

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN
NGHE AN COLLEGE OF ECONOMICS

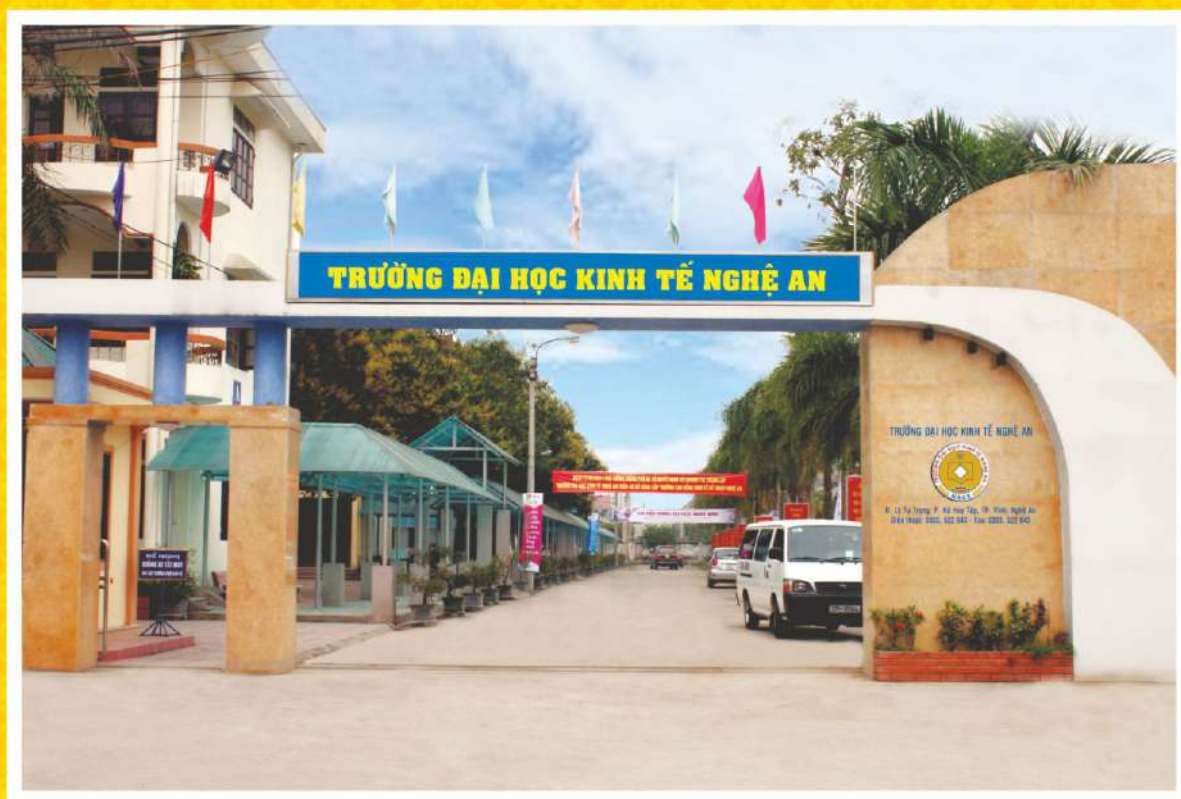


ISSN: 2525 - 2623

Thông tin

KHOA HỌC

KINH TẾ - KỸ THUẬT



SỐ 18
THÁNG 8/2020

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN



THÔNG TIN

**KHOA HỌC
KINH TẾ - KỸ THUẬT**

THÁNG 8 NĂM 2020

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:
ThS. 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 56 cuốn, khổ 19 x 27cm tại
Trung tâm Datapost Nghệ An.

Giấy phép xuất bản số: 82/GP-
STTTT Sở Thông tin và Truyền
thông cấp ngày 04 tháng 9 năm 2020

In xong nộp lưu chiểu tháng 9
năm 2020.

MỤC LỤC

NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

1	Phạm Nguyệt Thương Nâng cao hiệu quả thời gian lên lớp đối với học phần kê toán thuế bằng cách tổ chức cho sinh viên tự nghiên cứu	5
2	Hồ Thị Hằng Cách mạng công nghiệp 4.0 với giáo dục đại học	9
3	Thái Văn Hội Tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân, ngọn đuốc dẫn đường cho cách mạng Việt Nam giành thắng lợi trong cách mạng giải phóng dân tộc, trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc	15
4	Trần Thị Thanh Hương FTA “Thế hệ mới” - Góc nhìn từ hiệp định đối tác toàn diện và tiên bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)	22
5	Trịnh Thị Lê Nhân tố cản trở sự tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu của ngành công nghiệp chế biến, chế tạo Việt Nam	28
6	Nguyễn Đình Tiên - Nguyễn Đình Tường Đánh giá hiện trạng và đề xuất giải pháp về quy trình chăn nuôi lợn nái tại một số trang trại tỉnh Nghệ An, Hà Tĩnh	33
7	Nguyễn Tự Cường Tác động của văn hóa phương Tây tới sinh viên Việt Nam hiện nay và một số giải pháp nhằm giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế	39
8	Võ Thị Thu Hương Nâng cao hiệu quả sản xuất - kinh doanh của các hộ trồng chè trên địa bàn xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An	44
9	Nguyễn Thị Hà Rèn luyện tư duy sáng tạo cho sinh viên khi dạy học bài toán quy hoạch tuyến tính đối ngẫu	52
10	Trần Thị Thiên Hương Tích cực hóa hoạt động học tập, nghiên cứu của sinh viên trong dạy học môn toán ở trường đại học	57
11	Nguyễn Thị Thảo Việc bãi bỏ các quy định liên quan đến di chúc chung của vợ chồng trong bộ luật dân sự 2015 có hợp lý trong bối cảnh hiện nay	61
12	Hồ Thị Hoàng Lương Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam dưới góc độ marketing	65

13	Võ Thị Thanh Tú Tính khấu hao và lập bảng tính và phân bổ khấu hao tài sản cố định theo quy định hiện hành	74
TRAO ĐỔI KINH NGHIỆM		
14	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	80
15	Đinh Văn Tới Giải pháp đào tạo nhân lực chất lượng cao cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa Nghệ An	85
16	Nguyễn Thị Tùng Sử dụng kỹ thuật dạy học trong giảng dạy nguyên lý về mối liên hệ phổ biến	91
17	Hoàng Nam Hưng Chủ trương của Đảng về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục, đào tạo và việc thực hiện ở trường Đại học Kinh tế Nghệ An	95
18	Ngô Thị Tú Oanh Một số trao đổi về tác động của đại dịch Covid-19 đến tăng trưởng tín dụng tại Việt Nam	100
19	Nguyễn Văn Chiến Nâng cao chất lượng giảng dạy môn giáo dục thể chất thông qua việc đa dạng hóa các phương pháp giảng dạy tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An	105
20	Lê Thị Trang Một số trao đổi về vai trò của Logistics tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay	110
21	Ngô Đình Ký Một số kinh nghiệm thực tế khi thực hiện công tác kế toán thuế trong các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay	116
22	Trần Thị Bích Ngọc Một số vấn đề về hóa đơn điện tử đang và sẽ được áp dụng tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay	122
THÔNG TIN TRAO ĐỔI		
23	Ngô Thị Thương Huyền Một số ảnh hưởng của tình hình dịch bệnh do chủng mới của Virus Corona (Covid-19) đến nền kinh tế Việt Nam tính đến hết tháng 02/2020	126
24	Nguyễn Thị Hoài Ly Sử dụng hình thức dạy học theo dự án để dạy tiếng Anh tại trường Đại học Kinh tế Nghệ An	131
25	Hồ Thị Hiền - Lê Thị Mỹ Tâm Tác động hệ thống thông tin Tabmis đến hệ thống kho bạc nhà nước tỉnh Nghệ An	137
26	Dương Thị Hà Lê Tác động của phương tiện truyền thông xã hội đối với giáo dục	141
27	Bùi Thị Thanh Sử dụng bản đồ tư duy trong tổ chức hoạt động dạy học	147
28	Nguyễn Thị An Trường Đại học Kinh tế Nghệ An - sự lựa chọn để đi đến thành công của nhiều thế hệ trẻ	151
29	Hoàng Thị Lộc Đổi mới hạch toán kế toán tài sản cố định trong đơn vị hành chính sự nghiệp	155
30	Nguyễn Thị Hoa Kê toán doanh thu, thu nhập khác theo VAS 14 tại Vinaphone, Mobifone, Viettel Nghệ An	158



NÂNG CAO HIỆU QUẢ THỜI GIAN LÊN LỚP ĐỐI VỚI HỌC PHẦN KẾ TOÁN THUẾ BẰNG CÁCH TỔ CHỨC CHO SINH VIÊN TỰ NGHIÊN CỨU

ThS. Phạm Nguyệt Thương
Khoa Kế toán Phân tích

Tóm tắt: *Tự học là hình thức học tập không thể thiếu được của sinh viên đang học tập tại các trường đại học. Tổ chức hoạt động tự học một cách hợp lý, khoa học, có chất lượng, hiệu quả là trách nhiệm không chỉ ở người học mà còn là sự nghiệp đào tạo của nhà trường, đặc biệt trong đào tạo theo hệ thống tín chỉ. Tự học có ý nghĩa vai trò rất lớn, không chỉ trong giáo dục nhà trường mà cả trong cuộc sống. Ngoài việc nâng cao kết quả học tập, tự học còn tạo điều kiện hình thành và rèn luyện khả năng hoạt động độc lập, sáng tạo của mỗi người, trên cơ sở đó tạo điều kiện và cơ hội học tập suốt đời. Đối với các môn học kế toán nói chung và môn học kế toán thuế nói riêng, để hình thành cho bản thân khả năng hoạt động độc lập, hình thành kỹ năng, kỹ xảo để xử lý các tình huống liên quan thì việc tự học là rất cần thiết và bổ ích để nâng cao kiến thức và kinh nghiệm.*

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khi bàn về vai trò của tự học, Tổng Bí thư Đỗ Mười đã phát biểu: “Tự học, tự đào tạo là con đường phát triển suốt cuộc đời của mỗi người, trong điều kiện kinh tế, xã hội nước ta hiện nay và cả mai sau đó cũng là truyền thống quý báu của người Việt Nam và dân tộc Việt Nam. Chất lượng và hiệu quả giáo dục được nâng cao khi tạo ra được năng lực sáng tạo của người học, khi biến được quá trình giáo dục thành tự giáo dục. Quy mô giáo dục được mở rộng khi có phong trào “toàn dân tự học” (Trích thư gửi Hội thảo khoa học nghiên cứu phát triển tự học, tự đào tạo ngày 06/01/1998). Quá trình học tập ở cao đẳng, đại học đòi hỏi SV phải tiếp thu một khối lượng kiến thức lớn và khó cho nên ngoài thời gian học trên lớp SV phải tự học, tự nghiên cứu ngoài để mở rộng và đào sâu tri thức. Tự học giúp người học hiểu sâu, mở rộng, củng cố và ghi nhớ bài học một cách vững chắc nhờ vào khả năng tự phân tích, tổng hợp tài liệu để vận dụng vào giải quyết các nhiệm vụ học tập mới. Từ đó hình thành nên tính tích cực, độc lập tự

giác trong học tập cũng như nề nếp làm việc khoa học tạo kỹ năng, kỹ xảo nghề nghiệp trong tương lai. Quá trình tự học của SV đã từng bước biến vốn kinh nghiệm của loài người thành vốn tri thức riêng của bản thân. Tự học không những giúp SV không ngừng nâng cao chất lượng và hiệu quả học tập khi còn ngồi trên ghế nhà trường mà còn giúp họ có được hứng thú, thói quen và phương pháp tự học thường xuyên để làm phong phú thêm, hoàn thiện hơn vốn hiểu biết của mình. Giúp họ tránh được sự lạc hậu trước những biến đổi không ngừng của khoa học và công nghệ trong thời đại ngày nay. Tự học thường xuyên, tích cực, tự giác, độc lập không chỉ giúp rèn luyện thói quen độc lập suy nghĩ, độc lập giải quyết vấn đề mà còn giúp hình thành được những phẩm chất trí tuệ và rèn luyện nhân cách của mình; tạo cho họ có nếp sống và làm việc khoa học, rèn luyện ý chí phấn đấu, đức tính kiên trì, óc phê phán, hứng thú học tập và lòng say mê nghiên cứu khoa học. Trong quá trình học tập ở trường, nếu bồi dưỡng được ý chí và năng lực tự học cần thiết thì sẽ khơi dậy



được ở SV tiềm năng to lớn vốn có trong họ, tạo nên động lực nội sinh của quá trình học tập, vượt lên trên mọi khó khăn, trở ngại bên ngoài.

Dù bạn đang là Kế toán trưởng cho một công ty, hay bạn đang tự vận hành doanh nghiệp của chính mình, hoặc là Giám đốc tài chính một công ty nước ngoài,... Thì điều không thể phủ nhận được trong thị trường lao động hiện nay là “Bạn muốn tồn tại bạn phải cạnh tranh, bạn muốn phát triển bạn cần có kiến thức về thuế”. Đặc biệt là trong khi đã có rất nhiều luật thuế và chính sách thuế được ban hành, trong đó có các luật lệ mới rất quan trọng đối với doanh nghiệp đó là: Thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân, thuế tiêu thụ đặc biệt,... và nhu cầu tuyển dụng kế toán thuế đã có kinh nghiệm là rất lớn vì doanh nghiệp nào cũng không muốn làm sai luật thuế.

Nhưng thực tế hiện nay cho thấy, đa số sinh viên ngành kế toán mới ra trường chưa đáp ứng được nhu cầu của các doanh nghiệp, hầu như phải mất một thời gian khá lớn để các doanh nghiệp đào tạo lại từ đầu. Học phần kế toán thuế là lĩnh vực nghiên cứu rộng và sâu về các Luật thuế, nghị định của Chính phủ và thông tư hướng dẫn của Bộ tài chính cũng như các công văn của Tổng cục thuế hướng dẫn đối với các luật thuế cụ thể trong từng tình huống, từng thời điểm. Do đó, để nâng cao chất lượng và hiệu quả thời gian lên lớp của học phần thuế ngoài truyền đạt kiến thức cơ bản trên lớp, câu hỏi từng chủ đề, mục và bài tập vận dụng trong bài giảng trên lớp qua đặt câu hỏi, người dạy cần có những tình huống vận dụng các văn bản hướng dẫn của cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực thuế để tăng khả năng tự nghiên cứu độc lập của sinh viên. Một trong những giải

pháp tích cực giúp nâng cao chất lượng, hiệu quả của học phần kế toán thuế là tổ chức cho sinh viên tự nghiên cứu dưới sự hỗ trợ của giảng viên trong giờ lên lớp.

II. NỘI DUNG

Kế toán thuế là một bộ phận quan trọng trong hệ thống kế toán doanh nghiệp, có chức năng cung cấp thông tin cho việc xác định các nghĩa vụ thuế phải nộp và cung cấp thông tin về thuế phục vụ cho việc lập Báo cáo tài chính của doanh nghiệp. Việc cung cấp thông tin cho việc lập Báo cáo tài chính thì dựa trên cơ sở tuân thủ các quy định của Luật kế toán, Chuẩn mực kế toán, Chế độ kế toán hiện hành và các chính sách kế toán mà doanh nghiệp đã lựa chọn, nhưng việc cung cấp thông tin để xác định nghĩa vụ thuế phải nộp, kê khai thuế, miễn giảm thuế, hoàn thuế và quyết toán thuế lại dựa trên cơ sở quy định của luật thuế hiện hành. Do đó, môn học này phức tạp hơn so với các môn kế toán khác và nó có những đặc thù riêng và rất nhiều tình huống phát sinh cần phải xử lý.

Để nghiên cứu sâu và xử lý được các tình huống thuế phát sinh từ đơn giản đến phức tạp, người học cần có cái nhìn toàn diện về các loại thuế, cập nhật các chính sách thuế mới theo các văn bản pháp quy hiện hành. Sứ mạng của người thầy khi truyền đạt môn học là lấy sinh viên làm trung tâm; ngoài giảng dạy kiến thức chuyên môn về thuế trên lớp còn phải hướng cho các em tự học, tự nghiên cứu. Bên cạnh những quy định của luật thuế còn có những văn bản hướng dẫn riêng để cụ thể hóa vấn đề thực tiễn phong phú, đa dạng mà thời gian lên lớp không đủ để truyền đạt, đòi hỏi có sự nghiên cứu độc lập của sinh viên để nâng cao chất lượng đào tạo và khả năng chuyên môn của người học nhằm đáp ứng nguồn lao động chất lượng cao cho xã hội trong lĩnh vực kế toán tài



chính nói chung và lĩnh vực quản lý thuế nói riêng.

Sử dụng các văn bản hướng dẫn về các luật thuế giảng viên nêu những câu hỏi tình huống để sinh viên tự nghiên cứu độc lập nhằm biết vận dụng quy định của văn bản để giải quyết những vấn đề trong thực tiễn sản xuất, kinh doanh của các ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh của tổ chức, cá nhân chịu thuế.

Nhằm giúp sinh viên hiểu và vận dụng được các quy định trong các văn bản pháp luật về thuế, người dạy cần đưa ra những tình huống cụ thể, thực tiễn gắn với cuộc sống sinh hoạt hàng ngày để sinh viên dễ nhận biết và vận dụng, giải quyết vấn đề.

Ví dụ, khi nói đến những quy định của luật thuế TTĐB đối với hàng hóa,

dịch vụ chịu thuế TTĐB ở các khâu sản xuất, kinh doanh...

- Đối với các công ty kinh doanh dịch vụ Karaoke, vũ trường thì doanh thu bao gồm cả karaoke và dịch vụ ăn uống (bia, rượu, bánh kẹo, thuốc lá, trái cây...), vậy căn cứ tính thuế TTĐB đối với trường hợp này thế nào?

- Cơ sở sản xuất mặt hàng chịu thuế TTĐB bán sản phẩm cho cơ sở khác để xuất khẩu thì căn cứ tính thuế TTĐB và GTGT như thế nào? Cơ sở xuất khẩu không xuất khẩu mà lại bán trong nước thì căn cứ tính thuế TTĐB và GTGT dựa vào đâu? Có mâu thuẫn với qui định của luật thuế TTĐB không, làm rõ vấn đề...

Hoặc khi nói về luật thuế GTGT

Trong tờ khai thuế GTGT ở mục:

III	Xác định nghĩa vụ thuế GTGT phải nộp trong kỳ:		
1	Thuế GTGT phải nộp trong kỳ ([40] = [39] - [23] - [11])		[40]
2	Thuế GTGT chưa khấu trừ hết kỳ này ([41] = [39] - [23] - [11])		[41]

Mã số 40 và 41 giống nhau về công thức tính đều là VAT đầu ra – VAT đầu vào, nhưng hãy lý giải tại sao mã số 41 VAT đầu ra < VAT đầu vào mà không được ghi số âm, để trả lời được câu hỏi này đòi hỏi sinh viên phải có kiến thức tổng hợp giữa kế toán và thuế.

Với những câu hỏi đòi hỏi phải có thời gian tự nghiên cứu bằng việc thu thập thông tin về các thông tư hướng dẫn về thuế, kiến thức chuyên môn các môn học có liên quan,... nhằm đánh giá và sử dụng có hiệu quả thời gian lên lớp của học phần kế toán thuế góp phần đánh giá để đề cao vai trò của

người học và nâng cao chất lượng đào tạo.

Để có được những thông tin tổng hợp nhằm vận dụng xử lý các tình huống về thuế chúng ta cần đọc và nắm vững các quy định trong các văn bản pháp luật về thuế. Với công nghệ hiện đại như hiện nay, chúng ta có thể tìm đọc và cập nhật mọi lúc mọi nơi những nội dung mới nhất về hệ thống pháp luật thuế trong thư viện pháp luật bao gồm các thông tư, nghị định, luật, văn bản hợp nhất... trong đó trình bày đầy đủ các quy định về đăng ký thuế, kê khai thuế, nộp thuế, xử phạt vi phạm hành chính về thuế... cho từng sắc thuế.



III. KẾT LUẬN

Trên đây là một trong những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng thời gian lên lớp đối với học phần kế toán thuế. Môn học rất đặc thù với những chính sách, văn bản hướng dẫn nhiều lĩnh vực nghiên cứu rộng và sâu về các Luật thuế, nghị định của Chính phủ và thông tư hướng dẫn của Bộ tài chính cũng như các công văn của Tổng cục thuế hướng dẫn đối với các luật thuế mà thời gian lên lớp không đủ để truyền đạt, đòi hỏi có sự nghiên cứu độc lập của sinh viên. Môn học cung cấp cho người học từ những đạo lý, nguyên lý và kiến thức cơ bản về thuế đến việc nâng cao các kỹ năng xử lý các tình huống thuế phát sinh từ đơn giản đến phức tạp của các cá nhân và doanh nghiệp. Từ đó người học có khả năng phân tích và tối ưu hoá số thuế mà mình phải nộp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thu Nga (2017), *Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo ngành kế toán ở các trường đại học tại Việt Nam*, Tạp chí Công Thương;
2. Võ Văn Nhị (2016), *Một số ý kiến về vấn đề đào tạo kế toán, kiểm toán bậc đại học đáp ứng xu thế hội nhập kinh tế quốc tế*, Trang tin điện tử Hiệp hội Kiểm toán viên hành nghề Việt Nam;
3. Vũ Mai Phương (2017), *Đào tạo Kế toán kiểm toán trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Tạp chí Tài chính.
4. Hoàng Thu Phương (2018). *Một số biện pháp phát triển năng lực tự học cho sinh viên trong dạy học môn “Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin”*. Tạp chí Giáo dục, số 421;
5. Nguyễn Thị Diễm Hằng (2017). *Một số phương pháp hướng dẫn sinh viên tự học các môn Lý luận chính trị có hiệu quả*. Tạp chí Giáo dục, số đặc biệt kì II tháng 10.



CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 VỚI GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

ThS. Hồ Thị Hằng

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư hay còn gọi là cuộc cách mạng số diễn ra từ đầu thế kỷ 21. Đặc trưng của cuộc cách mạng công nghiệp lần này là sẽ ngày càng phổ biến trí thông minh nhân tạo và máy móc tự động hóa, đem lại sự kết hợp giữa hệ thống ảo và thực tế. Cuộc cách mạng này tác động mạnh mẽ đến nhiều lĩnh vực, nhiều khía cạnh trong đời sống xã hội, trong đó đặc biệt không thể thiếu một nguồn nhân lực chất lượng cao; mà nguồn nhân lực lại là đối tượng trực tiếp của giáo dục - đào tạo. Việc chuyển đổi nền giáo dục sao cho phù hợp với thời đại công nghiệp 4.0 là một điều cấp thiết.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thế giới ngày nay đang trải qua những thay đổi lớn lao chưa từng có. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư - còn được gọi là công nghiệp thế hệ 4.0 (CMCN 4.0) - đã, đang và sẽ tiếp tục tạo ra những biến động mạnh mẽ, gây ảnh hưởng đến mọi mặt của cuộc sống con người trong thế kỷ 21.

Cuộc cách mạng này sẽ ảnh hưởng sâu sắc đến nền kinh tế, xã hội toàn cầu, trong đó có nền giáo dục. Nó đặt ra những vấn đề cấp bách cho nền giáo dục, nếu coi giáo dục (đặc biệt là giáo dục đại học) là bước chuẩn bị hành trang cần thiết cho người học tự tin bước vào cuộc sống, thì nhà trường cần trang bị một cách đầy đủ những kỹ năng cần thiết cho họ, không chỉ cho hiện tại mà còn cả tương lai.

Việc tiếp nhận, thay đổi để đáp ứng và theo kịp tác động của cuộc cách mạng 4.0 đang đặt ra cho ngành giáo dục, trong đó giáo dục đại học những vấn đề mang tính tất yếu và cấp thiết.

Xuất phát từ thực trạng đó, tác giả chọn đề tài: **“Cách mạng công nghiệp 4.0 với giáo dục đại học”** với mong muốn cung cấp cho người đọc cái nhìn tổng quan về cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và những tác động của cuộc cách mạng này đến giáo dục để đón đầu những thách thức

và cơ hội mà cuộc cách mạng này mang lại.

II. NỘI DUNG

1. Giáo dục Việt Nam trong thời kì cách mạng 4.0

CMCN 4.0 dựa trên nền tảng công nghệ số nhằm xây dựng thế giới siêu kết nối và tích hợp các công nghệ thông minh để tối ưu hóa quy trình, phương thức sản xuất. Những công nghệ đột phá, tiên tiến nhất hiện nay là Trí tuệ nhân tạo (AI); Dữ liệu lớn (Big Data); Công nghệ in 3D; Xe tự lái; Người máy cao cấp; Internet kết nối vạn vật (IoT), Công nghệ nano, Công nghệ vật liệu mới và cảm biến, Công nghệ sinh học... Thành tựu của CMCN 4.0 đã được ứng dụng rộng rãi trong sản xuất và đời sống như: xây dựng thành phố thông minh, nhà ở thông minh, hệ thống giao thông, bệnh viện, nhà máy thông minh; tạo lập kết nối giữa các thiết bị, máy móc với nhau, thậm chí giữa máy móc với con người.

CMCN 4.0 tạo cơ hội cũng như đặt ra yêu cầu tất yếu phải xây dựng “nền giáo dục 4.0”. Theo đó, giáo dục trở thành một hệ sinh thái mà mọi người có thể cùng học tập mọi lúc, mọi nơi với các thiết bị được kết nối. Tổ chức giáo dục trở thành một hệ sinh thái tạo sản phẩm sáng tạo mang tính cá thể, với kiến thức và năng lực đổi mới, sáng tạo riêng của cá nhân.



Người dạy sẽ chuyển sang vai trò mới là người thiết kế, xúc tác, cố vấn và tạo môi trường học tập. Với nội dung học tập được số hóa, người học sẽ có một lộ trình học tập riêng, có thể lựa chọn nội dung phù hợp với mục tiêu đào tạo. Hệ thống học tập số hóa cũng cung cấp phản hồi về hiệu quả học tập cùng với gợi ý cho các nội dung học tập tiếp theo. Phạm vi tương tác trong giáo dục 4.0 rất rộng lớn, khoảng cách về địa lý, không gian và thời gian bị xóa nhòa. Môi trường giáo dục không chỉ diễn ra trong phạm vi nhà trường mà mở rộng ra phạm vi toàn cầu. Người học có thể chủ động nghiên cứu tài liệu cũng như tương tác với giảng viên ở mọi thời điểm bằng máy tính hoặc điện thoại thông minh. Sự phát triển của các hình thức học trực tuyến giúp người học tiết kiệm thời gian, công sức và chi phí. Công nghệ thực tế tăng cường/thực tế ảo (AR/VR) được sử dụng rộng rãi, giúp người học trải nghiệm và rèn luyện kỹ năng.

Trong giáo dục 4.0, nhờ ứng dụng các công nghệ AI, Big Data và IoT, lãnh đạo nhà trường, giảng viên có thể thu thập dữ liệu, phân tích và đánh giá chính xác về người học; theo dõi quá trình học tập tại nhà, kiểm tra mức độ hoàn thành bài tập và thông báo kết quả học tập tới sinh viên cũng như gia đình. Thậm chí công nghệ AI có thể thay thế giảng viên ở một số khâu như điểm danh, chấm bài, soạn bài và hỗ trợ dạy ngoại ngữ. Hiện nay, các tập đoàn công nghệ lớn đã cho ra đời nhiều thiết bị và phần mềm thông minh phục vụ giáo dục. Chẳng hạn, Bộ công cụ giáo dục Google (G-Suite for Education) cung cấp miễn phí bộ xử lý văn bản (Word), bảng tính (Sheet), trình chiếu (Slide). Ứng dụng Tài liệu (Google Docs) giúp người học tạo và chỉnh sửa tài liệu trực tuyến, miễn phí. Công nghệ Chroma Key tạo trường quay thu nhỏ để người học tự sản xuất sản phẩm

truyền thông. Công nghệ đám mây (Cloud) cung cấp những phần mềm học tập trên Internet có sử dụng tài khoản...

Tuy nhiên, CMCN 4.0 cũng đặt ra các thách thức không nhỏ trên bình diện toàn xã hội nói chung, GDĐH nói riêng. Thị trường lao động có nguy cơ thay đổi hoàn toàn do robot dần thay thế người lao động. Thống kê của Liên đoàn Robot quốc tế cho thấy, tốc độ robot hóa trong lĩnh vực công nghiệp toàn cầu đang đạt ngưỡng rất nhanh, dẫn đầu là Hàn Quốc với tỷ lệ 631 robot/ 10.000 lao động(1). Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) dự báo, trong 2 thập niên tới, khoảng 56% số lao động tại 5 quốc gia Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam, có nguy cơ mất việc vì robot(2).

Việt Nam đang trở thành quốc gia có tiềm năng phát triển công nghệ cao, với hàng triệu việc làm mới trong lĩnh vực phần mềm. Tuy nhiên, khi tự động hóa dần thay thế nhân lực trong nhiều lĩnh vực, người lao động chắc chắn cần thích ứng nhanh với sự thay đổi của sản xuất. Do đó, trường đại học là nơi cung cấp nguồn nhân lực bậc cao cho xã hội, cũng phải thay đổi toàn diện cả về mô hình, nội dung chương trình và phương thức đào tạo.

2. Thực trạng đổi mới giáo dục đại học Việt Nam trước cuộc cách mạng 4.0

2.1. Bối cảnh phát triển giáo dục đại học

Trong những năm gần đây bên cạnh một số thuận lợi như tình hình chính trị – xã hội tiếp tục ổn định, sức mạnh đại đoàn kết dân tộc được tăng cường, quan hệ quốc tế không ngừng được mở rộng, chúng ta còn phải đối mặt với những khó khăn vốn có của nền kinh tế trình độ thấp và những khó khăn, thách thức mới phát sinh như xuất hiện các dịch bệnh dịch, thiên tai và những biến động phức tạp về thời tiết và khí hậu, khủng



hoảng tài chính toàn cầu và lạm phát...

a. Về kinh tế:

Trong những năm vừa qua nền kinh tế tăng trưởng khá cao, GDP tăng bình quân khoảng 6,81%/năm. Năm 2019 tốc độ tăng trưởng bình quân năm đạt trên 7,02% vượt mục tiêu của Quốc hội đề ra từ 6,6%-6,8%.

Cùng với tăng trưởng kinh tế, chúng ta đã bảo đảm sự ổn định chính trị, xã hội, quốc phòng và an ninh, bước đầu phát huy được lợi thế của đất nước, của từng vùng và từng ngành. Đó là những điều kiện thuận lợi để tăng đầu tư phát triển giáo dục nói chung và giáo dục đại học nói riêng. Cơ cấu đầu tư có sự chuyển dịch theo hướng tích cực, tập trung hơn cho những mục tiêu quan trọng về kinh tế – xã hội. Đầu tư cho lĩnh vực xã hội chiếm 25,6%, trong đó giáo dục đào tạo chiếm 3,8%.

b. Về xã hội:

Trong giai đoạn 2015-2019 tốc độ tăng dân số khoảng 1,14%, quy mô dân số đạt khoảng 96,2 triệu người, trong đó dân số nữ chiếm 50,2%; dân số khu vực thành thị chiếm 30% và dân số nông thôn chiếm 70%. Chủ trương duy trì mức giảm sinh, mỗi gia đình chỉ nên có 1 hoặc 2 con, đã tạo điều kiện tốt để chăm sóc và đầu tư học hành cho trẻ em. Tuy nhiên, từ năm 2018 trở lại đây, tỷ lệ phát triển dân số đã có xu hướng chậm lại, thể lực và tổ chất của người Việt Nam chưa đáp ứng yêu cầu CNH, HĐH, do vậy, phát triển giáo dục sẽ góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, chuyển gánh nặng dân số sang lợi thế nhân lực trong nền kinh tế trí thức toàn cầu hoá phục vụ cho cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Thị trường lao động của Việt Nam đã từng bước được phát triển. Giai đoạn 2009 - 2019, tỷ trọng việc làm theo ngành có sự dịch chuyển rất tích cực theo hướng giảm tỷ trọng lao động trong khu vực Nông, lâm

nghiệp và thủy sản và tăng tỷ trọng lao động trong khu vực Công nghiệp, xây dựng và Dịch vụ. Tỷ trọng lao động có việc làm trong khu vực Nông, lâm nghiệp và thủy sản giảm liên tục trong những năm qua, từ 53,9% năm 2009 xuống còn 46,3% năm 2014 và đạt 35,3% vào năm 2019. Lần đầu tiên, số lao động làm việc trong khu vực Dịch vụ cao hơn số lao động làm việc trong khu vực Nông, lâm nghiệp và thủy sản vào năm 2019. Với đà chuyển dịch này, tỷ lệ lao động làm việc trong lĩnh vực Công nghiệp và Dịch vụ sẽ sớm đạt ngưỡng 70% như mục tiêu đề ra trong Nghị quyết số 23/NQ-TW ngày 22/3/2018 của Bộ Chính trị về định hướng xây dựng chính sách phát triển công nghiệp quốc gia đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Mặc dù mức độ giảm nghèo giữa các vùng tuy khác nhau, nhưng nhìn chung tỷ lệ nghèo đều giảm xuống. Do vậy điều kiện để phát triển giáo dục ở các vùng khó khăn đã được cải thiện, góp phần làm giảm khoảng cách chênh lệch về phát triển giáo dục giữa các vùng miền trong cả nước.

Tuy nhiên về lĩnh vực văn hoá- xã hội cũng còn những yếu kém khuyết điểm đã ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến việc triển khai thực hiện chiến lược phát triển giáo dục. Đó là:

Cơ chế, chính sách về văn hoá - xã hội còn chậm được đổi mới và cụ thể hoá; nhiều vấn đề bức xúc và phức tạp chưa được giải quyết tốt. Kết quả xoá đói giảm nghèo chưa vững chắc; việc làm còn căng thẳng. Nhiều vấn đề xã hội quan trọng (xã hội hoá giáo dục, y tế, văn hoá; phân hoá giàu nghèo; tín ngưỡng, mê tín) chưa được nghiên cứu chu đáo. Giáo dục - đào tạo chất lượng thấp, cơ cấu còn bất hợp lý, chưa đáp ứng tốt nhu cầu đào tạo nhân lực, nhân tài.

2.2. Thực trạng hệ thống giáo dục đại học Việt Nam

Theo thống kê của Bộ GD-ĐT, tính



đến hết năm học 2016-2017, hệ thống hiện có 235 trường đại học, học viện (bao gồm 170 trường công lập, 60 trường tư thục và dân lập, 5 trường có 100% vốn nước ngoài), 37 viện nghiên cứu khoa học được giao nhiệm vụ đào tạo trình độ tiến sĩ, 33 trường cao đẳng sư phạm và 2 trường trung cấp sư phạm. Tuy nhiên đầu ra đại học không đáp ứng được nhu cầu của xã hội.

Theo thống kê năm 2013 có tới 101.000 sinh viên đại học thất nghiệp khi ra trường. Đặc biệt tại các trường đại học khối kỹ thuật cho dù thiên về nghiên cứu hay thực hành thì chương trình dạy và học cũng gần như giống nhau. Trong khi đó đáng ra các trường theo hướng thực hành nên giảm thời gian dạy lý thuyết, tăng thời gian thực hành cho sinh viên thay vì hướng nghiên cứu nhiều như vậy. Có thể thấy khó mà đạt được mục tiêu của giáo dục đại học mà nhà trường đã đặt ra.

Nhiều chuyên gia giáo dục còn cho rằng không chỉ chương trình học không sát thực tế mà do năng lực nhân sự tại các trường đại học chưa có trình độ kỹ năng cao và không nắm bắt được kỹ thuật mới và xu hướng phát triển giáo dục hiện nay.

Theo thống kê của Bộ GDĐT năm 2017, nếu xét quy mô đào tạo chính quy ở bậc đại học, thì nhóm ngành kỹ thuật – công nghệ chiếm tỷ trọng đứng thứ nhất (32,6%), trong đó công nghệ thông tin chiếm 5,2% (tăng 13 lần so với năm 2009). Điều này chứng tỏ đối với đào tạo chính quy, việc định hướng, điều tiết ngành nghề đào tạo được thực hiện tốt hơn. Xu hướng tăng của khối ngành kỹ thuật-công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin và giảm ở khối ngành sư phạm, kinh tế – pháp lý là phù hợp với nhu cầu cơ cấu nhân lực phục vụ phát triển kinh tế xã hội của nước ta hiện nay trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Chất lượng giáo dục đại học được

đánh giá chủ yếu dựa trên các tiêu chí về tư tưởng - đạo đức của sinh viên, về kiến thức và kỹ năng, về tinh thần trách nhiệm của sinh viên... Trong những năm qua, chất lượng đào tạo đại học và sau đại học được nhận định như sau:

a. Về tư tưởng - đạo đức của sinh viên:

Niềm tin vào Đảng, vào sự nghiệp đổi mới của sinh viên tăng lên, ý chí vươn lên mạnh mẽ hơn. Tuy nhiên, một bộ phận sinh viên còn mơ hồ về lý tưởng cách mạng, ngại tham gia các hoạt động xã hội, đoàn thể, thờ ơ với chính trị, với tình hình chung của đất nước, ý chí phấn đấu thấp. Nhiều sinh viên chưa tích cực học tập và rèn luyện, thiếu trung thực trong học tập, gian lận trong thi cử; vi phạm nội quy, quy chế, thậm chí vi phạm pháp luật, sống thực dụng, đua đòi. Tệ nạn xã hội, nhất là ma túy, cờ bạc rượu chè trong sinh viên tuy có giảm song vẫn còn rất đáng lo lắng, tình hình mê tín dị đoan có chiều hướng tăng lên.

b. Về kiến thức và kỹ năng:

Phần lớn trường ĐH, CĐ hiện chỉ đào tạo những gì mình có mà không chú ý cái xã hội cần, chất lượng đào tạo không đảm bảo khiến tình trạng sinh viên tốt nghiệp ra trường thất nghiệp ngày càng cao.

Công nghệ thông tin là ngành đang khát nguồn nhân lực nhưng tỷ lệ sinh viên ngành này lại thất nghiệp khá nhiều. Nguyên nhân của tình trạng này là do khoảng cách giữa đào tạo tại các trường ĐH so với thực tế nhu cầu sử dụng nhân lực ngành công nghệ thông tin tại doanh nghiệp là quá xa. Theo đánh giá của các nhà tuyển dụng, nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp phần mềm hiện nay còn rất thiếu kinh nghiệm và yếu về kiến thức chuyên môn. Số sinh viên ra trường làm việc được ngay chỉ chiếm khoảng 30%,



còn lại phải đào tạo bổ sung. Thống kê của Viện Chiến lược công nghệ thông tin cho thấy 72% sinh viên ngành này không có kinh nghiệm thực hành, 42% thiếu kỹ năng làm việc nhóm, 100% không biết lĩnh vực hành nghề. Chỉ khoảng 15% sinh viên mới tốt nghiệp đáp ứng yêu cầu doanh nghiệp. Hơn 80% lập trình viên phải đào tạo lại...

Tuy cuộc đổi mới về giáo dục của chúng ta có chậm hơn những đổi mới về kinh tế; nhưng chủ trương về đổi mới nền giáo dục đến nay cũng đã được trên 20 năm mà kết quả mang lại chưa là bao. Nền giáo dục nước nhà xét một cách toàn diện vẫn là nền giáo dục theo tư duy của xã hội truyền thống nên chất lượng của giáo dục nói chung và đào tạo nguồn nhân lực nói riêng chưa đáp ứng được nhu cầu của xã hội phát triển ngày một nhanh và đa dạng. Mà nguyên nhân của nó có thể là:

- Tư duy và cách làm giáo dục chưa theo kịp thời đại

Nguyên nhân đầu tiên dẫn đến tình trạng nền giáo dục nói chung và đào tạo nguồn nhân lực nói riêng có hiệu quả quá thấp là nền giáo dục của Việt Nam chưa thoát khỏi cách nghĩ và cách làm giáo dục của giáo dục của xã hội truyền thống. Xã hội truyền thống thường chia đời người thành 3 giai đoạn: Giai đoạn đầu là đến trường; giai đoạn giữa là làm việc và giai đoạn cuối là nghỉ hưu.

Do sự phát triển quá chậm và ít biến đổi của khoa học và công nghệ nên xã hội truyền thống đặt cho sứ mạng của nhà trường phải trang bị đầy kiến thức để con người có đủ khả năng làm việc suốt đời, song lại xem nhẹ việc bồi dưỡng năng lực của người học vận dụng những kiến thức đó để giải quyết những vấn đề mà công việc và cuộc sống đặt ra. Tư duy này hiện vẫn đang ngự trị ở không ít tổ chức và những cá nhân có trách nhiệm trong hệ

thống quản lý giáo dục, dẫn đến hệ lụy trong và cách làm giáo dục là:

- Chú trọng vào việc truyền đạt kiến thức, mang nặng tính nhồi nhét

- Nền giáo dục bị khép kín trong nhà trường và chủ yếu dựa trên sự tương tác giữa thầy và trò trong phạm vi của sách giáo khoa, thiếu sự tương tác với xã hội.

- Việc sử dụng nguồn lực đầu tư của Nhà nước và xã hội thiếu hiệu quả. Nguồn lực tài chính đầu tư của Nhà nước tuy có tăng nhưng vẫn chưa đáp ứng được các yêu cầu nâng cao chất lượng đào tạo do quản lý manh mún và phân tán, chạy theo việc mở trường và nâng cấp các trường đại học cao đẳng làm cho giữa quy mô đào tạo và chất lượng đào tạo không tương xứng.

- Chất lượng giáo dục chưa đáp ứng được nhu cầu đào tạo con người và nhu cầu phát triển của xã hội

3. Giải pháp đổi mới giáo dục Việt Nam thời kì cách mạng 4.0

Thứ nhất, nền tảng của CMCN 4.0 là sự kết nối giữa thế giới thật và ảo thông qua phần mềm công nghệ thông tin, kỹ thuật số và kết nối mạng, do vậy kiến thức và kỹ năng về công nghệ thông tin và kỹ thuật số có vai trò rất quan trọng đối với nhà trường cũng như người học. Nhiệm vụ của các trường đại học trong giai đoạn tới phải đào tạo đủ chuyên gia công nghệ thông tin; tích cực trang bị cho các em sinh viên các kiến thức kỹ thuật số và kỹ năng có liên quan để đáp ứng nhu cầu xã hội trong nền công nghiệp 4.0. Trang bị trình độ ngoại ngữ đủ để có thể làm việc ở mọi nơi trong tư cách của công dân toàn cầu.

Thứ hai, vấn đề việc làm và thất nghiệp là hiện tượng phổ biến của quá trình công nghiệp 4.0 và nhất là thời kỳ đầu khi lực lượng lao động chưa thích ứng với điều kiện mới của công nghiệp và sự chuyển dịch



mạnh cơ cấu lao động giữa các lĩnh vực. Thực tế đã có những thay đổi việc làm trên thị trường lao động, người máy bắt đầu thực hiện các công việc phổ thông thay cho con người. Người máy với nguồn học liệu vô tận có thể thực hiện tốt các bài giảng ở một số môn học như địa lý, lịch sử... và có thể hoàn toàn thay thế đội ngũ giáo viên hiện nay. Việc làm ở các lĩnh vực như tư vấn pháp luật, kế toán và tư vấn thuế cũng có thể bị thay thế hoàn toàn bởi các rô-bốt thông minh. Do vậy, vấn đề đặt ra đối với các trường đại học là định hướng đào tạo đáp ứng yêu cầu ngành nghề của cuộc CMCN 4.0 và đào tạo lại để thích ứng với ngành nghề mới.

Thứ ba, chương trình đào tạo hiện nay vẫn chưa được linh hoạt, nội dung chưa phù hợp với nhu cầu và xu thế thị trường lao động CMCN 4.0. Giáo dục và huấn luyện là một trong 9 lĩnh vực có nhiều thay đổi, hệ thống giáo dục nghề nghiệp sẽ bị tác động rất mạnh và toàn diện, danh mục nghề đào tạo và chương trình đào tạo sẽ phải điều chỉnh, cập nhật liên tục vì ranh giới giữa các lĩnh vực rất mỏng manh. Các trường đại học thực hiện hoạt động đào tạo theo hai hướng: một mặt phải đáp ứng tính định hướng xã hội, mặt khác đào tạo cung cấp nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động. Tuy nhiên, áp lực đối với các trường đại học càng lớn khi chương trình đào tạo vừa đáp ứng tính chuyên môn cao trong lĩnh vực nhất định, vừa đáp ứng tính liên ngành (công nghệ thông tin, kỹ thuật số, mạng, kiến thức chuyên ngành) và các kỹ năng khác không thể thiếu, như: khả năng suy nghĩ có hệ thống, khả năng tổng hợp, khả năng liên kết giữa thế giới thực và ảo, khả năng sáng tạo, kỹ năng làm việc nhóm, khả năng hợp tác liên ngành... Trong bối cảnh kiến thức về công nghệ thay đổi rất nhanh, việc trang bị cách thức tự học và ý thức học tập suốt đời càng quan trọng hơn kiến thức

của chương trình đào tạo. Như vậy, CMCN 4.0 đã tạo áp lực lớn trong hoạt động đào tạo đối với các trường đại học, từ xây dựng chương trình đào tạo, cập nhật nội dung chương trình cho đến đào tạo kỹ năng cho người học để đáp ứng yêu cầu công nghiệp.

Thứ tư, một vấn đề khác đặt ra cho các cơ sở đào tạo bậc cao là cách thức tổ chức để chuyển tải nội dung chương trình đào tạo đến người học. Cách mạng 4.0 đòi hỏi phương thức và phương pháp đào tạo thay đổi với sự ứng dụng mạnh mẽ của công nghệ thông tin, công nghệ kỹ thuật số và hệ thống mạng. Các hình thức đào tạo online, đào tạo ảo, mô phỏng, số hóa bài giảng... sẽ là xu hướng đào tạo nghề nghiệp trong tương lai. Điều này đòi hỏi các cơ sở đào tạo phải có sự chuẩn bị tốt nguồn lực tổ chức giảng dạy, đặc biệt là đội ngũ giảng viên, xây dựng không gian học tập, trang thiết bị phục vụ cho việc dạy và học...

III. KẾT LUẬN

Như vậy, để đáp ứng nhu cầu nhân lực cho nền công nghiệp mới và đồng thời tận dụng thế mạnh của công nghệ thông tin (CNTT), chuyển đổi nền giáo dục sao cho phù hợp với thời đại công nghiệp 4.0 là một điều cấp thiết. Mô hình “giáo dục 4.0” nên được áp dụng cho các trường đại học để đảm bảo chương trình đào tạo linh hoạt, nội dung phù hợp với xu thế thị trường. Đội ngũ cán bộ giảng viên và bản thân sinh viên phải tự tích lũy các kiến thức, phương thức giảng dạy và học tập hiện đại để bắt kịp với xu thế vận động của nền kinh tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Khánh Đức (2012). *Giáo dục đại học thế giới và Việt Nam*.
2. Bộ GD&ĐT (2005), *Đề án đổi mới giáo dục đại học Việt nam giai đoạn 2006-2020*. Hà Nội.
3. Bộ GD&ĐT (2008), *Chiến lược phát triển giáo dục Việt Nam 2008-2020 (Dự thảo 14)*. Hà Nội.



TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH VỀ CHIẾN TRANH NHÂN DÂN, NGỌN ĐUỐC DẪN ĐƯỜNG CHO CÁCH MẠNG VIỆT NAM GIÀNH THẮNG LỢI TRONG CÁCH MẠNG GIẢI PHÓNG DÂN TỘC, TRONG SỰ NGHIỆP XÂY DỰNG VÀ BẢO VỆ TỔ QUỐC

CN. Thái Văn Hội
Khoa Cơ sở

Tóm tắt: Tư tưởng Hồ Chí Minh là một hệ thống các quan điểm toàn diện và sâu sắc về những vấn đề cơ bản của cách mạng Việt Nam, là sự vận dụng và phát triển sáng tạo chủ nghĩa Mác - Lênin vào điều kiện cụ thể của Việt Nam, sự kế thừa và phát triển các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc, tiếp thu tinh hoa văn hoá nhân loại. Trong hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh, tư tưởng về chiến tranh nhân dân là quan điểm cơ bản xuyên suốt, có ý nghĩa hết sức to lớn, là điều kiện để phát huy cao độ sức mạnh tổng hợp của cả dân tộc trong đấu tranh giành độc lập dân tộc và trong sự nghiệp xây dựng, bảo vệ Tổ quốc hiện nay.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chủ tịch Hồ Chí Minh là anh hùng giải phóng dân tộc, nhà văn hoá kiệt xuất của nhân loại. Tư tưởng của Người là một hệ thống quan điểm toàn diện và sâu sắc về những vấn đề cơ bản của cách mạng Việt Nam, từ cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân đến cách mạng xã hội chủ nghĩa, là kết quả của quá trình vận dụng sáng tạo và phát triển chủ nghĩa Mác - Lênin vào điều kiện cụ thể của nước ta, là sự kế thừa và phát triển các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc, tiếp thu tinh hoa văn hoá của nhân loại nhằm giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người.

Tư tưởng của Người soi đường cho cuộc đấu tranh của nhân dân ta, là ngọn cờ tập hợp, động viên, cổ vũ nhân dân ta, quân đội ta làm nên kỳ tích vĩ đại trong lịch sử dân tộc chiến thắng hai đế quốc to là thực dân Pháp và đế quốc Mỹ. Trong hệ thống tư tưởng Hồ Chí Minh, tư tưởng về chiến tranh nhân dân là quan điểm cơ bản xuyên suốt, có ý nghĩa hết sức to lớn, là điều kiện để phát huy cao độ sức mạnh tổng hợp của cả dân tộc trong đấu tranh giành độc lập dân tộc và trong sự nghiệp xây dựng, bảo

vệ Tổ quốc hiện nay.

II. NỘI DUNG

1. Cơ sở hình thành tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân bảo vệ Tổ quốc

Tư tưởng Hồ Chí Minh được hình thành dưới tác động và ảnh hưởng của những điều kiện lịch sử - xã hội nhất định của dân tộc và thời đại cả về lý luận và thực tiễn:

1.1. Cơ sở lý luận

Về cơ sở lý luận, trước hết ở Hồ Chí Minh có một khả năng tư duy độc lập, sáng tạo trong việc nghiên cứu, tìm hiểu những tinh hoa tư tưởng, văn hoá và cách mạng trên thế giới và trong nước. sự khổ công học tập để chiếm lĩnh kinh nghiệm đấu tranh và tập hợp lực lượng để tiến hành chiến tranh của phong trào giải phóng dân tộc, phong trào công nhân quốc tế. Đặc biệt là Hồ Chí Minh đã vận dụng và phát triển sáng tạo học thuyết Mác - Lênin về quần chúng nhân dân và vai trò của quần chúng nhân dân, về chiến tranh nhân dân bảo vệ Tổ quốc. Là người đầu tiên đã phát hiện và khẳng định vai trò của quần chúng nhân dân trong sự



nghiệp cách mạng vì vậy Lênin khẳng định: “Cách mạng là sự nghiệp của quần chúng nhân dân, nhân dân là người sáng tạo ra lịch sử, liên minh công - nông là cơ sở để xây dựng lực lượng to lớn của cách mạng để tiến hành chiến tranh nhân dân, nếu không có sự giúp đỡ, không tập hợp được quần chúng nhân dân thì giai cấp vô sản ở các nước khó có thể tiến hành chiến tranh cách mạng, khó có thể giành thắng lợi...”

Luận điểm đó của Lênin đã trở thành hiện thực, tập hợp được một lực lượng đông đảo các tầng lớp nhân dân, tạo nên sức mạnh to lớn để tiến hành các cuộc cách mạng ở nước Nga ngay từ những năm đầu của thế kỷ XX. (cuộc cách mạng 1905 - 1907, đặc biệt là cuộc cách mạng tháng Mười và cuộc chiến tranh giữ nước vĩ đại những năm 1939 - 1945) Học thuyết của Lênin là cơ sở phương pháp luận, là thế giới quan cho sự hình thành tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân bảo vệ Tổ quốc. Vì vậy Hồ Chí Minh đã khẳng định: “Chủ nghĩa mác - Lênin đối với chúng ta, những người cách mạng và nhân dân Việt Nam, không những là cái “cẩm nang” thần kỳ, không những là kim chỉ nam, mà còn là mặt trời soi sáng con đường chúng ta đi tới thắng lợi cuối cùng”.

Ngoài học thuyết về vai trò của quần chúng nhân dân, về chiến tranh nhân dân của Lênin, Hồ Chí Minh còn khai thác, kế thừa một cách triệt để ý nghĩa và giá trị những quan điểm truyền thống của tổ tiên trong suốt quá trình dựng nước và giữ nước, đặc biệt là Người đã kế thừa giá trị tư tưởng của Nguyễn Trãi về “dân” và vai trò của “dân” trong khởi nghĩa. Nguyễn Trãi từng khẳng định: “Đầy thuyền là dân, lật thuyền cũng là dân”, “thuận lòng dân thì sống, nghịch lòng dân thì chết”. Vì vậy ông luôn xem dân là động lực của mọi biến cố xã hội...

Những giá trị tư tưởng, của chủ nghĩa Mác - Lênin và truyền thống dân tộc qua các quan điểm của Lênin và Nguyễn Trãi... có ý nghĩa to lớn để góp phần hình thành nên tư tưởng chiến tranh nhân dân của Hồ Chí Minh.

1.2. Cơ sở thực tiễn

Việc định hướng cho một luận điểm mang tính cách mạng là rất quan trọng, đó là kết quả của một quá trình nghiên cứu lý luận và thực tiễn qua các cuộc cách mạng kể cả trong nước và nước ngoài hết sức kiên trì, bền bỉ, sáng tạo của Hồ Chí Minh. Qua đó giúp Người lựa chọn, kế thừa, đổi mới, vận dụng và phát triển. Ở trong nước, từ những cuộc đấu tranh chống ngoại xâm để gìn giữ bờ cõi như: khởi nghĩa hai bà Trưng, khởi nghĩa của các triều đại nhà Đinh, Lê, Lý, Trần, Lê, Nguyễn... đến các cuộc khởi nghĩa của các chí sỹ, sỹ phu yêu nước cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX, tiêu biểu như các cuộc khởi nghĩa của Phan Đình Phùng, Hoàng Hoa Thám..., các cuộc khởi nghĩa trên đã thu hút đông đảo các tầng lớp sỹ phu yêu nước, tập hợp được đông đảo nông dân tham gia. “Nó đã thể hiện được tinh thần yêu nước quyết tâm chiến đấu chống giặc ngoại xâm, đã để lại nhiều bài học kinh nghiệm về sau”. Tuy trong các cuộc khởi nghĩa đó có cuộc khởi nghĩa chưa bao hàm chiến tranh nhân dân, nhưng nó đã bao hàm ý nghĩa bảo vệ Tổ quốc. Trên thế giới, Hồ Chí Minh đã tìm hiểu, nghiên cứu các cuộc cách mạng như: cách mạng Pháp 1789 – 1799, cách mạng Mỹ 1775 - 1783, cách mạng Anh 1642 - 1651, cách mạng Tân hợi, cách mạng Tháng Mười Nga .v.v. Người đặc biệt ca ngợi hai cuộc cách mạng, Cách mạng Tân Hợi ở Trung Quốc 1911 và cuộc cách mạng Tháng Mười Nga năm 1917. Cuộc cách mạng Tân hợi ở Trung Quốc do Tôn Trung Sơn lãnh đạo, là cuộc cách mạng hiện đại,



dân tộc và dân chủ, với đường lối theo chủ nghĩa “Tam dân”: (dân tộc độc lập, dân quyền tự do, dân sinh hạnh phúc).

Cách mạng Tân Hợi đã thức tỉnh, đoàn kết, tập hợp lực lượng từ gia tộc đến tông tộc để làm nên cuộc cách mạng có một không hai trong lịch sử Trung Quốc thời bấy giờ, để đem lại độc lập, tự do, hạnh phúc cho con người và xã hội. Cách mạng Tân Hợi đã ảnh hưởng không nhỏ đến các nhà yêu nước Việt Nam đầu thế kỷ XX, trong đó tiêu biểu là Nguyễn Ái Quốc - Hồ Chí Minh, lãnh tụ vĩ đại của cách mạng Việt Nam. Người đã thấy trong tư tưởng của Tôn Trung Sơn những hạt nhân hợp lý, tiến bộ, tích cực và có thể vận dụng vào cách mạng Việt Nam. Hồ Chí Minh đã đánh giá cao giá trị và ý nghĩa của cuộc cách mạng Tân Hợi, Người đã khẳng định “Chủ nghĩa ấy phù hợp với điều kiện nước ta”.

Đối với cách mạng Tháng Mười Nga, Hồ Chí Minh chỉ rõ: “chỉ có cách mạng Tháng Mười Nga là triệt để, là thành công và thành công đến nơi”. Thành công “đến nơi” hay “triệt để” ở đây theo Người là mức độ giải phóng cho nhân dân lao động, đó là “dân chúng được hưởng cái hạnh phúc, tự do, bình đẳng thật sự, không phải tự do, bình đẳng giả dối như chủ nghĩa tự do Pháp khoe khoang ở An Nam”. Đồng thời thông qua cách mạng Tháng Mười Nga Hồ Chí Minh cũng nhận thấy được giá trị của nó là “khả năng tập hợp quần chúng đứng lên làm cách mạng, lật đổ chế độ phong kiến Nga Hoàng” và “cách mạng tháng mười Nga dạy cho chúng ta rằng cách mạng muốn thành công phải lấy quần chúng công nông làm gốc, phải thực hiện cho được liên minh Công – Nông, đó là sự đảm bảo chắc chắn thắng lợi cách mạng”. Hồ Chí Minh đã vận dụng thành công bài học của cách mạng Tháng Mười Nga vào điều kiện cụ thể của cách mạng Việt Nam,

vi vậy Người xác định quần chúng nhân dân là lực lượng của cách mạng, Công - Nông là nòng cốt của cách mạng.

Qua việc tìm hiểu, nghiên cứu các cuộc cách mạng ở trong nước và trên thế giới, Hồ Chí Minh đã đi đến nhận xét: “Tất cả các cuộc cách mạng, từ cách mạng do giai cấp phong kiến tiến hành, đến cách mạng dân chủ tư sản và cuối cùng là cách mạng vô sản, lực lượng của nó đều là ở nhân dân lao động”. Với nhãn quan nhạy bén và tinh tường, trên cơ sở lý luận và thực tiễn phong phú, Hồ Chí Minh khái quát thành tư tưởng cơ bản trong chiến lược cách mạng Việt Nam, trong đó có tư tưởng về chiến tranh nhân dân; tư tưởng của Người đã tạo nên sự đồng thuận trong toàn Đảng, toàn dân và được chứng minh qua những thắng lợi vĩ đại trong hai cuộc kháng chiến trường kỳ chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ của dân tộc ta.

2. Quan điểm cơ bản của Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân và ý nghĩa của nó trong việc phát huy tinh thần đoàn kết dân tộc, tạo nên sức mạnh góp phần giành thắng lợi trong đấu tranh giải phóng dân tộc và trong sự nghiệp xây dựng đất nước.

2.1. Quan điểm cơ bản của Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân

Tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân được hình thành trong một thời kỳ lịch sử mà cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc của các dân tộc thuộc địa trên thế giới nói chung và cuộc đấu tranh của nhân dân ta chống chủ nghĩa thực dân, đế quốc đang phát triển mạnh mẽ, rộng khắp. Trong điều kiện đó Hồ Chí Minh dành nhiều thời gian nghiên cứu, hình thành tư tưởng về lĩnh vực quân sự, về chiến tranh nhân dân. Xin khái quát một số luận điểm cơ bản sau:

Thứ nhất, xuyên suốt tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân xuất phát từ



quan điểm của người về vai trò của nhân dân. Đó là sự kế thừa quan điểm truyền thống “dân vi quý”, là sự vận dụng quan điểm “cách mạng là sự nghiệp của quần chúng” của chủ nghĩa Mác - Lênin.

Hồ Chí Minh luôn coi con người là nhân tố quyết định thắng lợi trong chiến tranh, mà con người đó là nhân dân lao động. Vì vậy Người chủ trương phải dựa vào dân, coi dân là gốc, là cội nguồn của sức mạnh, Người khẳng định: “Dân ta có một lòng nồng nàn yêu nước. Đó là một truyền thống quý báu của ta. Từ xưa đến nay, mỗi khi Tổ quốc bị xâm lăng, thì tinh thần ấy lại sôi nổi, nó kết thành một làn sóng vô cùng mạnh mẽ, to lớn, nó lướt qua mọi sự nguy hiểm, khó khăn, nó nhấn chìm tất cả lũ bán nước và lũ cướp nước”.

Theo Hồ Chí Minh, Dân là chủ, kháng chiến kiến quốc là sự nghiệp của dân, có dân là có tất cả, tiến hành khởi nghĩa toàn dân, chiến tranh nhân dân để giành lại nền độc lập cho dân tộc, kháng chiến toàn dân để giữ vững nền độc lập ấy, phải động viên toàn dân và vũ trang toàn dân. Hồ Chí Minh đánh giá rất cao vai trò của quần chúng nhân dân trong khởi nghĩa vũ trang. Người coi sức mạnh vĩ đại và năng lực sáng tạo vô tận của quần chúng nhân dân là then chốt bảo đảm thắng lợi. Người khẳng định: “Dân khí mạnh thì quân lính nào, súng ống nào cũng không chống lại nổi”.

Tư tưởng chiến tranh nhân dân của Chủ tịch Hồ Chí Minh còn xuất phát từ tính chất của cuộc chiến tranh chống xâm lược của ta là cuộc chiến tranh yêu nước, chính nghĩa, cách mạng. Đó là chiến tranh giải phóng dân tộc, giành độc lập, thống nhất cho Tổ quốc, tự do, dân chủ, hạnh phúc cho nhân dân.

Thứ hai, trong tư tưởng Hồ Chí Minh, tiến hành chiến tranh nhân dân tức là trên cơ sở phát huy truyền thống đánh giặc của dân tộc “cả nước đánh giặc, trăm họ là

binh”. Đánh giặc phải bằng sức mạnh của toàn dân, toàn dân kháng chiến, trong đó lực lượng vũ trang làm nòng cốt, kháng chiến toàn dân phải đi đôi với kháng chiến toàn diện, phát huy cao nhất sức mạnh của toàn dân, đánh địch trên tất cả các mặt trận: Quân sự, chính trị, kinh tế, ngoại giao, binh vận.... Phát huy sức mạnh tổng hợp, đặc biệt là sức mạnh chính trị, tinh thần, lòng yêu nước nồng nàn của dân tộc tạo thành sức mạnh vật chất; đánh địch bằng mọi lực lượng, mọi thứ vũ khí; kết hợp tiến công quân sự với tiến công chính trị; đánh địch trên cả ba vùng chiến lược; hát huy tinh thần độc lập, tự chủ, tự lực, tự cường, giữ vững chủ động trong chiến tranh.

Khi nói về chiến tranh nhân dân Hồ Chí Minh đã viết: “Trước kia chỉ có quân đội đánh nhau ở tiền tuyến và trên mặt đất, nên người ta gọi là bình diện chiến tranh. Ngày nay, đánh nhau ở cả trên không và cả ở tiền tuyến cũng như ở hậu phương, nên người ta gọi là lập thể chiến tranh. Trước kia, chỉ đánh nhau về mặt quân sự, ngày nay đánh nhau về đủ mọi mặt: quân sự, kinh tế, chính trị, tư tưởng. Chiến tranh ngày nay hết sức phức tạp và hết sức khó khăn. Không dùng toàn lực của nhân dân về đủ mọi mặt để ứng phó, không thể thắng lợi được, vì vậy ta phải tiến hành chiến tranh nhân dân”.

Theo Hồ Chí Minh, chiến tranh là một thách thức toàn diện đối với một đất nước, một dân tộc, một chế độ. Đối với cuộc chiến tranh giải phóng và bảo vệ Tổ quốc của một dân tộc bị áp bức, nô lệ, xâm lược như dân tộc ta mà không dùng toàn lực của dân về đủ mọi mặt để ứng phó, không thể nào thắng lợi được.

Thứ ba, trong tư tưởng về chiến tranh nhân dân, Người còn khẳng định: Chiến tranh nhân dân phải có lực lượng vũ trang ba thứ quân làm nòng cốt, đánh địch bằng



mọi lực lượng, mọi thứ vũ khí, mọi cách đánh với mọi quy mô lớn, bé, kết hợp tiến công quân sự với tiến công chính trị, đánh địch trên cả ba vùng chiến lược, ba mũi giáp công, giữ vững chủ động trong chiến tranh. Đồng thời phải có hậu phương vững mạnh. Hậu phương vững mạnh là một trong những nhân tố thường xuyên quyết định thắng lợi trong chiến tranh. Đối với Hồ Chí Minh, hậu phương không chỉ là sức mạnh vật chất, nguồn nhân lực mà còn là sức mạnh tinh thần, trong đó lòng dân lại là sức mạnh đặc biệt to lớn. Căn cứ vào mục tiêu và động lực của cuộc chiến tranh nhân dân Việt Nam hiện đại, tư tưởng chiến tranh nhân dân của Hồ Chí Minh còn đề cập một cách hệ thống các quan điểm về đoàn kết toàn dân, động viên toàn dân đánh giặc. Vũ trang toàn dân đi đôi với xây dựng lực lượng vũ trang nhân dân ba thứ quân, phát huy ưu thế của chế độ mới và nguồn lực của quốc gia, tranh thủ các nguồn lực quốc tế... để tiến hành chiến tranh nhân dân dưới sự lãnh đạo của Đảng cộng sản Việt Nam.

Đây là những quan điểm cơ bản xuyên suốt thể hiện tính nhân dân, toàn dân, toàn diện sâu sắc; là cuộc chiến tranh của nhân dân, do nhân dân và vì nhân dân, là điều kiện để phát huy cao nhất sức mạnh tổng hợp trong chiến tranh giải phóng dân tộc, bảo vệ Tổ quốc của Hồ Chí Minh.

2.2. Tư tưởng về chiến tranh nhân dân của Hồ Chí Minh, có ý nghĩa sâu sắc, ngọn cờ chỉ đường cho nhân dân ta trong kháng chiến chống thực dân Pháp và đế quốc Mỹ xâm lược.

Cách mạng Tháng tám thành công, nhân dân ta chưa được hưởng một ngày hoà bình, tự do thực sự thực dân Pháp lại âm mưu cướp nước ta một lần nữa, trước tình thế đó Đảng ta và Hồ Chí Minh đã phát động cuộc kháng chiến trên phạm vi toàn quốc. Ngày 19/12/1946, với tư thế sẵn

sàng và lòng tin sắt đá vào cuộc kháng chiến trường kỳ, gian khổ, tin vào sức mạnh đoàn kết của toàn dân tộc, tin vào thắng lợi, Hồ Chí Minh đã phát động cuộc kháng chiến toàn quốc chống thực dân Pháp. Từ đây Người là linh hồn của cuộc kháng chiến. Cái mới của Hồ Chí Minh là đã kế thừa những tinh hoa quân sự của lịch sử nhân loại, vận dụng phát triển sáng tạo học thuyết về chiến tranh quân đội kết hợp với truyền thống đánh giặc độc đáo “cả nước một lòng, chung sức đánh giặc” của dân tộc để huy động mọi tiềm năng của nhân dân với tinh thần thà hy sinh tất cả chứ nhất định không chịu mất nước, nhất định không chịu làm nô lệ.

Lời kêu gọi toàn quốc kháng chiến là sự khái quát cô đọng nhất tư tưởng về chiến tranh nhân dân của Hồ Chí Minh, trong đó Người kêu gọi: “Hỡi đồng bào! Chúng ta phải đứng lên! Bất kỳ đàn ông, đàn bà, bất kỳ người già, người trẻ, không phân chia tôn giáo, đảng phái, dân tộc. Hễ là người Việt Nam thì phải đứng lên đánh thực dân Pháp cứu Tổ quốc...Quyết đem giọt máu cuối cùng, để gìn giữ đất nước”. Lời kêu gọi của Người là sự cổ vũ, có tác dụng to lớn, huy động tới đa sức người, sức của, động viên sức mạnh chính trị, tinh thần với quyết tâm đem cả tinh thần và lực lượng, tính mạng và của cải để bảo vệ nền tự do và độc lập của mình.

Tư tưởng chiến tranh nhân dân của Hồ Chí Minh đã cổ vũ được toàn dân kháng chiến, toàn diện kháng chiến, tạo nên sự đoàn kết chiến đấu với phương châm cả nước một lòng, toàn dân đánh giặc. Thực hiện đường lối kháng chiến đúng đắn, phát huy sức mạnh toàn dân tộc, dưới sự lãnh đạo của Trung ương Đảng và Chủ tịch Hồ Chí Minh chúng ta đã liên tiếp giành thắng lợi ở chiến trường, tiêu biểu như chiến dịch thu đông 1947, chiến dịch biên giới 1950,



chiến dịch đông xuân 1953 - 1954... ở hậu phương thi đua cùng chiến trường với phương châm ruộng rẫy là chiến trường, cuốc cày là vũ khí, nhà nông là chiến sĩ... đã tạo nên một phong trào thi đua sôi nổi, rộng khắp người người thi đua, nhà nhà thi đua...

Với ý chí: Thà hy sinh tất cả chứ nhất định không chịu mất nước, nhất định không chịu làm nô lệ” nhân dân ta dưới sự lãnh đạo của Đảng và ánh sáng soi đường của tư tưởng Hồ Chí Minh, với đường lối chiến tranh nhân dân đã phát huy sức mạnh toàn dân, toàn diện, chiến đấu kiên cường, chiến thắng vẻ vang đã làm nên chiến thắng lịch sử Điện Biên Phủ. Chúng ta đã bảo vệ được chính quyền cách mạng, đánh bại âm mưu xâm lược của thực dân Pháp.

Bước vào cuộc kháng chiến chống đế quốc Mỹ xâm lược, Chủ tịch Hồ Chí Minh khẳng định “không có gì quý hơn độc lập tự do”. Người đã cùng Đảng ta đề ra hai chiến lược cách mạng: Xây dựng chủ nghĩa xã hội ở miền Bắc và đấu tranh giải phóng miền Nam thống nhất đất nước.

Đây là đặc điểm nổi bật trong tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân trong thời kỳ mới mang tính sáng tạo, có ý nghĩa vô cùng to lớn, phát triển lên một tầm cao mới với những nội dung và hình thức cực kỳ phong phú. Đó là nghệ thuật động viên tổ chức toàn dân cả nước tiến hành chiến tranh với hai lực lượng quân sự và chính trị, đấu tranh vũ trang và bán vũ trang, xây dựng thế trận chiến tranh nhân dân ngày càng hoàn thiện và vững chắc, đó là nghệ thuật tiến công địch kiên quyết, chủ động, linh hoạt, kết hợp đấu tranh trên các mặt trận, kết hợp chiến đấu với sản xuất, lấy ít địch nhiều, lấy nhỏ thắng lớn.

Vận dụng tư tưởng chiến tranh nhân dân của Hồ Chí Minh trong kháng chiến chống đế quốc Mỹ Với tinh thần: “ba mươi một triệu đồng bào ta ở cả hai miền, bất kỳ

già, trẻ, gái trai, phải là ba mươi một triệu chiến sĩ anh dũng sỹ diệt Mỹ cứu nước”. Chúng ta đã xây dựng được căn cứ hậu phương vững chắc, phát huy được vai trò của hậu phương lớn đối với tiền tuyến Miền Nam với các mục tiêu tất cả cho tiền tuyến đánh giặc; với phương châm thóc không thiếu một cân, quân không thiếu một người, với các Phong trào phụ nữ ba đảm đang, cánh đồng năm tấn...

Thi đua với hậu phương, tiền tuyến càng đánh càng mạnh, càng đánh càng thắng. Với những chiến công vang dội của quân và dân miền Nam như: Khe Sanh, Quảng Trị, đường Chín nam Lào, phong trào đồng khởi... đã khơi dậy tinh thần yêu nước, làm nức lòng đồng bào cả nước. Đồng thời với xây dựng hậu phương miền Bắc, miền Nam đã xây dựng được lực lượng tại chỗ để chi viện trực tiếp cho tiền tuyến đánh giặc.

Tình đoàn kết hữu nghị giữa ba dân tộc Việt Nam - Lào - Campuchia trước đây vốn đã keo sơn gắn bó, trong kháng chiến chống Mỹ lại càng thắm thiết hơn với phương châm: Phát huy sức mạnh đoàn kết để cùng nhau đánh Mỹ. Qua đó chúng ta xây dựng được tình đoàn kết quốc tế, phát huy được sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại. Đặc biệt vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân chúng ta đã phát huy cao độ lòng yêu nước nồng nàn, ý chí kiên cường bất khuất, ý thức làm chủ vận mệnh đất nước của nhân dân ta, đoàn kết một lòng, triệu người như một đứng lên chống Mỹ cứu nước với tinh thần lớp cha trước lớp con sau.

Trong lịch sử chống ngoại xâm của dân tộc ta, cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước do Đảng ta và Hồ Chí Minh lãnh đạo là một trong những cuộc kháng chiến kéo dài nhất, gian khổ nhất, oanh liệt nhất và chiến thắng vẻ vang nhất. Sức mạnh đoàn kết và



sức mạnh phi thường của cả dân tộc trong trận chiến huyền thoại nhất trong lịch sử đấu tranh giành độc lập của dân tộc. Thắng lợi của cuộc đấu tranh là kết quả của sự vận dụng sáng tạo tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân của Đảng ta.

Ngày nay, đất nước ta đang đẩy mạnh sự nghiệp đổi mới, tích cực và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, phát triển theo con đường xã hội chủ nghĩa, bên cạnh những thuận lợi chúng ta còn gặp không ít khó khăn. Một trong những khó khăn đó là nền kinh tế của nước ta còn kém phát triển, đời sống nhân dân còn gặp rất nhiều khó khăn; đặc biệt là vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc ít người. Kinh tế thị trường có nhiều mặt tích cực song cũng để lại những hậu quả khôn lường, tệ nạn xã hội phát triển gia tăng, đạo đức xã hội xuống cấp trầm trọng. Đặc biệt là trong công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội, các thế lực thù địch luôn coi Việt Nam là một trọng điểm trong chiến lược “Diễn biến hoà bình”, chúng thực hiện âm mưu xoá bỏ vai trò lãnh đạo của Đảng, xoá bỏ chế độ xã hội chủ nghĩa, lái nước ta đi theo con đường tư bản chủ nghĩa lệ thuộc vào chúng. Vì vậy để bảo vệ Đảng, Nhà nước, nhân dân, chế độ, bảo vệ sự nghiệp đổi mới, bảo vệ độc lập chủ quyền toàn vẹn lãnh thổ... chúng ta phải phát huy cao độ tinh thần cảnh giác, sẵn sàng chiến đấu, xây dựng tuyến phòng thủ vững chắc, phát triển kinh tế - xã hội củng cố Quốc phòng - An ninh, sẵn sàng chiến đấu và chiến đấu... để bảo vệ vững chắc thành quả cách mạng, bảo vệ sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước; Đảng ta khẳng định tiếp tục nghiên cứu, vận dụng sáng tạo tư tưởng Hồ Chí Minh về chiến tranh nhân dân vào sự nghiệp mới, xây dựng nền quốc phòng nhân dân vững mạnh, tạo nên sức mạnh vô địch vì sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ Quốc, vì dân giàu, nước mạnh, xã hội dân

chủ, công bằng, văn minh.

III. KẾT LUẬN

Hơn nửa thế kỷ hình thành và phát triển, tư tưởng Hồ Chí Minh vẫn mãi mãi là ngọn cờ chỉ đường cho dân tộc ta vượt qua mọi chông gai thử thách, cập bến bờ vinh quang. Tư tưởng về chiến tranh nhân dân của Người là sự thể hiện những vấn đề có tính quy luật của chiến tranh nhân dân ở một nước nhỏ chống lại chiến tranh xâm lược của chủ nghĩa đế quốc. Những quan điểm ấy đã thấm vào lòng dân, trở thành sức mạnh vật chất to lớn đánh bại hai đế quốc lớn là thực dân Pháp và đế quốc Mỹ, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

Nói về tư tưởng của Người một học giả thuộc trung tâm nghiên cứu triết học - chính trị và xã hội Mê-hi-cô viết: “Chúng ta có thể khẳng định rằng cách mạng Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Hồ Chí Minh và tư tưởng của Người về chiến tranh nhân dân đã góp phần làm phong phú học thuyết Mác - Lênin về phương pháp mà các dân tộc khác phải làm theo khi tiến hành một cuộc cách mạng dân chủ. Điều đó có thể giải thích tại sao Người có thể tập hợp toàn dân tộc vào mặt trận cách mạng và tại sao tất cả mọi người Việt Nam tham gia vào cuộc kháng chiến với chủ nghĩa yêu nước vĩ đại. Đó là cống hiến của Người vào cuộc đấu tranh giải phóng của các dân tộc bị áp bức trên thế giới”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ giáo dục và đào tạo (2006), *Giáo trình tư tưởng Hồ Chí Minh*, NXB CTQG, Hà Nội.
2. Bách khoa thư Hồ Chí Minh (2003), NXB Từ điển bách khoa, Hà Nội.
3. *Sự nghiệp báo chí của Hồ Chí Minh* (2005), NXB LLCT, Hà Nội.
4. *Bộ giáo dục và đào tạo, giáo trình quốc phòng - an ninh* (2008), NXB GD, Hà Nội.
5. Đặng Xuân Kỳ (2004), *Phương pháp và phong cách Hồ Chí Minh*, NXB LLCT, Hà Nội.



FTA “THẾ HỆ MỚI”- GÓC NHÌN TỪ HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC TOÀN DIỆN VÀ TIẾN BỘ XUYÊN THÁI BÌNH DƯƠNG (CPTPP)

ThS. Trần Thị Thanh Hương

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Ngày nay tự do hóa thương mại ngày càng phát triển, mối quan hệ thương mại giữa các quốc gia ngày càng được mở rộng, thế giới đã và đang chứng kiến sự gia tăng nhanh chóng số lượng các hiệp định thương mại tự do (Free Trade Agreement – FTA) được thiết lập giữa 2 hay nhiều quốc gia với nhau để thiết lập nên các khu vực thương mại tự do. Theo số liệu của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), tính đến hết tháng 2 năm 2019, đã có 471 thỏa thuận thương mại khu vực được thông báo lên WTO, trong đó có 293 FTA đã có hiệu lực. Do sự hợp tác giữa các quốc gia ngày càng phát triển vì vậy trong các hiệp định thương mại tự do giữa các bên, nội dung cam kết và mức độ cam kết có phạm vi vượt xa so với các FTA trước đây và được gọi bằng một thuật ngữ mới là FTA “thế hệ mới”.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiệp định Thương mại tự do (Free Trade Agreement - FTA) là gì?

Theo cách hiểu chung nhất thì “Hiệp định thương mại tự do (Free Trade Agreement - FTA) là một thỏa thuận giữa hai hoặc nhiều Thành viên nhằm loại bỏ các rào cản đối với phần lớn thương mại giữa các Thành viên với nhau”.

Và FTA thế hệ mới

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới là sự hợp tác mạnh mẽ giữa các quốc gia trong lĩnh vực thương mại nói riêng. Nội dung, mức độ cam kết của các FTA được ký ngày càng sâu rộng. Vì thế thuật ngữ FTA “thế hệ mới” được ra đời.

Vậy FTA thế hệ mới là gì? Nó có những đặc điểm gì khác so với những FTA đã được ký kết trước đây? Nội dung của bài viết sẽ trả lời các câu hỏi trên.

II. NỘI DUNG

1. FTA thế hệ mới và các đặc điểm của FTA thế hệ mới

1.1. Khái niệm FTA thế hệ mới

Thuật ngữ “thế hệ mới” hoàn toàn

mang tính tương đối. Trước hết FTA thế hệ mới nó cũng có những nội dung như của các FTA trước đây. Ngoài ra, các FTA “thế hệ mới” có những đặc điểm là các FTA được đàm phán, ký kết trong thời gian gần đây, nội dung cam kết có phạm vi rộng, mức độ tự do hóa mạnh.

1.2. Đặc điểm của FTA thế hệ mới

So với các hiệp định thương mại “truyền thống”, các FTA thế hệ mới có các đặc điểm cơ bản sau:

Thứ nhất là, các FTA “thế hệ mới” có mức độ cam kết rộng nhất, bao gồm hầu hết mọi hàng hóa, dịch vụ ... Đây là cách tiếp cận mới của các FTA thế hệ mới và đang trở thành xu thế trong những năm gần đây khi các đối tác ký FTA với nhau.

CPTPP là tên viết tắt của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (Comprehensive and Progressive Trans-Pacific Partnership). Đây là Hiệp định tiếp nối của Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP), sau khi Hoa Kỳ rút khỏi TPP. CPTPP bao gồm 11 thành viên là Canada, Mexico, Peru, Chile, New Zealand, Úc, Nhật Bản, Singapore, Brunei, Malaysia và Việt Nam.



Văn kiện CPTPP gồm 30 Chương và 9 Phụ lục, điều chỉnh rất nhiều vấn đề, từ các vấn đề thương mại truyền thống (hàng hóa, dịch vụ, đầu tư...), đến các vấn đề thương mại chưa hoặc ít được đề cập trong các FTA (mua sắm công, thương mại điện tử, doanh nghiệp nhà nước...), và cả các vấn đề khác có liên quan đến thương mại (lao động, môi trường...). Với nội dung cam kết rộng như vậy, CPTPP được đánh giá là một FTA có chất lượng và toàn diện nhất từ trước tới nay.

Thứ hai là, mức độ cam kết trong các FTA là sâu nhất từ trước đến nay, cắt giảm thuế gần như về 0% hết mà không có loại trừ với lộ trình phù hợp trình độ phát triển của các quốc gia thành viên.

Trong Hiệp định CPTPP, các cam kết về thuế quan được thể hiện trong Chương 2: “Đối xử quốc gia và mở cửa thị trường đối với hàng hóa”, bao gồm 02 nhóm: cam kết về thuế nhập khẩu và cam kết về thuế xuất khẩu. Trong CPTPP, các cam kết về thuế quan được thể hiện chi tiết theo từng dòng thuế trong Biểu thuế và mỗi nước CPTPP sẽ có một Biểu cam kết thuế quan riêng áp dụng cho từng đối tác hoặc cho tất cả các đối tác CPTPP.

Các thành viên CPTPP đều cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với gần như toàn bộ biểu thuế quan nhập khẩu của nước mình. Theo nội dung của Hiệp định, các cam kết về xóa bỏ và cắt giảm thuế quan nhập khẩu trong CPTPP được chia làm ba nhóm chính: nhóm xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định CPTPP có hiệu lực; nhóm xóa bỏ thuế nhập khẩu theo lộ trình (các dòng thuế nhập khẩu sẽ được đưa về 0% sau một khoảng thời gian nhất định, phần lớn là lộ trình 3-7 năm, tuy nhiên trong một số trường hợp, lộ trình có thể là trên 10 năm, thậm chí 20 năm); nhóm áp dụng hạn ngạch thuế quan (thuế nhập khẩu chỉ xóa bỏ

hoặc cắt giảm với một khối lượng hàng hóa nhất định, nếu vượt quá sẽ không được hưởng ưu đãi). Đối với Việt Nam, các nước CPTPP cam kết xóa bỏ hoàn toàn từ 97% đến 100% số dòng thuế nhập khẩu đối với hàng hóa có xuất xứ từ Việt Nam, tùy theo cam kết của từng nước. Trong đó, Canada cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu cho 95% số dòng thuế và 78% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt 100% kim ngạch xuất khẩu thủy sản và 100% kim ngạch xuất khẩu gỗ được xóa bỏ; Nhật Bản cam kết xóa bỏ thuế đối với 86% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực và gần 90% số dòng thuế sau 5 năm.

Cam kết thuế nhập khẩu của Việt Nam: *Việt Nam cam kết một biểu thuế chung cho tất cả các nước CPTPP. Theo đó, Việt Nam sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 66% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực và 86,5% số dòng thuế sau 3 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực. Các mặt hàng còn lại có lộ trình giảm thuế chủ yếu từ 5 đến 10 năm. Đối với một số mặt hàng đặc biệt nhạy cảm, Việt Nam có lộ trình trên 10 năm, ví dụ như bia, rượu, thịt gà, sắt thép, ô tô con dưới 3.000 phân phối. Việt Nam áp dụng hạn ngạch thuế quan (TRQ) đối với đường, trứng, muối (nằm trong lượng hạn ngạch WTO) và ô tô đã qua sử dụng. Nhìn chung, mức độ cam kết mở cửa thị trường hàng hóa của ta là thấp hơn nhiều so với mức các nước cam kết mở cửa cho ta.*

Thứ ba là, cơ chế thực thi trong các FTA thế hệ mới vô cùng chặt chẽ. Với phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết sâu, vì vậy các FTA thế hệ mới có cơ chế để thực hiện các cam kết rất chặt chẽ. Tính chất chặt chẽ này được hiểu là các cam kết và điều khoản trong FTA là ràng buộc với nhau, ngoài ra, để thực thi một cam kết thì đòi hỏi rất nhiều các quy định, tiêu chuẩn cao bắt buộc phải tuân thủ.



Trong Hiệp định CPTPP, ngoài việc áp dụng quy định chung như với các hàng hóa khác, dệt may có những quy định riêng mang tính đặc thù và được dành riêng một chương (Chương 4 - Dệt may) để điều chỉnh. Chương này quy định riêng về một số vấn đề liên quan tới sản phẩm dệt may, bao gồm: Bộ quy tắc xuất xứ riêng đối với các sản phẩm dệt may, Các quy định về biện pháp tự vệ đối với dệt may và Các vấn đề về hợp tác hải quan, chương trình giám sát, xác minh xuất xứ. Về quy tắc xuất xứ đối với hàng dệt may được áp dụng “từ sợi trở đi”, nghĩa là toàn bộ quá trình kéo sợi, dệt vải, nhuộm, hoàn tất và may quần áo phải được thực hiện trong nội khối CPTPP. Có 3 nhóm hàng may mặc được “linh hoạt” áp dụng quy tắc xuất xứ một công đoạn, cắt và may, gồm vali, túi xách, áo ngực phụ nữ, quần áo trẻ em bằng sợi tổng hợp; Quy định cũng chỉ ra danh mục nguồn cung thiếu hụt gồm 194 loại sợi, vải được phép sử dụng từ ngoài khu vực CPTPP, trong đó có 186 mặt hàng sẽ được áp dụng vĩnh viễn và 8 mặt hàng chỉ được áp dụng cơ chế này trong vòng 5 năm.

Ngoài ra, ngoài các cam kết chính trong văn bản Hiệp định, các bên đối tác tham gia vào Hiệp định CPTPP còn xây dựng các Thư song phương nhằm làm rõ hơn một số nội dung cam kết hoặc thông nhất cách hiểu về một số nội dung cam kết trong Hiệp định.

Thứ tư là, các FTA thế hệ mới bao gồm những lĩnh vực “phi truyền thống” như: lao động, môi trường, đầu tư, cạnh tranh, mua sắm công, thương mại điện tử, khuyến khích sự phát triển của doanh nghiệp vừa và nhỏ, hỗ trợ kỹ thuật cho các nước đang phát triển cũng như dành thời gian chuyển đổi hợp lý để nước đi sau có thể có lộ trình thay đổi chính sách phù hợp với trình độ phát triển của mình.

Ví dụ như về nội dung lao động, nếu như vào thời điểm năm 1995, khi WTO mới được thành lập, chỉ có 4 FTA có nội dung về lao động, thì đến nay đã có hơn 80 FTA có nội dung về lao động.

Hiệp định CPTPP cũng có các quy định bảo vệ tổ chức của người lao động để không bị người sử dụng lao động can thiệp và phân biệt đối xử nhằm vô hiệu hóa hoặc làm suy yếu khả năng đại diện, bảo vệ cho quyền và lợi ích của người lao động được quy định ở Chương 19 - Lao động. Điều này cũng phù hợp với quy định của ILO. Cam kết về liên kết của các tổ chức của người lao động, theo cam kết trong CPTPP, riêng Việt Nam có được thời gian chuẩn bị là 5 năm kể từ ngày Hiệp định có hiệu lực. Đến khi đó sẽ cho phép các tổ chức của người lao động ở cấp cơ sở doanh nghiệp có thể gia nhập hoặc cùng nhau thành lập tổ chức của người lao động ở cấp cao hơn như cấp ngành, cấp vùng theo đúng trình tự đăng ký được pháp luật quy định một cách công khai, minh bạch. Thời gian chuẩn bị này là để Việt Nam hoàn thiện hệ thống pháp luật và tổ chức bộ máy quản lý để bảo đảm tốt nhất quyền lợi cho người lao động.

Như vậy, một FTA “thế hệ mới” thì phải có 4 đặc trưng cơ bản, 1 là mức độ cam kết sâu rộng, bao gồm hầu hết các loại hàng hóa và dịch vụ (mà gần như không có loại trừ); 2 là, mức độ cam kết sâu nhất, gần như mọi mặt hàng đều có lộ trình giảm thuế dần về bằng không mà không có loại trừ; 3 là có cơ chế thực hiện vô cùng chặt chẽ với nhiều quy định ràng buộc với các tiêu chuẩn rất cao; và 4 là ngoài các nội dung “truyền thống” của một FTA, thì nó còn bao gồm cả các lĩnh vực ngoài thương mại, nhưng lại có liên quan đến lĩnh vực thương mại như lao động, môi trường, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm công, minh bạch hóa... Trong 4 đặc trưng trên thì 3 đặc trưng đầu



tiên nó tương tự như các FTA “truyền thống”, còn đặc trưng thứ tư chính là đặc trưng tạo nên sự khác biệt của một FTA “thế hệ mới” với các FTA “truyền thống”.

2. Một số giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp Nghệ An khi Hiệp định CPTPP có hiệu lực ở Việt Nam

Tỉnh Nghệ An nằm ở trung tâm khu vực Bắc Trung Bộ, với diện tích 16.490,25 km², lớn nhất cả nước; dân số hơn 3 triệu người; là nơi hội tụ đầy đủ các tuyến giao thông đường bộ, đường sắt, đường hàng không, đường biển, đường thủy nội địa; điều kiện tự nhiên phong phú, đa dạng... Nghệ An có nhiều tiềm năng và lợi thế để thu hút đầu tư và ngày càng có nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước đến tìm hiểu cơ hội đầu tư, kinh doanh tại Nghệ An.

Trong năm 2018 đã cấp đăng ký thành lập mới cho 1.909 doanh nghiệp, tăng 7,43% so với cùng kỳ; tổng số vốn các doanh nghiệp đăng ký 9920,9 tỷ đồng, tăng 35,86% so với cùng kỳ, bình quân khoảng 5,58 tỷ đồng/doanh nghiệp. Theo kết quả rà soát doanh nghiệp tính đến 31/12/2018 trên địa bàn toàn tỉnh hiện có 19.769 doanh nghiệp đã đăng ký thành lập, trong đó 11.688 doanh nghiệp đang hoạt động; 705 doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh; 288 doanh nghiệp ngừng hoạt động đang chờ giải thể, phá sản; số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động 544 doanh nghiệp. Tính đến ngày 15/3/2019, trên địa bàn tỉnh Nghệ An có 340 doanh nghiệp được cấp mới giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, bằng 96,3% so với cùng kỳ năm trước; tổng số vốn đăng ký 3.392,2 tỷ đồng, tăng 58,7%, bình quân khoảng 9,9 tỷ đồng/doanh nghiệp; đồng thời có 206 doanh nghiệp quay trở lại sản xuất kinh doanh; số doanh nghiệp giải thể 21 doanh nghiệp. Hiện nay, do còn nhiều hạn chế, khó khăn từ nội tại của các doanh nghiệp và tình hình dịch bệnh

Covid 19 diễn biến kéo dài, những giải pháp sau nhằm đưa ra các gợi ý về chính sách cũng như gợi ý cách làm để các doanh nghiệp tỉnh nhà có thể tiếp tục cải cách, thay đổi hợp lý, từ đó đủ tầm để nắm bắt các cơ hội mà Hiệp định CPTPP mang lại.

2.1. Giải pháp từ phía doanh nghiệp

CPTPP đã có hiệu lực tại Việt Nam từ ngày 14 tháng 1 năm 2019, vậy làm thế nào để các doanh nghiệp của tỉnh Nghệ An cũng có thể nắm bắt được các lợi ích mà CPTPP mang lại. Để có thể nắm bắt được các thuận lợi cũng như các cơ hội mà Hiệp định CPTPP mang lại, các doanh nghiệp cần có những hành động thiết thực.

- Trước hết, doanh nghiệp cần phải là nhân tố chủ động nhất trong xu thế hội nhập. Để có thể tận dụng được các cơ hội từ các FTA nói chung & FTA thế hệ mới nói riêng, các doanh nghiệp phải kịp thời nắm bắt thông tin về các quy định trong các FTA được thực thi. Những thông tin này là cơ sở để các doanh nghiệp cần phải xây dựng chiến lược, kế hoạch sản xuất, kinh doanh,... nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất so với đối thủ cạnh tranh.

- Hai là, với các FTA thế hệ mới, doanh nghiệp cũng cần quan tâm và thực hiện tốt các tiêu chuẩn kỹ thuật hay kiểm dịch cũng như các biện pháp quản lý khác từ thị trường nhập khẩu. Do vậy, bên cạnh tìm hiểu các cam kết về thuế quan, các doanh nghiệp cũng cần phải chú trọng tập trung tìm hiểu các quy định về TBT, SPS và các biện pháp quản lý từ nước nhập khẩu để tránh/ giảm thiểu rủi ro bị từ chối nhập khẩu.

Ngoài việc tuân thủ các quy định truyền thống kể trên, trong thực thi các FTA mới, các doanh nghiệp cũng cần phải thực thi đầy đủ & tránh vi phạm những nghĩa vụ mới như nghĩa vụ về lao động, môi trường, sở hữu trí tuệ... Những hành vi như không tuân thủ các



yêu cầu về sử dụng lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, đánh bắt nguồn lợi thủy hải sản quá mức, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ sẽ có thể dẫn tới việc doanh nghiệp bị các đối tác ngừng ưu đãi thuế quan.

- Ba là, để đáp ứng tốt các quy tắc các quy định của hàng rào kỹ thuật trong thương mại (TBT), Biện pháp Vệ sinh An toàn Thực phẩm và Kiểm dịch Động Thực vật (SPS), quy tắc về xuất xứ,... các doanh nghiệp ngoài việc tìm hiểu thông tin, xây dựng quy trình sản xuất thì các doanh nghiệp có thể và nên liên kết với nhau để cùng tạo nên chuỗi sản xuất nhằm đảm bảo các yêu cầu về các quy định trên. Ngoài ra khi liên kết như vậy sẽ giúp các doanh nghiệp giảm được các chi phí logistic, hạ thấp giá thành, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm được các chi phí tuân thủ, chi phí thực hiện. Khi liên kết, các doanh nghiệp có thể liên kết với các doanh nghiệp là doanh nghiệp nội địa hoặc các doanh nghiệp FDI.

-Thứ tư, Hội doanh nghiệp cần phải phát huy vai trò của mình hơn nữa trong việc làm cầu nối kết nối doanh nghiệp với thị trường, liên kết các doanh nghiệp lại với nhau, hiệp hội còn là nơi để các doanh nghiệp tiếp cận các thông tin về hàng hóa, thị trường nhanh nhất và hiệu quả nhất cho các doanh nghiệp.

2.2. Giải pháp về phía nhà nước

- Các sở, ban ngành có liên quan phải có nhiệm vụ tuyên truyền, phổ biến bằng nhiều kênh, hình thức khác nhau để các doanh nghiệp tiếp cận được với các thông tin của các FTA đã và sẽ ký. Bên cạnh đó, nhiệm vụ khác quan trọng không kém là phân tích các cơ hội và thách thức từ các cam kết từ các FTA này đến các doanh nghiệp.

- Các cơ quan quản lý nhà nước cần phối hợp chặt chẽ để hỗ trợ cộng đồng

doanh nghiệp trong nước kết nối với các doanh nghiệp nước ngoài. Cung cấp thông tin, dự báo thị trường; cải thiện các thủ tục hành chính trong cấp phép đầu tư, kinh doanh nhằm tạo điều kiện tốt nhất cho các doanh nghiệp gia nhập thị trường. Với tiềm lực còn nhỏ bé của các doanh nghiệp, nhà nước ngoài những chính sách để hỗ trợ cho các doanh nghiệp, cần phải có những chính sách khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước liên doanh với các doanh nghiệp nước ngoài. Các doanh nghiệp nội địa sẽ đóng vai trò tiếp nhận, chuyển giao công nghệ cũng như kinh nghiệm quản lý để tạo ra ngày càng nhiều sản phẩm “Made in Viet Nam”.

- Các cơ quan ban ngành có chức năng, cụ thể là Sở Công Thương phải làm tốt vai trò chủ trì phối hợp với các Sở, ban, ngành và địa phương nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngành hàng, doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ; đồng thời, cung cấp thông tin, chuẩn bị những giải pháp ứng phó, hỗ trợ đối với những ngành hàng, mặt hàng chịu tác động lớn, trực tiếp từ biến động thị trường quốc tế; cần phải có sự hỗ trợ, hướng dẫn kịp thời về các thông tin, kỹ năng cũng như kinh nghiệm để cho các doanh nghiệp tận dụng tốt hơn các cơ hội từ thị trường bên ngoài mang lại & để giúp doanh nghiệp có thể đáp ứng được các hàng rào kỹ thuật khi thuế quan được hạ thấp theo các cam kết trong các FTA; đồng hành với các doanh nghiệp để hỗ trợ doanh nghiệp giải quyết các vướng mắc kịp thời, hiệu quả.

Các cơ quan như Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Bộ Y tế, Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Công thương sẽ cung cấp các thông tin cụ thể và hỗ trợ các doanh nghiệp các thông tin về các quy định trong các FTA nhằm giúp các doanh nghiệp nâng



cao được năng lực cạnh tranh ở thị trường quốc tế, tận dụng tốt các lợi ích mà FTA thế hệ mới mang lại.

III. KẾT LUẬN

Với sự phát triển ngày càng mạnh mẽ của kinh tế thế giới, xu hướng các quốc gia liên kết kinh tế với nhau thông qua hình thức hiệp định thương mại ngày càng phổ biến với các cam kết thương mại với phạm vi rộng và nội dung cam kết mang tính ràng buộc cao, việc Việt Nam tích cực đàm phán và tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới cho thấy sự nỗ lực để hội nhập và phát triển của chúng ta ngày càng là một nhu cầu tất yếu. Để các doanh nghiệp của Nghệ An có thể bắt kịp với xu thế chung đó, bên cạnh sự hỗ trợ của các cơ quan Nhà nước có chức năng, điều tiên quyết đó là các doanh nghiệp phải luôn chú trọng nắm bắt thông tin, tiến hành cải cách để có thể sẵn sàng đáp ứng được các đòi hỏi khắt khe từ các hiệp định này, qua đó nắm bắt cơ hội để đưa hàng hóa, dịch vụ của mình ra thị trường thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công thương, Ban Chỉ đạo liên ngành hội nhập quốc tế về kinh tế (2019), Bản tóm lược các chương của hiệp định CPTPP, <http://hoinhapkinhte.gov.vn/>
2. TS Nguyễn Minh Phong (2018), Các FTA thế hệ mới - Động lực và thách thức cho Việt Nam trong hội nhập; Diễn đàn Hội nhập Kinh tế Quốc tế Việt Nam 2018.
3. TS Nguyễn Thanh Tâm (2016), Tổng quan về các FTA thế hệ mới, <http://giaoducvaxahoi.vn>
4. Lương Hoàng Thái (2018), Những cam kết trong các FTA thế hệ mới và khả năng thực hiện của doanh nghiệp Việt Nam; Diễn đàn Hội nhập Kinh tế Quốc tế Việt Nam 2018.
5. Các website: <http://giaoducvaxahoi.vn>; <http://hoinhapkinhte.gov.vn/>; <http://www.trungtamwto.vn>; <https://www.wto.org/>; <http://nghean.gov.vn>
6. Nguồn: WTO, Trung tâm WTO.
7. Tình hình kinh tế - xã hội tỉnh Nghệ An quý I năm 2019. <https://nghean.gov.vn>



NHÂN TỐ CẢN TRỞ SỰ THAM GIA VÀO CHUỖ CUNG ỨNG TOÀN CẦU CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP CHẾ BIẾN, CHẾ TẠO VIỆT NAM

ThS. Trịnh Thị Lê

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Đề tài nghiên cứu các thực trạng ngành công nghiệp chế biến chế tạo Việt Nam ở khía cạnh xuất nhập khẩu và tình hình đầu tư trực tiếp nước ngoài, phân tích đánh giá các nhân tố gây trở ngại tới sự tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu của ngành công nghiệp chế biến và chế tạo Việt Nam. Cụ thể, xem xét tác động của các yếu tố Hạn chế nguồn nhân lực, Hạn chế về công nghệ, Hạn chế về vốn, Hạn chế bắt cập các chính sách hỗ trợ của Chính phủ, từ đó đưa ra các giải pháp khắc phục.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Những năm gần đây, hội nhập kinh tế quốc tế diễn ra sâu, rộng và trải khắp mọi lĩnh vực và được kỳ vọng sẽ mang lại rất nhiều lợi ích đối với thương mại Việt Nam. Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội mang lại thì việc tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới cũng đặt ra không ít thách thức đối với Việt Nam. Trong khi đó, ngành công nghiệp chế biến và chế tạo được cho rằng là một trong các trụ cột phát triển của cả nền kinh tế thì ta vẫn chỉ đảm nhận những khâu công việc đơn giản, chủ yếu sử dụng lao động có tay nghề thấp nên lợi nhuận không cao, lệ thuộc công nghệ. Bên cạnh đó, rất nhiều doanh nghiệp FDI lớn vào Việt Nam muốn hợp tác với các nhà cung ứng nội địa nhưng rất ít doanh nghiệp đủ yêu cầu của họ. Mặt khác, Việt Nam đã có nhiều các nghiên cứu về chuỗi cung ứng nhưng chưa có nghiên cứu sâu nào về những nhân tố cản trở sự tham gia của các doanh nghiệp ngành công nghiệp chế biến và chế tạo Việt Nam vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Chính vì vậy tác giả đã lựa chọn vấn đề này để nghiên cứu, làm rõ.

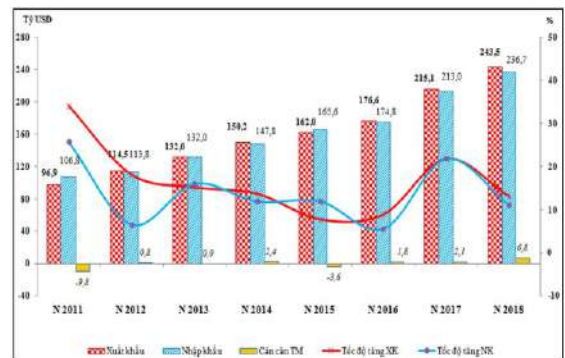
II. NỘI DUNG

1. Thực trạng ngành công nghiệp cũng như doanh nghiệp chế biến và chế tạo Việt Nam

Thứ nhất, tình hình xuất nhập khẩu ngành công nghiệp chế biến và chế tạo

Nhóm ngành công nghiệp chế biến và chế tạo vẫn đang đóng góp chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của cả nước năm 2018 đạt 480,17 tỷ USD, tăng 12,2% (tương ứng tăng 52,05 tỷ USD) so với năm 2017. Trong đó trị giá hàng hóa xuất khẩu đạt 243,48 tỷ USD, tăng 13,2% và nhập khẩu đạt 236,69 tỷ USD, tăng 11,1%. Cán cân thương mại của Việt Nam thặng dư 6,8 tỷ USD. Nhìn chung, giai đoạn 2005 - 2017, Việt Nam ghi nhận sự tăng trưởng vượt bậc trong kim ngạch xuất khẩu hàng hóa.

Biểu đồ 1: Kim ngạch, tốc độ tăng xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại giai đoạn 2011-2018



Nguồn: Tổng cục hải quan



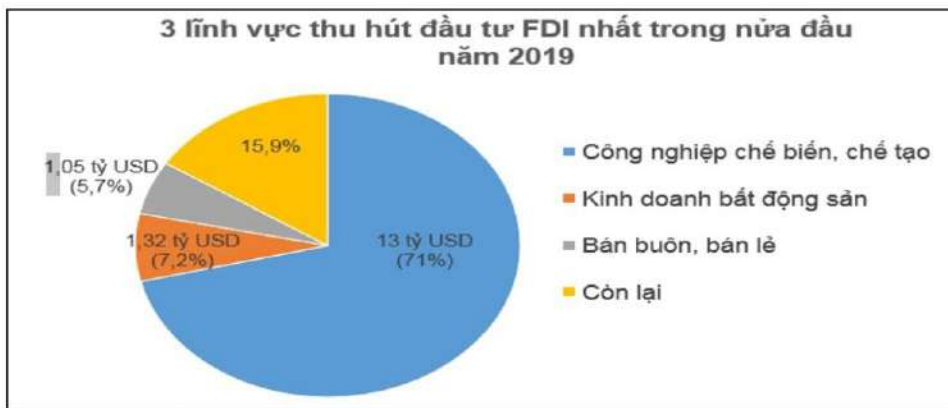
Trong đó, các nhóm hàng thuộc ngành công nghiệp chế biến và chế tạo chiếm tỷ trọng xuất khẩu lớn trong tổng giá trị xuất khẩu của cả nước. Năm 2018, trong số 10 nhóm hàng xuất khẩu đạt mức tăng về giá trị lớn nhất thì hầu hết là các nhóm hàng thuộc ngành công nghiệp chế biến và chế tạo cụ thể: hàng dệt may tăng 4,37 tỷ USD, điện thoại các loại và linh kiện tăng 3,81 tỷ USD, máy móc thiết bị dụng cụ & phụ tùng tăng 3,64 tỷ USD; máy vi tính sản phẩm điện tử và linh kiện tăng 3,43 tỷ USD, giày dép các loại tăng 1,56 tỷ USD, máy ảnh máy quay phim và linh kiện tăng 1,44 tỷ USD, sắt thép các loại tăng 1,4 tỷ USD; gỗ và sản phẩm gỗ tăng 1,21 tỷ USD...

Thứ hai, tình hình đầu tư trực tiếp

nước ngoài trong ngành công nghiệp chế biến và chế tạo

Trong những năm gần đây, Việt Nam thường xuyên có mặt trong danh sách các thị trường mới nổi hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Trong các lĩnh vực mà các nhà đầu tư quan tâm khi đầu tư vào Việt Nam, ngành công nghiệp chế biến và chế tạo vượt trội hơn hẳn so với các ngành khác. Theo Cục đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 6 tháng đầu năm 2019, nhà đầu tư ngoại đã đầu tư vào 19 ngành lĩnh vực, trong đó công nghiệp chế biến, chế tạo là lĩnh vực thu hút được nhiều nhất sự quan tâm nhất với 13 tỷ USD tương đương 71%.

Biểu đồ 2: Các lĩnh vực thu hút FDI nửa đầu 2019



Nguồn: Cục đầu tư nước ngoài, Bộ KH và ĐT

Đối với các doanh nghiệp chế biến chế tạo Việt Nam tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu

Theo số liệu của Bộ Công Thương năm 2018 công nghiệp chế biến, chế tạo là ngành thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn nhất. Số vốn đăng ký của các dự án được cấp phép đạt khoảng 9,067 tỷ USD, chiếm 50,5% tổng vốn đăng ký cấp mới. Việt Nam đã trở thành điểm sản xuất một số mặt hàng công nghiệp có giá trị cao như điện thoại di động, máy tính bảng... Dù vậy, các doanh nghiệp chế biến chế tạo tại

Việt Nam vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Bởi, các doanh nghiệp nội địa chủ yếu là các doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ nên khả năng cạnh tranh và liên kết được với các doanh nghiệp FDI rất khó khăn. Cụ thể doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam chiếm tới 98%, nhưng chỉ có 21% số DN này liên kết với chuỗi cung ứng nước ngoài. Tỷ lệ này thấp hơn nhiều nước trong khu vực ASEAN như: Thái Lan (30%), Malaysia (46%). Tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu các doanh nghiệp Việt Nam



cũng chỉ tham gia ở các khâu đơn giản như: Gia công, lắp ráp có giá trị gia tăng thấp trong chuỗi giá trị và thiếu bền vững.

1. Những nhân tố cản trở khả năng tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu của ngành công nghiệp chế biến và chế tạo Việt Nam

Từ thực trạng của ngành công nghiệp chế biến và chế tạo cho thấy ngành đã đạt được những thành tựu nhất định, tuy nhiên trong xu thế toàn cầu hóa hội nhập thế giới để ngành tạo ra giá trị lớn hơn và bền vững hơn, cần tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Vậy khó khăn cản trở gì đối với các doanh nghiệp của Việt Nam:

Những hạn chế liên quan đến nguồn nhân lực

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê năm 2018, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc trong khu vực công nghiệp là hơn 10 triệu người, trong đó khu vực công nghiệp chế biến và chế tạo chiếm đa số với khoảng 9,7 triệu lao động. Số lao động qua đào tạo trong ngành chỉ chiếm 17,8%, thấp hơn tỷ lệ lao động có bằng cấp trong tổng lực lượng lao động (21,9%). Đặc biệt, lực lượng lao động sản xuất công nghiệp có xu hướng gia tăng quy mô lao động không có chuyên môn kỹ thuật và giảm lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật chứng chỉ nghề trở lên. Ngoài ra, năng suất lao động của công nhân Việt Nam còn khá khiêm tốn với các quốc gia trong khu vực ASEAN và trên thế giới. Theo Ngân hàng thế giới, tính theo sức mua tương đương năm 2011, năng suất lao động của Việt Nam năm 2016 đạt 9.894 USD, chỉ bằng 7,0% của Xin-ga-po; 17,6% của Ma-lai-xi-a; 36,5% của Thái Lan; 42,3% của In-đô-nê-xi-a; 56,7% của Phi-lip-pin và bằng 87,4% NSLĐ của Lào. Đáng chú ý là chênh lệch về NSLĐ giữa Việt Nam với các nước vẫn tiếp tục gia

tăng. Những hạn chế về nguồn nhân lực có trình độ tay nghề trong ngành công nghiệp chế biến và chế tạo đã gây những khó khăn nhất định đến việc tham gia chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp chế biến và chế tạo.

Những hạn chế liên quan đến công nghệ

Công nghệ được xem như là một trong những cản trở lớn đối với quá trình tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu của các doanh nghiệp. Công nghệ sản xuất công nghiệp chế biến và chế tạo trung bình và thấp chiếm tỷ trọng cao, tụt hậu lớn so với mức trung bình thế giới; tốc độ đổi mới công nghệ còn thấp. Theo VCCI, công nghệ được sử dụng bởi hầu hết các doanh nghiệp trong nước bị tụt hậu khoảng 2 đến 3 thế hệ so với mức trung bình của thế giới. Trong đó, có đến 76% thiết bị có xuất xứ từ nước ngoài được nhập trong giai đoạn từ năm 1960 đến năm 1970; 75% thiết bị đã khấu hao xong; 50% thiết bị được làm mới. Đa số các doanh nghiệp sử dụng công nghệ của những năm 80 của thế kỷ trước, trong đó 69% doanh nghiệp phụ thuộc vào nguyên vật liệu; 52% phụ thuộc vào thiết bị, công nghệ nhập khẩu và 19% doanh nghiệp lệ thuộc vào bí quyết công nghệ, cán bộ có kỹ thuật chuyên môn cũng chỉ đạt khoảng 7%. Những hạn chế về công nghệ làm suy yếu năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành công nghiệp chế biến và chế tạo, gây cản trở đến việc tham gia chuỗi cung ứng.

Những hạn chế liên quan đến vốn

Phần lớn các doanh nghiệp tư nhân thiếu vốn, tốc độ tăng trưởng về nguồn vốn thấp, thiếu ổn định. Theo báo cáo tổng kết của Ban Kinh tế Trung ương, trong giai đoạn 2007-2017, tốc độ tăng trưởng nguồn vốn đạt mức bình quân chỉ khoảng 1%/năm, chủ yếu dựa vào nguồn vốn tự có để đầu tư đổi mới thiết bị công nghệ, uy tín thấp, thiếu khả năng tài chính và năng lực



quản lý, kinh doanh để tiếp cận đầy đủ các nguồn tín dụng, vốn trực tiếp từ thị trường chứng khoán. Theo báo cáo Việt Nam 2035 của Ngân hàng thế giới, khoảng 96% trong tổng số doanh nghiệp ngoài nhà nước ở Việt Nam là doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong đó doanh nghiệp tư nhân chiếm tỷ trọng lớn. Trong số đó, chỉ khoảng 32% là có thể tiếp cận vốn đầu tư từ hệ thống tài chính - ngân hàng chính thức. Hiệu quả vốn đầu tư phát triển sản xuất công nghiệp không cao thể hiện qua chỉ số ICOR, để tạo ra 1 đồng GDP, giai đoạn 2006-2010 Việt Nam phải đầu tư 6,96 đồng, giai đoạn 2011-2015 là 6,91 đồng và năm 2017 là 6,27 đồng. Trong khi hệ số ICOR được xem là có hiệu quả đối với các quốc gia đang phát triển khi nằm ở mức 3-4, như vậy hiệu quả sử dụng vốn đầu tư của Việt Nam không được cao.

Những hạn chế, bất cập các chính sách hỗ trợ của Chính phủ

Chính sách hỗ trợ của Chính phủ có vai trò quan trọng việc nâng cao năng lực cạnh tranh và gia tăng khả năng tham gia vào chuỗi cung ứng. Mặc dù chính phủ Việt Nam đã thực thi nhiều chính sách để hỗ trợ, tuy nhiên vẫn còn nhiều chính sách tồn tại nhiều hạn chế và bất cập. Mô hình phát triển công nghiệp có sự thiên lệch về cơ cấu ngành; dựa vào khai thác và bán tài nguyên; định hướng phát triển theo chiều rộng; các ngành thâm dụng vốn là chủ yếu... Hầu hết các doanh nghiệp không mấy mặn mà đối với những chính sách hỗ trợ của Chính phủ do mức hỗ trợ quá nhỏ so với yêu cầu, lợi ích đem lại nhỏ mà chi phí giao dịch thường cao. Hơn nữa, hiện nay nguồn vốn hỗ trợ trực tiếp từ ngân sách nhà nước cho đầu tư đổi mới công nghệ chủ yếu tập trung vào những doanh nghiệp lớn, chủ yếu là các doanh nghiệp nhà nước. Chính phủ chưa có các chương trình hỗ trợ riêng

cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong khi nhóm các doanh nghiệp này lại đang rất cần vốn cho đổi mới công nghệ.

Ngoài các nhân tố trên còn phải kể đến các nhân tố cũng góp phần ảnh hưởng không nhỏ đến như: Hạn chế bất cập của chính sách, văn hóa quốc tế, hạn chế từ phía doanh nghiệp chủ chuỗi...

2. Một số giải pháp nâng cao khả năng tham gia chuỗi ứng toàn cầu của ngành công nghiệp chế biến chế tạo của Việt Nam

Từ những nhân tố cản trở khả năng tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu của ngành công nghiệp chế biến chế tạo của Việt Nam, tác giả đưa ra một số giải pháp gợi ý nhằm nâng cao khả năng tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu của ngành cũng như các doanh nghiệp như sau:

Đối với chính phủ

Thứ nhất, nâng cao thể chế và chính sách hỗ trợ của Chính Phủ

Môi trường kinh doanh gắn với các chính sách quản lý, việc thực thi quản lý hoạt động của các doanh nghiệp... sẽ quyết định chi phí và cơ hội của các doanh nghiệp đang hoạt động tại môi trường kinh doanh đó. Vì vậy, Chính Phủ cần đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính; Cần thúc đẩy việc cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh thuận lợi, tạo sự cạnh tranh bình đẳng, minh bạch; Cần tăng cường hỗ trợ thông tin, các hoạt động xúc tiến thương mại và quản lý thị trường.

Thứ hai, nâng cao chất lượng đội ngũ lao động có tay nghề

Chính Phủ cần chú trọng chất lượng, hiệu quả đào tạo; đào tạo có trọng tâm, trọng điểm và ưu tiên đào tạo nhân lực cho doanh nghiệp trong ngành công nghiệp chế biến và chế tạo theo định hướng hỗ trợ của Nhà nước. Xây dựng đội ngũ cán bộ quản



lý đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế. Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng các cán bộ theo hướng mở các lớp tập huấn, mời các chuyên gia trong và ngoài nước giảng dạy và gửi đi đào tạo chính quy ở nước ngoài để có các cán bộ chuyên nghiệp có đủ trình độ năng lực để đảm đương khâu vận hành quan trọng trong ngành.

Thứ ba, tháo gỡ khó khăn về vốn

Chính sách hỗ trợ vốn của Chính phủ cần được triển khai cụ thể, hướng dẫn triển khai và thực hiện rõ ràng, minh bạch hoá các điều kiện vay vốn để từ đó các doanh nghiệp có phương hướng vay vốn và hoạch định kế hoạch tài chính chính xác và hiệu quả hơn.

Thứ tư, chính sách cải thiện năng lực công nghệ

Cần xây dựng cơ chế đặc thù để hỗ trợ hiệu quả việc chuyển giao, đổi mới công nghệ để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm hàng hóa, năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp ngành công nghiệp chế biến và chế tạo. Cần đổi mới hệ thống và cơ chế quản lý nhà nước về khoa học và công nghệ theo hướng tinh giản, tập trung cho xây dựng chiến lược, cơ chế, chính sách; tăng cường năng lực điều phối liên ngành, liên vùng, giảm bớt chức năng tác nghiệp cụ thể. Hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng và thực hiện lộ trình đổi mới công nghệ; hỗ trợ doanh nghiệp khai thác cơ sở dữ liệu thông tin về công nghệ

Đối với doanh nghiệp

Thứ nhất, nâng cao chất lượng đội ngũ lao động có tay nghề

Tiến hành đào tạo và đào tạo lại các nhân viên; Tổ chức các hoạt động nâng cao tay nghề như thi tay nghề giỏi, người thợ bàn tay vàng... và chọn cử các nhân viên tham gia những cuộc thi tay nghề giỏi của ngành và quốc gia; Xây dựng chính sách tiền lương hấp dẫn để thu hút lao động giỏi.

Thứ hai, giải pháp về vốn

Doanh nghiệp cần chủ động huy động vốn cho các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mình. Doanh nghiệp cũng có thể tăng cường liên kết mạng lưới sản xuất kinh doanh, tham gia các hiệp hội ngành nghề để có thể nhận được hỗ trợ về nguồn lực vốn từ các tổ chức này nhằm đẩy mạnh hoạt động kinh doanh

III. KẾT LUẬN

Các phân tích trên cho thấy rất rõ hạn chế về các nguồn lực của doanh nghiệp như chính sách của Nhà Nước, vốn, công nghệ, nhân lực có tay nghề có ảnh hưởng đến các doanh nghiệp tham gia chuỗi. Việc xác định đúng những nhân tố gây cản trở sẽ là cơ sở quan trọng để xây dựng những giải pháp nhằm nâng cao khả năng tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của ngành công nghiệp chế biến chế tạo cũng như tăng khả năng tranh và vị thế của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ThS. Đinh Thị Thanh Long, *Chuỗi giá trị toàn cầu - Cơ hội và thách thức cho sự phát triển*, Tạp chí khoa học và đào tạo ngân hàng (số 159-tháng 8.2015), Học viện ngân hàng.
2. TS Nguyễn Hoàng Ánh (2008), *Luận văn Nghiên cứu chuỗi giá trị toàn cầu và khả năng tham gia của các doanh nghiệp ngành điện tử của Việt Nam*.
3. Bộ công thương Việt Nam (8/2018), *Hội thảo nâng cao chuỗi giá trị sản phẩm – Giải pháp tăng trưởng xuất khẩu bền vững*.
4. <http://vneconomy.vn/tong-cuc-thong-ke-nang-suat-lao-dong-nguoi-viet-thua-lao-bang-7-singapore>.
5. http://vids.mpi.gov.vn/Includes/NewsDetail/12_2016/dt_11220161029_vn2035vietnamese.pdf
6. <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=512&idmid=5&ItemID=19298>



ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP VỀ QUY TRÌNH CHĂN NUÔI LỢN NÁI TẠI MỘT SỐ TRANG TRẠI TỈNH NGHỆ AN, HÀ TĨNH

ThS. Nguyễn Đình Tiến, ThS. Nguyễn Đình Tường
Khoa Nông Lâm Ngư

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chăn nuôi lợn ở Việt Nam hiện đang đứng thứ 6 trên thế giới về sản lượng thịt lợn. Theo số liệu thống kê thì tổng số đầu lợn của chúng ta khoảng 27.406.739 con (nguồn TCTK tháng 10/2018), trong đó tổng đàn lợn nái là 3.989.051 con chiếm 14,6% tổng đàn. Tuy nhiên, tổng đàn nái trong chăn nuôi lợn ở Việt Nam chiếm tỷ lệ quá cao so với thế giới (Đan Mạch qui mô đầu lợn là 30 triệu con nái trên 100 triệu con chiếm trên 3% tổng đàn), điều đó cho thấy chất lượng và năng suất sinh sản của đàn nái ở Việt Nam là quá thấp.

Thực trạng sử dụng thức ăn và quy trình chăn nuôi lợn nái tại trang trại rất đa dạng và phức tạp. Tùy thuộc vào từng công ty, trang trại mà chế độ dinh dưỡng, quy trình sử dụng cũng khác nhau. Do đó, để đánh giá được thực trạng tình hình chăn nuôi lợn nái ở Việt Nam về giống, cơ cấu giống, thức ăn và chế độ cho ăn, quá trình chăm sóc nuôi dưỡng... từ đó sẽ tìm ra được những điểm còn tồn tại bất cập trong chăn nuôi lợn nái ngoại. Trong khuôn khổ đề tài này chúng tôi lựa chọn tỉnh Nghệ An và Hà Tĩnh để đánh giá thực trạng chăn nuôi lợn nái ngoại, bởi hai địa phương này chăn nuôi lợn khá phát triển trong các năm gần đây. Mặt khác, năng suất sinh sản của lợn nái có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng, ở giới hạn đề tài nghiên cứu này chúng tôi đề cập tới quy trình chăm sóc, nuôi dưỡng và chuồng trại để đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp phù hợp trong chăn nuôi lợn nái ngoại tại trang trại.

II. ĐỐI TƯỢNG NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Địa điểm

Các trang trại lợn nái ngoại thuộc tỉnh Nghệ An và Hà Tĩnh.

2.2. Đối tượng nghiên cứu

- Lợn ngoại thuần và lai

- Quy mô trang trại: ≥ 200 nái; 200-500 nái; >500 nái.

2.3 Nội dung nghiên cứu

- Thực trạng về giống, cơ cấu giống lợn sinh sản tại các trang trại.

- Tình hình sử dụng một số loại thức ăn cho lợn nái.

- Thực trạng quy trình chăm sóc nuôi dưỡng lợn nái tại trang trại.

- Thực trạng năng suất sinh sản của các đàn lợn nái tại trang trại.

- Đề xuất quy trình chăn nuôi lợn nái sinh sản chung của các cơ sở chăn nuôi được điều tra.

2.4. Phương pháp nghiên cứu

Thực hiện theo phương pháp điều tra phỏng vấn theo bảng câu hỏi được thiết kế cụ thể cho nhóm đối tượng phỏng vấn:

- Bộ câu hỏi được thiết kế dựa trên các chỉ tiêu sau:

+ Giống và cơ cấu giống, cơ cấu đàn tại cơ sở chăn nuôi.

+ Thức ăn.

+ Chuồng trại (kiểu chuồng kín, hở và kín linh hoạt) và tiêu khí hậu chuồng nuôi (nhiệt độ, độ ẩm).

+ Chăm sóc nuôi dưỡng

**III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU****3.1. Giống và cơ cấu giống lợn nái tại các trang trại chăn nuôi**

Chúng tôi điều tra 20 trang trại chăn

nuôi lợn nái với 13.449 lợn nái tại một số huyện thuộc tỉnh Nghệ An và Hà Tĩnh, giống và cơ cấu đàn lợn nái của các trang trại được trình bày ở bảng 3.1 và 3.2.

Bảng 3.1. Cơ cấu giống lợn nái trong các trang trại Nghệ An và Hà Tĩnh*Đơn vị tính: con*

Giống	Lợn nái Thuần			Lợn nái Lai	
	Landrace (L)	Yorkshire (Y)	Duroc	Landrace x Yorkshire (LY)	Yorkshire x Landrace (YL)
Số lượng	5286	3609	101	4468	0
Tỷ lệ (%)	39,3	26,83	0,75	33,11	0

Bảng 3.2. Cơ cấu đàn lợn nái trong các trang trại Nghệ An và Hà Tĩnh*Đơn vị tính: con*

Loại lợn	Số con theo dõi	Hậu bị	Tỷ lệ (%)	Mang thai	Tỷ lệ (%)	Nuôi con	Tỷ lệ (%)
Quy mô nái							
≤200 con	1427	362	25,37	776	54,38	289	20,25
>200-500	1307	304	23,26	632	48,35	371	28,39
>500	10.730	3648	34	4535	42,26	2547	23,74
Tổng	13.464	4314	32,04	5943	44,14	3207	23,82

Về cơ cấu giống ở một số trang trại lợn nái thuộc tỉnh Nghệ An và Hà Tĩnh được trình bày tại bảng 3.1 chúng tôi nhận thấy tỷ lệ giống lợn nái thuộc các giống Landrace, Yorkshire chiếm tỷ lệ cao (39,3% và 26,83%), tiếp theo sau đó là giống lai LY (33,11%), giống Duroc 0,75%

Các giống lợn ngoại thuần được các trang trại sử dụng nhiều hơn so với lợn ngoại lai, điều này khác so với các trang trại chăn nuôi của các tỉnh khác là tỷ lệ lợn nái lai chiếm chủ yếu trong cơ cấu giống lợn nái. Nguyên nhân dẫn tới sự chênh lệch kết quả trên một phần do trong phạm vi 20 trang trại nghiên cứu có 2 trại lớn với quy mô 4.200 nái và 1000 nái thuộc công ty cổ phần chăn nuôi Mitraco Hà Tĩnh. Đây là hai trại chăn nuôi lợn có số lượng lớn lợn nái ông bà thuần chủng được nhập về cách đây nhiều năm. Tuy nhiên, theo một khía

canh tổng quát đây chính là hạn chế hiện nay của các trang trại trong phạm vi nghiên cứu. Mặc dù các giống lợn nái như Landrace, Yorkshire... thuần có khả năng sinh sản cao nhưng có những nhược điểm nhất định đó là chất lượng thịt ở đàn lợn con sẽ thường không cao bằng nái lai (Lê Đình Phùng, 2009).

Ngoài ra, bên cạnh việc nghiên cứu về thực trạng giống lợn chăn nuôi tại trang trại, chúng tôi tiến hành khảo sát thêm về cơ cấu đàn lợn nái trong các trang trại Nghệ An và Hà Tĩnh. Kết quả được thể hiện cụ thể ở bảng 3.2 như sau:

Tỷ lệ nái mang thai chiếm tỷ lệ cao nhất với 44,14%; tiếp theo là nái hậu bị chiếm tỷ lệ 32,04%; và nái nuôi con chiếm tỷ lệ thấp với 23,82%.

Đối với chỉ tiêu tỷ lệ nái mang thai chiếm 44,14% so với tổng đàn là còn thấp



so với thông số trại nái khuyến cáo (71,5%). Còn đối với chỉ tiêu tỷ lệ nái nuôi con chiếm 23,82% thì lại cao hơn khuyến cáo (14%) (Tạp chí điện tử Viet DVM). Điều đó cho thấy cơ cấu đối với hai chỉ tiêu trên ở các trại nái hiện nay là chưa phù hợp, do vậy hiệu quả chăn nuôi và sức sản xuất của các trại sẽ bị ảnh hưởng.

Với số liệu khảo sát của 20 trại thì chỉ có 03 trại nái là đảm bảo tỷ lệ lợn nái hậu bị từ 37-43%, có 02 trại từ 70-90%, các trại còn lại tỷ lệ 0-30%. Như vậy, có thể thấy đảm bảo tỷ lệ lợn hậu bị theo khuyến cáo

tại các trang trại Nghệ An và Hà Tĩnh là thấp (9,1%), còn lại tỷ lệ nái hậu bị dưới 30% chiếm tỷ lệ cao nhất (81,8%). Do đó, điều này cũng ảnh hưởng không tốt tới hiệu quả kinh tế tại các trang trại.

3.2. Quy trình chăm sóc nuôi dưỡng

Để đánh giá được quá trình chăm sóc về dinh dưỡng đối với lợn nái tại các trang trại, chúng tôi đã tiến hành thu thập, theo dõi các chỉ tiêu về mức năng lượng, nhu cầu protein, mức ăn hằng ngày/nái. Kết quả nghiên cứu có được như sau:

Bảng 3.3. Giá trị dinh dưỡng của thức ăn tại các trang trại

Giá trị dinh dưỡng TA	Nái hậu bị		Nái mang thai		Nái nuôi con	
	Mean ± SE	CV%	Mean ± SE	CV%	Mean ± SE	CV%
Năng lượng (kcal)	2891,67± 183,2	129,17	2950± 219,85	138,46	3115,38± 134,45	95,86
Protein (%)	15,64±1,69	1,31	15,5± 2,24	1,83	16,58± 2,02	1,58
Mức ăn/ngày (kg)	2,48± 0,48	0,36	3,08 ± 0,72	0,54	3,92± 0,67	0,55

3.2.1. Năng lượng và khẩu phần ăn hằng ngày

Dựa vào kết quả bảng 3.3 nhận thấy rằng, mức năng lượng của các loại lợn dao động trong khoảng như sau: lợn hậu bị 2891,67 kcal, lợn nái mang thai 2950 kcal, lợn nái nuôi con 3115,38 kcal. Mức ăn/ngày/con của nái mang thai 3,08 kg (dao động từ 2,06kg đến 3,8kg), nái nuôi con là 3,92 kg (dao động từ 3,25 kg đến 4,59 kg)

Kết quả này phù hợp với kết quả được trích dẫn trong tài liệu đã công bố của Nguyễn Thị Vân (2016) về nhu cầu năng lượng cho nái ngoại và lợn nái lai ngoại mang thai là 3000 - 3100 kcal/kg thức ăn hỗn hợp, mức khẩu phần ăn cho lợn nái mang thai kỳ I là 1,8 - 2,5 kg/nái/ngày, lợn nái mang thai kỳ II là 2,5 - 3 kg/con/ngày.

3.2.2. Nhu cầu protein

Lợn nái ngoại khẩu phần ăn thường chiếm từ 15 – 17% protein, tùy thuộc vào

thể trạng và các giai đoạn. Nếu cung cấp thừa hay thiếu protein đều ảnh hưởng tới sinh sản của lợn nái. Như vậy, theo kết quả bảng 3.3, giá trị protein trong khẩu phần ăn của các con nái dao động cao nhất với 15,5 ± 2,24 đối với nái mang thai và thấp nhất là 15,64 ± 1,69 đối với nái hậu bị, nái nuôi con là 16,58 ± 2,02 hoàn toàn phù hợp với khẩu phần tiêu chuẩn.

Ngoài ra, theo TCVN 1547: 2007 thì hàm lượng protein trong thức ăn đối với lợn nái mang thai là 13%, đối với nái nuôi con là 15%. Tuy nhiên việc cung cấp protein cho lợn nái còn phụ thuộc số con để nuôi và thể trạng của con mẹ. Như vậy, tại các trang trại nghiên cứu, giá trị protein hoàn toàn phù hợp với tiêu chuẩn chăn nuôi.

3.3. Năng suất sinh sản của lợn nái tại các trang trại

Năng suất sinh sản của lợn nái được trình bày bảng 3.4

**Bảng 3.4. Năng suất sinh sản của lợn nái tại các trang trại**

Chỉ tiêu	Mean ± SE	CV%
Tỷ lệ nái đẻ/nái được phối (%)	93,12±4,78	3,42
Số lợn con sơ sinh trung bình/ổ (con)	11,5±1,07	0,85
Tỷ lệ lợn con sơ sinh loại bỏ (%)	4,46±3,18	2,58
Thời gian nuôi con của lợn nái (ngày)	23,35±3,97	2,85
Số lứa đẻ/nái/năm (lứa)	2,48 ±0,20	0,13
Số con cai sữa/nái/năm (con)	25,02±6,84	4,41

3.3.1. Tỷ lệ nái đẻ/nái được phối (%)

Kết quả điều tra của chúng tôi cho thấy, tỷ lệ nái đẻ/nái được phối trung bình của các trại là 93,12%, đây là tỷ lệ tương đối cao. Điều này phản ánh chất lượng giống, trình độ quản lý và kỹ thuật của các trang trại tốt.

Qua điều tra, chúng tôi nhận thấy về trình độ kỹ thuật của các trại cơ bản đáp ứng được (cán bộ kỹ thuật và công nhân), ngoài ra còn có kỹ thuật thị trường của các công ty thức ăn chăn nuôi và thuốc thú y hỗ trợ.

3.3.2. Số con sơ sinh trung bình/ổ

Số con sơ sinh/ổ là 11,5 ± 1,07, phù hợp với kết quả của Đoàn Phương Thúy và cs (2015) là năng suất sinh sản của lợn nái Landrace là: số con sơ sinh/ổ là 11,47 con; còn năng suất sinh sản của lợn nái Yorkshine là: số con sơ sinh/ổ là 11,91 con; số con sơ sinh sống/ổ là 10,85 con; số con đẻ nuôi/ổ là 10,48 con.

3.3.3. Tỷ lệ số con sơ sinh loại bỏ

Tỷ lệ số con sơ sinh loại bỏ là 4,66%, tương ứng, tỷ lệ số con sơ sinh nuôi sống là 95,34%, đây tương đối cao. Kết quả trên được lý giải một phần do lợn con sinh ra được bú sữa đầu tốt và điều kiện chăn nuôi cũng như kỹ thuật ngày càng cao nên tỷ lệ lợn con sơ sinh sống sau 24 giờ/ổ cũng ngày càng cao.

3.3.4. Số lứa đẻ/nái/năm và thời gian nuôi con/nái

Trung bình một lợn nái đẻ được 2,48 lứa. So với nghiên cứu của Hoàng Nghĩa

Duyệt (2008) thì hệ số lứa đẻ (số lứa đẻ/nái/năm) của lợn nái ngoại (2,41 lứa/năm) tương đương nhau. Bên cạnh đó, so với kết quả nghiên cứu của Lê Đình Phùng (2009) trên đối tượng tổ hợp nái lai F1(L x Y) ở tại Quảng Bình với kết quả 2,56 lứa/năm, kết quả nghiên cứu của đề tài thấp hơn. Tuy nhiên, hệ số lứa đẻ phụ thuộc rất nhiều vào số ngày nuôi con, số ngày động dục và phối giống lại sau khi cai sữa. Các yếu tố này liên quan trực tiếp đến điều kiện và trình độ chăn nuôi thực tế của mỗi trang trại. Số ngày nuôi con trung bình của một con lợn nái ở trong đề tài này là 23,35 ngày phù hợp.

3.3.5. Số con cai sữa/nái/năm

Trung bình số con cai sữa/nái/năm tại 20 trang trại nghiên cứu là 25,02 con. Như vậy dựa vào bình quân lứa đẻ/nái/năm ở bảng 3.4, nhận thấy mỗi nái sẽ có số con cai sữa/lứa là 10,09 con/lứa. Kết quả này cao hơn so với nghiên cứu của Lê Đình Phùng (2009) 9,25 con/lứa. Sự khác nhau giữa các nghiên cứu này có thể do điều kiện chăm sóc nuôi dưỡng khác nhau và trình độ quản lý ở các cơ sở nghiên cứu gây nên.

3.4. Đề xuất giải pháp nâng cao quy trình trong chăn nuôi lợn nái**3.4.1. Về giống và cơ cấu giống lợn**

Các trang trại chủ yếu nhập giống hậu bị đã được kiểm tra về nuôi, do đó cơ bản chất lượng đã được đảm bảo.

Về cơ cấu giống, hiện các trang trại chủ yếu nuôi lợn thuần bố mẹ nhiều, tỷ lệ



này chưa phù hợp với các trang trại nuôi thương phẩm, nên tăng dần tỷ lệ nái lai trong trang trại bởi đối với nuôi thương phẩm nái lai sẽ cho chất lượng thịt và ưu thế lai tốt hơn nái thuần.

Việc thay thế đàn là một trong những yếu tố hết sức quan trọng, do đó các trang trại cần chú ý và thực hiện đảm bảo quy trình và tỷ lệ loại thải thích hợp theo khuyến cáo là 40%.

3.4.2. Về quy trình chăm sóc, nuôi dưỡng

Cơ bản các trang trại đều có các quy trình chăn nuôi nói chung và quy trình chăm sóc nuôi dưỡng chi tiết, tuy nhiên qua khảo sát và phỏng vấn cán bộ kỹ thuật các trang trại thì còn một số vấn đề cần lưu ý.

Hầu hết các trang trại chưa có quy trình làm việc, quy trình làm việc giúp chúng ta có cái nhìn bao quát những việc cần làm, khi phát sinh bất cứ vấn đề gì khiến hiệu quả giảm xuống chúng ta dựa vào quy trình để xác định điểm thực hiện chưa đúng và có biện pháp điều chỉnh.

Nái hậu bị đóng vai trò quan trọng trong quy trình nuôi lợn nái ngoại, giai đoạn này vừa nuôi theo chế độ lợn nái vừa tiến hành sàng lọc giữ lại những con đạt tiêu chuẩn để làm giống. Do đó nuôi dưỡng lợn nái ngoại hậu bị đúng kỹ thuật sẽ quyết định tới khả năng phối giống, khả năng đẻ nhiều con, nhiều lứa và chăm sóc lợn con về sau. Vì vậy quy trình nuôi lợn nái ngoại sinh sản giai đoạn hậu bị cần phải tuân thủ theo nhiều nguyên tắc và kỹ thuật chăn nuôi.

3.4.3. Về năng suất sinh sản

Tất cả các chỉ tiêu năng suất sinh sản của trang trại chăn nuôi lợn nái ngoại cơ bản đều đạt trung bình và khá của giống và so với các trại khu vực phía Bắc, tuy nhiên chỉ tiêu số con đẻ ra trung bình của các trại chỉ đạt 11,5 con/lứa là ở mức tiệm cận ở mức tiêu chuẩn thấp nhất theo khuyến cáo

của NRC, 1998. Điều này dẫn đến số con cai sữa trung bình/con/lứa sẽ thấp và số con cai sữa/nái/năm cũng sẽ giảm. Do đó, hiệu quả kinh tế sẽ chưa đạt tốt nhất.

Do đó, các chủ trang trại cần chủ động đánh giá được năng xuất trại lợn đang tốt hay cần nhiều sự cải thiện, một số chỉ tiêu cần lưu ý như sau:

- Số lợn con sinh ra trung bình/nái: 10, 11, 12, 13, 14... nên chọn lọc hoặc loại bỏ lợn đẻ ít, cho năng suất sinh sản kém và thay đổi giống lợn đẻ nhiều con/lứa hơn.

- Số con chết trước lúc sinh ra, nên xem lại qui trình nuôi dưỡng chăm sóc lợn nái bầu: ăn uống, chăm sóc, thể trạng nái, nuôi dưỡng lợn từ lúc hậu bị cũng như là các lứa trước đó. Vì năng suất sinh sản của nái liên quan đến nhiều khâu, trong đó có dinh dưỡng của lợn hậu bị.

- Số lợn chết, loại từ lúc sinh ra đến khi bán heo thịt, nên xem lại quy trình chăm sóc từ lợn sơ sinh như: lợn con bị lạnh, đói, tiêu chảy trong 3 ngày đầu đời vì ta biết rằng tỷ lệ lợn con chết trong 3 ngày đầu vào khoảng 70-80% tổng số lợn chết trong trại. Vì thế việc chăm sóc thật kỹ trong giai đoạn đầu đời này là rất quan trọng, góp phần cải thiện năng suất trại như: giúp heo bú sữa đầu được nhiều, đảm bảo 100% lợn con được bú, úm heo ở nhiệt độ ổn định 34-35°C, cho lợn uống thuốc nếu có lợn bị tiêu chảy, nếu lợn không đủ sữa bú ta nên bổ sung thêm sữa.

- Khâu quản lý và ghi chép cũng hết sức quan trọng trong việc nâng cao năng suất trại lên vì nếu không chỉ ra được điểm mạnh và điểm nên cải thiện ngay thông qua con số ghi chép rõ ràng. Người quản lý hoặc chủ trại cũng hãy tự nhận thiếu sót về mình hoặc biết mình đang sai cái gì thì mới mong cải thiện được vì nếu chúng ta không chịu trách nhiệm hoặc đổ lỗi cho người làm thì người bị thiệt hại nhiều nhất chính là chủ trang trại.



IV. KẾT LUẬN

- Về cơ cấu giống ở một số trang trại lợn nái thuộc tỉnh Nghệ An và Hà Tĩnh tỷ lệ giống lợn nái thuộc các giống Landrace, Yorkshire chiếm tỷ lệ cao (39,3% và 26,83%), tiếp theo sau đó là giống lai LY (33,11%), giống Duroc 0,75%. Tỷ lệ giống nái lai LY và YL chiếm tỷ lệ rất thấp.

- Tỷ lệ nái mang thai chiếm tỷ lệ cao nhất với 44,14%; tiếp theo là nái hậu bị chiếm tỷ lệ 32,04%; và nái nuôi con chiếm tỷ lệ thấp với 23,82%. So với khuyến cáo thì các trại có tỷ lệ chưa phù hợp, nái mang thai thấp hơn khuyến cáo là 27,36%, tỷ lệ nái hậu bị thấp hơn mức khuyến cáo là 7,96%, còn tỷ lệ nái nuôi con lại cao hơn khuyến cáo 9,82%.

- Mức năng lượng của các loại lợn dao động trong khoảng như sau: lợn hậu bị 2891,67 kcal, lợn nái mang thai 2950 kcal, lợn nái nuôi con 3115,38 kcal. Mức ăn/ngày/con của nái mang thai 3,08 kg (dao động từ 2,06kg đến 3,8kg), nái nuôi con là 3,92 kg (dao động từ 3,25 kg đến 4,59 kg).

- Về năng suất sinh sản của các trại: Tỷ lệ nái đẻ/nái được phối 93,12%; Số lợn con sơ sinh trung bình/ổ 11,5 con; Tỷ lệ lợn con sơ sinh loại bỏ 4,46%; Thời gian nuôi con của lợn nái 23,35 ngày; Số lứa đẻ/nái/năm 2,48 lứa; Số con cai sữa/nái/năm 25,02 con.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục thống kê, 2018
2. Lê Đình Phùng, 2009. *Năng suất sinh sản của lợn nái F1(Landrace x Yorkshire) được phối tinh đực F1(Pietrain x Duroc) trong điều kiện chăn nuôi trang trại tại Quảng Bình*. Tạp chí Khoa học Đại học Huế, số 55, trang 41 – 50.
3. Nguyễn Quang Phát, 2009, *Đánh giá năng suất sinh sản của lợn nái lai F1(LxY) phối với lợn đực Du, PiDu và Pietrain tại Trại Việt Tiến - Tỉnh Bắc Giang*, Luận văn Thạc sỹ nông nghiệp.
4. Nguyễn Thị Vân, 2016, *Ảnh hưởng chế độ nuôi dưỡng đến sức sản xuất của lợn cái hậu bị LxY và YxL trong điều kiện chăn nuôi trang trại*, Luận văn thạc sỹ.
5. Đoàn Phương Thúy và cs (2015), *"Năng suất sinh sản và định hướng chọn lọc đối với nái Duroc, Landrace và Yorkshine tại Công ty TNHH giống hạt nhân DABACO"*, Tạp chí Khoa học và Phát triển, tập 13, số 8: 1397-1404.
6. Hoàng Nghĩa Duyệt, (2008). *Đánh giá tình hình chăn nuôi lợn ngoại ở huyện Thăng Bình, tỉnh Quảng Nam*. Tạp chí khoa học Đại học Huế, số 46, trang 27 – 33.
7. <http://www.vietdvm.com/heo/ky-thuat-chan-nuoi/cac-thong-so-trai-nai.html>.
8. Ian Gordon (1997), *Controlled reproduction in pigs*, CaB international.
9. Hughes P.E., James T. (1996). *Maximising pig production and reproduction*, Campus, Hue University of Agriculture and Forestry, pp.23-27.



TÁC ĐỘNG CỦA VĂN HÓA PHƯƠNG TÂY TỚI SINH VIÊN VIỆT NAM HIỆN NAY VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM GIỮ GÌN BẢN SẮC VĂN HÓA DÂN TỘC VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

ThS. Nguyễn Tự Cường

Khoa Cơ sở

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Quá trình phát triển kinh tế, xã hội và hội nhập với thế giới ngày càng sâu rộng, bên cạnh việc tiếp thu những giá trị tinh hoa văn hóa tiến bộ của nhân loại, Việt Nam đã và đang phải đối mặt với những thách thức, nguy cơ không nhỏ là nạn “xâm lăng văn hóa” từ nhiều phía, từ nhiều con đường, thông qua nhiều hình thức, âm mưu, thủ đoạn hết sức tinh vi và khó kiểm soát, quá trình xâm lăng đó tác động đến nhiều đối tượng trong đó sinh viên là đối tượng chính, việc tiếp nhận văn hóa phương Tây của sinh viên nhanh chóng và phong phú về nội dung cũng như hình thức tiếp nhận. Quá trình này không chỉ diễn ra trên giảng đường Đại học mà còn thâm thấu trong tất cả những hoạt động sống và học tập của sinh viên

II. NỘI DUNG

1. Đặc điểm cơ bản của văn hóa phương tây ảnh hưởng tới sinh viên Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Trong điều kiện tốc độ toàn cầu hóa diễn ra mạnh mẽ như hiện nay, ảnh hưởng của văn hóa phương Tây đến sinh viên đã xuất hiện thêm những con đường mới, theo nhiều cách, đồng thời là nhân tố thúc đẩy cho ảnh hưởng văn hóa diễn ra nhanh chóng hơn, đó chính là các phương tiện truyền thông hiện đại như internet, truyền hình, phát thanh... Về nguyên lý, những thành tố văn hóa nào truyền tải được giá trị phù hợp với nhu cầu, thị hiếu và sở thích của sinh viên thì những thành tố đó sẽ gây ảnh hưởng mạnh nhất đến sinh viên. Văn hóa phương Tây là nền văn hóa hướng tới giới trẻ. Điều đó có nghĩa, các giá trị như năng động,

mạnh mẽ tự lập cao và rất được coi trọng trong xã hội, sinh viên cũng thể hiện mức độ nhạy cảm của mình về các giá trị này, Sinh viên là bộ phận tinh hoa, tri thức, năng động, sáng tạo, tự chủ, có hoài bão, lý tưởng, Sinh viên là những người có những sinh hoạt tập thể, sinh hoạt nhóm nên họ tiếp thu, tiếp biến những giá trị văn hóa nhân loại nhanh hơn cả so với các bộ phận khác trong xã hội. Do tuổi trẻ, chưa trải nghiệm nhiều, trong họ tiềm ẩn những nhân tố tiêu cực như: dễ chán nản, hoang mang dao động trước khó khăn, dễ bị kích động, nhẹ dạ cả tin, tiếp nhận thông tin ít chọn lọc. Họ đang ở độ tuổi năng động, hăng hái, sôi nổi, nhiệt tình, vô tư, nhạy bén, ưa dân chủ, chuộng cái mới song cũng dễ sa vào trạng thái cực đoan, tiêu cực. Nhìn chung, họ là những người có ý chí vươn lên trong học tập, rèn luyện nhân cách và phẩm chất, mong muốn đưa đất nước sớm thoát khỏi nghèo nàn, lạc hậu, muốn được cống hiến, được làm giàu chính đáng cho bản thân, gia đình, có việc làm, thu nhập ổn định, có đời sống văn hóa tinh thần phong phú, môi trường sống an toàn, được tin tưởng.

2. Những phương thức tiếp nhận văn hóa phương tây của sinh viên Việt Nam hiện nay

Văn hóa phương Tây hình thành trong xã hội công nghiệp hiện đại ngày nay có sức lan tỏa lớn với tất cả các đối tượng trong xã hội, thông qua nhiều con đường khác nhau, sự tác động đó đến từng cá nhân, các tầng lớp xã hội cũng khác nhau, nó phụ thuộc vào điều kiện kinh tế - văn hóa - xã hội của vùng, miền, xuất thân của chủ thể, do đó



nhận thức và thực hiện các hành vi văn hóa phương Tây cũng khác nhau giữa sinh viên

2.1. Thông qua internet

Internet thể hiện rõ vai trò như là một công cụ hữu hiệu để phổ biến văn hóa, những giá trị của nhân loại đã tích lũy qua hàng nghìn năm lịch sử. Internet giúp cá nhân, xã hội, cộng đồng, quốc gia lưu trữ dữ liệu, làm cho sự tác động và ảnh hưởng của thông tin vượt ra khỏi biên giới của các quốc gia, dân tộc. Đối với Việt Nam, internet trở thành kênh chủ yếu đưa văn hóa phương Tây đến với sinh viên. Internet là phương tiện giúp sinh viên khám phá, thử nghiệm, sáng tạo, tiếp cận những nền văn minh của thế giới và đáp ứng nhu cầu giải trí với nhiều loại hình phong phú, đa dạng. Thông qua các ứng dụng phần mềm có sử dụng mạng internet, sinh viên có thể gặp gỡ, nói chuyện với người thân, bạn bè ở nơi xa, giao lưu, kết bạn với nhiều người ở trong nước và trên thế giới, tạo được nhiều mối quan hệ xã hội. Sau giờ học, với mạng internet sinh viên có thể nghe nhạc, xem phim, trao đổi, kết nối với bạn bè, tạo niềm vui..., đáp ứng nhu cầu giải trí và học tập. Đây được xem là phương thức tiếp nhận văn hóa chủ yếu của sinh viên.

2.2. Thông qua chương trình đào tạo, giáo trình các ngành học, môn học

Chương trình đào tạo, các môn học và ngành học của bậc đại học ở Việt Nam đang phát triển theo hướng đa dạng, hiện đại, lấy người học làm trung tâm, sử dụng nhiều phương pháp giảng dạy khác nhau để truyền tải kiến thức, sử dụng nhiều công cụ trực quan sinh động... giống như nhiều nước trên thế giới. Ở trường đại học, sinh viên được tiếp xúc với văn hóa phương Tây qua tri thức của các ngành khoa học: triết học, kinh tế học, tâm lý học, xã hội học, nhân học, sử học... Đó là những kiến thức chung của nhân loại và có nguồn gốc từ phương Tây. Đặc biệt trong lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn, các tri thức đều gắn liền với văn

hóa, văn minh nơi đã sản sinh ra nó. Và như vậy, nắm bắt tri thức, họ đồng thời nắm bắt luôn văn hóa, văn minh của chính nơi đó.

2.3. Tiếp nhận một cách trực tiếp và gián tiếp thông qua giảng dạy, giao lưu, liên kết trong xã hội..

Không chỉ tiếp nhận văn hóa nước ngoài từ các môn học mà trong trường học, sinh viên còn chịu ảnh hưởng từ giảng viên và bạn bè và người thân. Việc tiếp nhận văn hóa phương Tây của sinh viên thông qua bạn bè trong lớp, trong trường, ngoài trường, từ thế hệ này đến thế hệ kia, lớp sau ảnh hưởng từ lớp trước. Những giảng viên nước ngoài họ giảng dạy và nghiên cứu tại Việt Nam, họ có phong cách hiện đại thường được sinh viên hào hứng lắng nghe và học tập. Những sinh viên học các ngành học có yếu tố nước ngoài như: ngoại ngữ, ngoại giao, ngoại thương... thì họ học ngôn ngữ, văn hóa nước ngoài. Ngoài ra, nhiều trường đại học có chương trình liên kết với các cơ sở đào tạo ở các nước Âu Mỹ là đưa sinh viên nước ngoài đến học và giao lưu với sinh viên Việt Nam ngày càng đông. Trường học hoặc Đoàn Thanh niên cũng tổ chức những hoạt động hợp tác, liên kết đào tạo và giao lưu sinh viên Việt Nam với sinh viên quốc tế ở các trường đại học trên thế giới. Trung ương Hội Sinh viên phát động phong trào “sinh viên 5 tốt”, trong 5 tốt đó có tiêu chí sinh viên chủ động hội nhập quốc tế. Đó là những cơ hội để sinh viên các nước học tập lẫn nhau, đồng thời quảng bá văn hóa dân tộc đến bạn bè thế giới.

2.4. Thông qua các hoạt động chính trị, kinh tế, văn hóa, ngoại giao giữa Việt Nam với các nước phương Tây

Không thể phủ nhận vai trò của văn hóa đối với chính trị, kinh tế nên các hoạt động văn hóa - xã hội được xem là “cầu nối” để các đối tác thực hiện thuận lợi sự hợp tác. Trong xu thế hội nhập, các hoạt động chính trị, kinh tế giữa các quốc gia



trên thế giới được tăng cường hợp tác thì giao lưu văn hóa càng nhiều. Các hoạt động về văn hóa có thể tổ chức đơn thuần nhưng cũng có nhiều hoạt động giao lưu văn hóa tổ chức sau hoạt động hợp tác về chính trị, kinh tế. Qua giao lưu văn hóa với các nước phương Tây, sinh viên có cơ hội hiểu biết thêm về văn hóa phương Tây. Ngoài ra cũng cần kể tới sự ảnh hưởng nhất định từ các Lễ hội tôn giáo của các tôn giáo phương Tây, những tôn giáo có nguồn gốc từ phương Tây, đã thâm nhập và ảnh hưởng không nhỏ vào đời sống văn hóa của người Việt Nam. Trong tôn giáo có các giáo lý, nghi lễ, quy định... hướng con người đến sự tôn sùng đức tối cao, răn dạy con người sống thiện. Thông qua lễ hội tôn giáo, văn hóa phương Tây được quảng bá.

3. Những nhân tố cơ bản tác động đến sự tiếp nhận văn hóa phương tây của sinh viên

3.1. Xu hướng toàn cầu hóa

- *Tác động tích cực:* Do tác động của toàn cầu hóa và chính sách mở cửa, trình độ hiểu biết mọi mặt của sinh viên ngày càng được nâng cao, không chỉ giới hạn trong những kiến thức được giảng dạy trong nhà trường. Cũng qua đó, ý thức về các vấn đề trong nước và thế giới của họ cũng được nâng cao. Nhiều sinh viên đã và đang thay đổi lối sống của mình, họ chuyển sang lối sống phù hợp hơn với thời đại của công nghiệp và bùng nổ thông tin, cuộc sống cởi mở, năng động, tự lập, dám làm, dám chịu trách nhiệm phù hợp với xu thế thời đại. Đây chính là giá trị văn hóa mà sinh viên sẽ tự tích lũy được.

- *Tác động tiêu cực:* Toàn cầu hóa đã và đang đưa các quan niệm giá trị, lối sống phương Tây vào nước ta. Sự tác động này làm thay đổi quan niệm, lối sống của nhiều sinh viên, có không ít sinh viên có nguy cơ xa rời lối sống theo những quan điểm, chuẩn mực đạo đức truyền thống, tốt đẹp,

đánh mất bản sắc dân tộc, chuyển sang sùng bái lối sống phương Tây, đề cao quá mức giá trị vật chất, lợi ích cá nhân, vị kỷ, thực dụng, đua đòi, ăn chơi xa hoa, lãng phí, sống trụy lạc, thác loạn, ưa dùng bạo lực... xa lạ với truyền thống phương Đông và đối lập với quan niệm đạo đức truyền thống tốt đẹp của người Việt Nam.

3.2. Nền kinh tế thị trường có tác động trực tiếp đến khả năng tiếp nhận văn hóa nước ngoài của sinh viên

- *Tác động tích cực:* Nền kinh tế thị trường với quy luật giá trị, với sự cạnh tranh lành mạnh sẽ tạo điều kiện bộc lộ khả năng, kích thích tiềm năng sáng tạo, đòi hỏi con người phải luôn vươn lên để tự khẳng định mình. Điều đó sẽ tác động phân loại, tạo ra một bộ phận sinh viên hăng say học tập, tự giác rèn luyện để sớm khẳng định mình. Tư duy độc lập, khả năng tự chủ, sáng tạo, dám nghĩ, dám làm là những giá trị văn hóa của thanh niên phương Tây đã có trong nền kinh tế thị trường mà sinh viên Việt Nam cần phải rèn luyện.

- *Tác động tiêu cực:* Nền kinh tế thị trường với những mặt trái của nó như tệ sùng bái đồng tiền, quá đề cao giá trị vật chất, lợi ích cá nhân; chạy theo lợi nhuận; thủ đoạn, gian lận, tiêu cực trong làm ăn; thương mại hóa mọi mối quan hệ, phân hóa giàu nghèo... đã và đang có tác động tiêu cực ghê gớm làm băng hoại, xói mòn các giá trị đạo đức truyền thống của dân tộc, tạo ra một môi trường ô nhiễm, thậm chí nhiễm độc ngay trong môi trường giáo dục đại học.

3.3. Sự phân hóa sâu sắc trong nhận thức, đạo đức, lối sống, phong cách và khả năng tiếp nhận văn hóa nước ngoài của sinh viên.

- *Xu hướng tích cực:* Do có điều kiện vật chất tốt hơn mà một bộ phận sinh viên với tinh thần tích cực, thái độ nghiêm túc, tự giác trong học tập và rèn luyện, có ý thức phấn đấu vươn lên mạnh mẽ đã trở thành



một bộ phận có nhiều ưu thế trong việc lọc bỏ, tiếp nhận và xử lý những nhân tố văn hóa ngoại nhập để hình thành những giá trị văn hóa mới của riêng mình. Bộ phận sinh viên này vừa giữ gìn được những giá trị đạo đức truyền thống tốt đẹp, vừa tiếp thu, rèn luyện và có được những phẩm chất đạo đức, lối sống, phong cách sống hiện đại. Đây là bộ phận sinh viên vô cùng cần thiết cho đất nước sau này.

-Xu hướng tiêu cực: Sự phân hóa trong sinh viên đã tạo ra nhiều xu hướng biến đổi hệ giá trị văn hóa khác nhau. Sinh viên cũng không tránh khỏi sự mất phương hướng, không làm chủ được bản thân trước sự tác động đa chiều của nhiều yếu tố cả từ bên ngoài cuộc sống đến môi trường giáo dục Đại học. Từ đó họ có nhận thức sai lầm, lệch lạc, tiếp thu thiếu chọn lọc những giá trị từ bên ngoài, xem thường những giá trị đạo đức truyền thống tốt đẹp của dân tộc...

4. Một số giải pháp nhằm giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Trước những thách thức và khó khăn mà đất nước đang phải đối mặt, sinh viên phải tự đặt ra cho bản thân mình câu hỏi: Là những trí thức tương lai của đất nước, mình đã, đang và sẽ làm gì để góp phần đưa đất nước phát triển, giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Để phần nào đó giải quyết được câu hỏi đó cho sinh viên, chúng tôi đưa ra một số giải pháp sau.

4.1. Các cơ sở giáo dục đại học phải giáo dục xây dựng bản lĩnh chính trị tư tưởng cho sinh viên ngay từ những ngày đầu tiên nhập học

Thường xuyên tổ chức các hoạt động giao lưu thể dục thể thao, văn hóa - văn nghệ, cuộc thi tìm hiểu lịch sử, văn hóa của đất nước ta, tạo sân chơi lành mạnh bổ ích cho sinh viên. Xây dựng trường học lành mạnh gắn với thực hiện hiệu quả của Cuộc vận động học tập và làm theo tấm gương

đạo đức Hồ Chí Minh, Thường xuyên tổ chức các buổi thông tin thời sự để thế hệ trẻ nắm được tình hình đất nước, khu vực cũng như trên thế giới, âm mưu của lực lượng phản động và các thế lực thù địch chống phá nhà nước ta trên mặt trận tư tưởng - văn hóa, tích cực đấu tranh, bài trừ các sản phẩm văn hóa độc hại, phản động, đồi trụy. Bên cạnh đó là nhiệm vụ tăng cường quản lý có hiệu quả việc khai thác sử dụng mạng internet trong trường học, bảo mật thông tin, sử dụng mạng nội bộ, các tài khoản đăng nhập để tránh bị bắt nạt trong mọi tình huống.

4.2. Sinh viên là chủ thể tiếp nhận các giá trị văn hóa

Muốn cho những “luồng gió độc” của văn hóa ngoại lai không xâm hại đến nền văn hóa dân tộc, mỗi sinh viên phải có một bản lĩnh, một trình độ nhận thức nhất định, phải tự mình phấn đấu, rèn luyện, tự trau dồi cho bản thân những kỹ năng cần thiết. Quan trọng hơn, các bạn trẻ cần xây dựng bản lĩnh văn hóa, sẵn sàng đấu tranh với những hoạt động, sản phẩm văn hóa không lành mạnh. Đó là năng lực tự thân của mỗi cá nhân và quan trọng hơn là nó được vun trồng, nuôi dưỡng từ phía gia đình, nhà trường, xã hội.

4.3. Đẩy mạnh việc giáo dục tư tưởng, đạo đức, tác phong sống trong sinh viên

Hội Sinh viên Việt Nam cần thường xuyên thực hiện tốt đầy mạnh tổ chức các cuộc thi tìm hiểu liên quan lịch sử hào hùng, truyền thống văn hóa của đất nước, của quê hương. Hơn nữa, phải chủ động, sáng tạo và linh hoạt trong tổ chức các hoạt động định hướng cho sinh viên tiếp thu những mặt tích cực, tiên tiến của văn hóa hiện đại; đồng thời khơi dậy tinh thần tự hào dân tộc, gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa của dân tộc. Kiên quyết đấu tranh đối với những biểu hiện vô cảm; khơi dậy tinh thần tương thân, tương ái trong tuổi trẻ. Khuyến khích và tạo mọi điều kiện để sinh viên đăng ký và tham gia nghiên cứu,



thực hiện các đề tài khoa học, trong đó chú trọng các đề tài liên quan bảo vệ, gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Được như vậy, vai trò của Hội Sinh viên trong việc giữ gìn và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc sẽ nhanh chóng được khẳng định.

4.4. Tăng cường công tác tuyên truyền, giáo dục nhằm nâng cao nhận thức, hiểu biết về văn hóa truyền thống cho sinh viên

Phát huy vai trò xung kích, sáng tạo của sinh viên thông qua việc đẩy mạnh các phong trào tình nguyện. Đẩy mạnh các phong trào tình nguyện trong sinh viên, các hoạt động của Đoàn, phát huy cao độ vai trò của đoàn viên thanh niên trong việc khẳng định mình. Việc phát huy vai trò xung kích dựa trên nền tảng khẳng định cái tôi của sinh viên góp phần làm cho sinh viên được phát triển toàn diện, thực hiện thắng lợi mọi nhiệm vụ. Dẫn dắt sinh viên tiếp nhận và tiếp biến văn hóa nước ngoài thông qua nhiều phương tiện, hình thức, kênh khác nhau, thông qua các kỳ sinh hoạt đoàn, các hoạt động tham quan, dã ngoại, về nguồn, hành trình đến với những bảo tàng, địa danh lịch sử, thi viết, thi sân khấu hóa

4.5. Xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh và tạo điều kiện thuận lợi để sinh viên học tập, rèn luyện

Nghị quyết Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII năm 1998 là “kim chỉ nam” cho việc xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Nhiệm vụ cụ thể là: xây dựng con người Việt Nam trong giai đoạn cách mạng mới, xây dựng môi trường văn hóa, phát triển sự nghiệp văn hóa, nghệ thuật, bảo tồn và phát huy các di sản văn hóa, phát triển sự nghiệp giáo dục - đào tạo và khoa học - công nghệ..., Xây dựng và hoàn thiện các chủ trương, chính sách về phát triển đời sống văn hóa cho sinh viên. Ngoài chuyện phải chú trọng đến việc đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất tối thiểu cho việc học tập của sinh viên, xây dựng môi trường

văn hóa lành mạnh là động lực tinh thần để sinh viên học tập hiệu quả. Định hướng, tạo môi trường văn hóa phù hợp để thay đổi hành vi ứng xử văn hóa của sinh viên. Hành vi văn hóa ứng xử của thanh niên sinh viên là kết quả của quá trình nhận thức, tình cảm, ý chí, niềm tin trong quá trình sống, học tập và lao động. Cho nên để vun đắp hành vi ứng xử đạo đức trong sinh viên, trước hết những người đi trước phải biết tác động một cách phù hợp vào nhận thức, tình cảm, ý chí và hành động của giới trẻ để họ từng bước nâng cao nhận thức, bồi dưỡng tình cảm, hình thành niềm tin và có những hành vi ứng xử đẹp trong cuộc sống. ngoài ra còn sử dụng những tấm gương gần gũi như bạn bè, người thân, những tấm gương điển hình cùng trang lứa để tác động lên nhận thức, tình cảm và nhất là khơi gợi lòng tự trọng của sinh viên.

III. KẾT LUẬN

Văn hóa là vốn quý của quốc gia, là tài sản vô giá, là động lực của sự phát triển của một đất nước. Sinh viên là thế hệ trẻ, là trụ cột của đất nước trong tương lai do đó sinh viên cần phải có bản lĩnh, có niềm tin, có ý chí phấn đấu không ngừng học hỏi để bảo tồn, phát huy những giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc, bên cạnh đó tiếp thu những tinh hoa văn hóa tiên tiến của nhân loại, kiên quyết đấu tranh mạnh mẽ với những ảnh hưởng tiêu cực, những văn hóa không phù hợp với truyền thống của dân tộc từ nước ngoài chính là góp phần xây dựng đất nước Việt Nam giàu mạnh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ĐCSVN - Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII, Nxb CTQG, H. 2016
2. Nguyễn Văn Huyền: PGS. TS. Triết học - Tạp chí Triết học 12/2003
3. Phạm Hồng Tung, *Nghiên cứu về lối sống: một số vấn đề về khái niệm và cách tiếp cận*, Tạp chí Khoa học, Chuyên san Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
4. Trần Ngọc Thêm 1996/2001: *Tìm về bản sắc văn hoá Việt Nam*. - Nxb Tp. HCM.



NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT – KINH DOANH CỦA CÁC HỘ TRỒNG CHÈ TRÊN ĐỊA BÀN XÃ THANH AN, HUYỆN THANH CHƯƠNG, TỈNH NGHỆ AN

ThS. Võ Thị Thu Hương
Khoa Kế toán Phân tích

Tóm tắt: Nghiên cứu hiệu quả sản xuất kinh doanh (SX-KD) của các trồng chè trên địa bàn xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An trong năm 2018 tiếp bằng phương pháp thống kê mô tả, so sánh giữa kết quả đầu ra với các yếu tố đầu vào. Kết quả nghiên cứu cho thấy, việc SX-KD chè trên địa bàn xã Thanh An đã đạt được nhiều thành tựu nhất định. Hiệu quả SX-KD tính trên diện tích, lao động và chi phí tương đối tốt nhưng chênh lệch lớn giữa các hộ gia đình. Người nông dân trồng chè cũng gặp rất nhiều khó khăn nhất là về vốn, thời tiết khắc nghiệt, lao động tại chỗ đang khá nhàn rỗi,... Để nâng cao hiệu quả SX-KD chè của xã thì: (1) hộ nông dân cần: Huy động các nguồn lực sẵn có nhằm tiết kiệm các chi phí từ đó nâng cao thu nhập hỗn hợp cho hộ nông dân trồng chè; Đa dạng hoá sản xuất sản phẩm để giải quyết vấn đề việc làm và nâng cao thu nhập, hiệu quả SXKD cây chè cho hộ nông dân; Hạn chế ảnh hưởng từ thời tiết nắng nóng khắc nghiệt; Giữ vững thương hiệu, nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ. (2) Đối với chính quyền địa phương cần: Có cơ chế chính sách hỗ trợ hộ nông dân trồng chè (vốn, cơ sở hạ tầng, xúc tiến thương mại); Chỉ đạo kỹ thuật cho hộ sản xuất chè, đảm bảo sản xuất chè mang lại hiệu quả; Làm tốt công tác khuyến nông cho hộ nông dân trồng chè; Nâng cao năng lực cho các nhà quản lý.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cây chè xanh là loại cây đã gắn bó lâu đời với người nông dân ở một số vùng trong cả nước và được xem là một trong 10 nông sản hàng hoá có giá trị lớn, góp phần ổn định đời sống kinh tế - xã hội, tạo tiền đề cho phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Huyện Thanh Chương chủ yếu phát triển về nông nghiệp, trong đó cây chè phát triển mạnh nhất, cây chè đã trở thành thương hiệu của huyện Thanh chương nói riêng và tỉnh Nghệ An nói chung. Năm 2018, toàn huyện có 4.349 ha chè búp tươi và là huyện có diện tích chè lớn nhất tỉnh Nghệ An (chiếm 58,13%). Trong đó, diện tích chè chủ yếu tập trung ở các xã Thanh Mai, Thanh Đức, Thanh An, Thanh Thủy,... [05]

Sản xuất cây chè hay bất kỳ ngành nghề sản xuất kinh doanh nào, muốn tồn

tại và phát triển, đứng vững trên thị trường thì vấn đề hiệu quả SX- KD phải được đặt lên hàng đầu. Qua mỗi thời kỳ, sản xuất kinh doanh thì phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh, tìm ra những thuận lợi – khó khăn, những vấn đề tồn tại. Từ đó có các giải pháp khắc phục tổ chức SX-KD trong chu kỳ SX-KD tiếp theo làm thế nào mang lại hiệu quả SX - KD cao nhất.

Xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An trong những năm qua nổi lên không chỉ là một thương hiệu chè, mà còn là những ốc đảo chè tuyệt đẹp thu hút rất nhiều khách du lịch tham quan. Cho thấy, nơi đây việc SX – KD chè đang trở nên có nhiều tiềm năng khai thác và phát triển.

Để nhận ra những thành tựu đã đạt được, những khó khăn mà các hộ nông dân ở đây đang gặp phải, nguyên nhân



ảnh hưởng,...Tác giả tiến hành nghiên cứu vấn đề nhằm tìm kiếm các giải pháp nâng cao hiệu quả SX - KD cho các hộ trồng chè trên địa bàn xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An.

II. NỘI DUNG

1. Cơ sở lý thuyết

- **Hiệu quả** là việc lựa chọn và xem xét các thứ tự nguồn sử dụng trong sản xuất, sao cho ít mất thời gian, công sức, nguồn lực nhưng đạt được hiệu quả cao.

Hiệu quả là một phạm trù trọng tâm và rất cơ bản của hiệu quả kinh tế và quản lý. Hơn nữa việc xác định hiệu quả là vấn đề hết sức khó khăn và phức tạp về lý luận và cả thực tiễn. Bản chất của hiệu quả xuất phát từ mục đích của sản xuất và phát triển kinh tế xã hội là đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về đời sống vật chất và tinh thần của mọi thành viên trong xã hội. Muốn vậy, sản xuất không ngừng phát triển cả về chiều rộng lẫn chiều sâu.

- Hiệu quả sản xuất kinh doanh

Trong cuốn Kinh tế học thương mại dịch vụ của Đặng Đình Đào (1998) đề cập rất nhiều quan điểm về hiệu quả kinh doanh.[1] Có quan điểm cho rằng: Hiệu quả là một phạm trù kinh tế, nó xuất hiện và tồn tại từ xã hội chiếm hữu nô lệ đến xã hội xã hội chủ nghĩa. Hiệu quả kinh doanh thể hiện trình độ sử dụng các yếu tố cần thiết tham gia vào hoạt động SX - KD theo mục đích nhất định.

Theo Phạm Ngọc Kiềm (2009) “Hiệu quả SX - KD là một phạm trù kinh tế, biểu hiện sự phát triển kinh tế theo chiều sâu. Nó phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ tiết kiệm chi phí các nguồn lực đó trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện các mục tiêu kinh doanh”[2]. Quan điểm này ưu việt hơn trong đánh giá hiệu quả đầu tư theo chiều sâu, hoặc hiệu quả của việc ứng dụng các

tiến bộ kỹ thuật.

Theo Dương Xuân Thao (2015) “Hiệu quả SX - KD là một phạm trù kinh tế biểu hiện sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, nó phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện mục tiêu kinh doanh. Nó là chỉ tiêu tương đối được biểu hiện bằng kết quả sản xuất so với chi phí sản xuất (chỉ tiêu hiệu quả thuận) và ngược lại (chỉ tiêu hiệu quả nghịch)”[4]

Theo Dương Thu Minh (2017) “Hiệu quả kinh doanh (HQKD) là một đại lượng so sánh: So sánh giữa đầu vào và đầu ra, so sánh giữa chi phí kinh doanh bỏ ra và kết quả kinh doanh thu được. Nâng cao HQKD được hiểu là làm cho các chỉ tiêu đo lường HQKD của DN tăng lên thường xuyên và mức độ đạt được các mục tiêu định tính theo hướng tích cực”.[3]

Từ các quan điểm trên có thể hiểu một cách khái quát hiệu quả SX - KD là phạm trù phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực (nhân tài, vật lực, tiền vốn...) để đạt được mục tiêu xác định. Trình độ lợi dụng các nguồn lực chỉ có thể được đánh giá trong mối quan hệ với kết quả tạo ra để xem xét xem với mỗi sự hao phí nguồn lực xác định có thể tạo ra ở mức độ nào.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Cách tiếp cận nghiên cứu và dữ liệu nghiên cứu

Tác giả tiếp cận nghiên cứu theo phương pháp thông kê mô tả để đánh giá thực trạng hiệu quả SX - KD cho các hộ trồng chè trên địa bàn xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An. Từ đó đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả SX - KD cho các hộ nông dân trồng chè trên địa bàn nghiên cứu.

Sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản: sau khi làm việc với



hội nông dân xã Thanh An, tác giả sẽ thu thập danh sách các hộ nông dân trồng chè trên địa bàn xã Thanh An, từ danh sách tác giả lựa chọn ngẫu nhiên 100 hộ để tiến hành điều tra tình hình sản xuất kinh doanh.

Mặt khác tác giả thu thập các tư liệu và số liệu có sẵn từ UBND xã Thanh An, Phòng Thống kê huyện Thanh Chương, Cục thống kê tỉnh Nghệ An, và từ nguồn sách báo, công trình nghiên cứu cùng lĩnh vực nghiên cứu đã được công bố.

2.2. Chỉ tiêu đo lường hiệu quả sản xuất – kinh doanh

Trong nghiên cứu của mình, tác giả xây dựng hướng tiếp cận nghiên cứu theo Dương Xuân Thao (2015) và Dương Thu Minh (2017). Hiệu quả sản xuất kinh doanh là chỉ tiêu biểu hiện kết quả của hoạt động sản xuất, phản ánh mối tương quan giữa kết quả đạt được so với hao phí lao động, vật tư, tài chính trong một chu kỳ sản xuất. Vì vậy, tác giả sử dụng phương thức hạch toán kinh doanh như sau:

Sơ đồ 1: Sơ đồ hạch toán chi phí và thu nhập của hộ nông dân

Tổng thu của hộ gia đình					
Trợ cấp bình quân (S)	Lợi nhuận thuần (LN)	Doanh thu (DT)			
		Tổng chi phí (TC)			
		Chi phí biến đổi (BC)			Chi phí cố định (VC): Trồng mới Chi phí kiến thiết cơ bản bình quân
		Tiền công cho lao động hộ gia đình (V)	Chi phí trung gian (IC): Phân bón hoá học, phân bón hữu cơ, phân bón vi sinh, thuốc BVTV, công lao động, công cụ dụng cụ,...		
Thu nhập của hộ gia đình (TN)					

(Nguồn: Đề xuất của tác giả)

Hiệu quả sản xuất - kinh doanh của các hộ trồng chè là chỉ tiêu được xác định bằng cách so sánh giữa kết quả sản xuất kinh doanh chè (yếu tố đầu ra của sản xuất chè) với chi phí (yếu tố đầu vào sản xuất chè).

$$H = \frac{KQ}{DV}$$

Trong đó:

H: Chỉ tiêu hiệu quả;

KQ: Kết quả đầu ra sản xuất chè (DT- doanh thu, L- lợi nhuận, TN- thu nhập hộ gia đình)

DV: Các yếu tố đầu vào sản xuất chè (diện tích, công lao động, TC - tổng chi phí,

VC - chi phí cố định, BC - chi phí biến đổi).

Chỉ tiêu H biểu thị mỗi đơn vị đầu vào có khả năng tạo ra bao nhiêu đơn vị đầu ra. Nó phản ánh hiệu quả sử dụng các nguồn lực sản xuất.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Một số giá trị thống kê của các chỉ tiêu sử dụng trong tính toán hiệu quả

Trong nghiên cứu tác giả sử dụng chỉ tiêu hiệu quả sản xuất kinh doanh là kết quả so sánh giữa các yếu tố đầu ra (doanh thu, lợi nhuận và thu nhập hộ gia đình) với các yếu tố đầu vào (diện tích, lao động và chi phí). Kết quả của các chỉ tiêu đó như sau:



Bảng 1: Thống kê diện tích và lao động của các hộ trồng chè xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An trong năm 2018

Chỉ tiêu	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình
Diện tích sản xuất chè (ha)	0,2	3	0,94
Số lao động gia đình tham gia trồng chè của hộ (người)	2	6	2,15
Số ngày công trung bình hộ (ngày/hộ)	40	365	120,6

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu điều tra, 2019)

- Bình quân trong một hộ gia đình có 2,15 người tham gia vào hoạt động trồng chè, gia đình có số lượng tham gia nhiều nhất lên đến 6 người và nhỏ nhất là 2 người.

- Trung bình mỗi hộ gia đình sử dụng 120,6 ngày công trong năm để tiến hành SX - KD chè xanh, trong đó hộ thấp nhất sử dụng 40 ngày công còn hộ sử dụng nhiều

nhất 365 ngày công. Điều này là do có hộ có diện tích rất nhỏ (0,2ha) và có hộ có diện tích lớn nhất (3ha). Nhưng nhìn chung, bình quân một năm hộ gia đình trồng chè tại xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An chỉ sử dụng chưa hết 1/3 thời gian trong năm để phục vụ cho việc SX - KD, lao động hết sức nhàn rỗi nếu chỉ phụ thuộc vào cây chè.

Bảng 2: Các khoản chi phí, doanh thu, lợi nhuận của các hộ trồng chè xã Thanh An trong năm

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Trung bình (n=100)	Nhỏ nhất	Lớn nhất
A	Doanh thu	Tr.đ/hộ	54,24	9,3	184
B	Tổng chi phí	Tr.đ/hộ	22,11	4,37	63,85
1	Chi phí cố định	Tr.đ/hộ	2,27	0,325	5,91
2	Chi phí biến đổi	Tr.đ/hộ	19,84	4,02	58,6
A	Chi phí nhân công	Tr.đ/hộ	9,21	2	25,2
B	Chi phí biến đổi khác	Tr.đ/hộ	10,63	2,02	33,4
C	Thu nhập hộ gia đình = (A-B+a)	Tr.đ/hộ	41,33	6,93	145,35
D	Lợi nhuận hộ gia đình = A-B	Tr.đ/hộ	32,12	4,93	125,15

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu điều tra, 2019)

Có thể thấy doanh thu, thu nhập hộ gia đình và lợi nhuận hộ gia đình đạt được từ sản xuất chè năm 2018 trong mẫu điều tra tương đối không đồng đều, một số hộ có

mức thu nhập từ sản xuất chè quá thấp nếu chỉ dựa vào nghề trồng chè người nông dân sẽ gặp nhiều khó khăn trong đời sống sinh hoạt, chưa nói là đầu tư phát triển nghề



trồng chè.

Nhưng có thể thấy để đạt mức lợi nhuận 32,12 triệu đồng/hộ gia đình/ năm, trung bình mỗi hộ gia đình chỉ phải đầu tư tới 22,11 triệu đồng các yếu tố sản xuất, điều này cho thấy cây chè không cần nhiều vốn đầu vào nhiều, chứng tỏ hiệu quả sản xuất của hộ gia đình trồng chè đạt được tương đối tốt. Vì vậy cần nghiên cứu sâu về hiệu quả SX - KD mà cây chè mang lại.

3.2. Hiệu quả sản xuất kinh doanh

- Hiệu quả sản xuất – kinh doanh trên 1 ha diện tích chè xanh

Như trên đã nghiên cứu, quy mô diện tích chè của chủ hộ trong trạng thái vừa và nhỏ. Xem xét hiệu quả đem lại từ 1 ha diện tích chè cho hộ có định hướng có nên mở rộng quy mô sản xuất hay không. Vì vậy, tác giả thống kê hiệu quả trên 1 ha diện tích theo 3 chỉ tiêu kết quả là doanh thu, thu nhập hộ gia đình và lợi nhuận. Kết quả được thể hiện ở bảng tính sau:

Bảng 3: Hiệu quả SX-KD trên 1 ha diện tích chè xanh của các hộ gia đình trong mẫu điều tra năm 2018

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Trung bình	Nhỏ nhất	Lớn nhất
1. Doanh thu/ha	Trđ/ha	57,70	42,46	81,68
2. Thu nhập hộ gia đình/ha	Trđ/ha	43,97	28,31	63,53
3. Lợi nhuận/ha	Trđ/ha	34,18	20,57	53,93

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu điều tra)

Qua bảng 2.9, ta thấy trung bình 1 ha diện tích chè đem lại cho hộ gia đình trồng chè 57,70 triệu đồng doanh thu, 43,97 triệu đồng thu nhập, để có được thu nhập này một phần nhờ hộ nông dân trồng chè sử dụng nguồn lao động gia đình sẵn có của mình. Lợi nhuận đem lại từ 1 ha chè trung bình đạt 34,18 triệu đồng/ha.

Nhìn chung thì hiệu quả sản xuất kinh doanh đem lại từ 1 ha diện tích chè kinh doanh là tương đối tốt, song vẫn có sự chênh lệch khá lớn giữa các vườn chè. Lợi nhuận này tính cho một năm sản xuất kinh doanh thì không quá cao, song ở xã Thanh An của một huyện miền núi phía Tây Nghệ An tìm thấy một cây trồng thích ứng được và đem lại lợi nhuận đã là một thành công. Mặt khác, nếu xét trung bình thì tỷ suất lợi

nhuận trên doanh thu của 1 ha kinh doanh thì tỷ suất lợi nhuận khá cao 59,22 %. Đây là tỷ suất lợi nhuận hiếm có cây trồng mang lại. Vì vậy, trong tương lai việc mở rộng quy mô sản xuất chè xanh cần được xem xét.

- Hiệu quả SX – KD của lao động

Lao động trong nông nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào tính thời vụ của cây trồng, lại thêm chè là loại cây cần ít thời gian chăm sóc. Vì vậy, trong tính toán về hiệu quả SX - KD của lao động, tác giả tiến hành tính toán: (1) Hiệu quả tính cho một ngày công để bình trung bình một ngày công, người lao động động hiệu quả thế nào? (2) Hiệu quả tính cho một lao động để biết tình hình thu nhập bình quân đầu người của các hộ gia đình trồng chè trên địa bàn xã Thanh An.



Bảng 4: Hiệu quả lao động của các hộ gia đình trong mẫu điều tra năm 2018

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Trung bình	Nhỏ nhất	Lớn nhất
<i>1. Tính cho một ngày công lao động</i>				
- Doanh thu/ngày công	1000đ/ngày công	449,77	232,5	572,72
- Thu nhập hộ gia đình/ngày công	1000đ/ngày công	342,74	173,25	401,30
- Lợi nhuận/ngày công	1000đ/ngày công	266,38	123,26	337,09
<i>2. Tính cho một lao động</i>				
- Doanh thu/lao động	Trđ/lao động	25,23	4,65	92
- Thu nhập hộ gia đình/lao động	Trđ/lao động	19,23	3,465	72,65
- Lợi nhuận/lao động	Trđ/lao động	14,94	2,465	60,075

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu điều tra, 2019)

Qua bảng ta thấy, hiệu quả đem lại trung bình từ một ngày công lao động trong năm 2018 tương đối tốt so với mặt bằng chung của xã hội và chênh lệch khá lớn:

+ Trung bình một ngày công lao động hộ gia đình có doanh thu từ sản xuất chè là 449,77 nghìn đồng. Trong đó 342,74 nghìn đồng là thu nhập của hộ gia đình bao gồm huy động nguồn lực sẵn có và 266,38 nghìn đồng là lợi nhuận đạt được.

+ Bình quân một lao động năm 2018 đạt 25,23 triệu đồng/năm doanh thu, trong đó lợi nhuận đạt 14,94 triệu đồng. Như chúng ta đã biết hộ gia đình sử dụng lao động sẵn có, nên thu nhập của hộ gia đình ngoài lợi nhuận

đem lại thì còn bao gồm tiền công lao động. Vì lao động nghề trồng chè hết sức nhàn rỗi, nên thu nhập bình quân đầu người năm 2018 trong mẫu điều tra là 19,23 triệu đồng. Hộ có thu nhập bình quân đầu người từ hoạt động sản xuất chè thấp nhất đạt 3,465 triệu đồng, còn hộ cao nhất đạt 72,65 triệu đồng.

- Hiệu quả SX - KD sử dụng chi phí

Một trong những yếu tố góp phần vào hiệu quả sản xuất - kinh doanh của cây chè là hiệu quả sử dụng các chi phí đầu vào đã bỏ ra. Trong nghiên cứu, tác giả xác định hiệu quả sử dụng trên tổng chi phí, hiệu quả sử dụng biến phí và hiệu quả sử dụng chi phí cố định. Kết quả được thể hiện ở bảng sau:

Bảng 5: Hiệu quả sử dụng chi phí của các hộ gia đình trong mẫu điều tra năm 2018

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Trung bình	Nhỏ nhất	Lớn nhất
1	Hiệu quả sử dụng tổng chi phí				
1.1	Doanh Thu/Tổng chi phí	Lần	2,45	1,81	3,88
1.2	Thu nhập hộ gia đình/Tổng chi phí	Lần	1,45	0,81	2,88
1.3	Lợi nhuận/Tổng chi phí	Lần	1,87	1,24	3,34
2	Hiệu quả sử dụng chi phí cố định				
2.1	Doanh thu/Chi phí cố định	Lần	23,88	13,54	44,56
2.2	Thu nhập hộ gia đình/Chi phí cố định	Lần	14,14	6,71	29,04
2.3	Lợi nhuận/Vốn cố định	Lần	18,20	9,39	34,89
3	Hiệu quả sử dụng chi phí biến đổi				
3.1	Doanh thu /Chi phí biến đổi	Lần	2,73	2,01	4,32
3.2	Thu nhập hộ gia đình/Chi phí biến đổi	Lần	1,62	0,89	3,20
3.3	Lợi nhuận/Chi phí biến đổi	Lần	2,08	1,38	3,71

(Nguồn: Tính toán từ dữ liệu điều tra)



Qua bảng ta thấy:

+ Năm 2018, trung bình một đồng tổng chi phí bỏ ra, hộ gia đình thu được 2,45 đồng doanh thu từ hoạt động sản xuất chè, hộ thu được ít nhất là 1,81 đồng còn hộ thu được cao nhất là 3,88 đồng. Cũng một đồng tổng chi phí bỏ ra, trung bình hộ gia đình có 1,87 đồng thu nhập, trong đó có 1,45 đồng là lợi nhuận từ hoạt động sản xuất chè. Như vậy, hiệu quả tổng chi phí đạt được tương đối tốt.

+ Chi phí cố định là chi phí được tính từ trích khấu hao chi phí trồng mới và chi phí kiến thiết cơ bản. Khoản chi phí này tương đối nhỏ, cứ một đồng chi phí cố định đầu tư ban đầu bỏ ra, hộ gia đình trồng chè tại xã Thanh An trung bình thu được 23,88 đồng doanh thu, đem lại 18,20 đồng thu nhập, trong đó có 14,14 đồng lợi nhuận.

+ Phần lớn tổng chi phí được cấu tạo từ chi phí biến đổi, hiệu quả biến phí thu được từ sản xuất chè gần tương đương với hiệu quả thu được từ tổng chi phí. Trung bình chi phí biến đổi bỏ ra tăng lên 1 đồng thì doanh thu hộ nông dân trồng chè tăng lên 2,73 đồng; tăng thu nhập của hộ lên 2,08 đồng trong đó có 1,62 đồng là lợi nhuận.

Nhìn chung, năm 2018 giữa các hộ có hiệu quả sử dụng chi phí chênh lệch tương đối lớn. Hộ có hiệu quả chi phí cao nhất, thì nhìn chung gấp 2-3 lần những hộ có hiệu quả chi phí thấp nhất. Như vậy, đầu tư mở rộng, đầu tư chăm sóc chè còn tùy thuộc vào những hộ nào có hiệu quả cao hơn. Còn những hộ có hiệu quả thấp hơn, địa phương cần xem xét kỹ lưỡng.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu vấn đề này, tác giả nhằm tìm kiếm các giải pháp nâng cao hiệu quả SX - KD cho các hộ trồng chè trên địa bàn xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, việc SX - KD chè trên địa bàn xã Thanh An đã đạt được nhiều thành tựu nhất định. Thanh An hiện là xã có diện tích chè lớn thứ 3 trong huyện Thanh Chương, giá trị sản lượng chè đạt hơn 50 triệu đồng/ha trong giai đoạn 2016-2018. Cây chè là một trong những cây công nghiệp đem lại năng suất cao, giá trị lớn góp phần nâng cao đời sống, nâng cao thu nhập, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực, tạo công ăn việc làm cho một lượng không nhỏ lao động tại địa phương.

Trong nghiên cứu mẫu nghiên cứu, cho thấy các hộ gia đình trồng chè đều đã gắn bó với cây chè lâu năm, tích lũy được nhiều kinh nghiệm, hiệu quả SX - KD ngày càng được nâng cao. Với 100 hộ gia đình gia đình trồng chè được điều tra nghiên cứu, cho thấy cây chè mang lại 60,2% thu nhập (19,22 triệu đồng/lao động/năm). Hiệu quả SX - KD tính trên diện tích, lao động và chi phí mặc dù chênh lệch lớn giữa các hộ gia đình nhưng đều ở mức tương đối cao. Song song với việc đem lại hiệu quả SX - KD, người nông dân trồng chè cũng gặp rất nhiều khó khăn nhất là về vốn và những ảnh hưởng của thời tiết khắc nghiệt, lao động tại chỗ đang khá nhàn rỗi và phải tìm nguồn thu nhập từ những công việc khác.

Từ nghiên cứu kết hợp với phương hướng phát triển chè trong tương lai của xã Thanh An, huyện Thanh Chương, tỉnh Nghệ An. Để nâng cao hiệu quả SX - KD chè của xã thì: (1) hộ nông dân cần: Huy động các nguồn lực sẵn có nhằm tiết kiệm các chi phí từ đó nâng cao thu nhập hỗn hợp cho hộ nông dân trồng chè; Đa dạng hoá sản xuất sản phẩm để giải quyết vấn đề việc làm và nâng cao thu nhập, hiệu quả SXKD cây chè cho hộ nông dân; Hạn chế ảnh hưởng từ thời tiết nắng nóng khắc nghiệt; Giữ vững thương hiệu, nâng cao



chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ. (2) Đối với chính quyền địa phương cần: Có cơ chế chính sách hỗ trợ hộ nông dân trồng chè (vốn, cơ sở hạ tầng, xúc tiến thương mại); Chỉ đạo kỹ thuật cho hộ sản xuất chè, đảm bảo sản xuất chè mang lại hiệu quả; Làm tốt công tác khuyến nông cho hộ nông dân trồng chè; Nâng cao năng lực cho các nhà quản lý.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đặng Đình Đào (1998), *Giáo trình Kinh tế học thương mại dịch vụ*, NXB Thống kê

2. Phạm Ngọc Kiểm (2009), *Giáo trình Thống kê nông nghiệp*, Nxb Thống kê, Hà Nội.

3. Dương Thu Minh (2017), “*Nghiên cứu lý luận về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp*”, [Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh Thái Nguyên](#).

4. Dương Xuân Thao (2015), *Giáo trình Thống kê Doanh nghiệp*, Trường ĐH Kinh tế Nghệ An, NXB Tài chính, Hà Nội.

5. UBND xã Thanh An, 2019, “*Báo cáo tổng hợp kết quả thực hiện giữa nhiệm kỳ Đại hội Đảng bộ xã về Kinh tế - Xã hội, Quốc phòng – An ninh nhiệm kỳ 2015 – 2020*”.



RÈN LUYỆN TƯ DUY SÁNG TẠO CHO SINH VIÊN KHI DẠY HỌC BÀI TOÁN QUY HOẠCH TUYẾN TÍNH ĐỐI NGẪU

ThS. Nguyễn Thị Hà
Khoa Cơ sở

Tóm tắt: *Tư duy sáng tạo là một trong những tư duy quan trọng mà sinh viên cần có để rèn luyện tính thông minh sáng tạo, tính năng động, thích nghi với những biến đổi của xã hội. Trong quá trình giảng dạy đặc biệt là dạy học môn Toán cần phải rèn luyện cho sinh viên tư duy sáng tạo. Bài viết này đề cập đến một số dạng bài tập quy hoạch tuyến tính đối ngẫu trong môn học Toán kinh tế nhằm rèn luyện các yếu tố cơ bản của tư duy sáng tạo (tính mềm dẻo, tính nhuần nhuyễn, tính độc đáo và tính hoàn thiện) cho sinh viên khối ngành Kinh tế.*

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đổi mới phương pháp dạy học theo hướng phát huy tính tích cực của người học đang được cả hệ thống giáo dục quan tâm và thực hiện. Dạy học không chỉ chú tâm vào truyền thụ tri thức mà phải khơi gợi giúp sinh viên phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo trong việc tiếp nhận tri thức, giúp sinh viên biết kiểm chứng thông tin, lựa chọn phương pháp giải quyết vấn đề mang lại hiệu quả. Việc trang bị cho sinh viên hệ thống kiến thức, kỹ năng và các phẩm chất để đáp ứng nguồn nhân lực cao cho xã hội là cần thiết. Theo đó việc bồi dưỡng, rèn luyện và phát triển tư duy sáng tạo (TDST) là quan trọng đối với sinh viên.

II. NỘI DUNG

1. Tư duy sáng tạo

Có nhiều quan điểm khác nhau về tư duy sáng tạo. G. Polia cho rằng: *“Một tư duy gọi là hiệu quả nếu tư duy đó dẫn đến lời giải một bài toán cụ thể nào đó. Có thể coi sáng tạo nếu tư duy đó tạo ra những tư liệu, phương tiện*

giải các bài toán sau này. Các bài toán vận dụng những tư liệu phương tiện này có số lượng càng lớn thì mức độ sáng tạo của tư duy càng cao” [1]. Theo Đào Văn Trung, TDST được chia làm hai loại: *“Loại TDST của các nhà khoa học, nhà phát minh, nghệ sỹ kiệt xuất. Những tư tưởng mới, tác phẩm mới do họ tạo ra đối với xã hội loài người mà từ xưa đến nay chưa hề có, là có tính mở đường; Loại thứ hai TDST, cách nghĩ mới, sản phẩm mới tuy đối với xã hội hoặc người khác không mới, nhưng đối với bản thân họ là mới, nó có ý nghĩa đối với sự phát triển của bản thân. Tuy nhiên, giữa hai loại tư duy sáng tạo này không có ranh giới phân cách rõ ràng. Loại tư duy thứ hai nếu được phát triển liên tục, có khả năng đạt đến trình độ của loại trước. Do đó có thể nói rằng ai cũng có khả năng sáng tạo”* [4].

2. Đặc trưng của tư duy sáng tạo trong dạy học bài toán Quy hoạch tuyến tính đối ngẫu

2.1. Tính mềm dẻo

Tính mềm dẻo của TDST là năng



lực dễ dàng chuyển từ hoạt động trí tuệ này sang hoạt động trí tuệ khác, từ thao tác tư duy này sang thao tác tư duy khác, vận dụng linh hoạt các hoạt động phân tích, tổng hợp, so sánh, trừu tượng hóa, khái quát hóa, cụ thể hóa, điều chỉnh kịp thời suy nghĩ khi gặp trở ngại. Tính mềm dẻo của tư duy còn thể hiện ở chỗ suy nghĩ không rập khuôn, không áp dụng một cách máy móc kinh nghiệm, kiến thức, kỹ năng vào hoàn cảnh mới. Nhận ra vấn đề trong điều kiện quen thuộc, nhìn thấy chức năng mới của đối tượng đã biết.

Ví dụ 1: Cho bài toán QHTT:

$$f(X) = 2x_1 - x_2 + 3x_3 - 2x_4 \rightarrow \min$$

$$\text{với điều kiện } \begin{cases} x_1 - x_2 = 15 \\ x_3 - x_4 = 8 \\ x_j \geq 0, j = \overline{1, 4} \end{cases}$$

Chứng minh rằng $X(15, 8, 0, 0)$ và $Y(1, 2)$ lần lượt là phương án tối ưu của bài toán đã cho và bài toán đối ngẫu.

Sau khi học xong bài các định lý đối ngẫu với tư duy linh hoạt và mềm dẻo sinh viên dễ dàng giải quyết được bài toán.

Bài toán đối ngẫu:

$$g(Y) = 15y_1 + 8y_2 \rightarrow \max$$

$$\text{với điều kiện } \begin{cases} y_1 \leq 2 \\ -y_1 \leq -1 \\ y_2 \leq 3 \\ -y_2 \leq -2 \end{cases}$$

Nhận thấy $X(15, 8, 0, 0)$ và $Y(1, 2)$ là các phương án của cặp bài toán đối ngẫu và thỏa mãn $f(X) = g(Y)$ nên X là phương án tối ưu của bài toán gốc và Y là

phương án tối ưu của bài toán đối ngẫu.

2.2. Tính nhuần nhuyễn

Tính nhuần nhuyễn của TDST là khả năng tạo ra một cách nhanh chóng sự tổ hợp giữa các yếu tố riêng lẻ của các tình huống hoàn cảnh, đưa ra giả thuyết mới và ý tưởng mới. Là khả năng tìm được nhiều giải pháp trên nhiều góc độ và tình huống khác nhau. Tính nhuần nhuyễn được đặc trưng bởi khả năng tạo ra một số ý tưởng nhất định. Số ý tưởng càng nhiều thì càng có nhiều khả năng xuất hiện ý tưởng độc đáo.

Ví dụ 2: Cho bài toán QHTT:

$$f(X) = 2x_1 + 4x_2 \rightarrow \max$$

$$\text{với điều kiện } \begin{cases} x_1 + 3x_2 + x_4 = 4 \\ 2x_1 + x_2 + x_3 = 3 \\ x_2 - 3x_4 \leq 3 \\ x_j \geq 0, \forall j = \overline{1, 4} \end{cases}$$

Chứng minh rằng $X = (1, 1, 0, 0)$ là phương án tối ưu của bài toán đã cho.

Tình huống này sẽ gặp nhiều khó khăn nếu làm tương tự như ở ví dụ 1. Sau khi học xong bài các định lý đối ngẫu, với khả năng tìm được nhiều giải pháp trên nhiều góc độ và tình huống khác nhau sinh viên có thể giải quyết bài toán này.

Nhận thấy ngay X là phương án của bài toán đã cho. Xét bài toán đối ngẫu:

$$g(Y) = 4y_1 + 3y_2 + 3y_3 \rightarrow \min$$

$$\text{với điều kiện } \begin{cases} y_1 + 2y_2 \geq 2 \\ 3y_1 + y_2 + y_3 \geq 4 \\ y_2 \geq 0 \\ y_1 - 3y_3 \geq 0 \\ y_3 \geq 0 \end{cases}$$



Áp dụng Định lý lệch – bù (Định lý đối ngẫu thứ 2), ở đây $x_1, x_2 > 0$ và X_0 thỏa mãn lỏng điều kiện thứ 3 nên ta có hệ phương trình:

$$\begin{cases} y_1 + 2y_2 = 2 \\ 3y_1 + y_2 + y_3 = 4 \\ y_3 \geq 0 \end{cases} \Rightarrow Y\left(\frac{6}{5}, \frac{2}{5}, 0\right)$$

Thử lại ta thấy Y là phương án của bài toán đối ngẫu. Vậy X là phương án tối ưu của bài toán đã cho.

Sau khi giải quyết ví dụ 2, với sự liên hệ, liên tưởng lẫn nhau, sự nhuần nhuyễn trong kiến thức sinh viên giải quyết được nhóm bài tập tìm phương án tối ưu của bài toán đối ngẫu với bài toán QHTT đã cho.

Ví dụ 3: Tìm phương án tối ưu của bài toán đối ngẫu với bài toán QHTT đã cho ở ví dụ 2?

Với cách giải quyết bài toán ở ví dụ 2, sinh viên tìm được phương án tối ưu cho bài toán đối ngẫu $Y = (6/5, 2/5, 0)$.

Sự kết hợp giữa kiến thức về ma trận với kiến thức về bài toán QHTT, bài toán được giải quyết.

$$A = \begin{bmatrix} -1 & 2 & 1 & 1 \\ 1 & 1 & 2 & 1 \end{bmatrix} \xrightarrow{h_2+h_1} \begin{bmatrix} 0 & 3 & 3 & 2 \\ 1 & 1 & 2 & 1 \end{bmatrix} \xrightarrow{\frac{1}{3} \times h_1} \begin{bmatrix} 0 & 1 & 1 & 2/3 \\ 1 & 1 & 2 & 1 \end{bmatrix} \\ \xrightarrow{-2h_1+h_2} \begin{bmatrix} 0 & 1 & 1 & 2/3 \\ 1 & -1 & 0 & -1/3 \end{bmatrix}$$

Khôi phục hệ điều kiện quay về bài toán quen thuộc, giải bài toán bằng phương pháp đơn hình đối ngẫu tìm được phương án tối ưu $X = (0, 1/3, 1/3)$

Một tình huống phát huy tính độc đáo của TDST như sau: Khi lập mô hình cho các bài toán thực tế dưới dạng bài

2.3. Tính độc đáo

Tính độc đáo của TDST là khả năng tìm ra những hiện tượng và sự kết hợp mới; là khả năng nhìn ra mối liên hệ trong các sự kiện; là khả năng tìm ra các giải pháp lạ tuy đã biết các giải pháp khác.

Sinh viên đã được học thuật toán đơn hình đối ngẫu giải bài toán QHTT dạng chính tắc với giả phương án và cơ sở ban đầu lập thành ma trận đơn vị. Với khả năng nhìn ra hiện tượng mới sinh viên đặt ra câu hỏi: bài toán QHTT chưa có sẵn cơ sở là các véc tơ lập thành ma trận đơn vị sẽ giải quyết thế nào? Ví dụ minh họa cho tình huống này như sau:

Ví dụ 4: Giải bài toán QHTT:

$$f(X) = x_1 + 10x_2 + 8x_3 \rightarrow \min$$

$$\text{với điều kiện } \begin{cases} -x_1 + 2x_2 + x_3 = 1 \\ x_1 + x_2 + 2x_3 = 1 \\ x_j \geq 0, \forall j = \overline{1,3} \end{cases}$$

toán quy hoạch tuyến tính có thể có nhu cầu bổ sung thêm các ràng buộc vào mô hình. Việc thêm một hay nhiều ràng buộc làm cho lời giải đã có không còn thỏa mãn các ràng buộc mới. Câu hỏi đặt ra liệu phương pháp đơn hình đối ngẫu có thể giúp giải quyết vấn đề một



cách hiệu quả mà không cần giải lại toàn bộ bài toán từ đầu. Ví dụ minh họa cho tình huống này như sau:

Ví dụ 5: Đã tìm được phương án tối ưu của bài toán sau bằng phương pháp đơn hình đối ngẫu.

$$f(X) = 15x_1 + 12x_2 + 10x_3 \rightarrow \min$$

$$\begin{cases} 3x_1 + 4x_2 + 2x_3 \geq 160 \\ x_1 + 2x_2 + 3x_3 \geq 140 \\ x_j \geq 0, \forall j = \overline{1,3} \end{cases}$$

là $x^* = (0, 25, 30)$ với bảng đơn hình đối ngẫu cuối là:

Bảng số	Cơ sở A_i	Hệ số c_i	Tọa độ x_{i0}	15	12	10	0	0
				A_1	A_2	A_3	A_4	A_5
3	A_2	12	25	7/8	1	0	-3/8	1/4
	A_3	10	30	-1/4	0	1	1/4	-1/2
	$f(X) = 600$			-7	0	0	-2	-2

Vì lý do nào đó cần bổ sung thêm ràng buộc $x_1 + x_2 + x_3 \geq 0$. Nhận thấy x^* đã tìm được không thỏa mãn ràng buộc mới, nên không phải là phương án của bài toán mới. Nếu giải lại bài toán mới từ đầu thì sẽ tốn nhiều công sức. Liệu có thể áp dụng thuật toán đơn hình đối ngẫu tiếp tục giải bài toán này trên cơ sở phương án tối ưu của bài toán cũ?

2.4. Tính hoàn thiện

Tính độc đáo của TDST là khả năng lập kế hoạch, phối hợp các ý nghĩ và hành động, phát triển ý tưởng, kiểm tra và kiểm

chứng ý tưởng. Nó làm cho tư duy trở thành một quá trình, từ chỗ xác định được vấn đề cần giải quyết, huy động vốn kiến thức kinh nghiệm có thể sử dụng để giải quyết, đến cách giải quyết, kiểm tra kết quả. Nghĩa là ý tưởng sáng tạo phải thoát ra biến thành sản phẩm quan sát được.

Ví dụ 6: Giải quyết bài toán đã đặt ra ở ví dụ 5

Để xử lý ràng buộc mới ta thêm biến phụ $x_6 \geq 0$ để được đẳng thức $-x_1 - x_2 - x_3 + x_6 = -60$. Đưa ràng buộc này vào bảng 3 để có bảng 4:

Bảng số	Cơ sở A_i	Hệ số c_i	Tọa độ x_{i0}	15	12	10	0	0	0
				A_1	A_2	A_3	A_4	A_5	A_6
4	A_2	12	25	7/8	1	0	-3/8	1/4	0
	A_3	10	30	-1/4	0	1	1/4	-1/2	0
	A_6	0	-60	-1	-1	-1	0	0	1
	$f(X) = 600$			-7	0	0	-2↑	-2	0



Ở bảng 4, ta biến đổi sao cho các véc tơ thuộc cơ sở A_2, A_3 là các véc tơ đơn vị với phần tử 1 ở các hàng A_2, A_3 tương ứng bằng cách cộng dòng A_2 , dòng A_3 vào dòng A_6 . Ta nhận được bảng 5:

Bảng số	Cơ sở A_i	Hệ số c_i	Tọa độ x_{i0}	15	12	10	0	0	0
				A_1	A_2	A_3	A_4	A_5	A_6
5	A_2	12	25	7/8	1	0	-3/8	1/4	0
	A_3	10	30	-1/4	0	1	1/4	-1/2	0
	$\leftarrow A_6$	0	-5	-3/8	0	0	-1/8	-1/4	1
	$f(X) = 600$			-7	0	0	-2	-2↑	0

Biến đổi bảng 5 theo phương pháp đơn hình đối ngẫu ta nhận được bảng 6:

Bảng số	Cơ sở A_i	Hệ số c_i	Tọa độ x_{i0}	15	12	10	0	0	0
				A_1	A_2	A_3	A_4	A_5	A_6
6	A_2	12	20	1/2	1	0	-1/2	0	1
	A_3	10	40	1/2	0	1	1/2	0	-2
	A_5	0	20	3/2	0	0	1/2	1	-4
	$f(X) = 640$			-4	0	0	-1	0	-8

Tại bảng 6, mọi phần tử cột giá phương án đều dương nên phương án tối ưu của bài toán mới là $x = (0, 20, 40)$ với $f_{\min} = 640$.

III. KẾT LUẬN

Rèn luyện TDST tạo cho sinh viên sự hứng thú, tích cực trong học tập. Sinh viên vừa học được cách khai thác kiến thức cũ, sáng tạo bài toán mới và kiến thức sẽ được nhớ lâu hơn do không bị tách rời mà được liên kết tạo thành chuỗi kiến thức.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. G. Polya (1976), *Sáng tạo toán học*, NXB Giáo dục.
2. Nguyễn Thị Hà (20014), *Giáo trình toán kinh tế*, Tài liệu lưu hành nội bộ trường Đại học kinh tế Nghệ An.
3. Nguyễn Bá Kim (2004), *Phương pháp dạy học môn Toán*, NXB Đại học Sư phạm, Hà Nội.
4. Đào Văn Trung (1996), *Làm thế nào để học tốt toán phổ thông*, NXB Giáo dục.



TÍCH CỰC HÓA HOẠT ĐỘNG HỌC TẬP, NGHIÊN CỨU CỦA SINH VIÊN TRONG DẠY HỌC MÔN TOÁN Ở TRƯỜNG ĐẠI HỌC

ThS. Trần Thị Thiên Hương
Khoa Cơ sở

Tóm tắt: Sinh viên ngành nghề nào cũng cần phải học tốt môn toán vì môn học này nâng cao khả năng tư duy lô gic, khả năng vận dụng sáng tạo, phương pháp tính toán chính xác, khoa học cho sinh viên. Để việc học môn toán ở Trường đại học đạt được kết quả cao thì giảng viên phải chuẩn bị bài giảng tốt, phối hợp tốt các phương pháp giảng dạy, từng bước đổi mới phương thức kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của sinh viên... Bên cạnh đó sinh viên cần có thái độ học tập nghiêm túc, có tinh thần trách nhiệm cao, phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo.

Chính vì lẽ đó bài viết này đề ra một số biện pháp cơ bản nhằm tích cực hóa hoạt động học tập, nghiên cứu của sinh viên trong dạy học môn toán ở Trường đại học hiện nay.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Môn Toán là một trong những môn học cơ bản được dùng giảng dạy cho nhiều đối tượng trong các trường đại học, cao đẳng, vì môn học này có lợi thế nhất định trong việc bồi dưỡng, rèn luyện, nâng cao khả năng tư duy lô gic, khả năng vận dụng sáng tạo, phương pháp tính toán chính xác, khoa học cho sinh viên. Học tốt môn Toán sẽ giúp sinh viên học tập các môn khác tốt hơn, đặc biệt là vận dụng vào học tập các môn chuyên ngành về kế toán, kinh tế, kỹ thuật,... Vì vậy, việc tích cực hóa hoạt động học tập, nghiên cứu của sinh viên trong dạy học môn toán đóng vai trò quan trọng ở trường đại học.

II. NỘI DUNG

1. Phát huy vai trò của đội ngũ giảng viên trong chuẩn bị và thực hành giảng bài

Đội ngũ giảng viên có vai trò hết sức quan trọng, lực lượng cơ bản, trực tiếp góp phần nâng cao chất lượng học tập của sinh viên, bởi lẽ họ là những người truyền thụ kiến thức, định hướng, hướng dẫn sinh viên phương pháp học tập, nghiên cứu, đánh giá

kết quả, tham mưu, đề xuất các biện pháp để nâng cao chất lượng giáo dục – đào tạo của nhà trường.

Để phát huy vai trò của giảng viên trong quá trình giảng dạy cần thực hiện tốt các yêu cầu sau:

Thứ nhất, nâng cao chất lượng công tác chuẩn bị bài giảng.

Bài giảng là một kịch bản, một công cụ không thể thiếu trước khi lên lớp của mỗi giảng viên. Tính chủ động, sáng tạo của người học sẽ được hình thành và phát huy triệt để khi bài giảng của giảng viên được chuẩn bị chu đáo, có tính định hướng tích cực hóa hoạt động học tập của sinh viên.

Để chuẩn bị một bài giảng tốt, trước hết giảng viên cần trả lời các câu hỏi: Dạy bài gì? Trong chương trình nào? Dạy cho đối tượng nào? Trình độ nhận thức của sinh viên ra sao? Thời gian thực hiện bao lâu? Trên cơ sở đó, giảng viên nghiên cứu kỹ tài liệu xác định mục tiêu bài giảng, phần dạy, kiểu bài dạy, kiến thức bài dạy, nội dung trọng tâm cần truyền tải tới sinh viên và đưa ra phương pháp dạy học phù hợp.

Bên cạnh đó, việc chuẩn bị giáo trình,



tài liệu cũng rất quan trọng để xây dựng bài giảng. Cùng với giáo trình, tài liệu bộ môn đã xây dựng, giảng viên cần chuẩn bị những tài liệu tham khảo có liên quan. Nếu giảng viên biết kết hợp, khai thác để đưa vào bài giảng thì sức thuyết phục, tính hấp dẫn và nội dung bài giảng sẽ phong phú, sinh động, thu hút được sự chú ý của người học.

Mỗi ngành tôi chuẩn bị mỗi bài giảng riêng để làm sao phù hợp với chuyên ngành đó. Ví dụ khi dạy môn lý thuyết xác suất và thống kê toán đối với ngành thú y thì tôi sẽ đưa ra các bài tập thực tế như con giống, tỉ lệ mắc bệnh...

Thứ hai, trong quá trình dạy học, giảng viên cần phối hợp tốt các phương pháp dạy học theo hướng tích cực hóa nhận thức của sinh viên.

Để kích thích được sự hứng thú, phát huy tính tích cực, tính chủ động của người học, giảng viên cần tìm tòi những phương pháp dạy học phù hợp với nội dung bài học, đặc điểm đối tượng, điều kiện vật chất bảo đảm. Các phương pháp mà giảng viên lựa chọn, phối hợp cùng những kỹ thuật dạy học thích hợp trong từng bài học là điều kiện quan trọng trong việc duy trì hứng thú, sự suy nghĩ tích cực, tự chủ, phải tìm hiểu nhưng không nhầm chán của sinh viên trong suốt giờ học. Giảng viên nên giới thiệu bài toán với tư cách là một tình huống gợi vấn đề với mục đích làm cho vấn đề trở nên hấp dẫn tạo khả năng kích thích hoạt động tích cực của sinh viên.

Bên cạnh đó, cần quan tâm đến kiến thức, kỹ năng, kỹ xảo và năng lực tư duy về vấn đề cần nghiên cứu, thái độ sinh viên với bộ môn mà họ tham gia nghiên cứu. Lấy trình độ phát triển chung của sinh viên làm nền tảng. Sử dụng các biện pháp phân hóa đưa diện sinh viên yếu kém lên trình độ chung. Có những nội dung bổ sung và biện pháp phân hóa bài tập về nhà giúp sinh viên

yếu, trung bình đạt được những yêu cầu cơ bản và sinh viên khá, giỏi đạt những yêu cầu nâng cao.

Khi giảng trên lớp, giảng viên cần huy động tối đa sự tham gia tích cực của sinh viên vào việc giải quyết các tình huống học tập. Trên cơ sở sinh viên đã có tài liệu và đã chủ động nghiên cứu trước tài liệu theo sự hướng dẫn của giảng viên, các giảng viên chỉ cần tập trung vào những phần kiến thức khó, những phần cần mở rộng và phần cần nghiên cứu sâu. Một số phần giảng viên không giảng trực tiếp mà yêu cầu sinh viên tự trình bày phần chuẩn bị của mình trước lớp sau đó tự sinh viên sẽ đối thoại, tranh luận để giải quyết vấn đề. Giảng viên theo dõi, dẫn dắt, hướng dẫn, giúp đỡ khi cần thiết và đưa ra kết luận cuối cùng. Qua đó, giúp sinh viên có hứng thú học tập và rèn luyện cho họ có thêm khả năng tự trình bày vấn đề một cách logic, chặt chẽ.

Mặt khác, đối với sinh viên năm thứ nhất, do đây là giai đoạn chuyển cấp từ phổ thông lên đại học nên nhiều sinh viên còn chưa bắt kịp phương pháp dạy học mới. Do đó, việc hướng dẫn phương pháp học tập và nghiên cứu cho sinh viên cần được thực hiện đồng bộ, có hệ thống có sự phối hợp chặt chẽ giữa các giảng viên và bộ môn.

Dù ngành nào hay lớp nào thì việc đầu tiên là làm sao tạo được sự hứng thú học tập cho sinh viên là điều quan trọng nhất, đó là cả một quá trình nghệ thuật đối với mỗi giảng viên chúng ta.

Tùy vào khả năng tiếp thu của mỗi lớp mà giảng viên cần có sự hướng dẫn cụ thể, cách dẫn bài sao cho dễ hiểu nhất. Ví dụ lớp khá thì giảng viên có thể hướng dẫn tóm tắt, giao nhiệm vụ về nhà nhiều hơn và tăng độ khó, còn các lớp kém hơn giảng viên cần giảng chậm lại, và hướng dẫn thật chi tiết, nhiệm vụ về nhà không được quá khó.

Đặc biệt đối với sinh viên năm nhất thì



giảng viên cần gần gũi với sinh viên nhiều hơn để giúp đỡ về vấn đề: ăn, ở và học tập, tạo cho sinh viên sự phấn khởi, tự tin khi bước vào môi trường đại học. Khóa học nào cũng thế năm nhất tôi hướng dẫn rất cụ thể về cách học các môn nói chung, môn toán nói riêng và rồi dần dần sinh viên cũng lĩnh hội được và làm rất tốt.

Thứ ba, từng bước đổi mới phương thức kiểm tra, thi và đánh giá kết quả học tập của sinh viên.

Việc kiểm tra bài cũ của sinh viên cũng là một công việc cần thiết, qua đó giảng viên nhận biết được sự chuẩn bị của sinh viên ở nhà và sự tiếp thu những kiến thức cũ. Công việc kiểm tra bài cũ không nhất thiết phải thực hiện vào đầu tiết học mà tùy theo nội dung bài học, giảng viên có thể kiểm tra đầu giờ và cũng có thể xen kẽ trong giờ học.

Trong quá trình học tập, giảng viên nên thường xuyên luyện tập khả năng tư duy độc lập, tự chủ, linh hoạt cho sinh viên bằng nhiều dạng bài tập như: trắc nghiệm khách quan, các dạng bài tập vận dụng một đơn vị kiến thức vào giải quyết vấn đề đó. Các bài tập được thiết kế theo trình tự nâng cao dần độ khó, mức độ phức tạp đòi hỏi khả năng tư duy và năng lực sáng tạo ngày càng cao của người học. Bằng cách đó, chẳng những giúp sinh viên tự kiểm tra đánh giá kết quả học tập của chính mình mà giảng viên cũng thường xuyên nắm được trình độ của sinh viên để từ đó kịp thời điều chỉnh quá trình giảng dạy và quá trình học tập của sinh viên. Qua thực tiễn giảng dạy và học tập, thi kiểm tra cho thấy, với môn Toán, hình thức thi kết hợp trắc nghiệm và tự luận là hợp lý vì nó bảo đảm đánh giá được năng lực học tập của sinh viên cả bề rộng và bề sâu. Đề thi kết hợp trắc nghiệm với tự luận đòi hỏi người học phải ôn tập rộng (để giải quyết nhanh các câu hỏi trắc

nghiệm) và sâu (để làm phần tự luận).

Vấn đề kiểm tra, đánh giá rất quan trọng, đó là kết quả đạt được của sinh viên đối với môn học, trong quá trình dạy tôi đã dùng nhiều hình thức kiểm tra: hỏi bài cũ, kiểm tra 15 phút, kiểm tra 1 tiết và đặc biệt là sau mỗi chương sẽ có một bài kiểm tra, làm như vậy thì mới biết được sinh viên tiếp thu được những kiến thức của mỗi chương như thế nào, đạt hay không để giảng viên rút kinh nghiệm thay đổi phương pháp phù hợp hơn.

Thứ tư, xây dựng hệ thống bài toán gốc như là một cơ sở của kiến thức và kỹ năng để giải các bài toán đó.

Bài toán gốc là bài toán thỏa mãn một trong ba điều kiện sau:

- i) Kết quả bài toán được sử dụng nhiều trong việc tìm lời giải bài toán khác.
- ii) Phương pháp giải bài toán được sử dụng trong việc tìm lời giải bài toán khác.
- iii) Nếu thay đổi giả thiết hoặc kết luận thì được bài toán mới.

Trong tác phẩm nổi tiếng “Giải bài toán như thế nào”, G.Poolia cho rằng, ví như dòng sông nào cũng bắt nguồn từ những con suối nhỏ, mỗi bài toán dù khó đến đâu cũng bắt nguồn từ những bài toán đơn giản, có khi rất quen thuộc với chúng ta.

Vì vậy, hệ thống các bài toán gốc sẽ giúp sinh viên tìm được chìa khóa để giải quyết vấn đề trong quá trình giải toán. Bên cạnh đó, từ những bài toán gốc giảng viên gợi ý, hướng dẫn để sinh viên có thể sáng tạo nên những bài toán mới.

Đối với bài toán gốc thì tôi luôn thay đổi độ khó để phù hợp cho từng đối tượng sinh viên.

2. Phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên

Sinh viên là chủ thể của nhận thức, là đối tượng trực tiếp lĩnh hội nội dung kiến



thức, phương pháp giảng dạy của sinh viên. Trong quá trình giảng dạy, giảng viên phải thường xuyên phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên. Để tích cực hóa hoạt động học tập, nghiên cứu của sinh viên trong học tập môn Toán, đòi hỏi mỗi sinh viên cần thực hiện tốt một số yêu cầu sau:

Một là, chuẩn bị tốt về động cơ, thái độ học tập, tinh thần trách nhiệm “tự chủ, tự chịu trách nhiệm” trong học tập một cách chủ động và hiệu quả. Xây dựng kế hoạch học tập khoa học và nắm chắc mục tiêu của môn học và mục tiêu từng bài học để làm cơ sở xây dựng kế hoạch học tập phù hợp và nghiêm túc thực hiện kế hoạch đó. Bằng cách đó, sinh viên đã được làm quen với cách làm việc chủ động và có kế hoạch – một điều kiện không thể thiếu để có thể học tập một cách tích cực.

Hai là, sinh viên phải nghiên cứu tài liệu trước khi lên lớp, với mỗi bài học cụ thể giảng viên cần hướng dẫn cho sinh viên nghiên cứu trước tài liệu bằng cách chỉ ra các công việc cần làm như: những nội dung cơ bản cần nắm chắc, gợi ý những vấn đề mở rộng, những vấn đề liên quan tới các môn học khác và thực tiễn. Đối với các sinh viên có yêu cầu tìm hiểu sâu họ cũng nhận được sự trợ giúp nhiệt tình và hiệu quả từ phía giảng viên. Nếu mỗi sinh viên đều nghiêm túc thực hiện những yêu cầu và hướng dẫn trên thì ngay từ khâu chuẩn bị bài học đã được đặt vào tình huống có vấn đề và điều đó có ý nghĩa tích cực trong quá

trình nghe giảng trên lớp cũng như trong quá trình tự học của họ.

Ba là, tổ chức và hoạt động nhóm học tập có hiệu quả, trao đổi với nhau những vấn đề còn chưa rõ, những vấn đề cần nghiên cứu thêm. Trong quá trình tự học, sinh viên cần suy nghĩ, sáng tạo và mạnh dạn đưa ra những ý kiến, nhận xét, thắc mắc của mình mà không quá phụ thuộc vào tài liệu và những bài giảng của giảng viên.

III. KẾT LUẬN

Tích cực hóa học tập của sinh viên trong học tập môn Toán đóng vai trò quan trọng trong quá trình dạy học ở trường đại học. Quá trình thực hiện giảng viên cần phối hợp chặt chẽ với khoa, phòng liên quan, thường xuyên quan tâm, tìm hiểu và giúp đỡ sinh viên giải quyết những vấn đề vướng mắc, đặc biệt giảng viên phải đổi mới phương thức tổ chức dạy học phù hợp với từng đối tượng và từng bài giảng đồng thời đòi hỏi cao hơn tính tích cực, chủ động, sáng tạo của sinh viên trong học tập và ôn luyện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Khánh Hưng (2000), *Phương pháp dạy học môn toán*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
2. Bùi Văn Nghị (2008), *Phương pháp dạy học những nội dung cụ thể môn toán*, NXB Đại học sư phạm, Hà Nội.
3. Nguyễn Bá Kim (Chủ biên, 2010), *Phương pháp dạy học đại cương môn Toán*, NXB Đại học sư phạm, Hà Nội.



VIỆC BÃI BỎ CÁC QUY ĐỊNH LIÊN QUAN ĐẾN DI CHỨC CHUNG CỦA VỢ CHỒNG TRONG BỘ LUẬT DÂN SỰ 2015 CÓ HỢP LÝ TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

ThS. Nguyễn Thị Thảo
Khoa Cơ sở

Tóm tắt: Một trong những điểm mới nổi bật nhất trong Phần thừa kế của Bộ luật Dân sự năm 2015 là đã bỏ các quy định liên quan đến di chúc chung của vợ, chồng. Tuy nhiên, di chúc chung của vợ, chồng đã tồn tại trong tục lệ của nước ta từ rất lâu cũng như được ghi nhận trong luật pháp Việt Nam. Vậy việc lập di chúc chung của vợ, chồng có còn được thừa nhận theo luật pháp hiện nay hay không, và hướng giải quyết như thế nào nếu xảy ra tranh chấp về di chúc chung? Do vậy, việc bãi bỏ các Điều luật này cần phải được hiểu một cách đúng đắn, trên cơ sở có lý lẽ và quan điểm hợp lý.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Bộ luật Dân sự (BLDS) số 91/2015/QH13 đã được Quốc hội thông qua ngày 24/11/2015, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2017 thay thế cho BLDS năm 2005. Bộ luật này được đánh giá rất cao về mục tiêu, quan điểm xây dựng; và được cho là đã có nhiều điểm đột phá quan trọng; những sửa đổi, bổ sung trong BLDS năm 2015 đã khắc phục được nhiều bất cập, hạn chế của thực tiễn thi hành BLDS năm 2005. Một điểm mới quan trọng trong Phần thừa kế của BLDS năm 2015 là đã bỏ 03 điều luật liên quan đến di chúc chung của vợ chồng được quy định trong BLDS 2005. Như vậy, BLDS 2015 đã không còn bất kỳ quy định nào về di chúc chung của vợ chồng. Tuy nhiên, vẫn có nhiều quan điểm cho rằng nên có những quy định cụ thể, rõ ràng về di chúc chung của vợ chồng trong BLDS 2015 để việc thực hiện trên thực tế được khả thi và hợp lý, phù hợp với văn hóa của người Việt Nam. Bởi vì, nếu không có quy định nào như thế thì chúng ta có thể hiểu rằng pháp luật không còn thừa nhận di chúc chung của vợ chồng. Nếu những cặp vợ chồng có tài sản chung muốn

lập di chúc chung sau ngày 01/01/2017 thì có được hay không? Nếu được lập di chúc chung thì hướng xử lý như thế nào khi có tranh chấp xảy ra trong hoàn cảnh không có điều luật cụ thể quy định? Trả lời cho câu hỏi này không hề đơn giản vì BLDS 2015 chỉ đơn thuần không giữ lại các quy định về di chúc chung của vợ chồng đã tồn tại trước đó, nhưng không có quy định nêu rõ là cấm di chúc chung của vợ chồng. Từ đó, đòi hỏi cần phải lật lại vấn đề: BLDS 2015 không giữ lại các quy định về di chúc chung của vợ chồng là có hợp lý trong bối cảnh hiện nay hay không?

II. NỘI DUNG

1. Lịch sử pháp luật Việt Nam quy định về di chúc chung của vợ chồng

Vào thời kỳ phong kiến, trên thực tế di chúc chung của vợ, chồng khá phổ biến, xuất phát từ quan niệm của người Việt Nam coi trọng đạo nghĩa vợ - chồng và luôn muốn củng cố tình thương yêu, đoàn kết trong gia đình nên đại đa số tài sản chung trong gia đình được định đoạt thông qua di chúc chung. Tuy nhiên, di chúc chung chưa được quy định trong pháp luật



thừa kế trong thời kỳ này. Theo tiến trình phát triển lịch sử lập pháp, di chúc chung vợ chồng đã được thừa nhận chính thức kể từ khi Thông tư số 81-TANDTC về “Hướng dẫn giải quyết các tranh chấp về thừa kế” do Tòa án nhân dân tối cao ban hành ngày 24/07/1981, cụ thể: “Di chúc do hai vợ chồng cùng làm để định đoạt tài sản chung, nếu một người chết trước, thì chỉ riêng phần di sản của người đó được thi hành theo di chúc. Người còn sống có quyền giữ nguyên, thay đổi hoặc hủy bỏ di chúc đối với phần tài sản của mình”. Sau đó là Pháp Lệnh thừa kế năm 1990, Bộ luật dân sự năm 1995, và Bộ luật dân sự năm 2005 vẫn tiếp tục kế thừa quy định. Bộ luật dân sự năm 2005 quy định về di chúc chung của vợ, chồng đã có nhiều sửa đổi, và được quy định trong phạm vi 03 điều luật đó là Điều 663: “Vợ, chồng có thể lập di chúc chung để định đoạt tài sản chung”. Điều 664 quy định về sửa đổi, bổ sung, thay thế, hủy bỏ di chúc chung của vợ, chồng và Điều 668 quy định về hiệu lực di chúc chung của vợ, chồng từ thời điểm người sau cùng chết hoặc tại thời điểm vợ, chồng cùng chết”.

2. Sự bất cập trong các quy định về di chúc chung của vợ, chồng trong BLDS 2005

Việc thừa nhận di chúc chung vợ chồng xuất phát từ tính ưu việt của nó trong việc duy trì tính thống nhất trong khối tài sản chung, thông qua quy định về thời điểm có hiệu lực của di chúc bắt đầu kể từ khi “bên sau cùng chết hoặc tại thời điểm hai vợ chồng cùng chết”. Theo đó, trong thời gian này, người còn sống được bảo vệ khá tốt trong khối tài sản chung cho đến khi họ qua đời, tránh tình trạng cuộc sống của người còn lại bị gián đoạn.

Tuy nhiên, trong quá trình thực thi pháp luật cũng như thực tiễn xét xử tại TAND các cấp về vấn đề di chúc chung vợ chồng lại phát sinh nhiều bất cập. Đầu tiên, Điều 663 BLDS 2005 qui định: “Vợ, chồng có thể lập di chúc chung để định đoạt tài sản chung”. Nhưng sẽ phức tạp, nếu vợ, chồng vừa có tài sản chung, vừa có tài sản riêng, mà họ lại muốn định đoạt cả hai loại tài sản này trong cùng một di chúc. Vậy thì phần di chúc định đoạt tài sản riêng có phải là một di chúc riêng; sau khi một bên vợ hoặc chồng chết, thì phần di chúc liên quan tới tài sản riêng của họ có hiệu lực hay chưa? Mặt khác, Điều 668 BLDS 2005 quy định “di chúc chung vợ, chồng chỉ có hiệu lực khi cả hai người cùng chết hoặc khi người sau cùng chết”. Trong thực tế quy định này đã làm ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của người còn sống, như trong trường hợp người còn sống gặp khó khăn, bệnh tật nhưng họ không thể chuyển nhượng phần tài sản của mình trong khối tài sản chung của vợ chồng. Thêm vào đó, thực tiễn đã có những câu hỏi xoay quanh trường hợp trong thời gian người vợ/chồng còn sống đã sử dụng di sản chưa phân chia vào sản xuất kinh doanh, thu được những lợi nhuận thì lợi nhuận phát sinh này được xem là di sản thừa kế hay thuộc quyền sở hữu của người vợ/chồng còn sống đó? Không những vậy, quy định về di chúc chung vợ chồng còn làm ảnh hưởng đến quyền lợi của những người thừa kế của bên chết trước vì họ cũng phải chờ đến thời điểm di chúc chung có hiệu lực thì mới được phân chia di sản. Hơn nữa, điều này thực tế còn ảnh hưởng khá nặng nề đến lợi ích của các chủ nợ, đặc biệt là các ngân hàng; bởi lẽ, theo quy định, các nghĩa vụ tài sản và các khoản chi phí liên quan đến thừa kế được thanh toán trước khi chia di sản theo những thứ tự ưu tiên. Vấn đề được đặt ra là, người



chồng/vợ chết trước có nghĩa vụ về tài sản với người khác do có hành vi gây thiệt hại, do vay tài sản... thì quyền tài sản của các chủ nợ đó được giải quyết như thế nào, khi mà những người thừa kế chưa được hưởng di sản? Người chồng/vợ còn sống có nghĩa vụ thanh toán cho các chủ nợ từ tài sản của người chết để lại với tư cách là người thừa kế hay là người được uỷ nhiệm, pháp luật thời bấy giờ vẫn không quy định cụ thể. Bên cạnh đó, việc tồn tại di chúc chung vợ chồng còn phát sinh nhiều vướng mắc trong quy định về thời hiệu thừa kế, khi trong một số trường hợp, khi người còn lại chết thì thời hiệu khởi kiện đối với di sản của người chết trước cũng đã hết.

3. Việc bãi bỏ quy định về di chúc chung của vợ, chồng trong Bộ luật dân sự 2015 trong bối cảnh hiện nay có hợp lý không?

Hiện nay, có nhiều ý kiến cho rằng, việc bãi bỏ các quy định về di chúc chung của vợ, chồng là do sự phức tạp trên thực tế dẫn đến khó giải quyết và kinh nghiệm pháp luật quốc tế cũng không có quy định về di chúc chung vợ chồng. Cũng có ý kiến cho rằng, việc không quy định di chúc chung của vợ chồng trong BLDS 2015 vừa có thể giải quyết được vướng mắc trong thực tiễn, vừa loại bỏ được bất cập về lý luận mà BLDS 2005 gặp phải. Chúng ta thấy rằng, dù việc bỏ các quy định về di chúc chung xuất phát từ lý do gì, thì quan trọng hơn cả, đó là việc bỏ các quy định như vậy có giải quyết được các vấn đề đã và đang tồn tại hay không, nếu giải quyết được thì đó là quyết định hợp lý. Ở một góc độ khác, việc bỏ quy định về di chúc chung trong BLDS 2015 được giải thích rằng “hoàn toàn không có nghĩa là luật mới sẽ không thừa nhận giá trị của di chúc chung”. Tác giả bài viết cho rằng quan điểm này là hợp lý. Vấn đề di chúc chung của vợ, chồng

không nên hiểu theo cách là việc vợ, chồng cùng nhau phân định tài sản cho người thừa kế nữa, mà nên hiểu theo hướng tiến bộ hơn, đó là việc vợ và chồng, mỗi người có tư cách chủ sở hữu của riêng mình, kết hợp trong việc định đoạt tài sản sau khi chết bằng cách thể hiện ý chí cùng một lúc, trong cùng một văn bản. Với cách hiểu này, di chúc gọi là chung của vợ, chồng có thể được coi là hai di chúc của hai chủ thể, nhưng được ghi nhận trong cùng một bản viết và được điều chỉnh theo luật chung về di chúc, cũng như theo luật chung về thực hiện quyền định đoạt của chủ sở hữu. Như vậy, vợ và chồng, mỗi người có thể đưa vào di chúc viết chung các nội dung định đoạt liên quan đến tài sản riêng của mỗi người, và các nội dung liên quan đến tài sản chung của cả hai người. Đối với việc định đoạt tài sản riêng trong di chúc thì mỗi người đều có quyền tự định đoạt, nhưng đối với tài sản chung, thì nội dung này trong di chúc tất nhiên phải có sự đồng thuận của vợ chồng, theo đúng nguyên tắc nhất trí trong quản lý tài sản chung, được thiết lập trong luật chung về quyền sở hữu, và việc sửa đổi nội dung này cũng phải có sự đồng thuận. Chính vì thế, BLDS năm 2015 bỏ quy định về di chúc chung của vợ chồng và đồng thời quy định đầy đủ hơn, rõ ràng hơn về sở hữu chung và các loại sở hữu chung, trong đó, “sở hữu chung của vợ chồng là sở hữu chung hợp nhất có thể phân chia” và “việc định đoạt tài sản chung hợp nhất được thực hiện theo thỏa thuận của các chủ sở hữu chung hoặc theo quy định của pháp luật”. Ngoài ra, chế độ tài sản của vợ chồng còn được thực hiện theo quy định tại các điều từ Điều 33 đến Điều 46 và từ Điều 59 đến Điều 64 của Luật Hôn nhân và Gia đình năm 2014. Theo đó, tài sản chung của vợ chồng được hình thành trên cơ sở luật định hoặc do vợ chồng thỏa thuận. Từ những



luận điểm trên ta thấy rằng không cần có một quy định đặc thù về di chúc chung như trong BLDS 2005; và việc bỏ các quy định như vậy còn khắc phục được những vướng mắc pháp lý nảy sinh trong thực tế, đặc biệt là đảm bảo quyền lợi của vợ, chồng còn sống trong việc định đoạt phần tài sản của mình trong khối tài sản chung của hai vợ chồng, vừa đảm bảo quyền lợi của những người thừa kế của vợ/chồng bên chết trước, vì họ không phải chờ đến thời điểm di chúc chung

III. KẾT LUẬN

Như vậy, dù hiện nay có các quan điểm khác nhau về việc bãi bỏ các quy định về di chúc chung của vợ, chồng; tuy nhiên, chúng ta có thể khẳng định rằng không tồn tại một quy định có giá trị pháp lý cấm di chúc chung của vợ chồng khi họ định đoạt tài sản chung của họ. Và tất nhiên, khi chưa có một sự giải thích rõ ràng cho vấn đề này thì những cặp vợ chồng có tài sản chung vẫn có quyền lập di chúc chung sau ngày 01/01/2017, nhưng nếu có tranh chấp xảy ra về bản di chúc chung này, thì hướng giải quyết sẽ như thế nào? Theo tác giả hướng xử lý vấn đề này sẽ được tiến hành theo tinh thần của BLDS 2015: Trường hợp phát sinh quan hệ thuộc phạm vi điều chỉnh của pháp luật dân sự mà các bên không có thoả

thuận, pháp luật không có quy định và không có tập quán được áp dụng thì áp dụng quy định của pháp luật điều chỉnh quan hệ dân sự tương tự; trường hợp không thể áp dụng tương tự pháp luật thì áp dụng các nguyên tắc cơ bản của pháp luật dân sự, án lệ, lẽ công bằng (Điều 6 BLDS 2015). Theo đó, trong trường hợp pháp luật chưa có những quy định ghi nhận một cách rõ ràng về giá trị pháp lý của di chúc chung vợ chồng thì Tòa án, mà cụ thể là những Thẩm phán, cần có những nhận định hết sức khoa học, khách quan và phù hợp nhằm đưa ra những phán quyết chính xác, cao hơn là những án lệ mang tính mẫu mực, đối với những vụ việc thực tiễn phát sinh tại Tòa án về vấn đề di chúc chung của vợ chồng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Thu Hiền, *Di chúc chung của vợ chồng theo quy định pháp luật dân sự Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ Đại học quốc gia Hà Nội, (2010).
2. Lê Minh Hùng, *Một số bất cập trong việc thừa nhận quyền lập di chúc chung của vợ chồng*, Tạp chí Khoa học Pháp lý, Số 4, tr. 24, (2006).
3. Đỗ Văn Đại, *Bình luận khoa học những điểm mới của BLDS 2015*, Nxb Hồng Đức, Hà Nội, (2016).
4. Trần Thị Hiền Lương, “*Bộ luật dân sự 2015 và vấn đề di chúc chung của vợ chồng*”, Tạp chí khoa học – Trường Đại học Quy Nhơn, số 04/2017, tr.127 - 133.



NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU DOANH NGHIỆP VIỆT NAM DƯỚI GÓC ĐỘ MARKETING

ThS. Hồ Thị Hoàng Lương
Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

Tóm tắt: Thương hiệu là nhân tố quan trọng để khẳng định vị thế của doanh nghiệp. Xây dựng thương hiệu và tạo dựng giá trị thương hiệu là vấn đề vô cùng quan trọng và có ý nghĩa dài hạn đối với tất cả các doanh nghiệp hiện nay. Chính vì thế, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu là nhiệm vụ vô cùng quan trọng của các doanh nghiệp để từ đó đưa ra các giải pháp nhằm xây dựng và nâng cao giá trị thương hiệu của mình. Bài viết “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam dưới góc độ marketing” có mục tiêu là phân tích tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu của doanh nghiệp hiện nay, từ đó đề xuất một số giải pháp giúp các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao giá trị thương hiệu nói riêng và nâng cao khả năng cạnh tranh nói chung trên thị trường.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Giá trị thương hiệu (brand equity - GTTH) là một khái niệm lý thuyết đã được quan tâm nghiên cứu từ những năm 1990. Có hai quan điểm nghiên cứu chính là quan điểm tài chính và quan điểm marketing. Theo quan điểm marketing, GTTH là tác động khác biệt của tên thương hiệu tới những phản ứng đáp lại của người tiêu dùng đối với hoạt động marketing của thương hiệu đó do kiến thức về thương hiệu mang lại. Tuy nhiên trên thực tế nhiều doanh nghiệp (DN) Việt Nam vẫn chưa thực sự chú trọng tới vấn đề xây dựng và phát triển thương hiệu, từ đó dẫn tới nhiều rủi ro trong kinh doanh như bị đối thủ đăng ký nhãn hiệu ở thị trường nước ngoài. Chính vì thế, việc xác định các nhân tố ảnh hưởng để từ đó xây dựng GTTH với các DN Việt Nam hiện nay là vô cùng cần thiết. Trong nội dung bài viết này, tác giả tập trung nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu DN dưới góc độ marketing và đồng thời đề xuất một số gợi ý giải pháp giúp DN Việt Nam nâng cao giá trị thương hiệu để

khẳng định vị thế của mình trên thị trường đầy cạnh tranh ngày nay.

II. NỘI DUNG

1. Khái niệm về thương hiệu và giá trị thương hiệu

Theo từ điển của Hiệp hội Marketing Mỹ (AMA - American Marketing Associations, 2015), *thương hiệu (brand)* là “một cái tên, thuật ngữ, thiết kế, biểu tượng hay bất kỳ một đặc điểm nào mà nhận diện sản phẩm hữu hình hay dịch vụ của một người bán và phân biệt chúng với những sản phẩm và dịch vụ của những người bán khác”. Cũng theo AMA, thương hiệu có thể hiểu là thương hiệu sản phẩm (a product brand) hoặc thương hiệu DN (a company brand). Thuật ngữ pháp lý của “brand” chính là “trademark” (nhãn hiệu thương mại).

Giá trị thương hiệu (brand equity) là một khái niệm lý thuyết đã được quan tâm nghiên cứu từ những năm 1990. Hiệp hội Marketing Mỹ đã định nghĩa: Giá trị thương hiệu (Brand equity) là giá trị mà



thương hiệu đem lại cho người bán. Từ quan điểm của người tiêu dùng, 'brand equity' được đánh giá dựa trên thái độ của người tiêu dùng về những thuộc tính tích cực của thương hiệu và những kết quả tích cực từ việc sử dụng thương hiệu.

Có hai nhóm quan điểm chính khi nghiên cứu về khái niệm GTTH: quan điểm tài chính (financial-based brand equity) và quan điểm marketing hay quan điểm của khách hàng (customer-based brand equity).

Theo quan điểm tài chính, người nghiên cứu tìm cách xác định giá trị tài chính hay giá trị bằng tiền của các thương hiệu trên thị trường và dự báo giá trị bằng tiền của chúng theo thời gian.

Theo quan điểm marketing, giá trị thương hiệu được đánh giá dựa trên nhận thức của khách hàng về thương hiệu và các nguồn hình thành giá trị thương hiệu.

Có nhiều nghiên cứu đưa ra khái niệm về giá trị thương hiệu, cụ thể:

Theo Trương Đình Chiến (2005, tr. 117-118): “Giá trị thương hiệu đối với khách hàng là giá trị mà khách hàng nhận được từ một sản phẩm hay dịch vụ có thương hiệu, ngoài giá trị nhận được từ một sản phẩm hay dịch vụ chung mà không có thương hiệu”.

Theo Kevin Keller (2013): “Giá trị thương hiệu là hiệu ứng khác biệt mà do kiến thức thương hiệu tạo ra đối với sự đáp ứng của người tiêu dùng trước các hoạt động marketing của thương hiệu đó. Một thương hiệu sẽ có giá trị thương hiệu theo quan điểm khách hàng là dương khi người tiêu dùng đáp ứng một cách tích cực với sản phẩm và với cách thức làm marketing cho sản phẩm đó hơn là so với trường hợp sản phẩm không có thương hiệu.” (Keller, 2013, tr. 41; Kotler and Keller, 2012, tr. 244).

Theo Hiệp hội Marketing Mỹ - American Marketing Association (2015): “Giá trị thương hiệu là cụm từ sử dụng trong lĩnh vực marketing để mô tả giá trị của một thương hiệu nổi tiếng, dựa trên ý tưởng rằng người chủ sở hữu của một thương hiệu nổi tiếng có thể kiếm được nhiều tiền hơn từ các sản phẩm mang tên thương hiệu đó so với cũng những sản phẩm đó nhưng mang những cái tên kém nổi tiếng hơn, vì người tiêu dùng tin rằng một sản phẩm mang cái tên nổi tiếng hơn sẽ tốt hơn là sản phẩm mang cái tên ít nổi tiếng hơn.”

Từ đó, dưới góc độ marketing, GTTH được hiểu là: sự tăng thêm hay giảm bớt về mặt giá trị mà thương hiệu đem lại cho những sản phẩm hữu hình hoặc dịch vụ mang tên thương hiệu đó. Giá trị này được phản ánh trong nhận thức của người tiêu dùng. GTTH có được từ sự đáp ứng khác nhau của người tiêu dùng đối với tên thương hiệu. Nếu như các đáp ứng của người tiêu dùng đối với những cái tên thương hiệu khác nhau là như nhau, thì sản phẩm dù mang một cái tên thương hiệu nào đi nữa vẫn chỉ là một hàng hóa phổ thông và giá trị của thương hiệu sẽ là bằng không.

Những đáp ứng khác nhau của người tiêu dùng đối với tên thương hiệu xuất phát từ kiến thức khác nhau về thương hiệu. Kiến thức thương hiệu này thể hiện ở nhận thức, thái độ, niềm tin và trải nghiệm của người tiêu dùng đối với thương hiệu. Kiến thức thương hiệu có được là do các hoạt động marketing đối với thương hiệu.

2. Vai trò của việc xây dựng và phát triển giá trị thương hiệu đối với DN

Theo Keller (2013, tr. 41), một DN có GTTH cao sẽ đem lại rất nhiều lợi ích như: (1) Nhận thức về tính năng của sản phẩm sẽ tích cực hơn; (2) Mức độ trung thành cao hơn; (3) Ít bị ảnh hưởng tiêu cực từ những



hoạt động marketing của các đối thủ cạnh tranh; (4) Ít bị ảnh hưởng tiêu cực từ những sự cố hay những vụ khủng hoảng marketing; (5) Lợi nhuận cao hơn; (6) Đường cầu ít co dãn khi giá tăng; (7) Đường cầu co dãn nhiều hơn khi giá giảm; (8) Sự hợp tác và hỗ trợ của các nhà trung gian tốt hơn; (9) Có nhiều cơ hội cấp giấy phép nhượng quyền cho người khác và thu được lợi nhuận; và (10) Có nhiều cơ hội mở rộng thương hiệu.

Như vậy, việc xây dựng và phát triển GTTH có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của DN. Cụ thể:

- Giúp DN nhận diện, quản lý và theo dõi sản phẩm. Thương hiệu có tên, logo, màu sắc đặc trưng và các đặc điểm nhận diện khác, nhờ đó, DN có thể quản lý các sản phẩm tốt hơn.

- Giúp DN được sự bảo vệ của pháp luật. Sau khi đăng ký trước pháp luật, thương hiệu sẽ được pháp luật bảo vệ ở cấp quốc gia và quốc tế tùy phạm vi đăng ký. Điều này giúp người chủ sở hữu thương hiệu yên tâm và có lợi thế trong cuộc chiến chống lại nạn hàng giả hàng nhái.

- Là dấu hiệu của chất lượng. Trên bao

bì sản phẩm có tên thương hiệu và kèm theo là các chỉ tiêu kỹ thuật và đặc điểm liên quan đến phẩm cấp chất lượng. DN có thể đặt ra các tên thương hiệu khác nhau để phân biệt phẩm cấp chất lượng sản phẩm.

- Tạo sự khác biệt cho sản phẩm bằng các liên tưởng thương hiệu riêng có. Thương hiệu giúp tạo nên những liên tưởng riêng và do kết quả của hoạt động marketing, thương hiệu giúp tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh.

- Là nguồn tạo nên lợi thế cạnh tranh. Thương hiệu mạnh là vũ khí giúp người sản xuất ít bị lệ thuộc vào nhà trung gian, có được nhiều khách hàng trung thành, ít bị ảnh hưởng bởi sự giảm giá của các đối thủ và có sức cạnh tranh tốt hơn. Các đối thủ có thể sao chép kiểu dáng, mẫu mã sản phẩm, nhưng những trải nghiệm, liên tưởng, hình ảnh, uy tín riêng gắn với thương hiệu thì không thể sao chép.

- Là nguồn tạo nên doanh thu và lợi nhuận. GTTH mạnh sẽ giúp DN giữ được khách hàng, thu hút các khách hàng mới, định giá sản phẩm cao hơn so với các sản phẩm phổ thông, nhờ đó có được nhiều doanh thu và lợi nhuận.

Bảng 1: Vai trò của giá trị thương hiệu đối với doanh nghiệp và người tiêu dùng

<i>Thương hiệu đối với DN</i>	<i>Thương hiệu đối với người tiêu dùng</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Phương tiện nhận diện sản phẩm, làm đơn giản quá trình kiểm soát và xử lý hàng hoá - Phương tiện bảo vệ về mặt pháp lý các đặc điểm riêng có của sản phẩm - Dấu hiệu của chất lượng đối với khách hàng - Làm tăng giá trị cho sản phẩm bằng những liên tưởng riêng có - Là nguồn tạo nên lợi thế cạnh tranh - Là nguồn tạo nên lợi nhuận 	<ul style="list-style-type: none"> - Xác định nguồn gốc của sản phẩm - Xác định trách nhiệm của nhà sản xuất - Làm giảm chi phí tìm kiếm khi mua hàng - Có được lời hứa và sự cam kết của nhà sản xuất - Mang ý nghĩa biểu tượng - Dấu hiệu của chất lượng

Nguồn: Keller, K.L. (2013), Strategic Brand Management, 4th edition, Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey, USA, pp. 6-7.



3. Thực trạng giá trị thương hiệu DN 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 GTTH 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. Mặc dù vấn đề xây dựng GTTH đối với các DN Việt Nam hiện nay mới bắt đầu được quan tâm, tuy nhiên lại đang tập trung chủ yếu vào các DN lớn trong khi phần lớn các DN nước ta có quy mô vừa và nhỏ. Do đó, để đưa ra các chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu đối với các DN này là điều không đơn giản.

Lịch sử phát triển của thương hiệu Việt Nam cho thấy, khi nền kinh tế Việt Nam tiến sâu vào quá trình hội nhập với nền kinh tế thế giới, con số thương hiệu mạnh, có tiềm năng phát triển của Việt Nam bị chiếm dụng, tranh chấp ở thị trường thế giới không ngừng tăng lên. Theo số liệu từ Cục Công nghệ thông tin thuộc Bộ Tư pháp, nhiều thương hiệu nổi tiếng của Việt Nam đã mất rất nhiều thời gian và chi phí để lấy lại nhãn hiệu của sản phẩm do bị doanh nghiệp nước ngoài đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Nổi bật là các trường hợp: nước mắm Phan Thiết bị công ty Kim Seng của Mỹ đăng ký đăng ký thương hiệu “nước mắm nhĩ thượng hạng Phan Thiết” tại Văn phòng bản quyền sáng chế và nhãn hiệu thương mại Hoa kỳ, từ ngày 1/6/1999, trước khi Việt Nam có Luật Sở hữu trí tuệ (2005); vào năm 2011, nhãn hiệu cà phê Buôn Ma Thuột và Đắc Lắc đã bị Công ty Guangzhou Buon Ma Thuot

Coffee Co.,Ltd (Quảng Châu) chiếm dụng tại Pháp và Trung Quốc; nước mắm Phú Quốc từng bị công ty Viet Huong Fishsauce của Mỹ đăng ký nhãn hiệu độc quyền tại Mỹ, EU, Trung Quốc và Australia; sản phẩm kẹo dừa Bến Tre từng bị Công ty TNHH Rừng Dừa đã đăng kí độc quyền nhãn hiệu tại Trung Quốc; Sản phẩm cà phê Trung Nguyên từng bị công ty Rice Field (Mỹ) đăng ký tại Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu Hoa Kỳ (USPTO); thương hiệu thuốc lá Vinataba đã bị P.T. Putra Stabat Industri (Indonesia) chiếm đoạt đăng ký tại Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và 9 nước Asean. Tháng 4/2002, công ty Nguyen Lai Corporation (Mỹ) đã nộp đơn tại USPTO đăng ký thương hiệu PetroVietnam; ngoài ra còn một số các DN khác như vông xép Duy Lợi, Bi'tis, bánh phồng tôm Sa Giang... cũng đã bị mất thương hiệu tại các nước.

Qua những vụ việc trên cho thấy ngay cả những DN mạnh của Việt Nam cũng còn đang coi nhẹ vấn đề xây dựng, phát triển GTTH DN cũng như bảo hộ thương hiệu hàng hóa. 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, nhiều DN còn có quan niệm việc xây dựng thương hiệu là tốn kém, lãng phí. Chính bởi tư duy đó mà nhiều DN 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.

Thời gian gần đây, một số DN Việt Nam đã nhận thức được tầm quan trọng của thương hiệu đối với hoạt động sản xuất kinh doanh và đã bắt đầu quan tâm đến việc xây dựng GTTH và bảo hộ thương hiệu, mà trước tiên là đăng ký sở hữu đối với thương hiệu của mình trên thị trường trong nước và nước ngoài. Tuy nhiên, phần lớn



các DN Việt Nam chưa có nhận thức đúng mức về vấn đề thương hiệu. Theo số liệu của Trung tâm thông tin và dự báo kinh tế - xã hội quốc gia thuộc Bộ Kế hoạch và đầu tư, giai đoạn 2011-2015, trong cơ cấu tài sản của DN Việt Nam, vấn đề sáng chế chỉ chiếm hơn 1% và giá trị kiểu dáng công nghiệp trong cơ cấu tài sản của DN chỉ chiếm hơn 17%. Đó là một con số rất nhỏ so với số lượng DN hiện đang hoạt động ở Việt Nam. Số DN xây dựng được thương hiệu hiện nay chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ. Có thể kể đến như Vinamilk, Bào Việt, Viettel, VinGroup... Đồng thời, theo số liệu khảo sát của Bộ Công thương năm 2018 do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đưa ra tại hội thảo “Thương hiệu trong chiến lược phát triển doanh nghiệp” thì ở Việt Nam có đến 20% DN không hề đầu tư cho việc xây dựng thương hiệu, trên 70% DN có đầu tư thương hiệu nhưng chỉ ở mức đầu tư dưới 5%.

Việc chưa nhận thức đầy đủ về GTTH của DN dẫn đến khó khăn trong việc xây dựng, giữ gìn uy tín và hình ảnh thương hiệu cũng như phát triển thương hiệu, thiếu chiến lược, thiếu sự đầu tư chuyên sâu cũng như thiếu tính chuyên nghiệp trong công tác marketing nói chung và xây dựng uy tín thương hiệu nói riêng. Rất ít DN Việt Nam nhận ra các đặc điểm tiêu dùng, nhu cầu, thị hiếu... của đối tượng khách hàng mục tiêu, do đó không có định hướng rõ ràng cho việc phát triển sản phẩm và xây dựng GTTH nhằm tìm chỗ đứng cho thương hiệu của mình trên thị trường. Chính vì thế, việc xác định các nhân tố ảnh hưởng để xây dựng và phát triển GTTH là vô cùng cần thiết đối với các DN Việt Nam hiện nay.

4. Các nhân tố ảnh hưởng đến giá trị thương hiệu DN Việt Nam dưới góc độ marketing

Dựa theo nghiên cứu trong marketing,

GTTH DN nói chung cũng như GTTH của DN Việt Nam nói riêng đều chịu ảnh hưởng của 4 yếu tố chính là: nhận biết thương hiệu, chất lượng cảm nhận thương hiệu, liên tưởng thương hiệu, trung thành thương hiệu.

4.1. Nhận biết thương hiệu

Theo Aaker (1991), nhận biết thương hiệu là “khả năng một người mua tiềm năng nhận lại và nhớ lại được một thương hiệu có trong một chủng loại sản phẩm nhất định”. Người mua thường lựa chọn thương hiệu mà mình đã biết bởi vì họ cảm thấy được an toàn và thoải mái hơn. Vì theo thường lệ trong kinh doanh thì một thương hiệu được nhiều người biết đến sẽ đáng tin cậy hơn và chất lượng sẽ tốt hơn.

Các mức độ nhận biết thương hiệu có thể biến thiên từ “hoàn toàn không biết” tới “biết rất rõ” về thương hiệu. Theo Aaker (1991) và một số tác giả, có thể phân thành 4 mức độ nhận biết, từ thấp tới cao là: (1) không biết; (2) nhận ra, hay còn gọi là nhớ với sự trợ giúp (recognition); (3) nhớ ra, hay nhớ không cần sự trợ giúp (recall); và (4) nhớ hàng đầu trong tâm trí (top-of-mind awareness).

Nhận biết thương mang lại 4 lợi ích cho các doanh nghiệp là: (1) là nguồn gốc của những liên tưởng thương hiệu; (2) tạo sự quen biết và yêu thích thương hiệu; (3) là dấu hiệu thể hiện sự tồn tại thực tế và cam kết; và (4) tạo cơ hội để khách hàng xem xét và chọn mua. Đây là thành phần đầu tiên trong GTTH và có ảnh hưởng tích cực tới các thành phần còn lại như là chất lượng cảm nhận, liên tưởng thương hiệu và trung thành thương hiệu. Chính vì thế, nhận biết thương hiệu là một nhân tố quan trọng mà các DN Việt Nam cần quan tâm khi xây dựng GTTH.

4.2. Chất lượng cảm nhận thương hiệu



Giá trị đích thực của thương hiệu xuất phát từ người tiêu dùng, nếu họ có những cảm nhận tốt thì thương hiệu mới có giá trị cao. Theo Aaker (1991), chất lượng cảm nhận thương hiệu được định nghĩa là nhận thức của khách hàng về chất lượng tổng thể hay tính ưu việt tổng thể của sản phẩm trong sự so sánh tương đối với các sản phẩm khác. Chất lượng cảm nhận cao có nhiều giá trị hay lợi ích đối với nhà sản xuất: (1) cung cấp lý do mua; (2) là yếu tố tạo sự khác biệt và định vị sản phẩm hay tổ chức trong tâm trí khách hàng; (3) gây sự quan tâm của các thành viên của kênh phân phối; (4) hỗ trợ định giá cao hơn và (5) tạo điều kiện mở rộng thương hiệu.

Yếu tố nền tảng để so sánh các thương hiệu là chất lượng của sản phẩm mang tên thương hiệu đó. Có hai loại chất lượng là chất lượng khách quan và chất lượng cảm nhận. Chất lượng khách quan (objective quality) được thể hiện bằng các chỉ tiêu kỹ thuật và có thể đo lường dựa trên các máy móc thiết bị trong khi chất lượng cảm nhận (perceived quality) là do khách hàng nhận thức và đánh giá. Chất lượng cảm nhận mang tính chủ quan và nó có thể giống hoặc khác với chất lượng khách quan. Lý do là khách hàng không phải chuyên gia về sản phẩm và yếu tố cảm xúc can dự vào việc đánh giá.

Chất lượng cảm nhận sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định mua sắm và sự trung thành của khách hàng, đặc biệt là khi người mua không có thời gian hoặc không thể nghiên cứu kỹ lưỡng các tính năng sản phẩm trước khi mua. Chất lượng cảm nhận còn giúp DN xác định một chính sách giá cao vì thế sẽ tạo ra lợi nhuận nhiều hơn để tái đầu tư vào việc xây dựng thương hiệu cũng như trong việc mở rộng thương hiệu.

Chất lượng cảm nhận là thành phần và cũng là một nhân tố ảnh hưởng tới GTTH

của các DN hiện nay, đây là căn cứ để khách hàng đánh giá sản phẩm, thương hiệu và đưa ra quyết định mua.

4.3. Liên tưởng thương hiệu

Liên tưởng thương hiệu được tác giả Aaker (1991) định nghĩa là “bất cứ cái gì trong tâm trí của khách hàng mà được gắn với tên thương hiệu”. Có rất nhiều kiểu và nhiều cách phân loại liên tưởng thương hiệu khác nhau.

Aaker phân loại các liên tưởng thương hiệu thành 11 kiểu như sau: thuộc tính cụ thể, thuộc tính chung, lợi ích dành cho khách hàng, giá tương đối, hoàn cảnh sử dụng, người sử dụng, nhân vật nổi tiếng, cá tính và phong cách sống, chủng loại sản phẩm, đối thủ cạnh tranh và khu vực địa lý. Keller (1993, 2013) thì phân các liên tưởng thương hiệu thành các liên tưởng về thuộc tính (bao gồm các liên tưởng gắn với sản phẩm và không gắn với sản phẩm), liên tưởng về lợi ích và liên tưởng về thái độ.

Liên tưởng thương hiệu đem lại cho người chủ sở hữu thương hiệu các lợi ích: (1) kích thích sự xử lý và truy lục thông tin trong tâm trí khách hàng; (2) tạo sự khác biệt và định vị thương hiệu; (3) tạo lý do mua sản phẩm; (4) tạo thái độ tích cực về thương hiệu; và (5) tạo cơ sở cho sự mở rộng thương hiệu. Nếu một thương hiệu sở hữu càng nhiều các liên tưởng thương hiệu tích cực và độ mạnh của các liên tưởng thương hiệu càng cao thì thương hiệu đó có GTTH càng cao.

4.4. Trung thành thương hiệu

Theo quy luật Pareto thường được áp dụng nhiều lĩnh vực thì 20% khách hàng trung thành sẽ mang lại 80% lợi nhuận cho DN. Các thương hiệu mạnh luôn được nhận diện và đảm bảo bởi các khách hàng trung thành, thêm vào đó, việc tìm kiếm một khách hàng mới sẽ tốn kém hơn rất nhiều so với việc duy trì được khách hàng cũ.



Trung thành thương hiệu thể hiện mức độ gắn bó của người mua với thương hiệu. Lòng trung thành này bao gồm khía cạnh hành vi (thể hiện ở tần suất mua lặp lại thương hiệu khi mua sản phẩm) hoặc khía cạnh thái độ (sự tin tưởng, cam kết gắn bó hay giới thiệu cho người khác dùng).

Trung thành thương hiệu đem lại nhiều lợi ích cho DN: (1) tạo doanh số ổn định cho DN; (2) giảm chi phí để thu hút khách

hàng mới; (3) giúp DN quảng bá thông qua sự truyền miệng; (4) cho DN thời gian để đáp trả sự cạnh tranh. Việc khách hàng trung thành với thương hiệu cũng chứng tỏ sự khác biệt ưu việt của thương hiệu đó so với các thương hiệu. Với những lợi ích đó, trung thành thương hiệu là một nguồn hình thành và cũng là nhân tố ảnh hưởng tới GTTH.

Bảng 2: Ý nghĩa của các yếu tố ảnh hưởng tới giá trị thương hiệu DN

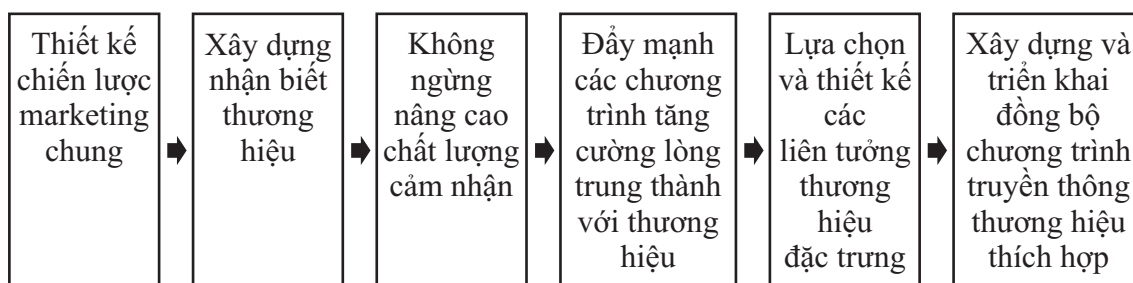
<i>Nhận biết thương hiệu</i>	<i>Chất lượng cảm nhận</i>	<i>Liên tưởng thương hiệu</i>	<i>Trung thành thương hiệu</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Là điểm gốc để phát triển các liên tưởng thương hiệu - Tạo sự quen biết và ưa thích - Là dấu hiệu của sự tồn tại trên thực tế và cam kết - Tạo cơ hội được xem xét và chọn mua 	<ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp lý do mua - Tạo sự khác biệt và giúp định vị thương hiệu - Tạo cơ hội định giá cao - Tăng cường sự quan tâm của các thành viên kênh phân phối - Tạo cơ hội mở rộng thương hiệu 	<ul style="list-style-type: none"> - Giúp xử lý và truy xuất thông tin - Tạo sự khác biệt và định vị thương hiệu - Cung cấp lý do mua - Tạo thái độ tích cực về thương hiệu - Tạo cơ hội mở rộng thương hiệu 	<ul style="list-style-type: none"> - Giảm chi phí marketing - Tăng doanh số - Thu hút khách hàng mới - Có thời gian để đáp trả sự cạnh tranh

(Nguồn: David Allen Aaker (1991), *Managing Brand Equity*, The Free Press, New York, USA, p. 17.)

5. Giải pháp nâng cao giá trị thương hiệu của DN Việt Nam

Để nâng cao GTTH các DN Việt Nam cần phải có sự tác động tới các thành phần nhận biết thương hiệu, chất lượng cảm

nhận, liên tưởng thương hiệu và trung thành thương hiệu. Để tác động tích cực tới các thành phần đó, các DN cần có các chiến lược và chương trình marketing phù hợp và hiệu quả. Cụ thể:



Quy trình chiến lược marketing nhằm nâng cao GTTH các DN Việt Nam



- Thứ nhất, các DN Việt Nam cần thiết kế được chiến lược marketing chung cho DN thông qua việc: (1) xác định thị trường mục tiêu của DN, cụ thể là xác định các nhóm khách hàng mục tiêu thông qua việc xây dựng các tiêu chí phân khúc thị trường, dự báo nhu cầu, phân tích SWOT, từ đó xác định chiến lược chiếm lĩnh thị trường mục tiêu của mình và tập trung nỗ lực phục vụ để nâng cao GTTH; (2) xây dựng chiến lược định vị thương hiệu của DN để thấy rõ vị trí hiện tại của DN trong bối cảnh cạnh tranh giữa các DN trên thị trường, từ đó thiết kế thông điệp và khẩu hiệu định vị riêng để làm mục tiêu phấn đấu của DN; (3) thiết kế chiến lược marketing-mix để định hướng hành động chung cho DN thông qua mô hình 7P: chiến lược sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược phân phối, chiến lược xúc tiến hỗn hợp, chiến lược con người, chiến lược quy trình cung cấp dịch vụ và chiến lược bằng chứng hữu hình.

- Thứ hai, xây dựng nhận biết thông hiệu thông qua việc thiết kế bộ nhận diện thống nhất chung cho DN của mình (bao gồm tên thương hiệu, biểu trưng và biểu tượng, nhạc hiệu, phong cách và thiết kế); triển khai áp dụng bộ nhận diện thương hiệu của DN và tăng cường hoạt động truyền thông marketing ra bên ngoài.

- Thứ ba, luôn chú trọng nâng cao chất lượng cảm nhận thương hiệu của DN bằng cách tạo cho khách hàng sự nhận thức, đánh giá và cảm nhận về các ưu thế của sản phẩm dịch vụ của DN hay các đặc điểm nổi bật của DN để khi nhắc đến tên DN hay bất kỳ một sản phẩm, một đặc điểm của DN khách hàng đều cảm nhận và nhận biết được nó thuộc thương hiệu của DN mình.

- Thứ tư, đẩy mạnh các chương trình tăng cường lòng trung thành của khách hàng với thương hiệu thông qua các

chương trình marketing tạo nên sự gắn bó giữa khách hàng với DN như các chương trình tri ân khách hàng, các hoạt động xã hội của DN...

- Thứ năm, lựa chọn và thiết kế các liên tưởng thương hiệu đặc trưng dựa trên sự liên tưởng của khách hàng về các lợi thế của DN.

- Thứ sáu, xây dựng và triển khai đồng bộ các chương trình truyền thông thương hiệu tích hợp bên cạnh việc thiết kế sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm bởi truyền thông góp phần nâng cao GTTH thông qua việc nâng cao mức độ nhận biết thương hiệu, chất lượng cảm nhận, tạo dựng và làm mạnh các liên tưởng thương hiệu tích cực, củng cố niềm tin trung thành thương hiệu. Để hoạt động truyền thông hiệu quả, DN cần phải vận dụng truyền thông tích hợp về thương hiệu thông qua sự thống nhất về thông điệp thương hiệu, có sự phối hợp ăn ý về việc sử dụng các phương tiện truyền thông khác nhau như qua truyền hình, trang web DN, báo chí, mạng xã hội...

III. KẾT LUẬN

Quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu nói chung và nâng cao GTTH nói riêng mặc dù rất khó khăn nhưng lại vô cùng cần thiết đối với các DN Việt Nam trong xu thế hội nhập và cạnh tranh hiện nay. Bởi nếu các DN Việt Nam không chú trọng tới GTTH của DN thì không chỉ giảm tính cạnh tranh của DN trên thị trường thế giới mà còn đứng trước nguy cơ bị các đối thủ chiếm dụng thương hiệu và gây thiệt hại lớn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của DN. Chính vì thế, để nâng cao GTTH các DN Việt Nam cần đưa ra các chiến lược marketing phù hợp thông qua sự tác động tới 4 nhân tố ảnh hưởng tới GTTH là nhận biết thương hiệu, chất lượng cảm nhận, liên tưởng thương hiệu và trung



thành thương hiệu. Khi đã xây dựng được GTTH, vị thế của các DN Việt Nam sẽ được khẳng định, góp phần giúp DN nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường Việt Nam nói riêng và trên thị trường thế giới nói chung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trung tâm thông tin và dự báo kinh tế - xã hội quốc gia, Bộ Kế hoạch và đầu tư (2019) “*Thực trạng đăng ký, bảo hộ nhãn hiệu, bằng sáng chế, sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam trong những năm vừa qua*”

(<http://ncif.gov.vn/Pages/NewsDetail.aspx?newsid=21835>).

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

3. David Allen Aaker (1991), “*Managing Brand Equity, The Free Press*”, New York, USA.

4. Keller, K.L. (2013), *Strategic Brand*

Management, 4th edition, Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey, USA.

5. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), (2018), Tài liệu Hội thảo “*Thương hiệu trong chiến lược phát triển doanh nghiệp*”.

6. Trần Thị Minh Nguyệt (2017), “*Thực trạng đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay*” (Trang tin cục Công nghệ thông tin, Bộ tư pháp, <https://moj.gov.vn/qt/cacchuyenmuc/pldn/Pages/ho-bien-pl-doanh-nghiep.aspx?ItemID=48>).

7. Trần Việt Dũng (2019), “*Xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam*”, Tạp chí Tài chính online. (<http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/xay-dung-thuong-hieu-cho-doanh-nghiep-nho-va-vua-o-viet-nam-305342.html>).

8. Trương Đình Chiến (2005), “*Quản trị thương hiệu hàng hóa: Lý luận và thực tiễn*”, NXB Thống kê, Hà Nội.



TÍNH KHẤU HAO VÀ LẬP BẢNG TÍNH VÀ PHÂN BỐ KHẤU HAO TÀI SẢN CỐ ĐỊNH THEO QUY ĐỊNH HIỆN HÀNH

ThS. Võ Thị Thanh Tú
Khoa Kế toán phân tích

Tóm tắt: Đối với kế toán tại các doanh nghiệp, nội dung tính và phân bổ khấu hao tài sản cố định (TSCĐ) cho các bộ phận sử dụng là rất cần thiết, việc tính chính xác chi phí khấu hao và phân bổ chi phí khấu hao TSCĐ một cách đúng đắn theo các quy định, thông tư hướng dẫn ảnh hưởng rất lớn đến các khoản chi phí và giá thành và ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh trong kỳ kế toán. Và để làm rõ hơn phương pháp lập bảng tính và phân bổ khấu hao TSCĐ, bài viết sẽ đưa ra phương pháp lập kèm theo tình huống cụ thể gắn với số liệu minh họa, để làm rõ hơn cách lập bảng tính và phân bổ này, đồng thời cũng trình bày phương pháp kế toán phản ánh nội dung trích khấu hao tài sản cố định tại các doanh nghiệp.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong hạch toán kế toán, việc tính toán và phân bổ chi phí vào các đối tượng chịu chi phí là một trong những nội dung rất quan trọng, vì nó ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh trong kỳ của doanh nghiệp. Cũng vì lý do đó, việc tính và phân bổ chi phí khấu hao cho các bộ phận tại doanh nghiệp là cần

thiết. Sau đây, tôi xin được trình bày phương pháp lập bảng tính và phân bổ khấu hao TSCĐ theo quy định và thông tư hiện hành về trích khấu hao tài sản cố định tại các doanh nghiệp.

II. NỘI DUNG

2.1. Nội dung bảng tính và phân bổ khấu hao TSCĐ theo thông tư 200/2014/TT-BTC.

Đơn vị:.....

Bộ phận:.....

Mẫu số 06 - TSCĐ
(Ban hành theo Thông tư số 200/2014/TT-BTC
ngày 22/12/2014 của Bộ Tài chính)
Số:

BẢNG TÍNH VÀ PHÂN BỐ KHẤU HAO TSCĐ

Tháng.....năm.....

S T T	Chi tiêu	Tỷ lệ khấu hao (%) hoặc thời gian sử dụng	Nơi sử dụng		TK 627 - CP SXC		TK 623 CPS DM TC	TK 641 CPB H	TK 642 CPQ LD N	TK 241 XDC B dở dang	TK 242 CP trả trước dài hạn	TK 335 Chi phí phải trả
			Toàn DN										
			Nguyên giá TSCĐ	Số khấu hao	Phân xởng (SP)							
1	I. Số khấu hao trích tháng trước												
2	II. Số KH TSCĐ tăng trong tháng												
3	III. Số KH TSCĐ giảm trong tháng												
4	IV. Số KH trích tháng này (I+II-III)												
	Cộng	x											



2.2. Phương pháp lập

Mẫu bảng tính và phân bổ khấu hao TSCĐ có các cột dọc phản ánh số khấu hao phải tính cho từng đối tượng sử dụng tài sản cố định và các hàng ngang phản ánh số khấu hao tính trong tháng trước, số khấu hao tăng, giảm và số khấu hao phải tính trong tháng này.

2.2.1. Phương pháp lập:

+ Dòng khấu hao đã tính tháng trước lấy từ bảng tính và phân bổ khấu hao tháng trước.

+ Các dòng số khấu hao TSCĐ tăng, giảm trong tháng này được phản ánh chi tiết cho từng TSCĐ có liên quan theo chế độ hiện hành về TSCĐ. Và theo nguyên tắc trích khấu hao TSCĐ được quy định tại điều 9 thông tư 45/2013/TT-BTC ngày 25/04/2013 quy định cụ thể những nguyên tắc trích tài sản cố định thì tất cả tài sản cố định hiện có của doanh nghiệp đều phải trích khấu hao, việc trích hoặc thôi trích khấu hao được thực hiện bắt đầu từ ngày (theo số ngày của tháng) mà tài sản cố định tăng hoặc giảm.

Cụ thể, đối với việc trích khấu hao TSCĐ mới đưa vào sử dụng, thì việc trích khấu hao của tài sản cố định này trong tháng sẽ được tính cho số ngày thực tế sử dụng tài sản cố định trong tháng đó vì khi mua TSCĐ về doanh nghiệp và đưa vào sử dụng là một ngày bất kỳ trong tháng, nên kế toán không thể tính khấu hao cho cả tháng, mà phải tính khấu hao theo ngày cho tháng đầu tiên đưa vào sử dụng.

Số ngày tính khấu hao trong tháng = tổng số ngày trong tháng – ngày bắt đầu sử dụng TSCĐ + 1

(Cộng với 1 là do tính từ ngày bắt đầu sử dụng).

$$\begin{matrix} \text{Mức trích} \\ \text{khấu hao của} \\ \text{TSCĐ đưa} \\ \text{vào sử dụng} \\ \text{tháng đầu} \\ \text{tiên} \end{matrix} = \begin{matrix} \text{Mức} \\ \text{trích} \\ \text{khấu} \\ \text{hao} \\ \text{tháng} \end{matrix} \times \frac{\begin{matrix} \text{Số ngày tính} \\ \text{khấu hao tháng} \\ \text{của TSCĐ đó} \end{matrix}}{\begin{matrix} \text{Tổng số ngày} \\ \text{trong tháng.} \end{matrix}}$$

Và đây cũng chính là mức khấu hao tăng của TSCĐ đưa vào sử dụng ở tháng này so với tháng trước.

Mức khấu hao tăng này chỉ áp dụng với tháng đầu tiên đưa TSCĐ đó vào sử dụng.

Đối với việc thôi trích hao TSCĐ: khoản khấu hao thôi trích được tính cho số ngày thực tế mà tài sản cố định được ghi giảm (không có tại doanh nghiệp nữa).

Số ngày thôi trích khấu hao của TSCĐ = Tổng số ngày trong tháng – ngày bắt đầu ghi giảm TSCĐ + 1.

$$\begin{matrix} \text{Mức thôi trích} \\ \text{khấu hao của} \\ \text{TSCĐ bị ghi} \\ \text{giảm (TSCĐ} \\ \text{không còn tại} \\ \text{doanh nghiệp)} \end{matrix} = \begin{matrix} \text{Mức trích} \\ \text{khấu hao} \\ \text{tháng của} \\ \text{TSCĐ đó} \end{matrix} \times \frac{\begin{matrix} \text{Số ngày} \\ \text{thôi trích} \\ \text{khấu hao} \end{matrix}}{\begin{matrix} \text{Tổng số} \\ \text{ngày trong} \\ \text{tháng.} \end{matrix}}$$

Và đây cũng chính là mức khấu hao giảm của tài sản cố định bị ghi giảm (không còn có ở doanh nghiệp nữa) ở tháng này so với tháng trước đó.

Mức khấu hao giảm này chỉ áp dụng với tháng đầu tiên TSCĐ đó được ghi giảm.

+ Dòng khấu hao phải tính tháng này được tính bằng (=) số khấu hao tháng trước cộng (+) số khấu hao tăng trong tháng trừ (-) số khấu hao giảm



NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

trong tháng.

2.2.2. Một số tình huống minh họa.

Tại công ty ABT, có tình hình trích khấu hao tháng 01/2020 và tình hình tăng giảm TSCĐ trong tháng 02/2020 như sau:

- Trong tháng 2/2020, tình hình biến động tài sản cố định như sau:

Ngày 03/02/2020: Mua 1 máy photo Toshiba E35, giá mua: 44.650.000

đồng, thời gian khấu hao: 5 năm.

Ngày 14/02/2020: Nhượng bán 1 ô tô chở hàng với Nguyên giá: 360.000.000 đồng, đã khấu hao: 300.000.000 đồng, thời gian khấu hao: 6 năm.

Biết Công ty áp dụng phương pháp khấu hao đường thẳng đối với hai tài sản cố định trên.

Khấu hao đã trích tháng 1/2020:

Đơn vị: Công ty ABT

Bộ phận.....

Mã số 06 - TSCĐ

(Ban hành theo Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22/12/2014 của Bộ Tài chính)

Số: 01

BẢNG TÍNH VÀ PHÂN BỐ KHẤU HAO TSCĐ

Tháng 01 năm 2020

S T T	Chi tiêu	Tỷ lệ khấu hao (%) hoặc thời gian sử dụng	Nơi sử dụng		TK 627 - CP SXC (Phân xưởng sản xuất)	TK 641 CPBH	TK 642 CPQLDN
			Toàn DN				
			Nguyên giá TSCĐ	Số khấu hao			
1	I. Số khấu hao trích tháng trước		11.120.050.000	43.102.060	27.435.334	7.324.337	8.342.389
2	II. Số KH TSCĐ tăng trong tháng		-	-	-	-	-
3	III. Số KH TSCĐ giảm trong tháng		-	-	-	-	-
4	IV. Số KH trích tháng này (I+II-III)		11.120.050.000	43.102.060	27.435.334	7.324.337	8.342.389
	Cộng	x	22.240.100.000	86.204.120	54.870.668	14.648.674	16.684.778

Dựa vào các thông tin về bảng tính và phân bổ khấu hao trong tháng 01/2020 và tình hình tăng, giảm tài sản

cố định trong tháng 02/2020

Bảng tính và phân bổ khấu hao TSCĐ tháng 02/2020 được lập như sau:



Đơn vị: Công ty ABT
 Bộ phận.....

Mã số 06 - TSCĐ
 (Ban hành theo Thông tư số 200/2014/TT-BTC
 ngày 22/12/2014 của Bộ Tài chính)

Số: 02

BẢNG TÍNH VÀ PHÂN BỐ KHẤU HAO TSCĐ

Tháng 02 năm 2020

S T T	Chi tiêu	Tỷ lệ khấu hao (%) hoặc thời gian sử dụng	Nơi sử dụng		TK 627 - CP SXC	TK 641 CPBH	TK 642 CPQLDN
			Toàn DN				
			Nguyên giá TSCĐ	Số khấu hao	Phân xướng (sản phẩm)		
1	I. Số khấu hao trích tháng trước		11.120.050.000	43.102.060	27.435.334	7.324.337	8.342.389
2	II. Số KH TSCĐ tăng trong tháng		44.650.000	692.845	-	-	692.845
	- Máy photo Toshiba E35	5	44.650.000	692.845	-	-	692.845
3	III. Số KH TSCĐ giảm trong tháng		360.000.000	2.758.621	-	2.758.621	-
	- Xe ô tô chở hàng	6	360.000.000	2.758.621	-	2.758.621	-
4	IV. Số KH trích tháng này (I+II-III)		10.804.700.000	41.036.284	27.435.334	4.565.716	9.035.234
	Cộng	x	22.329.400.000	87.589.810	54.870.668	14.648.674	18.070.468

Trong đó:

Mức khấu hao tháng của máy photo Toshiba E35 = $44.650.000 / (5 \times 12) = 744.166,667$ (đồng).

Mức khấu hao của máy photo Toshiba E35 trích trong tháng 02/2020:
 = $744.166,667 \times (29 - 3 + 1) / 29 = 744.167,667 \times 27 / 29 = 692.845$ (đ).

Mức khấu hao tháng của ô tô chở hàng = $360.000.000 / (6 \times 12) = 5.000.000$ (đ).

Mức khấu hao của ô tô chở hàng thôi không trích trong tháng 02/2020:
 $5.000.000 \times (29 - 14 + 1) / 29 = 5.000.000 \times 16 / 29 = 2.758.621$ (đ)

Sau khi lập xong bảng tính và phân bổ khấu hao, dựa vào bảng tính và phân bổ khấu hao số 02, tháng 02/2020 kế toán định khoản:

Nợ TK 6274: 27.435.334

Nợ TK 6424: 4.565.716

Nợ TK 6424: 9.035.234



Có TK 214: 41.036.284

Sang tháng 03/2020, giả sử không có biến động về tình hình tăng, giảm

tài sản cố định thì bảng tính và phân bổ khấu hao tháng 3/2020 được lập như sau:

Đơn vị: Công ty ABT**Bộ phận.....**

Mã số 06 - TSCĐ

(Ban hành theo Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22/12/2014 của Bộ Tài chính)

BẢNG TÍNH VÀ PHÂN BỐ KHẤU HAO TSCĐ**Số: 03****Tháng 03 năm 2020**

STT	Chi tiêu	Tỷ lệ khấu hao (%) hoặc thời gian sử dụng	Nơi sử dụng		TK 627 - CP SXC	TK 641 CPBH	TK 642 CPQLDN
			Toàn DN				
			Nguyên giá TSCĐ	Số khấu hao	Phân xướng (sản phẩm)		
1	I. Số khấu hao trích tháng trước		10.804.700.000	41.036.284	27.435.334	4.565.716	9.035.234
2	II. Số KH TSCĐ tăng trong tháng			51.322	-	-	51.322
	- Máy photo Toshiba E35	5	44.650.000	51.322	-	-	51.322
3	III. Số KH TSCĐ giảm trong tháng			2.241.379	-	2.241.379	-
	- Xe ô tô chở hàng	6	360.000.000	2.241.379	-	2.241.379	-
4	IV. Số KH trích tháng này (I+II-III)		10.804.700.000	38.846.227	27.435.334	2.324.337	9.086.556
	Cộng	x	21.609.400.000	82.175.212	54.870.668	9.131.433	18.173.111

Sang tháng 3/2020, mức trích khấu hao của máy photo Toshiba E35 bằng mức khấu hao tháng của TSCĐ này. Mức thôi trích khấu hao của ô tô chở hàng đúng bằng mức trích khấu hao tháng của ô tô chở hàng này. Do vậy khi điều chỉnh từ số khấu hao đã trích của tháng 02/2020 (nằm ở mục I. Số khấu hao trích tháng trước trên bảng tính và phân bổ khấu hao

tháng 3/2020) để xác định số khấu hao phải trích trong tháng 3/2020, kế toán phải tính thêm số ngày khấu hao mà máy photo Toshiba E35 chưa đưa vào sử dụng trong tháng 2/2020 nhưng đã sử dụng trong tháng 3/2020. Và tính giảm số khấu hao của ô tô chở hàng tương ứng với số ngày vẫn sử dụng trong tháng 02/2020 mà không sử dụng trong tháng 3/2020.



$$\begin{array}{l} \text{Số khấu hao} \\ \text{của máy photo} \\ \text{Toshiba E35} \\ \text{điều chỉnh} \\ \text{tăng tháng} \\ \text{3/2020 so với} \\ \text{tháng 2/2020} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Mức khấu} \\ \text{hao tháng} \\ \text{của máy} \\ \text{photo} \\ \text{Toshiba} \\ \text{E35} \end{array} \times \frac{\begin{array}{l} \text{Số ngày} \\ \text{chưa sử} \\ \text{dụng trong} \\ \text{tháng 2} \\ \text{Tổng số} \\ \text{ngày trong} \\ \text{tháng 2} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{Số ngày} \\ \text{còn sử} \\ \text{dụng ô tô chở} \\ \text{hàng điều} \\ \text{chỉnh giảm} \\ \text{trong tháng} \\ \text{3/2020} \end{array}}$$

Số khấu hao của máy photo Toshiba E35 điều chỉnh tăng tháng 3/2020 so với tháng 2/2020 = $744.166,667 \times (3 - 1) / 29 = 51.322$ (đồng) hoặc = $744.166,667 \times (29 - 27) / 29 = 51.322$ (đồng).

$$\begin{array}{l} \text{Số khấu hao} \\ \text{của ô tô chở} \\ \text{hàng điều} \\ \text{chỉnh giảm} \\ \text{trong tháng} \\ \text{3/2020} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Mức} \\ \text{khấu} \\ \text{hao} \\ \text{tháng} \\ \text{của ô tô} \\ \text{chở} \\ \text{hàng} \end{array} \times \frac{\begin{array}{l} \text{Số ngày} \\ \text{còn sử} \\ \text{dụng ô tô chở} \\ \text{hàng} \\ \text{trong tháng 2} \\ \text{Tổng số ngày} \\ \text{trong tháng 2} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{Số ngày} \\ \text{còn sử} \\ \text{dụng ô tô chở} \\ \text{hàng} \\ \text{trong tháng 2} \\ \text{Tổng số ngày} \\ \text{trong tháng 2} \end{array}}$$

Số khấu hao của ô tô chở hàng điều chỉnh giảm trong tháng 3/2020 = $5.000.000 \times (14 - 1) / 29 = 2.241.379$ (đồng) hoặc = $5.000.000 \times (29 - 16) / 29 = 2.241.379$ đồng.

Đồng thời, sau khi lập xong bảng

tính và phân bổ khấu hao TSCĐ tháng 03/2020, kế toán định khoản:

Nợ TK 6274: 27.435.334
 Nợ TK 6424: 2.324.337
 Nợ TK 6424: 9.086.556
 Có TK 214: 38.846.227

III. KẾT LUẬN

Trên đây, tôi đã trình bày phương pháp lập cũng như là cách xác định các chỉ tiêu để lập bảng tính và phân bổ khấu hao tại doanh nghiệp tuân thủ các nguyên tắc trích khấu hao của chế độ hiện hành về TSCĐ. Và hy vọng, với những kiến thức tôi đã trình bày sẽ giúp các độc giả hiểu rõ thêm về cách lập bảng tính và phân bổ khấu hao TSCĐ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thông tư số 200/2014/TT-BTC ngày 22 tháng 12 năm 2014 của Bộ tài chính.
2. Thông tư số 45/2013/TT-BTC ngày 25 tháng 4 năm 2013 của Bộ tài chính.
3. PGS, TS. Trần Mạnh Dũng,- PGS, TS. Phạm Đức Cường - TS. Đinh Thế Hùng, Kế toán tài chính trong doanh nghiệp lý thuyết và thực hành, 2018, Nhà xuất bản tài chính.