781 xã của 149 huyện tại 25 tỉnh, thành phố. Tổng số gia súc mắc bệnh là 17.544 con. Tổng số gia súc buộc phải tiêu hủy hoặc bị chết chiếm 7% tổng số gia súc bị bệnh. Trên địa bàn tỉnh Nghệ An (tính đến ngày 04/04/2021), bệnh VDNC đã xuất hiện tại 18 huyện, thành, thị: Số trâu bò mắc bệnh là 717 con; Số chết, tiêu hủy là 46 con (14 con bò; 32 con bê).

II. NỘI DUNG

1. Đặc điểm chung

Bệnh Viêm da nổi cục (tên tiếng Anh là Lumpy Skin Disease, viết tắt là LSD), còn được gọi là bệnh Viêm da nổi cục truyền nhiễm hoặc bệnh Da sần, là bệnh truyền nhiễm do một loại vi rút thuộc họ Poxviridae

gây ra trên trâu, bò. Vi rút không gây bệnh trên người. Đường truyền lây chủ yếu qua côn trùng đốt như muỗi, ruồi, ve; bệnh cũng có thể lây truyền do vận chuyển trâu, bò mang mầm bệnh, sử dụng chung máng uống, khu vực cho ăn, sữa, tinh dịch và qua tiếp xúc trực tiếp.

Dịch bệnh xảy ra theo mùa, chủ yếu vào những tháng ấm, khi côn trùng hoạt động mạnh và phong phú nhất, gây thiệt hại về năng suất do sản lượng sữa giảm mạnh, giảm khả năng sinh sản, sảy thai, tổn thương da, giảm tăng trọng và có thể chết, gây tổn thất về kinh tế do hạn chế vận chuyển và thương mại.

2. Đặc điểm của vi rút gây bệnh

Vi rút gây bệnh Viêm da nổi cục thuộc họ Poxviridae, chi Capripoxvirus, cùng chi với vi rút gây bệnh Đậu trên dê, cừu.

Vi rút có thể bị tiêu diệt ở nhiệt độ 55°C trong 2 giờ, 65°C trong 30 phút. Vi rút có thể được hồi phục từ những nốt sần trên da được giữ ở nhiệt độ -80°C trong 10 năm và dịch nuôi cấy mô nhiễm vi rút được bảo quản ở nhiệt độ 4°C trong 6 tháng.

Vi rút nhạy cảm với môi trường pH kiềm hoặc a xít; có thể tồn tại ở môi trường pH = 6,6 - 8,6 trong 5 ngày ở nhiệt độ 37°C.



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

Hóa chất sử dụng để diệt vi rút Viêm da nổi cục bao gồm ether (20%), chloroform, formalin (1%), phenol (2% trong 15 phút), sodium hypochlorite (2 - 3%), hợp chất iodine (pha loãng 1:33), Virkon (2%), hợp chất amoni bậc bốn (0,5%) và một số chất tẩy rửa như sodium dodecyl sulphate.

Vi rút Viêm da nổi cục rất ổn định, tồn tại trong thời gian dài ngoài môi trường, đặc biệt là ở dạng vảy khô; tồn tại trong các nốt da hoại tử trên 33 ngày, trong các lớp vảy khô lên đến 35 ngày và ít nhất 18 ngày trong da phơi khô. Vi rút nhạy cảm với ánh sáng mặt trời và chất tẩy rửa có chứa dung môi lipid, nhưng trong điều kiện môi trường tối và ẩm ướt, ví dụ như chuồng trại bị ô nhiễm, vi rút có thể tồn tại trong nhiều tháng.

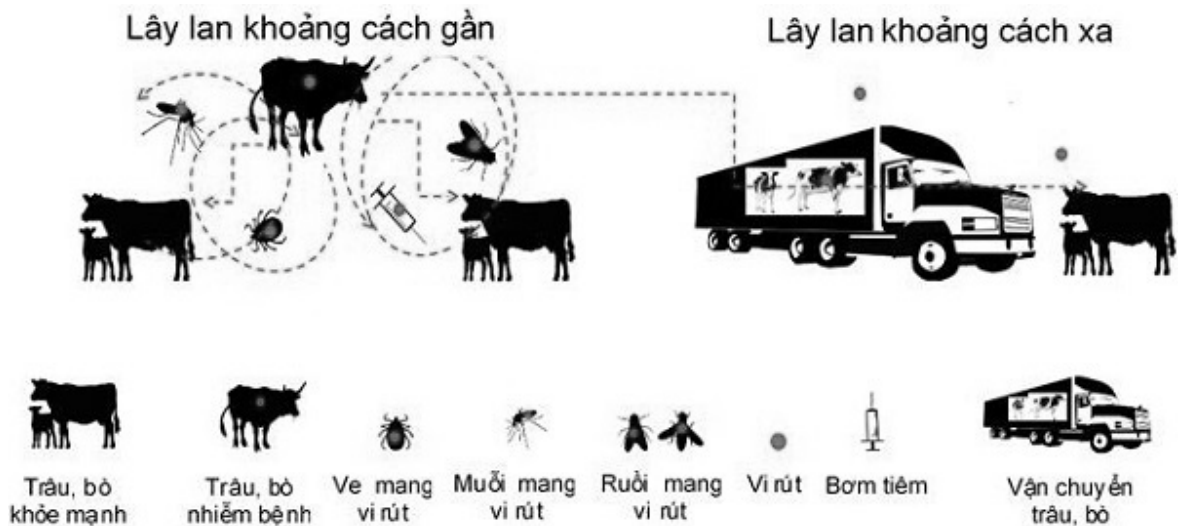
3. Đặc điểm dịch tễ

Động vật mẫn cảm với vi rút Viêm da nổi cục là trâu, bò. Tỷ lệ trâu, bò mắc bệnh khoảng 10 - 20%; tỷ lệ chết khoảng 1 - 5%. Thời gian ủ bệnh trung bình khoảng 4 - 14 ngày.

Côn trùng chân đốt được xem là véc tơ truyền bệnh Viêm da nổi cục. Mặc dù đến nay chưa xác định được véc tơ truyền bệnh cụ thể, muỗi, ruồi cắn và ve đực có thể đóng vai trò quan trọng trong việc làm lây truyền vi rút. Vai trò của các véc tơ truyền bệnh là khác nhau giữa các khu vực địa lý khác nhau, phụ thuộc vào nguồn và đặc điểm của mỗi loại véc tơ. Trâu, bò đực nhiễm bệnh có thể bài thải vi rút

qua tinh dịch; tuy nhiên đến nay vẫn chưa có bằng chứng về đường lây truyền bệnh Viêm da nổi cục thông qua tinh dịch. Ngoài ra, cũng chưa rõ có hay không việc truyền lây vi rút qua đường thức ăn và nước uống nhiễm mầm bệnh. Tiếp xúc trực tiếp được cho là không đóng vai trò quan trọng trong lây truyền vi rút Viêm da nổi cục.

Các nốt sần và vảy da chứa một lượng vi rút Viêm da nổi cục tương đối cao. Vi rút có thể được phân lập từ những bệnh phẩm này trong 35 ngày và có thể lâu hơn. Vi rút có thể được phân lập từ máu, nước bọt, dịch tiết ở mắt và mũi và tinh dịch. Vi rút được tìm thấy trong máu trong khoảng từ 7 đến 21 ngày sau khi nhiễm bệnh, với mức độ thấp hơn so với trong các nốt sần ở da tại cùng thời điểm lấy mẫu. Sự bài thải của vi rút trong tinh dịch có thể kéo dài tới 42 ngày. Cũng có bằng chứng về sự lây truyền vi rút qua nhau thai. Vi rút Viêm da nổi cục không gây bệnh mãn tính. Một số động vật bị bệnh không biểu hiện triệu chứng lâm sàng, nhưng mang vi rút trong máu và có thể truyền bệnh cho động vật khỏe thông qua côn trùng hút máu.



Hình 1: Đường lây truyền bệnh Viêm da nổi cục trên trâu bò

4. Phân bố bệnh

Bệnh Viêm da nổi cục là dịch bệnh địa phương tại hầu hết các nước Châu Phi. Từ năm 2012, bệnh đã lây lan nhanh sang khu vực Trung Đông, Đông Nam Châu Âu, Bắc Mỹ, biên giới Á - Âu, Nga và Kazakhstan. Bệnh Viêm da nổi cục đã và đang xảy ra trên diện rộng tại Thổ Nhĩ Kỳ, khi có tới 131 ổ dịch được ghi nhận trong năm 2019.

Theo thông tin từ Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hiệp quốc (FAO), từ năm 2013 đến nay, bệnh Viêm da nổi cục trên trâu, bò đã xảy ra tại một số nước như thuộc khu vực Châu Á như: các nước thuộc khu vực Trung Đông, Ấn Độ, Bangladesh, Nepal, Trung Quốc,...; cụ thể:

- Tại khu vực Tây Á và Trung Á, bệnh được ghi nhận xuất hiện từ năm 2013 và tiếp tục xảy ra từ đó đến nay.

- Tại khu vực Nam Á, bệnh Viêm da

nổi cục được ghi nhận lần đầu tiên vào tháng 8/2019 tại Ấn Độ, sau đó bệnh được ghi nhận tại Bangladesh vào tháng 9/2019.

- Tại Ấn Độ, bệnh Viêm da nổi cục được báo cáo lần đầu tiên cho Tổ chức Thú y thế giới (OIE) vào ngày 18/9/2019 tại bang Odisha; các trường hợp nghi ngờ mắc bệnh Viêm da nổi cục cũng được báo cáo trong khoảng thời gian tháng 9/2019 đến tháng 7/2020 tại 4 bang.

- Tại Bangladesh, bệnh Viêm da nổi cục được xác nhận tại 8 đơn vị địa lý trong giai đoạn từ tháng 9 - 12/2019; các ổ dịch nghi ngờ được ghi nhận vào tháng 5 - 6/2020.

- Tại Nepal, vào tháng 7/2020, phát hiện một số bò bệnh với triệu chứng điển hình của bệnh Viêm da nổi cục tại một tỉnh cực Đông của Nepal. Đang chờ kết quả xét nghiệm trong phòng thí nghiệm.

- Tại Trung Quốc, ổ dịch đầu tiên được



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

ghi nhận vào tháng 8/2019 tại khu vực Tân Cương; tính đến ngày 27/7/2020, tổng số đã phát hiện 13 ổ dịch bệnh Viêm da nổi cục tại nước này; đặc biệt trong khoảng thời gian từ ngày 15- 20/7/2020, đã ghi nhận 5 ổ dịch mới tại tỉnh Quảng Tây (cách biên giới với Việt Nam khoảng 200 km).

5. Triệu chứng, bệnh tích

Trâu, bò mắc bệnh có những dấu hiệu dưới đây:

- Sốt cao, có thể trên 41°C.
- Giảm năng suất sữa rõ rệt ở gia súc đang cho con bú.
- Suy nhược, bỏ ăn và hóc hác.
- Viêm mũi, viêm kết mạc và tiết nhiều nước bọt.
- Sung hạch bạch huyết bề mặt.
- Hình thành các nốt sần có đường kính từ 2 - 5 cm, đặc biệt là ở da đầu, cổ, chân, bầu vú, cơ quan sinh dục và đáy chậu trong vòng

48 giờ sau khi bắt đầu phản ứng sốt. Các nốt sần này có hình tròn, chắc, tròn và nhô cao, liên quan đến da, mô dưới da và đôi khi cả các cơ bên dưới.

- Các nốt sần lớn có thể bị hoại tử và cuối cùng là xơ hóa và tồn tại trong vài tháng; để lại các vết sẹo có thể tồn tại vĩnh viễn.

- Các mụn nước, vết hoại tử và vết loét có thể xuất hiện ở màng nhầy của miệng và đường tiêu hóa cũng như trong khí quản và phổi.

- Các chân và các bộ phận vùng bụng khác của cơ thể, chẳng hạn như bao da, ức, bìu và âm hộ, có thể bị tiết dịch, khiến con vật không muốn di chuyển.

- Bò đực có thể bị vô sinh vĩnh viễn hoặc tạm thời.

- Bò mang thai có thể sảy thai và động dục trong vài tháng.



Hình 2: Trên da bò bê xuất hiện các nốt sần nổi cục



Các nốt nổi lên, hình tròn, rắn chắc thường thấy ở đầu, cổ, miệng, mắt bầu vú và mông....

Hình 3: Các nốt nổi lên ở đầu, cổ, miệng, mắt, bầu vú và mông

6. Chẩn đoán bệnh

Chẩn đoán sơ bộ tại thực địa dựa trên những biểu hiện như sốt và các nốt sần đặc trưng trên da trâu, bò mắc bệnh.

Chẩn đoán tại thực địa cần được xác nhận bằng xét nghiệm trong phòng thí nghiệm các mẫu da tổn thương, vảy, máu được chống đông bằng EDTA hoặc gạc nước bọt. Vảy và da dễ thu mẫu và có thể được gửi đi mà không cần bảo quản trong môi trường vận chuyển mà có thể để trong ống lấy mẫu sạch hoặc các loại dụng cụ khác.

Chẩn đoán phân biệt: Bệnh giả sần; Viêm loét vú bò; Bệnh khô da; Nấm ngoài da; Côn trùng hoặc ve bọ cắn; Bệnh viêm chân móng ở trâu bò; Hội chứng thiếu mange; viêm da dị ứng.

7. Phòng, chống bệnh

Kinh nghiệm phòng, chống dịch bệnh tại các nước Châu Âu và Tây Á cho thấy các biện pháp phòng, chống bệnh chính bao gồm: Phát

hiện sớm các trường hợp trâu, bò mắc bệnh, tiêu hủy trâu, bò mắc bệnh, tiêm phòng vắc xin Viêm da nổi cục cho trâu, bò, kiểm soát các vector truyền bệnh.

Đối với những nước không có dịch bệnh, cần hạn chế nhập khẩu trâu, bò và một số sản phẩm trâu, bò ; áp dụng biện pháp giám sát phát hiện bệnh trong phạm vi tối thiểu là 20km từ quốc gia hoặc vùng có dịch.

Đối với những nước có dịch bệnh, hạn chế vận chuyển trâu, bò trong khu vực có dịch; tiêu hủy trâu bò biểu hiện triệu chứng lâm sàng và tiêm phòng.

a, Tiêm phòng vắc xin viêm da nổi cục

Tên vắc xin: Intervet/MSD Lumpyvac đã được sử dụng tại Đông Âu từ năm 2016 đến nay. Với tỷ lệ tiêm phòng cao các ổ dịch được kiểm soát trong vòng 1-3 tháng.

Đường tiêm: dưới da; Liều tiêm: 2ml/con

Tác dụng phụ ở một số gia súc phản ứng



THÔNG TIN TRAO ĐỔI

cục bộ tại vị trí tiêm, một số trường hợp có tổn thương da toàn thân hoặc giảm sản lượng sữa trong thời gian ngắn.

Tác dụng phụ chỉ ghi nhận khi gia súc tiêm phòng lần đầu tiên. Khi phục hồi gia súc không có phản ứng bất thường khác.



Hình 4: Vắc xin Lumpyvac phòng bệnh Viêm da nổi cục trên trâu bò

b, Kiểm soát và loại trừ mầm bệnh

Để kiểm soát và loại trừ mầm bệnh cần tiến hành tổng thể các biện pháp như sau:

- Khoanh vùng dịch
- Tiêm phòng vắc xin cho gia súc
- Kiểm soát côn trùng: Phát quang bụi

rậm, phun đuổi côn trùng

- Kiểm soát vận chuyển và di chuyển gia súc

- Cách ly gia súc bệnh và can thiệp điều trị

- Khử trùng, tiêu hủy và xử lý sản phẩm có liên quan, chất thải chăn nuôi...

- Khử trùng và tiêu độc chuồng nuôi,

khử trùng xung quanh khu chăn nuôi.

c, Can thiệp điều trị triệu chứng, ngăn ngừa kế phát

NGUYÊN TẮC CAN THIỆP ĐIỀU TRỊ

- Gia súc phục hồi tốt nếu được chăm sóc và hộ lý tốt

- Sử dụng kháng viêm, hạ sốt tăng sức đề kháng

- Sử dụng kháng sinh điều trị ngăn ngừa nhiễm trùng kế phát.

- Xử lý vết loét bằng một số loại thuốc có khả năng hút nước và lưu lại lâu (Rivanol; oxitetracycline; intra repidema...), chống ròi nặng...



- Thời gian tối đa đến 6 tháng để phục hồi hoàn toàn ở những con vật bị bệnh nặng.

ĐIỀU TRỊ HỖ TRỢ TÍCH CỰC

- Sử dụng kháng sinh kéo dài (các dòng Amox LA; Oxitetracylin LA; Cetiofur...) để phòng bội nhiễm liệu trình 3-5 ngày hoặc 2-3 mũi tiêm.

- Hạ nhiệt: Paracetamon; Anagin C.

- Kháng viêm: Dexamethazone (gia súc không mang thai), Flunixin; Ketophen, Diclophenax...

- Truyền dịch hỗ trợ: Lactacringer; đường ưu trương 20%; nước muối sinh lý 0,9%

- Hằng ngày sử dụng: Iodin 3-5%; Xanh methilen sát trùng các vết loét trên cơ thể bệnh gia súc.

III. KẾT LUẬN

Bệnh VDNC là bệnh truyền nhiễm với tốc độ lây lan khá nhanh và nhiều động vật trung gian truyền bệnh khó có thể tiêu diệt được (ve, muỗi,...) do đó các địa phương và trang trại, hộ dân chăn nuôi trâu bò cần có các biện pháp phòng bệnh phù hợp, hiệu quả như tiêm phòng vắc xin, tiêu độc khử trùng môi trường, kiểm soát thú y,...

Đến nay chưa có bằng chứng hay tài liệu nào cho thấy bệnh VDNC lây sang người,

nhưng không vì thế mà người dân chủ quan, hay vì lòng tham mà buôn bán, vận chuyển gia súc bị bệnh.

Về nguyên tắc: Luật thú y đã cấm vận chuyển, buôn bán, giết mổ và tiêu thụ gia súc bị bệnh và gia súc nghi bị bệnh, gia súc nằm trong các vùng, ổ dịch. Nhưng thực tế, với giá trị mỗi con gia súc lên đến hàng chục triệu đồng như hiện nay, nếu địa phương không kiểm soát nghiêm ngặt thì sẽ có hiện tượng “bán chạy” khi gia súc bị bệnh. Đây là nguồn lây lan chính làm dịch bệnh ngày càng phức tạp và khó kiểm soát.

IV. TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <http://www.fao.org/3/a-i7330e.pdf>

2. <https://nongnghiep.vn/benh-viem-da-noi-cuc-tren-trau-bo-la-gi-nguy-hiem-ra-sao-d276740.html>

3. Babiuk s., bowden t.r., parkyn g., dalman b., manning l., neufeld j., embury-hyatt c., copps j. & boyle d.b. (2008). quantification of lumpy skin disease virus following experimental infection in cattle. *transbound. emerg. dis.*, 55, 299-307.

4. Babiuk s., parkyn g., copps j., larence j.e., sabara m.i., bowden t.r., boyle d.b. & kitching r.p. (2007). evaluation of an ovine testis cell line (oa3. ts) for propagation of capripoxvirus isolates and development of an immunostaining technique for viral plaque visualization. *j. vet. diagn.invest.*, 19, 486-491.