MỤC LỤC

TÀI CHÍNH VĨ MÔ

3. Vai trò của chi ngân sách nhà nước với mục tiêu giảm nghèo

Đỗ Thị Huế - CQ58/05.01

6. Quản lý hải quan đối với hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam

Nguyễn Thị Kim Ánh - CQ59/05.03; Nguyễn Thị Dương - CQ59/02.03
Hoàng Thị Ngoan - CQ59/05.02

9. The solution to stabilizing gasoline prices in the Vietnamese market

Nguyễn Thị Minh Phương - CQ57/21.04CLC

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

11. Bàn thêm về phát triển ngân hàng số

Võ Thị Hạnh - CQ58/11.02

14. Thực trạng và một số giải pháp nhằm phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho các doanh nghiệp ở Việt Nam

Nguyễn Minh Hương - CQ59/21.12; Đinh Thái Ninh - CQ59/22.04CLC

18. Nghề kiểm toán trong bối cảnh cách mạng công nghệ số: cơ hội và thách thức

Lê Minh Ngân - CQ58/21.08

21. Thực trạng việc xác định, ghi nhận và trình bày các ước tính kế toán trên báo cáo tài chính trong các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

Nguyễn Ngọc Anh - CQ58/21.06; Nguyễn Diệu Anh - CQ58/21.02

24. Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đến nghề kế toán kiểm toán

Trần Ngô Trung Nghĩa - CQ60/21.01CLC; Lê Doãn Nam Anh - CQ60/21.02CLC

28. TikTok shop đang thay đổi cuộc chơi thương mại điện tử Việt Nam

Lê Mai Phương - CQ59/05.03

31. Xu hướng đầu tư FDI vào Việt Nam hiện nay - Sự đầu tư trung tâm R&D của Samsung tại Việt Nam

Mẫn Tuấn Minh - CQ57/11.06CLC; Nguyễn Vân Anh - CQ58/11.02

35. Transfer pricing and its impact on financial statements

Nguyễn Thị Thu Hà; Nguyễn Thị Thảo Uyên - CQ57/21.02CLC

CÁC VẤN ĐỀ KINH TẾ

39. Phát triển kinh tế ban đêm tại Việt Nam hiện nay

Nguyễn Thị Hạnh - CQ58/11.08

42. Remote working - the inevitable working trend of businesses

Lại Thúy Vân - CQ57/22.01

45. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam

Nguyễn Ngọc Anh - CQ59/05.04

48. Hệ sinh thái logistics xanh: Định hướng phát triển chuỗi cung ứng bền vững

Lê Thị Minh Thi - CQ59/06.07CLC

52. Cơ hội phát triển digital marketing thời kỳ hậu Covid-19 ở Việt Nam

Mai Thị Anh Minh - CQ58/11.07

55. Blockchain in the logistics industry: Benefits, challenges and future research opportunities

Đỗ Bảo Chi; Đàm Thị Thu Phương - CQ59/09.02

58. Corporate bonds from the perspective of individual investors

Trần Duy Anh - CQ58/06.01CLC; Phạm Thị Xuân Ánh - CQ58/11.03

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

63. Kinh nghiệm huy động nguồn lực tài chính để thực hiện chính sách xã hội của Đức, Đan Mạch và giá trị tham khảo đối với Việt Nam

Nguyễn Mai Phương - CQ59/11.02CLC

67. Xu thế kinh tế tuần hoàn trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Nguyễn Thị Phương Anh - CQ57/63.02

71. Tận dụng cơ hội để phát triển nền kinh tế Việt Nam trong giai đoạn ảnh hưởng của xung đột Nga - Ukraine

Nguyễn Đình Cẩm Vy - CQ57/08.05

THÔNG TIN SỰ KIỆN

75. Vai trò của tổ chức đoàn đối với sinh viên trong việc phòng chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng

Trần Đức Nghĩa; Đặng Công Tiến - CQ58/06.01CLC
Ngô Mai Anh; Nguyễn Thu Quỳnh - CQ58/06.02CLC

THỂ LỆ GỬI BÀI

Bài viết ngắn gọn, rõ ràng, đánh máy trên một mặt giấy A4 (độ dài không quá 5 trang, lề trái bằng 3,5cm, lề phải bằng 2,0cm, lề trên + dưới 3,0cm, cỡ chữ 14, khoảng cách dòng tối thiểu là 1,3cm), đánh số trang; các ký hiệu, công thức và hình vẽ phải chính xác, đúng quy định, đánh số và ghi rõ vị trí đặt hình, tiêu đề bài báo viết bằng chữ in hoa, họ và tên tác giả, số điện thoại... được đặt ngay dưới dòng tiêu đề sát với lề phải của trang 1.

Tư liệu nước ngoài và dẫn liệu cần ghi rõ xuất xứ (tên tác giả, tên ấn phẩm, nhà xuất bản, năm xuất bản; báo chí phải ghi rõ số ra ngày, tháng, năm; tên trang Web và tên chuyên mục của trang Web. v.v...).

Không nhận những bài viết đã đăng trên các ấn phẩm khác ở trong và ngoài Học viện.

Bài viết và ý kiến trao đổi xin gửi về:

Phòng 317 - Ban Quản lý Khoa học - Học viện Tài chính - Đức Thắng - Bắc Từ Liêm - Hà Nội

Điện thoại: 024.02191967; Email: noisansvnckh@gmail.com

Vai trò của chi ngân sách nhà nước với mục tiêu giảm nghèo

Đỗ Thị Huế - CQ58/05.01

Từ trước tới nay, "xóa đói, giảm nghèo" vẫn luôn là vấn đề cấp thiết được Đảng và Nhà nước hết sức quan tâm, là mục tiêu xuyên suốt trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội. Để đạt được những mục tiêu đó, Nhà nước thực hiện thông qua nhiều công cụ quản lý khác nhau đặc biệt phải kể đến chi ngân sách nhà nước (NSNN). Phạm vi của chi NSNN rất rộng, bao trùm mọi lĩnh vực đời sống, do đó đây là công cụ có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của mỗi quốc gia. Trong bối cảnh hiện nay, khi tình trạng nghèo nàn vẫn còn tồn tại, nhiều người, nhiều nhà vẫn chưa đảm bảo được những nhu cầu cơ bản tối thiểu nhằm duy trì cuộc sống, điều này có thể làm gia tăng và nặng nề hơn tình trạng nghèo ở Việt Nam. Trước thực trạng đó, Đảng ta ngày càng đề cao, chú trọng và phát huy "Vai trò của chi NSNN với mục tiêu giảm nghèo" với mong muốn dù trong bất kỳ thời điểm nào thì cũng "không ai bị bỏ lại phía sau", tất cả nhân dân đều có cuộc sống ấm no, hạnh phúc.

NSNN là toàn bộ các khoản thu, chi của Nhà nước được dự toán và được thực hiện trong một khoảng thời gian nhất định do cơ quan nhà nước có thẩm quyền quyết định để đảm bảo thực hiện các chức năng, nhiệm vụ của Nhà nước.

Chi NSNN là việc phân bổ và sử dụng quỹ NSNN nhằm đảm bảo thực hiện các chức năng, nhiệm vụ của Nhà nước theo những nguyên tắc nhất định.

Nghèo là tình trạng một bộ phận dân cư không được hưởng và thỏa mãn những nhu cầu cơ bản của con người đã được xã hội thừa nhận tùy theo trình độ phát triển kinh tế - xã hội và phong tục tập quán của các địa phương.

Trên cơ sở khái niệm nghèo, khái niệm giảm nghèo được hiểu là giảm tình trạng, giảm dân cư chỉ có thể thỏa mãn một phần nhu cầu cơ bản của cuộc sống. Ở cấp độ cộng đồng, giảm nghèo này được hiểu là giảm số lượng hay tỷ lệ những người hay hộ không thỏa mãn những nhu cầu cơ bản. Ở cấp độ hộ gia đình, giảm nghèo được hiểu là nâng cao mức độ thỏa mãn các nhu cầu cơ bản của hộ gia đình hay còn gọi là thu hẹp khoảng cách nghèo.

Mối quan hệ giữa chi NSNN với mục tiêu giảm nghèo

Chi NSNN là cơ sở và điều kiện cần để thực hiện các chính sách giảm nghèo. Thông qua nội dung chi đầu tư phát triển, Nhà nước đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội, đầu tư phát triển sản xuất và dự trữ quốc gia nhằm đảm bảo ổn định và tăng trưởng kinh tế. Nền kinh tế phát triển, sản xuất được mở rộng, tạo ra nhiều cơ hội việc làm, tăng thu nhập và nâng cao chất lượng cuộc sống của người lao động, góp phần thúc đẩy mạnh mẽ mục tiêu giảm nghèo của quốc gia.

Chi NSNN là nguồn lực tài chính để thực hiện các mục tiêu giảm nghèo. Thông qua chi bảo đảm xã hội, bao gồm các khoản chi hỗ trợ thực hiện các chính sách xã hội như chính sách xóa đói giảm nghèo, hỗ trợ vay vốn… đã góp phần giúp đỡ, quan tâm kịp thời tới người dân đồng thời làm giảm tỷ lệ nghèo của quốc gia. Mặt khác, tình trạng nghèo làm gia tăng các tệ nạn xã hội, tăng các khoản chi trợ cấp trong NSNN đồng thời làm giảm nguồn lực chi ngân

sách cho các lĩnh vực khác. Do vậy, giảm nghèo là mục tiêu quan trọng nhằm tiết kiệm và giảm bớt các khoản chi NSNN.

Như vậy, chi NSNN và mục tiêu giảm nghèo có mối liên hệ chặt chẽ và tác động qua lại lẫn nhau. Chi NSNN có vai trò rất lớn trong việc giảm nghèo của đất nước, không chỉ mang lại tác động tích cực cho mục tiêu giảm nghèo việc thực hiện hợp lý và hiệu quả các hoạt động chi ngân sách còn là nền tảng để xây dựng một đất nước nước phát triển.

Thực trạng về vai trò của chi NSNN với mục tiêu giảm nghèo ở Việt Nam hiện nay

✓ ***Thực trạng giảm nghèo ở Việt Nam hiện nay***

Tỷ lệ hộ nghèo giảm nhanh qua các năm. Cụ thể: (i) Tốc độ giảm nghèo không đồng đều: tỷ lệ hộ nghèo ở thành thị giảm nhanh hơn so với nông thôn. Giữa các vùng địa lý khác nhau trong nước cũng có sự khác biệt đáng kể. Các vùng núi cao, vùng sâu, vùng xa có tỷ lệ nghèo cao, gấp 1,5 - 2 lần so với cả nước; (ii) Kết quả xóa đói, giảm nghèo chưa bền vững do phần lớn thu nhập của người nghèo là từ nông nghiệp, người nghèo tập trung ở nông thôn ít có khả năng tiếp cận các nguồn lực trong sản xuất và hệ thống thông tin nên rất khó có khả năng chuyển đổi việc làm khác để có thu nhập cao hơn. Vì vậy, tỷ lệ hệ cận nghèo khá lớn và nếu gặp rủi ro hay sự cố thay đổi chính sách thì nguy cơ tái nghèo của nhóm này rất cao; (iii) Tốc độ giảm nghèo của nhóm dân tộc thiểu số còn chậm: Mặc dù số hộ nghèo là dân tộc thiểu số đã giảm nhưng tỷ lệ trong tổng số hộ nghèo của cả nước vẫn tăng lên.

✓ ***Vai trò của chi NSNN đối với mục tiêu giảm nghèo ở Việt Nam hiện nay***

- Chi NSNN có vai trò quan trọng đối với mục tiêu giảm nghèo ở nước ta.

- Là cơ sở, điều kiện cần và động lực để thực hiện được mục tiêu giảm nghèo.

- Trực tiếp cung cấp nguồn tài chính cho các hoạt động nhằm mục tiêu giảm nghèo.

- Các chính sách chi NSNN với mục tiêu giảm nghèo tạo nên đường lối đúng đắn, định hướng rõ ràng cho các địa phương, đối tượng nghèo có hướng đi rõ ràng trong công cuộc thoát nghèo.

Các hoạt động của chi NSNN với mục tiêu giảm nghèo được Nhà nước quan tâm và thực hiện một cách thường xuyên và hiệu quả. Nổi bật là các hoạt động sau: (i) Thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo gồm: Dự án khuyến nông - lâm - ngư, hỗ trợ phát triển sản xuất, phát triển ngành nghề; dự án hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng thiết yếu các xã đặc biệt khó khăn vùng bãi ngang ven biển và hải đảo; dự án dạy nghề cho người nghèo; dự án nhân rộng mô hình giảm nghèo; dự án nâng cao năng lực giảm nghèo; chính sách trợ giúp pháp lý cho người nghèo; (ii) Thực hiện chương trình mục tiêu Quốc gia giảm nghèo bền vững gồm các nội dung sau: hỗ trợ các huyện, xã nghèo, như đầu tư vào kết cấu hạ tầng sản xuất và sinh hoạt, hỗ trợ sản xuất và đa dạng hóa, nâng cao chất lượng nhân lực ở các huyện, xã nghèo tham gia xuất khẩu lao động nhằm nâng cao thu nhập và giảm nghèo; hỗ trợ các xã nghèo miền núi biên giới, truyền thông về giảm nghèo và tiếp cận thông tin của người nghèo; nâng cao năng lực của Chính phủ giám sát chương trình; (iii) Các chính sách giảm nghèo đã từng bước điều chỉnh theo hướng ưu tiên cả cho hộ nghèo, cận nghèo và hộ mới thoát nghèo; (iv) Trước tình hình dịch bệnh Covid -19, Chính phủ cũng tăng cường chi NSNN cho mục tiêu giảm nghèo thông qua các hoạt động hỗ trợ kịp thời cho các hộ gia đình có hoàn cảnh khó khăn.

Công tác giảm nghèo ở nước ta thời gian qua đã đạt được nhiều thành tựu ấn tượng, trở thành một trong những hình mẫu về thành tựu xóa đói giảm nghèo, là câu chuyện thành công,

truyền cảm hứng cho bạn bè năm châu: (i) tỷ lệ hộ nghèo giảm liên tục trên phạm vi cả nước và các vùng miền. Năm 2010 tỷ lệ hộ nghèo cả nước lên tới 14,2%, thì đến năm 2015 tỷ lệ hộ nghèo đã giảm còn 4,25%. Việt Nam hoàn thành mục tiêu thiên niên kỷ về xóa đói giảm nghèo trước 10 năm và được cộng đồng quốc tế đánh giá là hình mẫu giảm nghèo hiệu quả. Đến cuối năm 2019, tỷ lệ hộ nghèo cả nước chỉ còn 3,75%, tính bình quân giai đoạn 2015-2019 mỗi năm giảm 1,53%. Trong giai đoạn 2016-2019, Việt Nam giảm trên 58% số hộ nghèo so với tổng số hộ nghèo đầu giai đoạn. Sau 5 năm đã có 6 triệu người thoát nghèo và 2 triệu người thoát khỏi cận nghèo; (ii) nhiều huyện nghèo, xã đặc biệt khó khăn đã được đầu tư cải thiện hệ thống cơ sở hạ tầng thiết yếu phục vụ cho sản xuất và đời sống dân sinh. Trong giai đoạn 2016-2020, tại các địa bàn huyện, xã nghèo, đặc biệt khó khăn đã có khoảng 18.000 công trình cơ sở hạ tầng được đầu tư, đã đưa vào sử dụng trên 15.000 công trình, khoảng 7.000 công trình được duy tu bảo dưỡng; (iii) thu nhập bình quân của người nghèo tăng 1,6 lần trong giai đoạn 2016-2020. Người nghèo có khả năng lao động được hỗ trợ sinh kế, phát triển sản xuất, chăn nuôi, trồng trọt phù hợp với nhu cầu. Đời sống vật chất và tinh thần đã cải thiện rõ rệt; (iv) một bộ phận người nghèo đã có sự chuyển biến tích cực về nhận thức và hành động. Xuất hiện một số điển hình làm đơn xin tự nguyện thoát nghèo.

Những hạn chế của hoạt động chi NSNN với mục tiêu giảm nghèo: (i) Chi NSNN thông qua các chính sách trợ cấp người nghèo đã khiến một bộ phận người nghèo có tâm lý trông chờ, ỷ lại vào sự hỗ trợ của Nhà nước từ đó làm giảm tính chủ động tích cực vượt khó thoát nghèo; (ii) Việc tổ chức thực hiện các chính sách giảm nghèo còn nhiều bất cập dẫn đến tình trạng đầu tư phân tán, dàn trải, lãng phí; (iii) Việc thiếu kiểm tra, giám sát dẫn đến tình trạng trùng lặp, chồng chéo các chính sách giảm nghèo. Từ đó làm kém hiệu quả và lãng phí nguồn chi NSNN, hoặc tình trạng bỏ sót các đối tượng, khu vực nghèo gây khó khăn trong việc giúp họ tiếp cận các chính sách giảm nghèo.

Giải pháp nâng cao vai trò chi NSNN với mục tiêu giảm nghèo

Một là, tiếp tục triển khai thực hiện các chính sách giảm nghèo đang còn hiệu lực như: Chương trình mục tiêu Quốc gia giảm nghèo bền vững, Chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới… Đồng thời, đặc biệt quan tâm tới việc giải quyết các khó khăn trong đời sống của đồng bào dân tộc thiểu số rất ít người.

Hai là, đầu tư có trọng tâm, trọng điểm và bền vững. Trọng tâm là các huyện nghèo, xã đặc biệt khó khăn, vùng bãi ngang ven biển và hải đảo. Ưu tiên hỗ trợ hộ nghèo dân tộc thiểu số, hộ nghèo có thành viên là người có công với cách mạng và trẻ em, phụ nữ thuộc hộ nghèo.

Ba là, quy định mức phân bổ cụ thể chi NSNN từ đó đưa ra những chính sách, định hướng giảm nghèo phù hợp, tránh gây lãng phí hoặc thiếu hụt ngân sách.

Bốn là, quy định cơ chế đặc thù trong quản lý, đảm bảo phù hợp với tình hình thực tế, đặc điểm của huyện nghèo, xã đặc biệt khó khăn. Khắc phục tình trạng đầu tư dàn trải, phân tán, lãng phí; bảo đảm không để trùng lặp, bỏ sót nội dung và đối tượng hỗ trợ.

Năm là, đảm bảo công khai, minh bạch, phát huy quyền làm chủ của nhân dân, khơi dậy, phát huy tinh thần nỗ lực vươn lên thoát nghèo của người nghèo, hộ nghèo.

Tài liệu tham khảo:

PGS.TS. Phạm Ngọc Dũng và PGS.TS. Đinh Xuân Hạng (2020), Giáo trình Tài chính Tiền tệ, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
TS. Đinh Văn Hải và TS. Lương Thị Thủy (2014), Giáo trình Kinh tế phát triển, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội
https://dangcongsan.vn/kinh-te-va-hoi-nhap/quy-dinh-quan-ly-va-chi-ngan-sach-cho-chuong-trinh-muc-tieu-quoc-gia-giam-ngheo-ben-vung-617336.html
http://special.vietnamplus.vn/2020/12/14/vietnam_giamngheo/?fbclid=IwAR2DXgXFCt2bqjhHBzu0ZTNOAzg7BdhyJOkFhHKFpSHgcDbxezGUwlvTTQ

Quản lý hải quan đối với hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam

Nguyễn Thị Kim Ánh - CQ59/05.03
Nguyễn Thị Dương - CQ59/02.03
Hoàng Thị Ngoan - CQ59/05.02

Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 diễn ra cùng với sự phát triển của nền kinh tế số đã trở thành động lực cho thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ trên thế giới cũng như tại Việt Nam. Đặc biệt trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng ngày nay, nhu cầu trao đổi thương mại hàng hóa giữa các quốc gia và khu vực ngày càng tăng thì thương mại điện tử xuyên biên giới hiện là lĩnh vực được chú trọng và thu hút được nhiều thành phần tham gia. Thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam còn khá mới mẻ với nhiều quy trình phức tạp về mặt pháp lý, thủ tục hải quan. Trong đó, cơ quan hải quan đóng vai trò rất quan trọng trong việc kiểm soát chặt chẽ, đúng quy định pháp luật các giao dịch hàng hóa biên giới, để đảm bảo cho giao dịch diễn ra an toàn, thuận lợi cũng như đảm bảo được nguồn thu thuế cho Nhà nước. Bên cạnh đó, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của Internet, các công nghệ, dịch vụ hiện đại ra đời, các đối tượng xấu qua đó để tiến hành các hoạt động kinh doanh bất hợp pháp. Các cơ quan hải quan có vai trò to lớn trong việc ngăn chặn các hành vi ấy, do đó nâng cao vai trò của Hải quan là cần thiết trong bối cảnh hiện nay.

Theo Khung tiêu chuẩn về TMĐT xuyên biên giới được Tổ chức Hải quan thế giới công bố (phiên bản 6/2022) thì đặc điểm thương mại điện tử (TMĐT) xuyên biên giới được đề cập như sau:

• Các công việc đặt hàng, bán hàng, liên lạc và nếu có thể, thanh toán được thực hiện trực tuyến. Yêu cầu hoàn trả/trả lại hàng được thực hiện theo một quy trình chặt chẽ.

• Việc giao dịch/giao hàng hoá được thực hiện xuyên biên giới với lưu lượng lớn nhưng lại đóng thành các gói nhỏ hàng hoá.

• Hàng hóa tồn tại dưới hình thái vật chất (hữu hình) và dòng lưu chuyển hàng hoá nhạy cảm với thời gian.

• Dành cho người tiêu dùng/người mua (với mục đích thương mại và phi thương mại). Trong đó có sự tham gia của những người không quen biết nhau.

Như vậy, theo khái niệm trên thì TMĐT xuyên biên giới có thể được hiểu là việc đặt hàng, bán hàng, liên hệ trao đổi là trực tuyến và việc thanh toán thì có thể là trực tuyến hoặc không trực tuyến đồng thời hàng hóa hữu hình được vận chuyển qua biên giới. Ví dụ xuất khẩu vải thiều từ Việt Nam sang thị trường châu Âu theo phương thức TMĐT xuyên biên giới trên nền tảng TMĐT của Việt Nam - Voso Global, hay bán hàng từ Mỹ sang Việt Nam…

Sự cần thiết của quản lý hải quan đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

Một là, đòi hỏi từ phía các doanh nghiệp đối với ngành Hải quan trong việc giảm thời gian thông quan ngày càng lớn do sự tăng trưởng của vận tải hàng không và đặc biệt sự gia tăng các kiện hàng do thực hiện TMĐT xuyên biên giới.

Hai là, việc gia tăng hàng hóa có giá trị nhỏ cũng ảnh hưởng tới số thu của hải quan. Nếu như trước đây, các doanh nghiệp trung gian nhập khẩu hàng hoá có số lượng lớn, thì ngày nay, TMĐT xuyên biên giới cho phép người mua có thể đặt hàng trực tiếp tới nhà sản xuất, việc đó dẫn đến nguy cơ việc chia nhỏ lô hàng hoặc sẽ có những lô hàng có giá trị dưới mức giá trị tối thiểu theo quy định. Điều này có thể gây ảnh hưởng bất lợi đến việc bán các hàng hoá giống hệt trong nước, vì bị thu thuế tiêu thụ, trong khi đó, hàng hoá có trị giá tối thiểu không bị thu loại thuế này. Bên cạnh đó là việc phải đảm bảo tuân thủ các quy tắc về phân loại hàng hoá và nguồn gốc xuất xứ hàng hoá cũng gây những khó khăn cho cơ quan hải quan trong quá trình thực thi pháp luật.

Ba là, do tính chất toàn cầu và phi biên giới của TMĐT xuyên biên giới, Hải quan sẽ không có khả năng thực hiện vai trò của người gác cửa truyền thống. Trong thời gian tới, Hải quan sẽ phải dựa vào khả năng tự đánh giá của chính mình và thực hiện kiểm tra trên cơ sở kiểm tra sau thông quan.

Một số giải pháp cơ bản nhằm nâng cao vai trò quản lý của Hải quan Việt Nam đối với thương mại điện tử xuyên biên giới

Để đảm bảo việc quản lý các đối tượng tham gia giao dịch thương mại điện tử đồng thời tạo thuận lợi, thúc đẩy hoạt động TMĐT xuyên biên giới phát triển tại Việt Nam, đề một số giải pháp như sau:

Thứ nhất là, Việt Nam cần nhanh chóng xây dựng khung pháp lý Thương mại điện tử xuyên biên giới được thiết lập dựa trên các nguyên tắc quản trị tốt, công bằng, minh bạch, trong khi đáp ứng các yêu cầu mới và mới nổi, cũng như cân bằng lợi ích đa dạng của tất cả các bên liên quan trong Thương mại điện tử xuyên biên giới. Các khung pháp lý và quy định pháp luật Thương mại điện tử xuyên biên giới cần giải quyết một cách hài hòa giữa việc tăng cường thuận lợi mà vẫn đảm bảo an toàn và bảo mật, kiểm soát hàng hóa vật chất (hữu hình) thông qua việc cung cấp dữ liệu trước.

Thứ hai là, cần xây dựng một hệ thống nhằm quản lý được hoạt động thương mại điện tử. Do các giao dịch được thực hiện thông quan hệ thống, phần mềm, nền tảng công nghệ,... nên để quản lý được hoạt động này các cơ quan quản lý cũng cần phải có Hệ thống phù hợp với sự phát triển của thời kỳ phát triển công nghiệp lần thứ 4.

Thứ ba là, cần có quy định cụ thể về việc chấp nhận trị giá giao dịch qua thương mại điện tử là trị giá thực của giao dịch để thực hiện tính thuế với điều kiện các thông tin về giao dịch thương mại điện tử được gửi đến Hệ thống quản lý hàng hóa giao dịch thương mại điện tử; sửa đổi, bổ sung một số quy định của các bộ Luật về quản lý thuế đối với TMĐT xuyên biên giới và ban hành các văn bản hướng dẫn thi hành để đảm bảo bao quát được hết các đối tượng và các hình thức kinh doanh đồng thời vẫn tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp kinh doanh TMĐT và khuyến khích NTD mua bán trực tuyến.

Thứ tư là, tuyên truyền những nội dung sửa đổi ban hành về quản lý hải quan cũng như thuế đối với các giao dịch qua thương mại điện tử xuyên biên giới góp phần nâng cao trình độ dân trí cao và ý thức chấp hành pháp luật, tạo sự thuận lợi cho công tác kiểm tra cũng như giúp giảm khối lượng công tác kiểm tra hải quan đồng thời đảm bảo việc tạo thuận lợi mà vẫn ngăn chặn được những hành vi gian lận, không tuân thủ pháp luật của các chủ thể tham gia vào thương mại điện tử xuyên biên giới.

Thứ năm là, tăng cường trao đổi, học tập kinh nghiệm quản lý của hải quan các quốc gia tiên tiến về TMĐT xuyên biên giới như Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc,…

Thứ sáu là, xây dựng và triển khai hệ thống quản lý thông tin giá tính thuế trên phạm vi toàn quốc nhằm giúp ngành Hải quan quản lý, theo dõi các thông tin về giá của hàng hóa xuất, nhập khẩu, qua đó đề ra được các biện pháp đấu tranh, chống gian lận thương mại qua giá.

Thứ bảy là, các tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh TMĐT cần chủ động làm việc với các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn tỉnh để nắm bắt thông tin liên quan đến giao dịch qua ngân hàng của các tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh trên nền tảng số, kinh doanh thương mại điện tử. Chịu trách nhiệm theo quy định pháp luật về việc sử dụng, lưu trữ và bảo mật thông tin, tài liệu do các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng thương mại cung cấp liên quan đến khách hàng là tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh trên nền tảng số, kinh doanh thương mại điện tử; Phối hợp, trao đổi thông tin với các cơ quan chức năng (Công an tỉnh, Sở Thông tin và Truyền thông, Sở Công Thương, Cục Quản lý thị trường tỉnh, Trung tâm Giám sát, điều hành đô thị thông minh tỉnh…) để thực hiện công tác quản lý hải quan đối với TMĐT xuyên biên giới theo đúng quy định của pháp luật.

Tóm lại: Thương mại điện tử xuyên biên giới là cơ hội để thúc đẩy nền kinh tế số, là môi trường thuận lợi cho các mô hình kinh doanh, là cầu nối cho doanh nghiệp Việt Nam vươn ra sân chơi lớn. Với vai trò là cơ quan có thẩm quyền và kiểm soát đối với hàng hoá xuất khẩu, nhập khẩu qua biên giới, cơ quan hải quan đóng vai trò trung tâm trong quản lý TMĐT xuyên biên giới. Bởi vậy, cơ quan hải quan cần phải xây dựng nên những chuẩn mực và quy định trong việc kiểm tra, kiểm soát đối với các giao dịch hàng hóa thực hiện TMĐT xuyên biên giới.

Tài liệu tham khảo:

Nhóm tác giả: Nguyễn Thị Kim Oanh, Nguyễn Hoàng Tuấn, Nguyễn Thị Lan Hương (2018), "Quản lý nhà nước về hải quan đối với thương mại điện tử xuyên biên giới", đề tài nghiên cứu khoa học cấp học viện.

Tạp chí tài chính (2020), "Siết chặt hoạt động quản lý thương mại điện tử", https://tapchitaichinh.vn/siet-chat-quan-ly-hoat-dong-thuong-mai-dien-tu.html

Hỏi đáp pháp luật, hiện đại hóa cơ sở vật chất trong chiến lược phát triển Hải quan đến năm 2030, https://thuvienphapluat.vn/hoi-dap-phap-luat/595F4-hd-hien-dai-hoa-co-so-vat-chat-trong-chien-luoc-phat-trien-hai-quan-den-nam-2030-nhu-the-nao.html

Ths.Hoàng Thùy Linh, "Bàn về quản lý thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam" - số 10(195)-2019, tạp chí Nghiên cứu Tài chính Kế toán.

Báo Hải quan (2022), "Ngành Hải quan đã có những bước cải cách quan trọng góp phần tạo thuận lợi thương mại",https://haiquanonline.com.vn/nganh-hai-quan-da-co-nhung-buoc-cai-cach-quan-trong-gop-phan-tao-thuan-loi-thuong-mai-169794.html

The solution to stabilizing gasoline prices in the vietnamese market

Nguyễn Thị Minh Phương - CQ57/21.04CLC

Although Vietnam proactively meets over 70% of its domestic fuel demand and only imports about 30% of the remainder, since the beginning of October until now, local fuel shortages have occurred in many provinces and cities throughout the country. There are many reasons that have led to this situation of local fuel shortages. Firstly, the Russia-Ukraine conflict that occurred in Q1/2022 has caused a global energy crisis, especially in Europe, and spreading to countries in Asia, including Vietnam.

After the Covid-19 pandemic, the prices of essential goods have increased, not only in food and consumer goods but also in the fuel market, especially the price of gasoline and diesel which continue to rise, causing many impacts on the majority of the population. Gasoline and diesel are essential goods that have a significant impact on daily life as well as transportation. If the price of gasoline and diesel increases, it will lead to a series of other costs increasing, and as the market price increases, purchasing power decreases, which will cause many consequences for the Vietnamese economy. Therefore, managers need to have specific measures to stabilize the price of gasoline and diesel in the domestic market, providing the best price to consumers, and reducing costs to optimize business profits.

Gasoline and diesel are the general names for products of crude oil refining used as engine fuels, excluding liquefied gas and compressed natural gas. The gasoline and diesel business includes activities such as exports, imports, temporary imports for re-export, transit, processing and exporting gasoline and diesel raw materials, production and blending of gasoline and diesel, distribution of gasoline and diesel in the domestic market, and services for renting warehouses, ports, receiving, storing, and transporting gasoline and diesel.

According to former General Director of the General Statistics Office, Dr. Nguyen Bich Lam's analysis, "Whenever gasoline prices increase by 10%, it causes inflation to increase by 0.36 percentage points and reduces economic growth by 0.5 percentage points. In addition, it also affects the prices of other input materials such as fertilizer, animal feed, and construction materials... This affects the entire economy's supply chain." Gasoline directly affects the transportation industry, leading to many implications for the country's overall economy. If gasoline prices increase, this cost will weigh heavily on businesses that trade in goods, as the increased cost forces these businesses to raise their prices. This significantly reduces consumers' purchasing power. Conversely, if gasoline prices decrease, cost pressures will weigh heavily on businesses that trade in gasoline. Recently, when the Ministry of Finance and Industry decided to deeply cut gasoline retail prices in line with world prices, many gas stations had to hold back or close, causing people to desperately seek fuel for daily travel. In some places, conflicts arose, causing security and order problems. A series of gasoline stations in many provinces and cities, especially in Ho Chi Minh City, put up signs saying they were temporarily closed for "legitimate" reasons, such as maintenance, tank remodeling, construction, and store repair. However, the real reason is low commission rates that do not cover costs, causing businesses to operate at a loss, and the more they sell, the more they lose.

Therefore, petroleum is a fuel that helps to ensure the smooth flow of goods, and our country's managers have implemented solutions to stabilize petroleum prices in the Vietnamese market.

Firstly, when the world price of oil and gas increases, the discussion on reasonable increases in domestic retail prices must take place. The Ministry of Industry and Trade has closely coordinated with the Ministry of Finance to implement consistency and comply with regulations under Decree No. 83/2014/ND-CP dated September 3, 2014, and Decree No. 95/2021/NQ-CP dated November 1, 2021, of the Government in managing domestic oil and gas prices that are appropriate to world oil and gas price developments while still bringing the most favorable conditions possible for people and businesses.

Secondly, the effective and flexible use of the **Price Stabilization Fund** is necessary to limit the sharp fluctuations in domestic oil and gas prices compared to world price fluctuations, contributing to the implementation of the inflation control target and supporting economic recovery.

Thirdly, the regulatory agencies also adjust various taxes and fees in the fuel price structure, such as environmental protection tax, special consumption tax, and import tax. Specifically, on March 23, 2022, the Standing Committee of the National Assembly issued Resolution No. 18/2022/UBTVQH15 on reducing the environmental protection tax rates for gasoline, diesel, lubricants, where the environmental protection tax rates for gasoline, diesel, mazut, lubricants are reduced by 50%, and the environmental protection tax rate for fuel oil is reduced by 70% from April 1, 2022, to December 31, 2022. To be able to adjust fuel prices, it is the responsibility not only of the Ministry of Industry and Trade and the Ministry of Finance but also of the Government and other ministries and sectors, so other solutions need to be proposed, such as proposing social welfare policies to support people, especially poor and policy beneficiary households, and supporting measures for businesses that are significantly affected by fluctuations in fuel prices.

Fourthly, refineries are requested to provide support measures to ensure prompt delivery of purchased goods to businesses under the signed contracts, using reserve sources to support the supply chain. In addition, inventory issues that ensure commercial viability and certain regulations with the fuel trading system need to be reviewed.

Regulations causing blockages need to be abolished or strengthened with specific measures to ensure that fuel business operations are both smooth and disciplined, while reducing sanctions and administrative regulations on businesses.

Fifth, it is proposed that the People's Committees of provinces and cities direct functional forces to allow fuel transportation vehicles to travel during peak hours to deliver to retail fuel stores.

To stabilize fuel prices in the Vietnamese market, the cooperation and contribution of the entire society are needed, from local agencies to businesses trading in this commodity. Only with stable fuel prices can the prices of goods be guaranteed, thus improving and developing the general economy of the country. The solutions mentioned will help Vietnam have more orientations to stabilize fuel prices, helping people avoid worries and anxiety when fuel prices are unstable, so that provinces and cities throughout the country do not have to experience fuel shortages like Ho Chi Minh City has in recent days.

References:

Nghị định số 08/2018/NĐ-CP về Kinh doanh xăng dầu.

TS. Trần Hữu Hiệp (2022), Ép hoa hồng kiểu đó, cây xăng không "đóng cửa" mới lạ!, truy cập ngày 18/10/2022 tại https://nld.com.vn/noi-thang/noi-thang-ep-hoa-hong-kieu-do-cay-xang-khong-dong-cua-moi-la-20221010073306792.htm

Nhóm PV (Vietnam+) (2022), Bộ Công Thương nêu 3 giải pháp bình ổn thị trường và giá xăng dầu, truy cập ngày 18/10/2022 tại https://www.vietnamplus.vn/bo-cong-thuong-neu-3-giai-phap-binh-on-thi-truong-va-gia-xang-dau/794156.vnp

Phan Trang (2022), Bộ Công Thương nêu giải pháp ổn định thị trường xăng dầu cuối năm, truy cập ngày 18/10/2022 tại https://baochinhphu.vn/bo-cong-thuong-neu-giai-phap-on-dinh-thi-truong-xang-dau-cuoi-nam-10222101216583150 6.htm

Đỗ Tâm (2022), Tăng giá xăng dầu: Giải pháp nào giữ ổn định thị trường?, truy cập ngày 18/10/2022 tại http://www.hanoimoi.com.vn/ban-in/Kinh-te/557577/tang-gia-xang-dau-giai-phap-nao-giu-on-dinh-thi-truong#

Bàn thêm về phát triển ngân hàng số

Võ Thị Hạnh - CQ58/11.02

Trong thời kỳ công nghiệp 4.0, các dịch vụ hiện đại ngày càng phát triển đem lại nhiều tiện ích cho con người. Xu hướng ngành tài chính hiện nay dần chuyển dịch sang kỹ thuật số, cấu trúc hệ thống ngân hàng đang dần chuyển đổi dựa trên các nền tảng công nghệ mới để trở thành những ngân hàng số. Về cơ bản ngân hàng số là cầu nối giữa khách hàng và ngân hàng để thực hiện các chức năng thanh toán, giao dịch, gửi tiết kiệm... Sử dụng nó, bạn không cần mất công đi tới hay chờ đợi tại chi nhánh ngân hàng mà vẫn có thể thực hiện các giao dịch tài chính. Đặc biệt trong đại dịch Covid-19 với việc giãn cách xã hội, hạn chế đi lại, sự bùng nổ của chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ. Điều này đã tạo thêm động lực cho ngành tài chính - ngân hàng Việt Nam tích cực trong việc chuyển đổi số, hoạt động trực tuyến, ứng dụng số và thanh toán điện tử. Trong thời gian giãn cách xã hội, khách hàng buộc phải lựa chọn hình thức thanh toán không dùng tiền mặt và trực tuyến vì chính sách hạn chế đi lại, giãn cách xã hội. Giai đoạn hậu Covid-19, mặc dù việc di chuyển đã thuận tiện hơn nhưng người dân đã hình thành được thói quen trong việc thanh toán và thực hiện các giao dịch bằng phương thức trực tuyến.

Do vậy, việc đẩy nhanh các ứng dụng và công nghệ trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng là một xu thế tất yếu hiện nay. Đây là xu hướng của thời đại kỷ nguyên số và cũng là mục tiêu chung của toàn ngành Ngân hàng tại Việt Nam. Vậy ngân hàng số đi kèm với những cơ hội và thách thức gì?

Cơ hội phát triển ngân hàng số tại Việt Nam

Thứ nhất, *khả năng tiếp cận công nghệ nhanh.* Là một quốc gia có dân số đông, hiện đứng thứ 15 trên thế giới, với cơ cấu dân số trẻ và có trình độ. Theo thống kê, hiện nay dân số của Việt Nam có khoảng trên 98,76 triệu dân, cơ cấu dân số trẻ, được đào tạo bài bản nên có khả tiếp cận nhanh với công nghệ, internet.

Theo kết quả khảo sát tại 44 quốc gia do Công ty Nghiên cứu thị trường Statista (Đức) thực hiện, tính đến tháng 8/2022, Việt Nam là quốc gia xếp thứ 2 với tỉ lệ 33,2% người dùng điện thoại thông minh để thực hiện các giao dịch thanh toán sau Trung Quốc với tỉ lệ 40,4%. Hãng tư vấn chiến lược toàn cầu McKinsey đã đánh giá ngành Ngân hàng Việt Nam có mức độ ứng dụng ngân hàng số với tốc độ nhanh nhất trong khu vực (tăng từ 41% năm 2015 lên đến 82% vào năm 2021, cao hơn mức tăng bình quân 23% của toàn khu vực và thậm chí cao hơn mức tăng bình quân 33% của thị trường mới nổi). Điều này cho thấy, Việt Nam là thị trường đầy tiềm năng trong phát triển ngân hàng số tại các ngân hàng thương mại.

Thứ hai, *hành lang pháp lý từng bước được hoàn thiện.* Cơ quan quản lý nhà nước về lĩnh vực tài chính - ngân hàng đã nhận thức tầm quan trọng của chuyển đổi số của trong việc phê duyệt "Kế hoạch Chuyển đổi số ngành Ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030", là động lực để các ngân hàng xây dựng chiến lược riêng cho ngân hàng.

Ngoài ra, Nhà nước đã ban hành nhiều quyết định, đề án giúp đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số tại ngân hàng, điển hình như: Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 về việc phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021 - 2025; Chỉ thị số 02/CT-NHNN về việc đẩy mạnh chuyển đổi số và bảo đảm an ninh, an toàn thông tin trong hoạt động ngân hàng; Quyết định số 810/QĐ-NHNN ban hành ngày 11/5/2021 phê duyệt Kế hoạch chuyển đổi số ngành Ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, trong đó xác định các mục tiêu cụ thể: Ít nhất 50% các nghiệp vụ ngân hàng cho phép khách hàng thực hiện hoàn toàn trên môi trường số; Ít nhất 50% người dân trưởng thành sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử; Ít nhất 70% số lượng giao dịch của khách hàng được thực hiện thông qua các kênh số… Với việc hành lang pháp lý đang được hoàn thiện là cơ sở giúp các ngân hàng phát triển thuận lợi.

Thứ ba, *thanh toán không dùng tiền mặt đạt mức tăng trưởng cao.* Theo thống kê của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt trong 10 tháng đầu năm 2022 đạt mức tăng trưởng cao so với cùng kỳ năm 2021. Giao dịch qua Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng tăng trên 4,6% về số lượng và tăng trên 33,06% về giá trị; qua Hệ thống chuyển mạch tài chính và bù trừ điện tử tăng 99,79% về số lượng và 106,09% về giá trị; giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt tăng 87% về số lượng và 34% về giá trị; qua kênh Internet tăng 86,9% về số lượng và 40,4% về giá trị; qua kênh điện thoại di động tăng 115,9% về số lượng và 97,2% về giá trị; qua phương thức mã QR tăng 169,4% về số lượng và 204,7% về giá trị. Hạ tầng thanh toán tiếp tục được đầu tư, phát triển, đến cuối tháng 10/2022, số lượng ATM trên toàn thị trường đạt 20.853 máy, số lượng POS đạt 395.995 máy (tăng tương ứng 3,79% và tăng 29,98% so với cùng kỳ năm 2021).

Thách thức phát triển ngân hàng số tại Việt Nam

Bên cạnh những cơ hội, thuận lợi trên, việc chuyển đổi và phát triển ngân hàng số tại Việt Nam vẫn đối mặt với không ít khó khăn, thách thức, cụ thể như:

Thứ nhất, *khung pháp lý về ngân hàng số còn chậm so với tốc độ phát triển công nghệ.* Các ngân hàng hoạt động dưới khuôn khổ của pháp luật, do đó mọi chiến lược kinh doanh ngân hàng số phải đảm bảo tuân thủ pháp lý.

Tuy nhiên, tốc độ phát triển công nghệ nhanh, trong khi việc ban hành các quy định pháp lý đòi hỏi có nhiều thời gian, quy trình thủ tục ban hành, triển khai… nên đã ảnh hưởng đến phát triển một số dịch vụ ngân hàng số tại các ngân hàng

Thứ hai, *chi phí đầu tư cho công nghệ số lớn.* Công nghệ ứng dụng trong ngân hàng số thường có tốc độ phát triển nhanh và dễ dàng thay thế bởi các công nghệ mới. Và với chi phí công nghệ lớn, phải thường xuyên cải tiến, bảo trì, nâng cấp hệ thống, thay mới công nghệ để đáp ứng cạnh tranh, điều này tạo áp lực rất lớn cho các ngân hàng, đặc biệt là những ngân hàng có quy mô trung bình và nhỏ. Đây chính là thách thức đối với việc đầu tư công nghệ cho quá trình chuyển đổi số của các ngân hàng.

Thứ ba, *hạn chế về nguồn nhân lực công nghệ thông tin*. Trong giai đoạn 2020-2025, nhu cầu nhân lực cấp cao ngành tài chính ngân hàng tăng 20%/năm. Như vậy, có thể thấy, nguồn nhân lực tại các ngân hàng Việt Nam hiện nay đang đối mặt với vấn đề thiếu hụt nhân lực trong việc xây dựng và phát triển ngân hàng số. Đây là vấn đề đặt ra đối với các cơ sở đào tạo và một số ngân hàng tại Việt Nam khi chưa thực sự theo kịp tốc độ phát triển của công nghệ.

Thứ tư, *khó khăn trong bảo mật thông tin khách hàng.* Bên cạnh nhiều tiện ích mang lại cho khách hàng, phát triển ngân hàng số đang đối mặt với vấn đề bảo mật thông tin cá nhân, khi ngành Ngân hàng luôn là mục tiêu số một của tội phạm công nghệ. Rất nhiều trường hợp xảy ra là do khách hàng sử dụng dịch vụ không đúng cách, bị lừa vào những trang ngân hàng giả mạo… khiến cho kẻ gian lợi dụng và chiếm đoạt tiền trong tài khoản khách hàng.

Thứ năm, *thói quen sử dụng tiền mặt vẫn còn phổ biến.* Hiện tại, các dịch vụ ngân hàng số của ngân hàng hầu như phổ biến đối với người dân khu vực thành thị, đặc biệt đối với những người kinh doanh online. Còn ở khu vực tỉnh và nông thôn thì do trình độ dân trí thấp hơn, hệ thống mạng lưới các ngân hàng thưa thớt nên người dân ít có điều kiện tiếp cận dịch vụ ngân hàng, thói quen sử dụng tiền mặt vẫn còn khá phổ biến.

Giải pháp phát triển ngân hàng số tại Việt Nam

Thứ nhất, *tiếp tục hoàn thiện hệ thống khuôn khổ pháp lý.* Tiếp tục rà soát hoàn thiện hệ thống khuôn khổ pháp lý cho phát triển công nghệ số, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng có đầy đủ cơ sở pháp lý để đẩy mạnh phát triển các sản phẩm số. Đặc biệt, việc hoàn thiện các hành lang pháp lý để đảm bảo an ninh, an toàn thông tin, dữ liệu khách hàng là vô cùng quan trọng trong công tác quản lý dữ liệu lĩnh vực ngân hàng, tài chính; tạo nền tảng cho việc ứng dụng các công nghệ chủ chốt của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, hướng tới sự phát triển vững mạnh, hiện đại của ngân hàng trong tương lai.

Thứ hai, *đẩy mạnh áp dụng khoa học công nghệ trong hoạt động của ngân hàng.* Chú trọng đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ, khoa học kỹ thuật, tạo ra môi trường kỹ thuật công nghệ hiện đại; tăng cường học hỏi và chuyển giao công nghệ từ các nước tiên tiến tạo tiền đề vững chắc để ngành Ngân hàng phát triển những ứng dụng công nghệ mới. Tăng cường đầu tư ứng dụng các công nghệ mới, đặc biệt cần ưu tiên đầu tư công nghệ có vòng đời dài, giúp khách hàng an tâm sử dụng dịch vụ; tăng cường quản trị rủi ro đối với các dịch vụ ngân hàng số, bảo mật thông tin và tài sản cho ngân hàng.

Thứ ba, *xây dựng và triển khai các chính sách thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao*; tăng cường công tác đào tạo, đào tạo lại, trang bị những kiến thức, kỹ năng, nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động chuyển đổi số ngành Ngân hàng.

Thứ tư, *tăng cường tính bảo mật thông tin.* Tuân thủ các quy định, hướng dẫn của Ngân hàng Nhà nước về đảm bảo an toàn bảo mật giao dịch ngân hàng trực tuyến. Ngân hàng cần tăng cường các biện pháp nhằm bảo mật thông tin của khách hàng; các ngân hàng cần phải có đội ngũ nhân viên am hiểu về công nghệ thông tin hoặc phải liên kết với các công ty công nghệ thông tin để xây dựng một hệ thống bảo mật dữ liệu. Tăng cường công tác truyền thông, tuyên truyền, giáo dục tài chính, nâng cao nhận thức, hiểu biết cho người dân về ứng dụng kỹ thuật số và những lưu ý để phòng, tránh rủi ro khi thực hiện giao dịch trên môi trường điện tử.

Tài liệu tham khảo:

Hồng Anh (2021) "Ngân hàng số - Cơ hội và thách thức" Tạp chí Tài chính.
Nguyễn Phương (2023) "Chuyển đổi số trong ngành Ngân hàng đạt kết quả tích cực" Tạp chí thị trường Tài chính Tiền tệ.
Phan Thị Lệ Thúy (2022) "Ngân hàng số: Cơ hội và thách thức cho ngành Ngân hàng ở Việt Nam" Tạp chí Công Thương.
Nguyễn Hưng (2021) "Cơ hội và thách thức trong phát triển ngân hàng số ở Việt Nam" Thông tin và Truyền thông.
Vũ Văn Thực (2022) "Phát triển ngân hàng số ở Việt Nam: Cơ hội và thách thức" Tạp chí thị trường Tài chính Tiền tệ.

Thực trạng và một số giải pháp nhằm phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho các doanh nghiệp ở Việt Nam

Nguyễn Minh Hương - CQ59/21.12
Đinh Thái Ninh - CQ59/22.04CLC

Trong quá trình công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước với cơ chế thị trường cạnh tranh hiện nay, nhân lực đóng vai trò quan trọng cho sự phát triển và tồn tại của các doanh nghiệp. Muốn phát triển nhanh và bền vững, doanh nghiệp phải tạo dựng nguồn nhân lực chất lượng cao và có chính sách phát huy tối đa nguồn nhân lực đó. Việc quản lý và sử dụng đúng nguồn nhân lực đã được đào tạo phù hợp với năng lực của mỗi người cho các công việc cụ thể là nhân tố quyết định dẫn đến thành công của doanh nghiệp. Do vậy, việc phát triển đội ngũ lao động nói chung, và đội ngũ lao động trong các doanh nghiệp nhà nước của Việt Nam nói riêng lại càng được đặt ra cấp thiết hơn lúc nào hết.

Nhận thức được tầm quan trọng nhiều doanh nghiệp đã chú trọng vào công tác phát triển nguồn nhân lực. Tuy nhiên, những bất cập về mở rộng quy mô đào tạo, nâng cao chất lượng đào tạo và quản lý giáo dục và đào tạo đang đặt ra những thách thức rất lớn.

Thực trạng về nguồn nhân lực của các doanh nghiệp Việt Nam

Hiện nay, dân số nước ta hơn 98 triệu người, trong đó tỷ lệ tham gia lực lượng lao động chiếm khoảng 68,7%. Đây là một lợi thế vô cùng thuận lợi để chúng ta khai thác, sử dụng vào các mục đích phát triển kinh tế - xã hội. Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo chiếm khoảng 64,5%.

Tỷ lệ tham gia lực lượng lao động quý I năm 2022 là 68,1%, tăng 0,4 điểm phần trăm so với quý trước và giảm 0,6 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm trước. Tỷ lệ tham gia lực lượng lao động của nữ là 62,1%, thấp hơn 12,4 điểm phần trăm so với nam (74,5%). Tỷ lệ tham gia lực lượng lao động khu vực thành thị là 65,9%, trong khi đó tỷ lệ này ở nông thôn là 69,5%. Xem xét theo nhóm tuổi, tỷ lệ tham gia lực lượng lao động ở khu vực thành thị thấp hơn khu vực nông thôn ở các nhóm tuổi trẻ và nhóm tuổi già, trong đó chênh lệch nhiều nhất được ghi nhận ở nhóm 55 tuổi trở lên (thành thị: 33,5%; nông thôn: 47,2%) và nhóm từ 15-24 tuổi (thành thị: 36,6%; nông thôn: 45,2%). Điều này cho thấy, người dân tại khu vực nông thôn gia nhập thị trường lao động sớm hơn và rời bỏ thị trường muộn hơn khá nhiều so với khu vực thành thị.

Tỷ lệ lao động qua đào tạo có bằng, chứng chỉ quý I năm 2022 là 26,1%, không thay đổi so với quý trước và cao hơn 0,1 điểm phần trăm so với cùng kỳ năm trước.

Trong tổng số 23,9 triệu người từ 15 tuổi trở lên không tham gia thị trường lao động (ngoài lực lượng lao động) của quý I năm 2022, có 13,0 triệu người trong độ tuổi lao động, tập trung nhiều nhất ở nhóm 15-19 tuổi (5,7 triệu người).

Những con số trên đã chứng minh nguồn nhân lực chất lượng cao đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong thực hiện những chỉ tiêu, nội dung về phát triển kinh tế - xã hội ở mỗi cơ quan, đơn vị, địa phương cũng như tại các doanh nghiệp ở Việt Nam. Nguồn nhân lực ở đây chính là sự đóng góp của mỗi người ở những lĩnh vực, ngành hoạt động khác nhau, dưới tác động của những cơ chế, chính sách, nguồn nhân lực này đã, đang và sẽ được đánh thức, khơi dậy tiềm năng, thế mạnh đang bị ngủ quên, hoặc chưa được sử dụng đúng lúc, đúng nơi một cách hiệu quả, hợp lý nhất.

Thứ nhất, kỹ năng quản lý còn hạn chế

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, đòi hỏi giám đốc các doanh nghiệp không chỉ có trình độ chuyên môn, có khả năng quản trị doanh nghiệp tốt, mà phải có khả năng nhanh nhạy, nắm bắt kịp thời nhu cầu của thị trường, có đủ các kỹ năng về quản lý, ngoại ngữ, tin học, sự hiểu biết về văn hóa, phong tục tập quán của các nước trên thế giới,… Tuy nhiên, trình độ quản lý của các lãnh đạo doanh nghiệp còn rất hạn chế, thiếu rất nhiều kỹ năng cần thiết. Thực tế cho thấy có những công ty chỉ vài người, trong đó chồng làm giám đốc, vợ là kế toán kiêm mọi việc khác. Kiểu quản lý gia đình trị nếu không đặt ra những quy ước ngay từ đầu sẽ dễ xảy ra tình trạng làm việc vô tổ chức, không theo quy củ, ỷ lại và thiếu tinh thần trách nhiệm.

Thứ hai, năng lực đội ngũ nhân viên hạn chế, chưa được đào tạo bài bản

Với điểm yếu là doanh nghiệp, khả năng tài chính hạn hẹp và uy tín trên thị trường chưa cao nên các doanh nghiệp gặp khó khăn trong tuyển dụng lao động có chất lượng cao. Thực tế thường thấy là các nhà quản lý doanh nghiệp thường ưu tiên tuyển dụng người quen, người thân, mặc dù họ không có đủ bằng cấp yêu cầu, hoặc làm việc trái ngành được đào tạo. Chính vì vậy, sau một thời gian doanh nghiệp muốn mở rộng quy mô, lĩnh vực hoạt động hay "nâng tầm" doanh nghiệp lên một vị thế mới thì gặp nhiều cản trở về năng lực của nhân viên.

Thứ ba, chính sách quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp còn nhiều hạn chế dẫn đến sự yếu kém về chất lượng người lao động trong cả ngắn hạn và dài hạn. Sự hạn chế về năng lực tài chính, tầm nhìn và năng lực của nhà quản lý doanh nghiệp dẫn đến các doanh nghiệp chưa thực hiện tốt các chính sách về quản trị nhân lực; cụ thể:

+ Chưa thực hiện tốt việc lập kế hoạch nhân lực trong dài hạn: Phần lớn các doanh nghiệp mới chỉ thực hiện dự báo nhu cầu dựa trên số lượng lao động cần thay thế và rất hiếm có doanh nghiệp dự báo nhân lực là dựa vào sự thay đổi về khoa học, công nghệ, nhu cầu sản phẩm và dịch vụ, quy mô vốn,… Thậm chí, nhiều chủ doanh nghiệp còn không xác định được nhu cầu về nguồn nhân lực trong ngắn hạn.

+ Chưa quan tâm đến hoạt động đào tạo và phát triển cho người lao động do chưa nhận thức được tầm quan trọng của đào tạo. Hơn nữa, nhiều nhà quản lý doanh nghiệp do trình độ yếu kém nên không đánh giá được những hạn chế về năng lực của nhân viên. Nhiều doanh nghiệp không chịu đầu tư kinh phí vì cho rằng như vậy là tốn kém, không

cần thiết. Hạn chế này là cản trở rất lớn nếu doanh nghiệp muốn phát triển và có sự bứt phá trong tương lai.

+ Các hoạt động quản trị nhân lực khác như phân tích công việc, đánh giá thực hiện công việc, tuyển dụng,… cũng chưa bài bản, không phát huy được vai trò của chúng đối với sự phát triển năng lực người lao động trong doanh nghiệp. Khảo sát cho thấy, hầu hết các doanh nghiệp hiện nay đều đã thực hiện công tác phân tích công việc, tuy nhiên, công tác này chỉ được tiến hành khi có chỗ trống trong doanh nghiệp. Hầu hết các doanh nghiệp sử dụng phương pháp đánh giá bằng thang điểm, tuy nhiên, các tiêu chí đánh giá thường do chủ quan mà không dựa trên bản mô tả công việc,…

Đề xuất các giải pháp

Thứ nhất, *chú trọng công tác tuyển dụng*

Để có được đội ngũ nhân lực chất lượng cao, các doanh nghiệp cần phải đặc biệt chú trọng vào công tác tuyển dụng. Vì tuyển dụng là một trong những hoạt động có tác động đến chất lượng nguồn nhân lực của doanh nghiệp. Cụ thể tuyển dụng tốt sẽ mang đến các lợi ích sau:

- Mang đến cho doanh nghiệp một đội ngũ nhân sự thích hợp với công việc và vị trí cần tuyển dụng.

- Tiết kiệm được chi phí đào tạo nhân lực sau khi vào làm việc.

- Tránh được tình trạng phải liên tục tuyển dụng nhân sự mới. Hạn chế tỷ lệ "nhảy việc" của nhân viên.

Để làm được điều này, doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch tuyển dụng nhân sự hợp lý và có chiến lược. Thay vì tuyển dụng một cách đại trà, hãy sàng lọc kỹ các ứng viên để tìm ra những nhân sự có năng lực và phù hợp với văn hóa doanh nghiệp. Nếu số lượng không đi liền với chất lượng sẽ chỉ khiến cho doanh nghiệp phải chi trả thêm tiền lương cho đội ngũ lao động kém hiệu quả.

Thứ hai, *các chủ doanh nghiệp cần tích cực, chủ động trong việc nâng cao trình độ*

Mỗi chủ doanh nghiệp phải ý thức được trách nhiệm, nghĩa vụ và những hạn chế của chính bản thân mình để có kế hoạch khắc phục. Tích cực học tập nâng cao trình độ có thể được thực hiện một cách đa dạng thông qua các khóa đào tạo hoặc tham gia các buổi hội thảo, các khóa tập huấn hoặc các buổi xúc tiến thương mại, các buổi tham quan thực tế, học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau.

Thứ ba, *xây dựng chiến lược kinh doanh song song với chiến lược phát triển nguồn nhân lực*

Nhiều doanh nghiệp hiện nay thường chú trọng đến chiến lược kinh doanh mà quên mất công tác phát triển nguồn nhân lực. Điều này dẫn đến tình trạng chất lượng nguồn nhân lực không đáp ứng được nhu cầu phát triển của doanh nghiệp. Nếu muốn phát triển

bền vững, doanh nghiệp phải xây dựng chiến lược kinh doanh song song với chiến lược phát triển nguồn nhân lực.

Theo đó, doanh nghiệp cần gắn kết chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp theo từng thời kỳ và mục tiêu cụ thể của từng giai đoạn để quy hoạch nguồn nhân lực tại các phòng ban cho phù hợp.

Thứ tư, *tạo điều kiện thuận lợi cho người lao động học tập, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực*

Các doanh nghiệp cần tạo điều kiện thuận lợi cho người lao động được học tập như hỗ trợ kinh phí, thời gian, bố trí người làm thay để nhân viên của mình toàn tâm, toàn ý cho quá trình học tập.

Khi lựa chọn được hình thức đào tạo và phát triển phù hợp, doanh nghiệp cần cân nhắc về mục tiêu, đối tượng, kinh phí và giảng viên để có thể nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nhanh nhất với nguồn kinh phí hợp lý nhất.

Doanh nghiệp cũng nên thúc đẩy việc nhân viên tự tìm tòi, học hỏi và tự nâng cao trình độ bản thân thông qua các khóa đào tạo trực tuyến và tạo môi trường học tập ngay tại doanh nghiệp. Điển hình như việc sắp xếp nhân viên mới cùng bộ phận với những nhân viên kỳ cựu để họ có thể học việc.

Thứ năm, *trọng dụng nhân tài đúng nơi đúng chỗ*

Phát hiện, bồi dưỡng và sử dụng nhân tài đúng nơi đúng chỗ trong doanh nghiệp sẽ tạo kết quả cao về hiệu suất làm việc, là nền tảng cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Theo đó các doanh nghiệp vừa phải tuyển dụng, bồi dưỡng, khuyến khích, trọng dụng nhân lực chất lượng cao vừa khai thác được chất xám của họ trong nghiên cứu, chế tạo và ứng dụng thành quả nghiên cứu. Từ đó xây dựng đội ngũ cán bộ đầu ngành, nhân sự cốt cán, chuyên gia giỏi ở các lĩnh vực, phòng ban trong doanh nghiệp.

Như vậy, sự thành công hay thất bại, tận dụng tốt thời cơ, vận hội hay vượt qua nguy cơ, thách thức của các doanh nghiệp phụ thuộc vào quyết định mà các doanh nghiệp sử dụng và khai thác nguồn lực con người, nhất là việc xây dựng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.

Tài liệu tham khảo:

Thông cáo báo chí tình hình lao động việc làm quý I năm 2022.

Mai Quốc Chánh (1999), Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Nguyễn Minh Đường (1996), Bồi dưỡng và đào tạo lại đội ngũ nhân lực trong điều kiện mới, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Nghề kiểm toán trong bối cảnh cách mạng công nghệ số: Cơ hội và thách thức

Lê Minh Ngân - CQ58/21.08

Trong điều kiện Cách mạng công nghệ, việc cung cấp thông tin đáng tin cậy cho công tác quản lý và nền kinh tế qua hoạt động kế toán, kiểm toán ngày càng quan trọng. Dưới tác động của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 và nhu cầu mới của doanh nghiệp, lĩnh vực kế toán, kiểm toán đang dần chuyển mình sang ứng dụng và ứng dụng công nghệ, đổi mới sáng tạo. Trên cơ sở xu hướng thay đổi của thị trường kiểm toán Việt Nam trong những năm gần đây, bài viết đề cập đến những cơ hội, thách thức, đồng thời đưa ra một số ý kiến nhằm góp phần phát triển thị nghề kiểm toán tại Việt Nam.

Vai trò của áp dụng công nghệ trong lĩnh vực kiểm toán

Hiện nay, kế toán, kiểm toán là công cụ quản lý kinh tế quan trọng, hữu hiệu của mỗi quốc gia, có nhiệm vụ kiểm kê, kiểm soát hoạt động kinh tế, tài chính, đo lường hiệu quả kinh doanh, hiệu quả sử dụng nguồn lực, góp phần tạo lập môi trường đầu tư, kinh doanh lành mạnh. Đồng thời là ngành dịch vụ thương mại hỗ trợ kinh doanh quan trọng, mang lại hiệu quả kinh tế - xã hội to lớn. Với tư cách là một loại hình dịch vụ, kế toán, kiểm toán Việt Nam đã hình thành và phát triển mạnh, đóng góp tích cực vào tăng trưởng, nâng cao chất lượng và hiệu quả của nền kinh tế, của các doanh nghiệp và các tổ chức tài chính, đã từng bước hội nhập với khu vực và thế giới. Việc ứng dụng các công nghệ của cuộc CMCN 4.0 đã giúp nâng cao nhiều lần năng suất làm việc của các kế toán, kiểm toán viên. Hiện nay, một DN lớn có thể có hàng chục kế toán thì trong tương lai sẽ chỉ cần rất ít số lượng nhân viên kế toán. Tương tự với ngành kiểm toán, một công ty kiểm toán hiện nay tại một thời điểm làm dịch vụ kiểm toán cho 10 DN thì trong tương lai có thể kiểm toán đồng thời cho 100 DN. Có thể kể đến hai hướng lớn sau:

Thứ nhất: *Mở rộng thị trường*

Xu thế hình thành thị trường thống nhất về dịch vụ kế toán và kiểm toán khu vực. Hiện thị trường dịch vụ kế toán, kiểm toán thống nhất đã và đang hình thành trong khu vực ASEAN. Đó là một xu thế, một yêu cầu mới, một cơ hội mới cho sự phát triển và nhất thể hóa nghề kế toán, kiểm toán trong khu vực. CMCN 4.0 sẽ là cơ hội để các công ty kế toán, kiểm toán nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng thị trường sang các nước khác nhờ kết nối internet. Cuộc cách mạng này còn tạo điều kiện cho việc khai thác dữ liệu, nâng cao độ tin cậy của việc lập báo cáo thông qua các hệ thống tự động kiểm toán và kế toán theo nhu cầu.

Thứ hai: *Tự động hóa nhờ trí tuệ nhân tạo*

Hiện nay, cả nước có đến 400.000 DN siêu nhỏ và hơn 5 triệu hộ kinh doanh cá thể. Các DN siêu nhỏ thường không thuê kế toán toàn thời gian mà thuê kế toán dịch vụ do

khối lượng công việc không nhiều và chi phí hạn chế. Để giải quyết vấn đề này, ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo là một lựa chọn hiệu quả bởi nó có thể giúp tự động hóa việc nhập chứng từ, hạch toán kế toán. Việc tự động hóa này có thể giúp một kế toán viên làm kế toán cho vài chục đến cả trăm DN siêu nhỏ một tháng, qua đó giúp giải quyết được triệt để bài toán nguồn lực kế toán cho các DN siêu nhỏ sau này.

Thuận lợi đối với kiểm toán Việt Nam trong cách mạng công nghệ

Đối với ngành Kế toán - Kiểm toán, CMCN 4.0 sẽ mang lại cho kế toán viên, kiểm toán viên (KTV) điều kiện làm việc thuận lợi hơn. Bên cạnh đó KTV có thể chiết xuất dữ liệu từ những kho dữ liệu khổng lồ, phục vụ cho tất cả các loại quyết định, các cấp lãnh đạo, tất cả các loại trạm kiểm soát thông tin ra quyết định và tất cả những người có lợi ích liên quan. Việc này có thể diễn ra ở bất cứ nơi nào, bất cứ lúc nào, miễn là có internet. Điều này có được là nhờ công nghệ điện toán đám mây. Sự linh hoạt này đặc biệt tiện lợi cho các KTV làm dịch vụ cho cùng lúc nhiều DN, khi mà họ phải liên tục di chuyển giữa trụ sở làm việc và các DN thuê làm sổ sách kế toán. Đồng thời, Việt Nam cũng đang từng bước thực hiện cam kết hội nhập về kế toán, kiểm toán theo các điều ước quốc tế mà Việt Nam đã ký kết hoặc gia nhập, thích hợp kinh doanh trong khu vực và thế giới, giữ vững niềm tin của các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam.

Quá trình tự động hóa các bước thực hiện các quy trình kế toán, kiểm toán ngày càng được phát triển tạo ra một môi trường làm việc tốt hơn cho ngành kiểm toán. Sự ra đời của các trang thiết bị, chương trình, công nghệ số hiện đại đã giúp ích rất nhiều cho các kiểm toán viên trong việc thu thập thông tin. Chỉ cần có internet, việc truy xuất thông tin từ những kho dữ liệu trực tuyến khổng lồ có thể diễn ra ở bất cứ đâu, vào bất kỳ lúc nào.

Cơ hội đối với kế toán kiểm toán Việt Nam trong cách mạng công nghệ

Công nghiệp 4.0 và Internet khiến hoạt động kế toán, kiểm toán không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý. Sẽ tăng cơ hội cho đội ngũ kế toán, kiểm toán viên hành nghề theo chuẩn mực quốc tế, được công nhận hoạt động kinh doanh tại nhiều quốc gia trên thế giới, mở rộng tối đa phạm vi hoạt động và nâng cao năng lực cạnh tranh. Nguồn nhân lực trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán. Công nghiệp 4.0 sẽ mang lại điều kiện làm việc thuận lợi hơn, nâng cao hiệu quả công việc, kiểm tra và so sánh hoàn toàn bằng phần mềm. Đảm bảo độ tin cậy, minh bạch và bảo mật dữ liệu, giao dịch, thông tin và dữ liệu báo cáo; tạo điều kiện khai thác dữ liệu và cải thiện độ tin cậy của báo cáo thông qua các hệ thống tự động hóa kế toán và kiểm toán. Cách mạng công nghiệp 4.0 cũng sẽ tạo cơ hội cho các công ty dịch vụ tư vấn kế toán, kiểm toán nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng thị trường ra các nước trong khu vực và thế giới. Đặc biệt, hoạt động kiểm toán có cơ hội thay đổi hình thức và phương pháp kiểm toán, từ kiểm toán trên giấy tờ truyền thống sang kiểm toán dữ liệu số, kiểm toán số.

Thách thức, khó khăn đối với kiểm toán Việt Nam trong thời đại cách mạng công nghệ 4.0.

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã diễn ra và tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, đặc biệt là lĩnh vực kế toán, kiểm toán nhưng cũng đặt ra không ít khó

khăn, thách thức. Một người khó tiếp thu công nghệ thời gian ngắn yêu cầu đơn vị, doanh nghiệp chuẩn bị đầy đủ các điều kiện đầu tư kỹ thuật đào tạo mới cho kiểm toán viên. Tuy nhiên, đầu tư vào công nghệ mới cũng phụ thuộc vào định hướng phát triển và tư duy của nhà quản lý xí nghiệp sự đầu tư của công nghệ thiết bị kỹ thuật sẽ giúp mang lại nhiều hiệu quả. Ở Việt Nam hiện nay, công tác kiểm toán chủ yếu thực hiện trên hồ sơ, chứng từ. Mặc dù Công nghiệp 4.0 sau đó biến đổi tất cả dữ liệu này thông tin điện tử đa dạng, khó nắm bắt lấy. Công nghệ chuỗi khối, điện toán đám mây, công nghệ số, kỹ thuật số,... Công nghiệp 4.0 có tác động lớn nhất xác định chu trình và phương pháp tiếp theo toán học, kiểm toán.

Một số giải pháp kiến nghị nhằm phát triển thị trường kế toán, kiểm toán trong thời đại chuyển đổi số

Thị trường kế toán và kiểm toán là một phần quan trọng trong hệ thống kinh tế của một quốc gia. Trong thời đại chuyển đổi số, thị trường này cần phải thích nghi và phát triển theo xu hướng công nghệ mới để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Dưới đây là một số giải pháp kiến nghị nhằm phát triển kế toán, kiểm toán trong thời đại chuyển đổi số:

Thứ nhất, áp dụng công nghệ thông tin trong kế toán, kiểm toán: Kế toán và kiểm toán hiện đang sử dụng nhiều công cụ và phần mềm kế toán. Tuy nhiên, để tăng cường tính hiệu quả và chính xác, cần phải áp dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, khai thác dữ liệu, blockchain, truy xuất thông tin, để nâng cao chất lượng dịch vụ và giảm thiểu các lỗi sai.

Thứ hai, nâng cao chất lượng đào tạo kế toán, kiểm toán: Trong bối cảnh kinh tế số hóa, nhu cầu về nhân lực có kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin cao và khả năng giải quyết các vấn đề phức tạp ngày càng tăng. Vì vậy, cần phải đào tạo và bồi dưỡng thêm nhân lực chuyên môn, giúp họ cập nhật và nắm vững các công nghệ mới, nâng cao khả năng giải quyết vấn đề và tăng cường chất lượng dịch vụ.

Thứ ba, đẩy mạnh quản lý chất lượng dịch vụ: Chất lượng dịch vụ là một yếu tố quan trọng giúp thị trường kế toán, kiểm toán phát triển bền vững. Các công ty kế toán, kiểm toán cần phải đảm bảo chất lượng dịch vụ thông qua việc áp dụng các tiêu chuẩn và quy trình quản lý chất lượng dịch vụ, cung cấp cho khách hàng dịch vụ tốt nhất và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Hoạt động kế toán, kiểm toán thời 4.0 có nhiều thay đổi mà đa phần nhân sự ngành này vẫn còn hạn chế về kiến thức, kỹ năng công nghệ thông tin. Thách thức đặt ra với chính người kế toán, kiểm toán là phải thường xuyên cập nhật, nâng cao trình độ công nghệ thông tin để đáp ứng với yêu cầu thực tiễn. Bên cạnh đó, những kỹ năng mềm hay khả năng ngoại ngữ của nhân sự ngành quản trị tài chính, kế toán, kiểm toán cũng được đánh giá là còn hạn chế so với các ngành nghề khác.

Tài liệu tham khảo:

https://tapchitaichinh.vn/xu-huong-cua-nganh-ke-toan-kiem-toan-trong-boi-canh-cach-mang-cong-nghiep-4-0.html.
https://mof.gov.vn/webcenter/portal/ttpltc/pages_r/l/chi-tiet-tin-ttpltc?dDocName=MOFUCM153600.
https://chuyendoiso.dangcongsan.vn/kinh-te-so/giai-phap-chuyen-doi-so-trong-linh-vuc-ke-toan-kiem-toan-tai-viet-nam-1.html.

Thực trạng việc xác định, ghi nhận và trình bày các ước tính kế toán trên báo cáo tài chính trong các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

Nguyễn Ngọc Anh - CQ58/21.06
Nguyễn Diệu Anh - CQ58/21.02

Nền kinh tế Việt Nam trong những năm gần đây đã và đang phát triển mạnh mẽ hơn bao giờ hết nhờ vào sự phát triển của khoa học kỹ thuật và hội nhập kinh tế thế giới. Các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và lĩnh vực kế toán nói riêng đứng trước nhiều cơ hội phát triển nhưng cũng gặp không ít rủi ro và thách thức từ nhiều nhân tố khác nhau. Trong đó, Báo cáo tài chính (BCTC) là một trong những kênh thông tin quan trọng nhất giúp người làm kế toán cung cấp các thông tin cần thiết về tình hình tài chính và tình hình kinh doanh của doanh nghiệp đến các đối tượng trong và ngoài doanh nghiệp. Trong quy trình lập BCTC, các doanh nghiệp thường phải sử dụng rất nhiều các ước tính kế toán. Các ước tính kế toán thường không có tiêu chuẩn chính xác để xác định giá trị mà phụ thuộc nhiều vào xét đoán chủ quan của người lập ước tính. Do đó, các doanh nghiệp thường sử dụng các ước tính kế toán như là một công cụ đắc lực để phù phép lợi nhuận nhằm đạt được mục đích.

Ước tính kế toán là gì?

Theo TS. Mai Ngọc Anh (2013), "Ước tính kế toán là một giá trị gần đúng của một chỉ tiêu liên quan đến báo cáo tài chính được ước tính trong trường hợp thực tế đã phát sinh nhưng chưa có số liệu chính xác hoặc chưa có phương pháp tính toán chính xác hơn, hoặc một chỉ tiêu thực tế chưa phát sinh nhưng đã được ước tính để lập báo cáo tài chính. Về bản chất, ước tính kế toán là các yếu tố trên BCTC gồm tài sản, nợ phải trả, thu nhập, chi phí. Tuy nhiên, giá trị các yếu tố này chỉ là các giá trị ước tính gần đúng do không có giá trị chính xác hoặc không có các phương pháp xác định chính xác. Ước tính kế toán có thể liên quan đến các khoản mục đã phát sinh hoặc các khoản mục chưa phát sinh".

Theo Chuẩn mực kế toán quốc tế IAS 37, ước tính kế toán gồm các loại: dự phòng, nợ tiềm tàng, tài sản tiềm tàng, hợp đồng có rủi ro lớn và tái cơ cấu doanh nghiệp. *Một khoản dự phòng* là khoản nợ phải trả không chắc chắn về giá trị hoặc thời gian. Khoản dự phòng sẽ được ghi nhận trên Bảng cân đối kế toán (BCĐKT) vào cuối kỳ kế toán khi doanh nghiệp tiến hành xem xét, đánh giá lại và trích lập các khoản dự phòng nếu doanh nghiệp có thể đưa ra một ước tính đáng tin cậy về khoản dự phòng đó. *Nợ tiềm tàng là*: a) Nghĩa vụ nợ có khả năng phát sinh từ các sự kiện đã xảy ra và sự tồn tại của nghĩa vụ nợ này sẽ chỉ được xác nhận bởi khả năng hay xảy ra hoặc không xảy ra của một hoặc nhiều sự kiện không chắc chắn trong tương lai mà đơn vị không kiểm soát được; hoặc b) Nghĩa vụ nợ hiện tại phát sinh từ các sự kiện đã xảy ra nhưng chưa được ghi nhận vì: Không chắc chắn có sự giảm sút

về lợi ích kinh tế do việc phải thanh toán nghĩa vụ nợ hoặc giá trị của nghĩa vụ nợ đó không được xác định một cách đáng tin cậy. Một khoản nợ tiềm tàng mang tính chắc chắn thấp hơn một khoản dự phòng phải trả. *Tài sản tiềm tàng* là tài sản có khả năng phát sinh từ các sự kiện đã xảy ra và sự tồn tại của tài sản này chỉ được xác nhận bởi khả năng hay xảy ra hoặc không hay xảy ra của một hoặc nhiều sự kiện không chắc chắn trong tương lai mà doanh nghiệp không kiểm soát được. Nợ tiềm tàng và tài sản tiềm tàng đều xảy ra không theo dự kiến ban đầu và không thể xác định giá trị kinh tế chính xác của chúng. Do đó, các khoản nợ tiềm tàng và tài sản tiềm tàng không được ghi nhận trên BCĐKT. Tuy nhiên, nếu các khoản này đáp ứng một số điều kiện và có thể ảnh hưởng đến tình hình tài chính của doanh nghiệp, chúng có thể được ghi chú trong phần thuyết minh BCTC.

Ngoài ra còn nhiều trường hợp có thể cần ước tính kế toán như: hợp đồng có rủi ro lớn, tái cơ cấu doanh nghiệp, trích khấu hao tài sản cố định, chi phí trả trước, giá trị sản phẩm dở dang, doanh thu ghi nhận trước, doanh thu hợp đồng xây dựng dở dang, chi phí trích trước, ước tính kế toán liên quan đến kiện tụng, tranh chấp,…

Thực trạng việc xác định, ghi nhận và trình bày các ước tính kế toán trên BCTC trong các doanh nghiệp tại Việt Nam

Hệ thống kế toán ở Việt Nam hiện nay đang dần đáp ứng được cả nhu cầu hội nhập và vẫn phù hợp với những đặc điểm riêng của nước ta về kinh tế, chính trị và tình hình kinh tế trong nước. Trong những năm vừa qua, dựa trên nền tảng của Chuẩn mực kế toán quốc tế, Việt Nam đã có một số thành công nhất định trong việc hoàn thiện hệ thống kế toán với việc ban hành hệ thống văn bản pháp quy như Luật Kế toán, hệ thống 26 Chuẩn mực kế toán, chế độ kế toán và các nghị định, thông tư hướng dẫn. Việc hoàn thiện dần khung pháp lý về kế toán đã góp phần nâng cao năng lực quản lý kinh tế của các doanh nghiệp về các ước tính kế toán và có những kết quả đáng kể. Tuy nhiên, việc vận dụng hệ thống văn bản pháp luật về kế toán trong quản lý kinh tế tại các doanh nghiệp nói chung vẫn còn nhiều vấn đề bất cập và chưa được quan tâm nhiều.

Bên cạnh những kết quả đạt được trên, các doanh nghiệp Việt Nam còn tồn tại nhiều khó khăn trong việc trích lập dự phòng và nợ tiềm tàng thể hiện ở những nội dung sau:

i) Hạn chế trong quy định pháp lý về kế toán các khoản dự phòng và nợ tiềm tàng

Hiện nay, các quy định về kế toán các khoản dự phòng và nợ tiềm tàng của Việt Nam vẫn chịu ảnh hưởng lớn của cơ chế tài chính và chính sách thuế của Nhà nước theo các quy định bắt buộc. Điều này làm cho các khoản dự phòng được ghi nhận có thể chưa phản ánh hết mức độ tổn thất thực sự, từ đó các doanh nghiệp không ghi nhận đúng giá trị của các khoản dự phòng. Các hướng dẫn ban hành nhiều điểm quá chi tiết dẫn tới thiếu hợp lý và không phù hợp với tình hình doanh nghiệp. Bên cạnh đó, sự thiếu đồng nhất giữa các nhà làm Luật Kế toán và Luật Thuế, cụ thể là các khoản chi phí được tính trong luật kế toán có nhiều điểm khác với các chi phí được tính trong luật thuế TNDN khiến các doanh nghiệp có xu hướng coi trọng hình thức hơn bản chất, làm kế toán nhưng theo quy định của Thuế nhằm đơn giản hóa thủ tục và công việc.

ii) Hạn chế về kế toán các khoản dự phòng và nợ tiềm tàng tại các doanh nghiệp ở Việt Nam

Chuẩn mực kế toán Việt Nam VAS 18 được ban hành từ năm 2005 nhưng xét về thực tiễn còn tương đối mới và chưa phổ biến đối với các doanh nghiệp. Do đó, các doanh

nghiệp khó có thể nhận thức được lợi ích và vai trò của việc thực hiện nghiêm túc CMKT VAS 18 khi xác định, ghi nhận và trình bày các khoản dự phòng, nợ tiềm tàng. Chỉ một lượng ít các doanh nghiệp hiểu rõ và thực hiện nghiêm túc các quy định về các khoản dự phòng, nợ tiềm tàng khi lập BCTC. Nhiều doanh nghiệp chưa chú trọng hoặc hiểu sai bản chất của ước tính kế toán, từ đó trích lập không đầy đủ hoặc không thực hiện trích lập các khoản dự phòng. Việc trích lập không đầy đủ hoặc không trích lập các khoản dự phòng làm ảnh hưởng trực tiếp thông tin trên BCTC, gây khó khăn trong quá trình thu nhận thông tin và ra quyết định của người sử dụng thông tin. Ngoài ra, thực trạng áp dụng CMKT Việt Nam VAS 18 khi xác định, ghi nhận và trình bày các ước tính kế toán trên BCTC tại các doanh nghiệp Việt Nam còn tồn tại một số hạn chế sau:

Thứ nhất, phần lớn các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ không hiểu rõ tầm quan trọng và hiểu sai bản chất dẫn tới việc không trích lập hoặc trích lập không đầy đủ các khoản dự phòng. Các doanh nghiệp này xem khoản dự phòng là một khoản chi phí không cần thiết hoặc một khoản chi tiêu không đáng kể.

Thứ hai, đa phần các doanh nghiệp, kể cả những doanh nghiệp lớn đều không chỉ rõ được căn cứ tiến hành trích lập dự phòng, đối tượng và số trích lập tương ứng khi trình bày thông tin trên Thuyết minh BCTC mà chỉ đơn thuần đưa ra những con số.

Thứ ba, phần lớn các doanh nghiệp thực hiện trích lập dự phòng một cách máy móc theo tỷ lệ đã quy định chứ không căn cứ vào giá trị khoản nợ phải trả trong tương lai hoặc những yếu tố, điều kiện khác nên giá trị khoản dự phòng có thể không phản ánh chính xác nhất tình hình tài chính của doanh nghiệp.

Thứ tư, các doanh nghiệp không trích lập dự phòng giảm giá hàng tồn kho hoặc không trình bày thông tin về hàng tồn kho minh bạch trên BCTC. Một số sản phẩm đặc thù như các sản phẩm thuốc của ngành y tế hay các sản phẩm sữa thuộc ngành hàng tiêu dùng,… khi cận đát, giá trị thị trường vẫn còn cao nhưng trên thực tế, doanh nghiệp khó có thể bán các sản phẩm đó ra thị trường.

Thứ năm, khi trình bày thông tin về dự phòng công nợ phải thu trên BCTC, các doanh nghiệp thường không trình bày sự biến động của công nợ phải thu trong năm tài chính mà chỉ thể hiện số đầu năm và số cuối năm. Điều này khiến người sử dụng thông tin khó nhận biết được các công nợ tăng giảm thế nào, công nợ cũ còn phải thu và các công nợ phải thu mới phát sinh trong năm.

Sau 37 năm thực hiện công cuộc đổi mới, ngành Kế toán - Kiểm toán Việt Nam đã và đang có những bước phát triển nhanh chóng, từng bước hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách, tạo dựng hành lang pháp lý trên cơ sở vận dụng thông lệ quốc tế vào điều kiện cụ thể của Việt Nam. Ước tính kế toán là một bộ phận rất quan trọng trong việc nâng cao tính minh bạch về thông tin tài chính. Do đó, Nhà nước cũng như các doanh nghiệp cần có những biện pháp nhằm nâng cao chất lượng thông tin kế toán, đồng thời tạo lập đầy đủ hệ thống thông tin kế toán - kiểm toán trong phạm vi toàn quốc.

Tài liệu tham khảo:

Bộ Tài chính (2005), Chuẩn mực kế toán Việt Nam số 18 - Các khoản dự phòng, tài sản và nợ tiềm tàng.

Mai Ngọc Anh (2013), "Xử lý ước tính kế toán trong giai đoạn kinh tế khó khăn hiện nay" (Theo Báo Tạp chí Kế toán và Kiểm toán).

Nguyễn Ngọc Anh (2023), "Xác định, ghi nhận và trình bày các ước tính kế toán trên báo cáo tài chính. Kinh nghiệm quốc tế và áp dụng ở Việt Nam".

Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đến nghề kế toán kiểm toán

Trần Ngô Trung Nghĩa - CQ60/21.01CLC
Lê Doãn Nam Anh - CQ60/21.02CLC

Cuộc cách mạng lần thứ 4 đã và đang tác động đến mọi góc cạnh của cuộc sống, mọi lĩnh vực trong xã hội chúng ta hiện nay. Trong bối cảnh các nước đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa thì đây là chính là một trong những chìa khóa quan trọng mở ra thời đại mới của nhân loại. Thông qua các công nghệ như internet, trí tuệ nhân tạo… Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 sẽ mang đến sự thay đổi cơ bản trên hầu hết các ngành nghề, trong đó có ngành kế toán - kiểm toán.

Cách mạng công nghiệp 4.0

Cuộc Cách mạng công nghệ (CMCN) thứ 4 hay Công nghiệp 4.0, là xu hướng hiện tại của tự động hóa và trao đổi dữ liệu trong công nghệ sản xuất, dựa trên 3 lĩnh vực chính là: Kĩ thuật số bao gồm dữ liệu lớn (Big Data), vạn vật kết nối (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), Công nghệ sinh học, Ứng dụng trong nông nghiệp, y học, dược phẩm, bảo vệ môi trường, năng lượng tái tạo, hóa học và vật liệu; Lĩnh vực vật lý: Robot thế hệ mới, xe tự lái, các vật liệu mới, công nghệ nano…Với bản chất là dựa trên nền tảng công nghệ số và tích hợp tất cả các công nghệ thông minh để tối ưu hóa quy trình, phương thức sản xuất; nhấn mạnh những công nghệ đang và sẽ có tác động lớn nhất là công nghệ in 3D, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới, công nghệ tự động hóa, người máy... Nó bao gồm các hệ thống mạng vật lý, mạng Internet kết nối vạn vật và điện toán đám mây.

Trong khi đó, cuộc CMCN 4.0 là cuộc cách mạng về sản xuất thông minh, dựa trên việc sử dụng internet kết nối vạn vật để chuyển hóa toàn bộ thế giới thực thành thế giới số. Cuộc cách mạng này tác động mạnh mẽ và toàn diện đến kinh tế, xã hội, môi trường trên toàn thế giới và tác động đến tất cả các ngành, các lĩnh vực với tốc độ công nghệ đột phá chưa từng có trong lịch sử, trong đó có cả lĩnh vực kế toán, kiểm toán. Việt Nam đang hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, tất nhiên sẽ không nằm ngoài cuộc cách mạng mang tính toàn cầu này.

Theo *Gartner*, Cách mạng Công nghiệp 4.0 (hay Cách mạng Công nghiệp lần thứ Tư) xuất phát từ khái niệm "Industrie 4.0" trong một báo cáo của chính phủ Đức năm 2013. "Industrie 4.0" kết nối các hệ thống nhúng và cơ sở sản xuất thông minh để tạo ra sự hội tụ kỹ thuật số giữa Công nghiệp, Kinh doanh, chức năng và quy trình bên trong.

Nếu định nghĩa từ *Gartner* còn khó hiểu, Klaus Schwab, người sáng lập và chủ tịch điều hành Diễn đàn Kinh tế Thế giới mang đến cái nhìn đơn giản hơn về Cách mạng Công nghiệp 4.0 như sau:

"Cách mạng công nghiệp đầu tiên sử dụng năng lượng nước và hơi nước để cơ giới hóa sản xuất. Cuộc cách mạng lần 2 diễn ra nhờ ứng dụng điện năng để sản xuất hàng loạt. Cuộc cách mạng lần 3 sử dụng điện tử và công nghệ thông tin để tự động hóa sản xuất.

Bây giờ, cuộc Cách mạng Công nghiệp Thứ tư đang nảy nở từ cuộc cách mạng lần ba, nó kết hợp các công nghệ lại với nhau, làm mờ ranh giới giữa vật lý, kỹ thuật số và sinh học".

Nối tiếp từ định nghĩa của Klaus Schwab, Cách mạng Công nghiệp 4.0 sẽ diễn ra trên 3 lĩnh vực chính gồm Công nghệ sinh học, Kỹ thuật số và Vật lý.

Những yếu tố cốt lõi của Kỹ thuật số trong CMCN 4.0 sẽ là: Trí tuệ nhân tạo (AI), Vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT) và dữ liệu lớn (Big Data).

Trên lĩnh vực công nghệ sinh học, Cách mạng Công nghiệp 4.0 tập trung vào nghiên cứu để tạo ra những bước nhảy vọt trong Nông nghiệp, Thủy sản, Y dược, chế biến thực phẩm, bảo vệ môi trường, năng lượng tái tạo, hóa học và vật liệu.

Cuối cùng là lĩnh vực Vật lý với robot thế hệ mới, máy in 3D, xe tự lái, các vật liệu mới (graphene, skyrmions…) và công nghệ nano.

Hiện Cách mạng Công nghiệp 4.0 đang diễn ra tại các nước phát triển như Mỹ, châu Âu, một phần châu Á. Bên cạnh những cơ hội mới, cách mạng công nghiệp 4.0 cũng đặt ra cho nhân loại nhiều thách thức phải đối mặt.

Cách mạng công nghệ 4.0 và sự tác động đến kế toán - kiểm toán

Cách mạng 4.0 đem lại cơ hội cũng như thách thức đối với lĩnh vực kế toán kiểm toán.

Trong thời kì công nghệ thông tin ngày càng phát triển Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 với mạng internet giúp công việc kế toán - kiểm toán không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý. Kế toán - kiểm toán viên tại Việt Nam có thể thực hiện công việc kế toán - kiểm toán ở bất cứ đất nước nào trên toàn thế giới, nếu cá nhân tổ chức thực hiện công việc kế toán - kiểm toán đó đáp ứng đủ điều kiện làm kế toán - kiểm toán.

Ngược lại, bất cứ kế toán - kiểm toán viên ở bất cứ quốc gia nào được chấp nhận hành nghề ở Việt Nam đều có thể thực hiện công việc kế toán - kiểm toán của doanh nghiệp (DN), tổ chức tại Việt Nam. Điều này tạo ra cả cơ hội và thách thức, cho những ai hành nghề kế toán - kiểm toán ở Việt Nam. Đó là cần phải cải thiện năng lực cũng như điều kiện của bản thân để có thể đáp ứng điều kiện hành nghề quốc tế, nâng cao vị thế bản thân và mở rộng phạm vi hành nghề.

Dữ liệu lớn mang lại cho con người sự tiếp cận với nguồn kiến thức vô hạn, giúp con người có thể tìm hiểu bất cứ điều gì cần biết nhưng cũng có điểm hạn chế là những thông tin không chính thống. Nó khiến chúng ta phải cẩn trọng khi tiếp cận thông tin và sử dụng thông tin.

Bên cạnh đó có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến cách mạng công nghệ 4.0, trong đó có nhân tố ảnh hưởng rất lớn đến cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đó là trí tuệ nhân tạo.

Nhiều người nghĩ rằng trí tuệ nhân tạo không thể thay thế con người nhưng chúng ta không thể phủ nhận được sự đe dọa của trí tuệ nhân tạo. Theo Elon Musk, người sáng lập của hãng Tesla, trí tuệ nhân tạo được ông gọi là kẻ độc tài bất tư. Kẻ độc tài bất tự này là một kịch bản đen tối cho tương lai nhân loại nếu chúng ta không kiểm soát ngành nghiên cứu về trí tuệ nhân tạo. Trong một bộ phim tài liệu gần đây về AI tên là "Bạn có tin cái máy tính này không", Musk nói: *"Chúng ta sẽ sớm phải đối diện với một trí tuệ siêu đẳng*

vượt xa con người, tôi nghĩ điều này khá là rõ ràng. [...] Nếu một công ty hoặc một nhóm nhỏ có thể phát triển siêu trí tuệ số mạnh mẽ, họ có thể chiếm lĩnh thế giới."

Với trí tuệ nhân tạo, các chuyên gia kinh tế dự báo, nhiều ngành nghề có nguy cơ sẽ biến mất vì xu hướng tự động hóa. Và thực tế câu chuyện đó đã xảy ra với sự phát triển của trí tuệ nhân tạo dẫn đến hiện tượng dư thừa nhân công. Trên thế giới, gần đây McDonald's công bố sẽ xây thêm 25.000 nhà hàng mới, hoạt động hầu như bằng robot và tự động hóa nên có thể cắt giảm hàng trăm nghìn người lao động. Hay mới đây thông tin Foxconn Technology Group, công ty cung cấp linh kiện cho hãng Apple và Samsung, cũng tuyên bố sẽ cắt giảm 60.000 nhân công và thay thế bằng robot. Khi đó, nhiều lĩnh vực công nghiệp được tự động hóa thay thế con người và các yêu cầu về kỹ năng của người lao động sẽ cao.

Đối với lĩnh vực kế toán kiểm toán, trí tuệ nhân tạo có thể thay thế những công việc thủ công của kế toán - kiểm toán như thu thập, xử lý, tính toán số liệu như những công đoạn như phân tích, tìm nguyên nhân đưa ra giải pháp cho từng tình huống cụ thể. Tuy nhiên để tổng hợp dữ liệu, đưa ra quyết định tài chính cho công ty thì luôn cần có sự tham gia của con người. Trí tuệ nhân tạo dù không thay thế được con người nhưng nó đang làm thay đổi môi trường, hoàn cảnh làm việc của kế toán - kiểm toán.

Một số khuyến nghị và đề xuất

Để tận dụng tốt những cơ hội và khắc phục những hạn chế, thách thức của ngành nghề kế toán, kiểm toán trước bối cảnh CMCN 4.0, cần triển khai các giải pháp sau:

Về phía các tổ chức, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ kế toán, kiểm toán

Thay đổi nhận thức và tư duy của cán bộ, nhân viên về ứng dụng công nghệ vào hoạt động quản lý, quản trị, điều hành, kế toán, kiểm toán; xác định ứng dụng công nghệ số vào hoạt động kế toán, kiểm toán là mục tiêu chiến lược của tổ chức, đơn vị, cơ quan; Thay đổi tư tưởng, thói quen kế toán, kiểm toán theo phương pháp truyền thống (thủ công), ngại khó, ngại đổi mới trong ứng dụng CNTT vào hoạt động kế toán, kiểm toán, vượt qua những thách thức để tiếp cận đến các vấn đề công nghệ số. Phát triển đội ngũ nhân viên lành nghề, am hiểu sâu về chuyên môn và có khả năng hội nhập; Tăng cường công tác đào tạo phát triển các kỹ năng mềm hiệu quả, hoạt động nhóm tích cực và sử dụng thành thạo công nghệ số theo nhu cầu thị trường…

Về phía các cơ sở đào tạo

Ngoài giảng dạy kiến thức chuyên môn, cần tập trung đào tạo các kỹ năng cần thiết như: Kỹ năng giao tiếp hiệu quả, làm việc ở nhiều nhóm khác nhau; kỹ năng tư duy phản biện và giải quyết vấn đề trên cơ sở tôn trọng đạo đức nghề nghiệp; Thiết lập mối quan hệ giữa các cơ sở đào tạo với các DN trong và ngoài nước. Trong thời đại CMCN 4.0, việc thiết lập các mối quan hệ với các DN ngày càng mở rộng không chỉ với các đơn vị trong nước mà cả ngoài nước, bởi điều đó giúp cho hoạt động đào tạo và nghiên cứu được gắn kết, giải quyết những vấn đề của thực tiễn, đáp ứng tốt yêu cầu của DN.

Về phía cơ quan chức năng

Cần xây dựng hạ tầng kỹ thuật CNTT và hạ tầng dữ liệu số đáp ứng tiêu chuẩn đối với Trung tâm dữ liệu theo quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông, để phục vụ hoạt

động nội bộ đơn vị và truy cập Internet, kết nối với các ứng dụng công nghệ. Xây dựng các phần mềm hỗ trợ công tác chỉ đạo, quản lý, điều hành của đơn vị và các phần mềm hỗ trợ hệ thống kế toán, kiểm toán; xây dựng kế hoạch cụ thể ứng dụng công nghệ vào các hoạt động đảm bảo tính hệ thống, đồng bộ, sát hợp, thiết thực, theo hướng hiện đại, hiệu lực, hiệu quả, từng bước đổi mới phương pháp kế toán, kiểm toán hướng tới kế toán, kiểm toán số, đáp ứng yêu cầu quá trình chuyển đổi số và dựa trên nền tảng công nghệ số của cuộc CMCN 4.0. Chú trọng đảm bảo an toàn trong công tác quản lý an ninh mạng. Cuộc Cách mạng công nghệ 4.0 đã đẩy cao mức độ chia sẻ thông tin, từ đó tạo ra một nhu cầu rất lớn về an ninh mạng. Các cơ quan quản lý về kế toán, kiểm toán cần đặc biệt quan tâm đến việc xây dựng trung tâm dự phòng dữ liệu; Nâng cấp hệ thống an ninh, bảo mật ở mức cao, nhiều tầng, nhiều lớp, đảm bảo việc mở rộng phạm vi hoạt động được ổn định, an toàn, mang lại hiệu quả lâu dài…

Cần tiếp tục đẩy mạnh hợp tác quốc tế, nghiên cứu và áp dụng các chuẩn mực kế toán - kiểm toán quốc tế hiện đang được các quốc gia trên thế giới sử dụng, qua đó học hỏi, trao đổi kinh nghiệm chuẩn bị ứng phó với cuộc Cách mạng công nghệ 4.0.

Về phía nhân viên kế toán, kiểm toán

Mỗi kế toán - kiểm toán viên phải nắm rõ được nguyên tắc cơ bản cho mọi ứng xử trong lĩnh vực chuyên môn, để biết hành vi đó là đúng hay không đúng chuẩn mực, nguyên tắc đề ra. Bên cạnh đó, cần bồi dưỡng cho mình cách sử dụng trí tuệ nhân tạo (sử dụng công nghệ) cho công việc của mình từ đơn giản như ứng dụng hàm excel cho tới các phần mềm kế toán, phần mềm quản trị, phân tích… và cách để bảo mật thông tin cho chính DN và chính khách hàng của mình, từ đó khai thác thị trường khách hàng một cách triệt để. Thêm vào đó, bồi dưỡng kiến thức và vận dụng khả năng nhìn nhận vấn đề thuộc kế toán quản trị trong DN, bên cạnh xu thế kế toán tài chính như hiện nay.

Như vậy, tính toàn cầu, dữ liệu lớn, internet, công nghệ đang mang tới một thị trường mang tính toàn cầu cho các DN hoạt động trong lĩnh vực kế toán - kiểm toán, đặc biệt là các DN có chất lượng nhân viên, chất lượng dịch vụ mang tầm quốc tế. Ngành kế toán - kiểm toán của Việt Nam cần phải nỗ lực hơn nữa để có thể tận dụng được các cơ hội, vượt qua được các thách thức trong quá trình hội nhập đã và đang diễn ra ngày càng sâu rộng để phát triển bền vững trong tương lai.

Tài liệu tham khảo:

Quốc hội (2015), Luật Kế toán;

Ủy ban Thường vụ Quốc hội (2010), Nghị quyết số 927/2010/UBTVQH12 ngày 19/4/2010 về việc ban hành Chiến lược phát triển Kiểm toán Nhà nước đến năm 2020;

Chính phủ (2016), Nghị định số 174/2016/NĐ-CP ngày 30/12/2016 quy định chi tiết một số điều của Luật Kế toán;

http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/phat-trien-linh-vuc-ke-toan-kiem-toan-truoc-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-40-138913.html

The Association of Chartered Certified Accountants (11/2017), Professional accountant - the future (Generation next): Managing talent in small and medium sized practices;

The Association of Chartered Certified Accountants (8/2017), Professional accountant - the future(Generation next): Ethics and trust in a digital age;

The Association of Chartered Certified Accountants (3/2017), Professional accountant - the future(Generation next): Managing talent in finance shared services;

The Association of Chartered Certified Accountants (11/2016), Professional accountant - the future: Generation next;

The Association of Chartered Certified Accountants (6/2016), Professional accountant - the future: Drivers of change and future skills.

TikTok Shop đang thay đổi cuộc chơi thương mại điện tử Việt Nam

Lê Mai Phương - CQ59/05.03

Đại dịch Covid-19 ảnh hưởng nghiêm trọng đến nền kinh tế Việt Nam nhưng đồng thời cũng làm thay đổi thói quen mua sắm của người dân dịch chuyển từ thương mại truyền thống sang thương mại điện tử và kênh mua sắm trực tuyến. Nắm bắt xu thế đó, TikTok đã quyết định công bố TikTok Shop vào đầu năm 2022. Sự phát triển thần tốc của TikTok Shop với những con số ấn tượng đã đặt ra một câu hỏi lớn: "Liệu TikTok Shop có thể thay thế các "ông lớn" sàn thương mại điện tử trong thời gian sắp tới?". Thương mại điện tử (TMĐT) là hoạt động mua bán hàng hóa và dịch vụ bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác. Sàn thương mại điện tử là nơi diễn ra các hoạt động mua bán hàng hoá trên các nền tảng có kết nối Internet hoặc các mạng khác được đăng ký theo quy định của pháp luật. TikTok Shop là một gian hàng được tích hợp trên nền tảng TikTok với các tính năng và tiện ích tương tự các sàn thương mại điện tử lớn khác như Tiki, Shopee, Lazada. Dù ra đời muộn hơn nhưng TikTok Shop đã sớm khẳng định chỗ đứng trên thị trường khi sở hữu những con số ấn tượng. Chỉ với 3 ngày đầu tiên ra mắt chương trình "TikTok Shop - Sale Lương Về", các hoạt động phát trực tiếp đã ghi nhận 15 triệu lượt xem mỗi ngày. Doanh số bán hàng thông qua hình thức này đã tăng 148% so với ngày thường. Theo báo cáo của Reputa về Ngành Thương mại điện tử tháng 12/2022, Tiktok Shop đã vượt mặt Tiki về độ phổ biến (Ảnh 1) và doanh thu, vươn lên vị trí thứ 3 trong Bảng xếp hạng, chỉ sau Shopee (8.761 tỷ đồng) và Lazada (2.603 tỷ đồng). Mức doanh thu trong 1 tháng của TikTok Shop hiện tại là 1.698 tỷ đồng, tương đương 80% doanh thu cùng kỳ của Lazada và gấp 4 lần doanh thu của Tiki (396 tỷ đồng). Chỉ trong tháng 11/2022, 13 triệu sản phẩm trên nền tảng TikTok Shop đã được bán ra, 32.000 gian hàng phát sinh đơn hàng, giá trị trung bình mỗi sản phẩm là 130.000 đồng. Mức doanh thu cao nhất cho các nhà bán hàng thuộc về sản phẩm có giá trong khoảng 100.000 - 200.000 đồng, chiếm 39% với 647 tỷ đồng trong một tháng.

Ảnh 1: Độ phổ biến trên Mạng xã hội các sàn trong năm 2022 theo Reputa

Ưu thế và hạn chế của TikTok Shop so với các sàn thương mại điện tử khác

Ưu thế: TikTok Shop được đánh giá sẽ trở thành đối thủ nặng ký của các sàn TMĐT trong tương lai do tận dụng được các nguồn sẵn có. Lợi thế của TikTok Shop đầu tiên phải kể đến con số hơn 1 tỷ người dùng trên toàn thế giới và 62% người dùng đang sử dụng TikTok

vào năm 2022 (theo ICT). Người dùng TikTok hiện nay chủ yếu nằm trong độ tuổi từ 15 đến 40 tuổi, là nhóm đối tượng tiềm năng có thói quen và kinh nghiệm mua hàng online trên các sàn TMĐT. Hoạt động trên nền tảng nội dung video, người bán hàng trên TikTok Shop có thể tự do sáng tạo nội dung giới thiệu sản phẩm nhằm thu hút người mua. Trong khi đó, người mua hàng trên Shopee có thể dễ dàng truy cập xem sản phẩm mình muốn mua thông qua hình ảnh hoặc video tham khảo. TikTok sử dụng thuật toán thông minh phân phối nội dung tiếp cận đến phần đông tệp khách hàng giúp lượng đơn hàng được đẩy đi nhiều hơn. Nắm bắt xu thế mua hàng online mà các sàn TMĐT đi trước đã gây dựng, các mặt hàng bày bán trên gian hàng TikTok Shop có chứa các thông tin về tài khoản người bán, lượt bán, xếp hạng và đánh giá sản phẩm để người mua dễ dàng có sự so sánh và đưa ra quyết định mua hàng. Chi phí để người bán hàng hoạt động trên TikTok Shop rẻ hơn nhiều so với các sàn TMĐT khác. Ở thời điểm hiện tại, mức phí bán hàng trên TikTok Shop là 1%/tổng giá trị đơn hàng, hấp dẫn hơn so với mức phí 8% - 14% khi bán hàng trên Shopee hay Lazada. Người mua hàng cũng nhận được hàng ngàn voucher chiết khấu với các ưu đãi về chi phí giao hàng, mã giảm giá sản phẩm.

Hạn chế

Thứ nhất, trên TikTok Shop, có lưu lượng truy cập mới có chuyển đổi, có chuyển đổi mới có đơn hàng mới. Nếu người bán không có nội dung mới và hấp dẫn thì gian hàng của họ sẽ không được hiển thị nữa dù họ nhận được rất nhiều đơn hàng trước đây. Trong khi đó, người bán trên các sàn TMĐT khác đã quen với việc xây dựng gian hàng bền vững với các chỉ số đánh giá sản phẩm và độ uy tín gian hàng do đó doanh thu thu được luôn luôn ổn định.

Thứ hai, ý tưởng của TikTok là bán hàng cho những người không có nhu cầu gì, việc chuyển đổi mua hàng trên TikTok Shop xuất phát từ cảm xúc người mua khi xem video hoặc livestream bán hàng, do đó tỷ lệ hoàn đơn rất cao. Trong khi đó, trên các sàn TMĐT khác, nhu cầu thường xuất phát từ phía người mua. Lên sàn TMĐT đồng nghĩa với việc họ quyết định chi tiền mua sắm. Quyết định mua hàng của họ được đưa ra sau khi hình thành cầu hàng hóa, chủ động tìm hiểu, cân nhắc các chỉ số đánh giá mức độ uy tín và giá cả.

Thứ ba, chính sách bán hàng của TikTok Shop chưa hoàn thiện. Chính sách giam doanh thu thông báo sau 5-7 ngày người bán có thể rút tiền nhưng trên thực tế thời gian rút tiền kéo dài tận 10-21 ngày. Thời gian rút tiền chỉ cần kéo dài 7-10 ngày đã gây khó cho quá trình quay vòng vốn của người bán hàng. Shopee hay Lazada không giới hạn người bán trong khi đó TikTok Shop yêu cầu lượng theo dõi và độ tuổi nhất định đối với cá nhân; giấy phép kinh doanh và mã số thuế doanh nghiệp đối với tài khoản doanh nghiệp.

Thứ tư, TikTok mặc định là nền tảng giải trí nên người tiêu dùng chỉ truy cập TikTok để xem các video giải trí, chưa có thói quen truy cập để mua sắm hàng hóa. Với tâm lý tìm kiếm nguồn giải trí nhưng lại bắt gặp quá nhiều video hay livestream bán hàng, một bộ phận người dùng dễ cảm thấy chán nản.

Thứ năm, TikTok Shop không đa dạng mặt hàng và mẫu mã như các sàn khác, chi phí hỗ trợ vận chuyển chưa đủ hấp dẫn. Điển hình với mặt hàng đồ công nghệ, người tiêu dùng vẫn chọn mua trên sàn Lazada vì Lazada có chính sách đổi trả và bảo hành. Tình trạng hàng giả, hàng nhái tràn lan, khó kiểm tra được độ uy tín nên chưa thuyết phục được các khách hàng khó tính. Trong khi đó, Shopee lại có các gian hàng chính hãng và đầy đủ thông tin hơn. Bàn về chi phí vận chuyển, khách hàng đặt hàng từ Hà Nội vào Thành phố Hồ Chí Minh tuy đã áp voucher nhưng phí vận chuyển ở TikTok Shop vẫn lên đến gần 90.000 VNĐ trong khi đó ở sàn TMĐT khác giá chỉ dao động từ 20.000 - 40.000 VNĐ.

Thứ sáu, giao diện TikTok Shop còn khó sử dụng do tích hợp chung với nền tảng giải trí. TikTok Shop có chỗ tìm kiếm sản phẩm cần mua nhưng người bán chưa áp dụng, người mua chưa biết cách tìm kiếm nên tỉ lệ tìm kiếm chưa cao.

Một số khuyến nghị cho TikTok và TikTok Shop

TikTok đang chứng minh mình là một ứng dụng đa nhiệm tốt nhất hiện nay khi có thể đáp ứng nhu cầu của đa số người dùng thông qua shoppertainment (mua sắm online kết hợp giải trí) nhưng chưa chắc đã phát triển bền vững về lâu dài khi sắp tới TikTok dự định áp dụng thu phí người xem. TikTok đang đi vào con đường của Facebook năm 2018 khi đẩy mạnh các kênh bán hàng. Ở thời điểm đó, tương tác của Facebook rất tốt để bán hàng nhưng Facebook hiểu rằng nếu tiếp tục thì nền tảng sẽ mất đi rất nhiều trải nghiệm người dùng. Do đó, họ đã giảm hẳn tương tác bán hàng và tăng mạnh những khoản mang lợi ích cộng đồng cao. Ở thời điểm hiện tại, Facebook vẫn duy trì Marketplace nhưng không tập trung nhiều vào nó. Nếu TikTok muốn duy trì cả hai, cần phải giảm sự ảnh hưởng giữa kênh bán hàng và kênh giải trí. Để vượt được lên các "ông lớn" trong ngành, TikTok Shop cần nỗ lực nhiều hơn nếu không sẽ dẫn đến tình trạng khách hàng chưa bỏ cuộc mà người bán đã dừng cuộc chơi.

Thứ nhất, TikTok nên hạn chế số lượng video bán hàng, livestream xuất hiện ngẫu nhiên trên tài khoản người dùng hoặc bố trí ở một mục khác. Nếu muốn quảng bá cho sản phẩm như trước, có thể áp dụng hình thức cũ như gắn đường dẫn sản phẩm thông qua KOLs, KOCs nhưng thay vì chuyển sang sàn TMĐT khác có thể chuyển sang các gian hàng ở TikTok Shop.

Thứ hai, TikTok Shop nên áp dụng nhiều tiêu chuẩn hơn để tránh trường hợp hàng giả, hàng nhái trôi nổi. Các tiêu chuẩn đăng bán sản phẩm bao gồm các quy định khi đăng video, hình ảnh, mô tả sản phẩm,... Các tiêu chuẩn livestream của TikTok Shop hiện rất đầy đủ tuy nhiên TikTok Shop cần mạnh tay kiểm soát hơn, mở thêm tính năng báo cáo nếu người livestream có những hành vi vi phạm tiêu chuẩn cộng đồng.

Thứ ba, TikTok Shop phải đưa ra nhiều chính sách khuyến khích mua bán với nhiều ưu đãi, đẩy nhanh tốc độ trả tiền cho người bán, cải thiện tính năng nhắn tin và bình luận giúp người bán dễ dàng kết nối với người mua.

Thứ tư, cải tiến giao diện dễ dùng hơn. Hiện tại, TikTok Shop vẫn đang tích hợp giải trí và mua sắm khiến giao diện trở nên rắc rối, khó dùng. Do đó, TikTok cần phải sắp xếp các mục rõ ràng, sau đó thông qua truyền thông hoặc hướng dẫn trực tiếp người bán và người mua sử dụng tối ưu các công cụ của Tiktok.

TikTok Shop xuất hiện như một hiện tượng trong lĩnh vực TMĐT khi người bán mở rộng được kênh bán hàng, người mua mua được hàng giá rẻ nhưng lại khiến các sàn TMĐT khác dè chừng. TikTok nếu muốn trụ vững cần có hướng đi khôn ngoan trong chiến lược của mình. Mỗi nền tảng có điểm mạnh riêng, người kinh doanh nếu biết tận dụng đa kênh thì nắm chắc phần thắng lớn.

Tài liệu tham khảo:

Anh, Q. (2022, 7 25). TikTok Shop đạt thành tích ấn tượng ngay trong chiến dịch sale đầu tiên. Retrieved from Advertising Vietnam: https://advertisingvietnam.com/tiktok-shop-dat-thanh-tich-an-tuong-ngay-trong-chien-dich-sale-dau-tien-p20177

Metric. (2022, 12 2). Báo cáo tổng quan thị trường TMĐT 2022 - METRIC. Retrieved from Metric: https://metric.vn/blog/bao-cao-tong-quan-thi-truong-tmdt-2022-metric/

Reputa. (2022). Bản tin ngành Thương mại điện tử tháng 12/2022. Reputa.

Trà, V. M. (2022, 1 13). Đánh giá tiềm năng TikTok Shop - Liệu có thể soán ngôi những ông lớn Thương mại điện tử. Retrieved from Upbase: https://upbase.vn/tiem-nang-tiktok-shop/

KiotViet. (2022, 11 23). TikTok Shop Việt Nam - Đối thủ hay đối tác của các sàn TMĐT lớn nhất hiện nay? Retrieved from KiotViet: https://www.kiotviet.vn/tiktok-shop-viet-nam-doi-thu-hay-doi-tac-cua-cac-san-tmdt-lon-nhat-hien-nay/

Xu hướng đầu tư FDI vào Việt Nam hiện nay - Sự đầu tư trung tâm R&D của Samsung tại Việt Nam

Mẫn Tuấn Minh - CQ57/11.06CLC
Nguyễn Vân Anh - CQ58/11.02

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đã đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế của Việt Nam trong vài thập kỷ qua. Kể từ khi đất nước mở cửa cho đầu tư nước ngoài vào cuối những năm 1980, FDI đã trở thành động lực chính của tăng trưởng kinh tế, giúp chuyển đổi Việt Nam từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế định hướng thị trường năng động và phát triển nhanh chóng.

FDI là gì?

FDI (**Foreign Direct Investment)** là viết tắt của đầu tư trực tiếp nước ngoài, là một loại hình đầu tư được thực hiện bởi một công ty hoặc cá nhân ở một quốc gia vào một doanh nghiệp ở một quốc gia khác. FDI thường được coi là một cách để các công ty mở rộng hoạt động và tiếp cận thị trường mới bằng cách thành lập các công ty con, liên doanh hoặc công ty sở hữu toàn bộ ở các quốc gia khác.

Tổng quan về việc Samsung đầu tư trung tâm R&D tại Việt Nam

Samsung, một trong những công ty điện tử lớn nhất thế giới, đã đầu tư vào Việt Nam hơn một thập kỷ và gần đây đã công bố khoản đầu tư đáng kể vào một trung tâm nghiên cứu và phát triển (R&D) mới tại Việt Nam.

Quy mô Trung tâm R&D của Samsung tại Việt Nam rất lớn. Trung tâm có tên chính thức là Samsung Electronics HCMC CE Complex, tọa lạc tại Thành phố Hồ Chí Minh và có diện tích 70.000 mét vuông. Cơ sở này có một số tòa nhà, bao gồm trung tâm R&D, trung tâm thử nghiệm và tòa nhà hành chính đại diện cho khoản đầu tư 220 triệu USD của Samsung và dự kiến sẽ sử dụng khoảng 3.000 kỹ sư và nhà nghiên cứu. Trung tâm sẽ tập trung phát triển các công nghệ mới trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo, 5G và internet vạn vật (IoT).

Quyết định đầu tư vào một trung tâm R&D tại Việt Nam của Samsung phản ánh tầm quan trọng ngày càng tăng của đất nước này như một điểm đến cho nghiên cứu và phát triển công nghệ cao. Lực lượng lao động có tay nghề và trình độ học vấn cao của Việt Nam, kết hợp với môi trường đầu tư thuận lợi và chính sách thương mại hấp dẫn, đã khiến Việt Nam trở thành địa điểm hấp dẫn cho các công ty muốn đầu tư vào nghiên cứu và phát triển.

Khoản đầu tư của Samsung vào lĩnh vực R&D của Việt Nam cũng được kỳ vọng sẽ có tác động lan tỏa quan trọng đối với toàn bộ nền kinh tế, giúp xây dựng năng lực sản

xuất công nghệ cao của đất nước và tạo cơ hội việc làm mới cho các kỹ sư và nhà nghiên cứu địa phương.

Trung tâm R&D mới chỉ là một trong nhiều khoản đầu tư mà Samsung đã thực hiện tại Việt Nam trong thập kỷ qua. Công ty hiện đang vận hành một số cơ sở sản xuất trong nước và đã đóng góp quan trọng cho sự tăng trưởng và phát triển kinh tế của Việt Nam.

Việc Samsung đầu tư vào một trung tâm R&D tại Việt Nam là một bước phát triển tích cực cho nền kinh tế đất nước và các mục tiêu phát triển rộng lớn hơn. Khoản đầu tư này dự kiến sẽ giúp xây dựng năng lực sản xuất công nghệ cao của Việt Nam và củng cố vị thế của Việt Nam như một trung tâm công nghệ và đổi mới ở Đông Nam Á.

Ý nghĩa việc Samsung đầu tư trung tâm R&D tại Việt Nam

Xu hướng FDI của Samsung tại Việt Nam thể hiện cam kết của công ty trong việc mở rộng hoạt động và đầu tư vào nền kinh tế đang phát triển nhanh chóng của đất nước. Việt Nam đã trở thành điểm đến hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài nhờ chi phí lao động thấp, môi trường kinh doanh thuận lợi và vị trí chiến lược trong khu vực Đông Nam Á.

Khoản đầu tư của Samsung vào Việt Nam, đặc biệt là vào trung tâm R&D, nhấn mạnh sự tập trung của công ty vào việc phát triển các công nghệ tiên tiến và tận dụng lực lượng lao động lành nghề của Việt Nam để hỗ trợ các hoạt động toàn cầu của mình. Khoản đầu tư này cũng thể hiện sự đóng góp đáng kể vào tăng trưởng kinh tế của Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất công nghệ cao.

Hơn nữa, khoản đầu tư của Samsung vào Việt Nam là tấm gương cho các nhà đầu tư nước ngoài khác noi theo, cho thấy Việt Nam là địa điểm khả thi cho các công ty muốn mở rộng hoạt động tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Nhìn chung, xu hướng FDI của Samsung vào Việt Nam là một bước phát triển tích cực có tiềm năng tạo ra nhiều việc làm, tăng năng suất và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trong nước.

Cơ hội và thách thức đối với Việt Nam

Việc Samsung đầu tư trung tâm R&D tại Việt Nam mang đến cả cơ hội và thách thức cho nền kinh tế nước nhà.

Cơ hội

Chuyển giao công nghệ: Việc Samsung đầu tư vào một trung tâm R&D tại Việt Nam được kỳ vọng sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc chuyển giao công nghệ tiên tiến và chuyên môn cho đất nước, giúp xây dựng năng lực sản xuất công nghệ cao của Việt Nam.

Tạo việc làm: Trung tâm R&D mới dự kiến sẽ tạo ra khoảng 3.000 việc làm cho các kỹ sư và nhà nghiên cứu Việt Nam, mang lại nhiều cơ hội việc làm mới và đóng góp vào sự phát triển kinh tế của đất nước.

Tăng cường đầu tư: Việc Samsung đầu tư vào một trung tâm R&D tại Việt Nam có khả năng khuyến khích các công ty khác đầu tư vào lĩnh vực nghiên cứu và phát triển của đất nước, góp phần vào sự phát triển của ngành công nghệ cao của Việt Nam.

Nâng cao năng lực cạnh tranh: Các công nghệ và sản phẩm mới được phát triển tại trung tâm R&D của Samsung tại Việt Nam được kỳ vọng sẽ nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành sản xuất Việt Nam, đặc biệt trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo, 5G và internet vạn vật (IoT).

Hình ảnh tích cực: Đầu tư của Samsung vào lĩnh vực R&D của Việt Nam có khả năng nâng cao hình ảnh của đất nước như một điểm đến hấp dẫn cho đầu tư nước ngoài và phát triển công nghệ cao.

Thách thức

Phụ thuộc vào một nhà đầu tư duy nhất: Mặc dù đầu tư của Samsung vào lĩnh vực R&D của Việt Nam là tích cực, nhưng vẫn có nguy cơ đất nước trở nên quá phụ thuộc vào một nhà đầu tư nước ngoài duy nhất, điều này có thể gây rủi ro cho sự phát triển kinh tế của đất nước nếu nhà đầu tư đó rút vốn đầu tư của họ trong tương lai.

Đảm bảo sự tham gia của địa phương: Mặc dù Samsung dự kiến sẽ tuyển dụng một số lượng đáng kể các kỹ sư và nhà nghiên cứu Việt Nam, nhưng có nguy cơ những cá nhân này sẽ bị giới hạn ở các vai trò cấp thấp hơn thay vì được tích hợp hoàn toàn vào quá trình nghiên cứu và phát triển.

Cạnh tranh với các quốc gia khác: Việt Nam phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các quốc gia khác trong khu vực, chẳng hạn như Singapore và Đài Loan, những quốc gia cũng đang đầu tư mạnh vào năng lực nghiên cứu và phát triển.

Đảm bảo khung pháp lý và quy định đầy đủ: Chính phủ Việt Nam cần đảm bảo có sẵn khung quy định và pháp lý để hỗ trợ sự phát triển của lĩnh vực nghiên cứu và phát triển của đất nước, bao gồm bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và thúc đẩy đổi mới.

Cân bằng tăng trưởng kinh tế với các mối quan tâm về môi trường: Khi nền kinh tế Việt Nam tăng trưởng, có nguy cơ các mối quan tâm về môi trường có thể bị bỏ qua, đòi hỏi chính phủ phải cân bằng tăng trưởng kinh tế với phát triển bền vững.

Nhìn chung, việc Samsung đầu tư vào một trung tâm R&D tại Việt Nam mang đến những cơ hội quan trọng cho sự phát triển kinh tế của đất nước. Tuy nhiên, chính phủ sẽ cần đảm bảo rằng các khung pháp lý và quy định được đưa ra để hỗ trợ sự phát triển của lĩnh vực nghiên cứu và phát triển, đồng thời đảm bảo rằng lợi ích của khoản đầu tư được chia sẻ rộng rãi trên toàn quốc.

Giải pháp thúc đẩy phát triển đầu tư vốn FDI vào Việt Nam

Có một số giải pháp có thể giúp thúc đẩy phát triển đầu tư FDI tại Việt Nam:

1. Hợp lý hóa thủ tục hành chính: Chính phủ Việt Nam có thể giảm quan liêu bằng cách hợp lý hóa các thủ tục hành chính để tạo điều kiện dễ dàng hơn cho các nhà đầu tư nước ngoài thành lập và điều hành doanh nghiệp tại Việt Nam.

2. Cung cấp các ưu đãi về thuế: Cung cấp các ưu đãi về thuế và ưu đãi đầu tư cho các nhà đầu tư nước ngoài có thể giúp thu hút thêm vốn FDI vào Việt Nam.

3. Tăng cường cơ sở hạ tầng: Việt Nam cần tăng cường cơ sở hạ tầng, đặc biệt là về giao thông vận tải và năng lượng, để hỗ trợ tăng trưởng đầu tư nước ngoài.

4. Tập trung vào các ngành công nghệ cao: Việt Nam nên tập trung phát triển các ngành công nghệ cao, như điện tử và công nghệ sinh học, để thu hút thêm FDI mang lại công nghệ tiên tiến và đóng góp vào tăng trưởng kinh tế của đất nước.

5. Thúc đẩy quan hệ đối tác công-tư: Thúc đẩy quan hệ đối tác công-tư có thể giúp tận dụng các nguồn lực của chính phủ và chuyên môn của khu vực tư nhân để phát triển cơ sở hạ tầng và tạo môi trường kinh doanh thuận lợi hơn cho các nhà đầu tư nước ngoài.

6. Hoàn thiện khung pháp lý: Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý, đặc biệt trong lĩnh vực bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, thực thi hợp đồng và giải quyết tranh chấp để tạo sự chắc chắn hơn cho các nhà đầu tư nước ngoài.

7. Giải quyết tham nhũng: Việt Nam nên giải quyết tham nhũng bằng cách thúc đẩy tính minh bạch và trách nhiệm giải trình trong quá trình ra quyết định của chính phủ, điều này sẽ giúp xây dựng lòng tin và sự tin tưởng của các nhà đầu tư nước ngoài.

8. Phát triển lực lượng lao động lành nghề: Việt Nam nên tập trung phát triển lực lượng lao động lành nghề có chuyên môn về khoa học, công nghệ, kỹ thuật và toán học (STEM) để hỗ trợ sự phát triển của các ngành công nghệ cao và thu hút thêm vốn FDI.

9. Đẩy mạnh hội nhập khu vực: Việt Nam cần tiếp tục đẩy mạnh hội nhập khu vực, đặc biệt thông qua Cộng đồng kinh tế ASEAN, để mở rộng tiếp cận thị trường, tạo thêm cơ hội cho FDI.

Bằng cách thực hiện các giải pháp này, Việt Nam có thể thúc đẩy sự phát triển của đầu tư FDI, từ đó có thể đóng góp vào tăng trưởng và phát triển kinh tế của đất nước.

Tài liệu tham khảo:

https://vtc.vn/trung-tam-r-d-lon-nhat-dong-nam-a-cua-samsung-tai-viet-nam-co-gi-dac-biet-ar722457.html

https://nhadautu.vn/toan-canh-du-an-trung-tam-rd-220-trieu-usd-cua-samsung-o-ha-noi-d64609.html

https://khoahoc.neu.edu.vn/Resources/Docs/SubDomain/khoahoc/h%E1%BB%99i%20th%E1%BA%A3o/qu%E1%BB%91c%20gia/Ky%20yeu%20KTVN%202018/24.Nguy%E1%BB%85n%20L%C3%AA%20%C4%90%C3%ACnh%20Qu%C3%BD%20-%20TS.%20H%E1%BB%93%20Tu%E1%BA%A5n%20V%C5%A9.pdf

Transfer pricing and its impact on financial statements

Nguyễn Thị Thu Hà; Nguyễn Thị Thảo Uyên - CQ57/21.02CLC

In Vietnam, many other multinational companies have come into the spotlight because of disputes over transfer prices for potential adjustments to earnings in the tens of millions to a billion dollars. However, the impact of transfer pricing can also affect not only giant multinational corporations but also smaller multinationals. This article provides an overview of the key transfer pricing issues faced by practitioners from a tax and financial reporting perspective.

What is price transfer?

A transfer price is the price charged between related parties (for example, a parent company and a foreign company controlled by that company) in a transaction between companies. Although corporate transactions are eliminated when consolidating the financial results of controlled foreign corporations and their domestic parent companies, for tax purposes such entities are not incorporated. And therefore transactions are not discarded. The transfer price directly affects the distribution of taxable income throughout the group among national tax jurisdictions. As a result, a company's transfer pricing policies can directly affect its after-tax earnings to the extent that tax rates vary across national jurisdictions.

According to regulations in Vietnam under Decree 132/2020/ND-CP, the right to adjust taxable income between two related parties to more accurately reflect each party's earned income. Decree 132 also unifies the application of the principle of independent transactions to determine the value in related transactions, specifically, the standard applied to determine the true taxable income of the taxpayer. Controlled is the standard of taxpayers dealing fairly with unregulated taxpayers. In general, a controlled transaction meets the freedom criterion if the income from the transaction matches the income that would have been made if unrelated taxpayers had entered into a comparable transaction. Comparison in similar cases.

Any transfer of economic value between related parties must be based on the guidance of decree 132. It does not apply only to the transfer of tangible goods (e.g. A foreign producer selling a product. To a distributor in Vietnam, both owned by a parent company in Taiwan), but also applies to intercompany services performed. The provision of services within the team (e.g. Call center support, development of marketing plans, legal and accounting services), team funding, and use of proprietary intellectual property legitimacy of a particular group member are all examples of transactions under Circular 132.

Determining the transfer price of a company requires determining where value is created within an organization and transferred among team members. Typically, the value that can be described and the comparability of a transaction to a transaction between

unrelated parties can be determined by factors including the assets used, the assumed risks, and other factors. Functions performed by each group member in an intercompany transaction (Decree 132). The taxpayer chooses an appropriate economic method specified under Sec. 12, 13, 14, 15 Decree 132 to determine the agreed price range (or profit) of the transaction in question. Most foreign tax authorities also specify similar methods for selection. The final transfer price used to determine cross-border taxable income is considered parity if it falls within the calculated range.

Difficulty in the application of transfer prices

Transfer pricing is included in the tax policy because it is related to the competitive goals of three parties: the goal of maximizing the revenue of the domestic tax authority, the goal of maximizing the revenue of the foreign tax authority, and the objective of maximizing the revenue of the foreign tax authority. Reduce taxpayers' taxes. Due to inherent differences in judgment and interpretation when analyzing a company's transfer price, coupled with the conflicting revenue targets of many tax authorities and taxpayers, the risk of revenue adjustment Taxable income, double taxation and the possibility of fines are not small, even for well-intentioned multinational companies making efforts to comply with Decree 132.

Disputes between tax authorities and taxpayers can arise in many areas, including:

- Tax authorities may question the assumptions used when applying a particular economic method chosen.

- Tax authorities may question the choice of economic method.

- Tax authorities may disagree with how taxpayers characterize value chains within the group.

Example: As an example of the final type of dispute, in 2006, the IRS and glaxosmithkline Holdings (Americas) Inc. (GSK US) settled a transfer pricing dispute from 1989 to 2005 for $3.4 billion, the largest asset dispute ever acquired by the IRS. At issue is the price that UK-based parent company glaxosmithkline plc charges GSK US through its global operating group (Glaxo Group) for the cost of goods sold, royalties and other costs, partly related to the production and distribution of Zantac and other prescriptions. Medicine. GSK US's position is that the drugs are developed outside of the US, as is the marketing strategy it uses to sell them. As such, GSK US is doing a normal distribution and is pricing and royalties based on the "resale price method", which determines the range of suitable arm lengths by the difference that is received by comparable distributors in unregulated arm length transactions.

However, based on similar facts, the IRS considered the marketing functions performed by US GSK to be important in creating demand for the drug and, therefore, US GSK deserved a share. The gross profit margin is much higher. The IRS has adopted a residual profit division method, which allocates Glaxo Group profits first between the “normal” functions performed by GSK US and GSK Corporation, and then distributes the profits. Remaining according to where the largest part of the value is generated.

Top taxation concerns

Due to the inherent uncertainty in responding to tax authorities and the potential amounts that may be involved, transfer pricing has consistently ranked among the top tax concerns for multinationals. According to the results of a 2021 survey of multinational businesses by EY *(2021 Global Transfer Pricing Survey, available at https://www.ey.com/en_be/tax/how-learning-into-transfer- pricing-transformation-helps-manage-tax-risk),* 5% of survey respondents said they expect the number of transfer pricing audits to increase over the next three years, and 78% identified risk management taxes are the most important factor leading to changes to their transfer pricing models, processes and governance.

The risks and uncertainties associated with transfer pricing positions are expected to increase in the coming years. Under pressure to increase revenue, governments are directing tax authorities to strengthen transfer pricing checks. In 2020, Transfer Pricing is one of the top concerns for networks (see "New LB&I Knowledge Management Strategies: IPG and IPN," The Tax Advisor, October 2012, pp. 668). Over the next two years, the General Department of Taxation will focus more transfer pricing testing resources on medium-sized taxpayers who have low assets than in the past.

Transfer valuation and financial statements

Due to the uncertainty about a company's ability to maintain transfer pricing positions, transfer pricing can often fall under the category of uncertain tax positions and have a direct impact on the company's tax offering. With potential indirect effects on the ability to exercise deferred taxes.

VAS 17, Income Tax, establishes a threshold condition that a tax position must meet in order for any beneficial portion of that position to be recognized in the financial statements. Uncertain tax positions are assessed by a two-step process:

Recognition. Tax benefits can only be reflected in the financial statements if it is probable that the company will be able to maintain a tax refund position, based on its technical value. Max benefits should be measured by the maximum amount of realizable benefit greater than 50%.

Companies must assume that the position will be sued in "the highest court possible" and that the IRS has knowledge of all relevant facts. The portion of the tax benefit that is not recognized (tax benefit), becomes a liability - tax costs, as well as the unit's actual tax rate, increase. CONTROLLED TRANSACTIONS involving an uncertain tax position are reassessed and updated as new information becomes available.

Application of vas 17 to price transfer

The application of VAS requires significant expertise, perhaps in no more area than transfer pricing positions. While assessing a company's transfer pricing position depends on the facts and circumstances of that company, a few general insights can shed light on the process companies can go through to determine controlled transactions involving transfer pricing.

During the recognition period, any intercompany transaction that could result in an adjustment of income by the IRS or a foreign tax authority is considered an uncertain tax situation.

If that position will be maintained during the audit, or benefits are expected to be maintained as a result of the audit, a number of factors may be considered. First, does an advance pricing agreement (APA) include the transaction in question? Apas have negotiated agreements between taxpayers and tax authorities regarding the transfer of prices for specific intercompany transactions in the future. Provided that the taxpayer has not breached any part of the agreement by implementing a transfer pricing policy other than that set forth in the agreement, the tax authority will consider a transaction to be covered by the agreement. The APA is negotiated pricing. In this case, the full tax benefit from this position can be recognised.

In the absence of an APA, companies must assess the strength of their position based on the extent to which literature and economic analysis support the position; the extent to which actual transfer pricing policy matches the literature and economic analysis supporting the position; any history of handling tax views by both domestic and foreign tax authorities; and the extent to which one party to the transaction realizes the loss (usually a warning sign that can increase the chances of a transfer pricing audit).

To the extent that CONTROLLED transactions represent probable future taxable amounts, transfer pricing can indirectly affect the ability of companies to benefit from deferred tax assets. Future taxable amounts due to the ability to adjust earnings associated with transfer pricing positions may allow a company to reduce valuation provisions on deferred tax assets.

In an academic study of GAAP financial statements prepared by multinational corporations, Susan Borkowski and Mary Anne Gaffney found a significant increase in both the quantity and quality of associated footnote disclosures. Regarding transfer pricing by Vas 17. The average size of a transfer pricing note studied by US corporations has increased from 108.8 in 2006 to 140.5, 163.8, and 156.5 last year. In 2007, 2008 and 2009. The authors also find that firms that disclose more information regarding tax authorities are now in dispute over transfer pricing locations and the number of years under audit, allows users of financial statements to better define the extent and nature of audit risk faced by a multinational company.

Potential impacts

Regardless of how small or active a company is, transfer pricing can have a significant impact on a company's financial statements. Therefore, all stakeholders should be aware of the possible transfer pricing impacts on the customer base.

References:

Circular 132/2020/NĐ-CP issued by Vietnamese Gorverment.

"Transfer pricing and its effect on financial reporting and taxation" - Mendel University in Brno Faculty of Business and Economics

Courses of the Academy of Finance:

- Financial management of multinational companies

- Tax

- Customs

Phát triển kinh tế ban đêm tại Việt Nam hiện nay

Nguyễn Thị Hạnh - CQ58/11.08

Kinh tế ban đêm không phải là mô hình hoàn toàn mới, mà đã trải qua nhiều thập kỷ hình thành và phát triển ở nhiều quốc gia, thành phố trên thế giới. Sự hình thành và phát triển ấy được minh chứng qua những số liệu cụ thể: tại Vương quốc Anh, trung bình doanh thu hàng năm từ kinh tế ban đêm đạt 66 tỷ Bảng và tạo ra hơn 1,3 triệu việc làm; hay tại Australia, quy mô doanh thu từ kinh tế ban đêm ở các khu đô thị lớn đạt tới 136 tỷ đôla Australia trong năm 2018, tương đương 5% quy mô kinh tế nước này và tạo việc làm cho 1,1 triệu người. Dù vậy, chỉ đến khi Trung Quốc - nền kinh tế đang phát triển lớn nhất - chủ trương nghiên cứu định hướng phát triển kinh tế ban đêm, mô hình này mới nhận được sự quan tâm từ các nước châu Á khác.

Khái quát chung về kinh tế ban đêm

Khái niệm "Kinh tế ban đêm" (Night-time economy) hiện có khá nhiều định nghĩa, nhưng phổ biến nhất khái niệm được hiểu đó là tất cả những hoạt động dịch vụ diễn ra sau 17h tối hôm trước cho đến 6h sáng hôm sau, bao gồm: Mua sắm tại các chợ đêm, cửa hàng tiện lợi 24/24, ẩm thực, nghệ thuật, âm nhạc, các chương trình giải trí, lễ hội, sự kiện, cho tới các điểm du lịch chỉ mở cửa vào ban đêm. Theo đánh giá của các chuyên gia, các hoạt động dịch vụ, kinh tế ban đêm đem lại nhiều lợi ích cho cả du khách và người dân địa phương. Cụ thể, cùng với các hoạt động dịch vụ ban ngày, du khách có không gian để vui chơi, giao lưu văn hóa, thưởng thức ẩm thực, mua sắm quà lưu niệm, tham gia các trò chơi dân gian.

Hiện tại, nhiều quốc gia trên thế giới đã và đang đẩy mạnh phát triển hình thức kinh tế này. Đặc biệt là đối với những nước có thế mạnh về du lịch cũng chủ động mở cửa ngành dịch vụ về đêm để tối đa hóa nguồn thu. Tại Việt Nam, khái niệm này cũng bắt đầu được chú ý trong thời gian gần đây. Ngày 27/7/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ký ban hành Quyết định số 1129/QĐ-TTg phê duyệt "Đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam" với mục tiêu khai thác tiềm năng phát triển kinh tế ban đêm, tận dụng tối đa cơ hội phát triển kinh tế mới, nâng cao thu nhập và đời sống của người dân, đồng thời hạn chế những rủi ro, tác động tiêu cực đối với công tác bảo đảm an ninh chính trị và trật tự an toàn xã hội.

Thực trạng phát triển kinh tế ban đêm tại Việt Nam

Có thể thấy rõ, kinh tế ban đêm sẽ góp phần phát triển nền kinh tế, tạo công ăn việc làm, thu nhập cho người lao động và tận dụng tối đa các tài nguyên, nguồn lực tại chỗ để thu hút khách du lịch, tạo động lực mới cho sự phát triển xã hội. Tuy nhiên, đi kèm với những mặt sáng, triển vọng, kinh tế ban đêm vẫn luôn tồn tại những bất cập, khó khăn trong công tác quản lý, điều hành, đặc biệt là nguy cơ gia tăng các tệ nạn xã hội như mại dâm, ma túy, cờ bạc và các loại tội phạm khác.

Hiện nay, tại Việt Nam, các loại hình kinh tế ban đêm phổ biến trên thực tế đã được triển khai ở một số thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng thể hiện ở mô hình các khu chợ đêm, phố ăn đêm, các chuỗi cửa hàng tiện lợi 24/24, các tuyến phố đi bộ

hoặc tuyến phố đặc trưng giải trí như Tạ Hiện (Hà Nội) hoặc Bùi Viện (Thành phố Hồ Chí Minh) và Bà Nà Hills (Đà Nẵng). Ngoài đóng góp lớn về mặt kinh tế, kinh tế ban đêm có thể tạo ra những bước chuyển lớn cho các ngành dịch vụ, du lịch trong nước, tạo động lực mới cho phục hồi kinh tế, đặc biệt sau những thoái trào do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19.

Bên cạnh những kết quả đạt được như đóng góp đáng kể nguồn thu vào ngân sách nhà nước và phát triển kinh tế các địa phương; một số hoạt động kinh tế ban đêm trở thành nét văn hóa đặc trưng, quen thuộc của một bộ phận người dân địa phương và là địa điểm không thể bỏ qua của khách du lịch thì các địa phương có hoạt động kinh tế ban đêm cũng gặp phải những khó khăn, vướng mắc sau:

- Từ thời điểm ban hành Quyết định số 1129/QĐ-TTg , tình hình diễn biến dịch bệnh Covid-19 phức tạp, việc nhiều lần phải hạn chế tập trung đông người và giãn cách xã hội trong cả nước cũng như tại một số địa phương, làm ảnh hưởng trực tiếp đến các hoạt động chính của kinh tế ban đêm như: giải trí ban đêm (hoạt động văn hóa - nghệ thuật, nhà hát, âm nhạc, giải trí, lễ hội, sự kiện), du lịch ban đêm, ẩm thực ban đêm (nhà hàng, quán bar,..) và các hoạt động mua sắm (các chợ đêm, khu mua sắm, thương mại).

- Sản phẩm, dịch vụ ban đêm tại hầu hết địa phương vẫn còn chưa thực sự đa dạng, chủ yếu là ăn uống, các hoạt động văn hoá nghệ thuật còn chưa nhiều; các chợ đêm hay các khu phố đêm của một số địa phương chưa thực sự ấn tượng, nhiều dịch vụ văn hóa nghệ thuật, giải trí chưa tạo được nhiều cơ hội để khách trải nghiệm vào các hoạt động cũng như chưa tạo điều kiện để du khách có thể trở thành một trong những chủ thể đóng góp và tạo ra sự phong phú, hấp dẫn cho dịch vụ, dịch vụ lưu trú, các dịch vụ ban đêm hầu hết có quy mô trung bình và nhỏ.

- Về quy hoạch không gian: hầu hết các địa phương báo cáo đều chưa có khu vực được quy hoạch riêng biệt dành cho phát triển kinh tế ban đêm, một số dịch vụ còn xen lẫn với khu dân cư, sử dụng không gian công cộng, gây ảnh hưởng đến sinh hoạt của người dân.

- Về cơ sở hạ tầng, giao thông: Một số địa phương chưa được đầu tư đồng bộ, hệ thống giao thông đến các khu, điểm du lịch xuống cấp; một số công trình giao thông tiến độ triển khai chậm; công tác phối hợp để tháo gỡ khó khăn, vướng mắc chưa kịp thời. Còn thiếu các bãi đỗ xe quy mô lớn, nhà vệ sinh công cộng đạt chuẩn, các điểm dừng chân, ngắm cảnh, bãi đỗ xe tại các khu, điểm du lịch chưa được đầu tư kịp thời. Hạ tầng cơ sở điện, nước tại các khu du lịch lớn chưa đảm bảo, còn xảy ra tình trạng thiếu nước, điện cục bộ trong các dịp cao điểm.

- Về nhận thức: Hoạt động kinh tế ban đêm là một lĩnh vực mới tại Việt Nam. Nhận thức và tư duy về phát triển kinh tế ban đêm của một bộ phận cán bộ và người dân còn chưa đồng bộ. Người dân một số địa phương chưa quen các sinh hoạt về đêm nên khó vận động được cộng đồng dân cư cùng chung tay phát triển kinh tế ban đêm; ý thức tự giác, văn minh đô thị của một bộ phận người dân chưa cao. Bên cạnh đó, tư duy văn hóa và cách quản lý truyền thống với lo ngại về những vấn đề tiêu cực phát sinh từ hoạt động kinh tế ban đêm dẫn đến những rào cản, quy định hạn chế sự phát triển các loại hình kinh doanh ban đêm.

- Chưa có chính sách hỗ trợ phát triển du lịch đêm nên cũng chưa tạo được hiệu ứng cao trong phát triển du lịch đêm theo hướng ổn định lâu dài.

Giải pháp thúc đẩy phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam thời gian tới

Để "thắp sáng" kinh tế ban đêm, cần có cơ chế, chính sách khác biệt, phù hợp với kinh tế ban đêm chứ không phải chỉ là những luật lệ có sẵn liên quan đến các vấn đề đất đai, nhân lực, công nghệ… từ đó đưa ra phương hướng phòng ngừa, quản lý đồng bộ, toàn diện cụ thể:

Một là, thay đổi tư duy, tạo cơ chế đột phá: Thực tế cho thấy, chúng ta đang tập trung phát triển các sản phẩm du lịch trong khoảng thời gian từ 7h sáng đến 17h chiều, nhưng những sản phẩm này chỉ mang lại khoảng 30% doanh thu dịch vụ. Trong khi đó, các sản phẩm dịch vụ thu được nhiều tiền nhất là từ 18h tối đến 3h sáng, mang lại doanh thu khoảng 70% chúng ta lại chưa phát triển. Có thể thấy rằng, nếu không có sản phẩm ban đêm thì không có cách gì giữ chân được khách du lịch khi họ đến Việt Nam, không tạo thêm nguồn thu cho người dân địa phương, cũng như đóng góp ngân sách cho Nhà nước.

Hai là, cần tháo gỡ chính sách đối với các dịch vụ về đêm: Việc khai thác kinh tế ban đêm đối với ngành Du lịch rất cần thiết. Làm sao khai thác được kinh tế về đêm là mong muốn của ngành Du lịch Việt Nam đã từ lâu.

Thủ tướng Chính phủ đã đề nghị các Bộ, ngành địa phương học tập kinh nghiệm một số quốc gia trong việc phát triển kinh tế ban đêm, nhưng điều quan trọng vẫn phải là chính sách của nước ta về vấn đề này cần được thay đổi. Theo đó, ngành Du lịch và các địa phương trọng điểm du lịch cần có đề án chuyên đề về vấn đề này. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng cần tháo gỡ những chính sách bất cập làm hạn chế phát triển du lịch về đêm như quy định về giờ giấc kinh doanh.

Ba là, nên làm tốt khâu kiểm soát, hỗ trợ thay vì cấm đoán do khó quản lý. Ban ngày người dân đi làm việc, buổi tối là thời gian mọi người có nhu cầu tiêu dùng rất cao, không chỉ có du khách mà cả những người dân bình thường, đặc biệt là người dân sinh sống trong các đô thị. Cho nên, thúc đẩy các hoạt động vui chơi giải trí, mua sắm và sử dụng các dịch vụ khác vào ban đêm rõ ràng sẽ kích thích được nhu cầu tiêu dùng. Việc kích thích tiêu dùng ban đêm sẽ thu hút nhiều nhà đầu tư vào cơ sở dịch vụ vui chơi giải trí, mua sắm. Từ đó tăng nguồn lực cho du lịch, các công ty du lịch sẽ có nhiều phương án kéo dài thời gian lưu trú cho du khách, các tour dài ngày hơn. Và điều quan trọng là ngành Du lịch của Việt Nam kéo du khách nước ngoài quay lại.

Tuy nhiên, cũng cần phải có khung pháp lý đầy đủ về phát triển kinh tế ban đêm cho nước ta. Theo đó, khi phát triển hoạt động dịch vụ gì, thời gian, khu vực, người tham gia các lĩnh vực đó… phải đáp ứng tiêu chuẩn về tiếng ồn, ánh sáng, xa khu dân cư, bệnh viện, trường học, đồng thời tăng công tác quản lý nhà nước để tránh những biến tấu, tệ nạn phát sinh.

Bốn là, có chiến dịch tuyên truyền rộng khắp tới quần chúng nhân dân, nâng cao nhận thức pháp luật và ý thức chấp hành pháp luật khi tham gia các hoạt động thúc đẩy kinh tế ban đêm. Ngoài ra, thường xuyên tuyên truyền, cảnh báo nguy cơ tội phạm tới người dân và du khách để có được kiến thức, kỹ năng khi tham gia các hoạt động vui chơi, giải trí, du lịch, mua sắm ban đêm cũng như cách thức ứng phó trong các tình huống bất ngờ.

Phát triển kinh tế ban đêm là tất yếu, phù hợp với xu hướng quốc tế, đồng thời mang lại cơ hội và động lực mới cho nền kinh tế đất nước. Tuy nhiên, để hiện thực hóa được việc phát triển kinh tế ban đêm, Việt Nam sẽ phải trải qua một chặng đường "đầy chông gai" với những thách thức phía trước.

Tài liệu tham khảo:

Thủ tướng Chính phủ (2020). Quyết định số 1129/QĐ-TTg, ngày 27/7/2020 phê duyệt Đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam.

https://tapchitaichinh.vn/thuc-trang-phat-trien-kinh-te-ban-dem-o-viet-nam.html

https://dangkykinhdoanh.gov.vn/vn/tin-tuc/599/5859/thuc-trang-phat-trien-kinh-te-ban-dem-va-de-xuat-mot-so-giai-phap-nham-phat-trien-loai-hinh-kinh-te-ban-dem-o-nuoc-ta.aspx

https://nhadautu.vn/suc-hut-phat-trien-kinh-te-ban-dem--bai-cuoi-viet-nam-lam-gi-de-phat-trien-kinh-te-ban-dem-d41415.html

Remote working - the inevitable working trend of businesses

Lại Thúy Vân - CQ57/22.01

If the previous generation was used to the traditional "9-to-5 culture" working style, today's young people tend to emphasize comfort through remote work. Moreover, the influence of the Covid-19 pandemic has also made this way of working more popular than ever. Even in the "new normal," workers who have returned to the rhythm of life also have concerns about further outbreaks. Along with the benefits they realize from working from home, workers gradually see this trend as inevitable. Most business managers believe that working remotely is a creative and flexible working solution not only during the Covid period but also quite convenient in the present time.

Remote working: An inevitable trend, not a "fad"

Remote working is a form of work that allows employees to work outside of traditional office space. This may be based on the nature of the job that does not require an office visit or the impact of external circumstances. In the current context, remote work can be understood as a way in which leaders, managers, and employees interact and solve tasks without directly contacting each other. All information transmission channels are through Internet-connected devices, and work can be done as smoothly and efficiently as working directly in the office. Employees regularly update the system on the status of assigned tasks so that the leader and colleagues can understand; at the same time, managers have many tools to control and ensure work efficiency.

After a long period of complete social distancing and a drastic shift to a work-from-home model, many businesses in Vietnam believe that remote working is not just a temporary fad. In PwC Vietnam's Digital Readiness Report released in March 2021 by PwC Vietnam, 82% of survey respondents believe that working remotely will become more and more popular, especially after the COVID-19 pandemic. It can be seen that remote working is the inevitable trend of the future. A follow-up survey conducted by PwC Vietnam in August 2021 said: 19% of survey respondents want to work remotely even when the COVID-19 pandemic is no longer a concern; 22% said they would prefer to be primarily in-office (remote work 1 day or less per week) and up to 33% of survey respondents expect a hybrid work model full-time at the office with a workforce that can both work at the office and can work remotely in combination with a completely remote working force. That actual survey also shows that 80% of enterprises believe that adopting this form of work is the new norm of the labor market.

Positive impact of remote working model on businesses

First*, the remote working model with flexibility promotes businesses to attract talent*. For the younger generation of employees, workplace flexibility is one of many factors they consider when looking for a new job. Giving candidates the flexibility to work space and time

can help employers attract young, highly skilled employees who may not be interested in a formal role or position in the workforce. Besides, by allowing employees to work remotely, businesses can recruit many employees in different geographical locations. This can be especially helpful if the company is experiencing a shortage of good people. Businesses can fully network and collaborate with the best individuals wherever they are.

***Second**, telecommuting saves employees time and travel costs*. Reducing the stressful time of moving to the company is a massive benefit for the candidate and can also give your business certain advantages. These employees will not have to sit on the bus for an hour and a half or drive for 30 minutes on busy and dusty roads… When working remotely, employees will feel motivated to work and rarely leave work because of boredom or "low mood." Working remotely or from home also helps reduce employee travel costs, which means they can spend more money on necessities. The result is a happier, healthier, and more motivated workforce.

***Third**, this model helps to improve employee engagement with the business*. In fact, employee commitment is among the most pressing issues facing small and medium-sized enterprises. While long meetings or traditional activities in the workplace can help large businesses retain employees, the flexibility, youthful and vibrant spirit of small businesses can bring benefit, comfort, and freedom for employees - what they often crave. Working from home can make it easier for employees to balance work-life. Both of these factors play an essential role in employee retention.

***Fourth**, employees are more proactive and active with the remote working model, which improves work productivity*. By allowing employees to work remotely, businesses help their employees train their ability to organize and operate work in a way that suits them best. Some people prefer to work in a neat room with a quiet space. But some people can do a better job curled up on the sofa or even working late at night. According to a survey by Flexjobs, 90% of employees say that allowing for more flexible work arrangements and schedules increases their morale.

***Fifth**, businesses that adopt a remote working model can reduce fixed costs*. By allowing employees to work remotely, businesses can reduce fixed costs. Specifically, here is office rent, one of the highest fixed costs that every business has to pay. It is unnecessary to telework employees entirely, but by allowing employees to work remotely 2 days a week and implementing a policy of alternating work, businesses can reduce the amount of office space they need to rent.

***Sixth**, working remotely helps businesses make better use of technology applications*. Remote working would not be possible without the elements of technology, especially as we enter the 4.0 technology revolution. Technology is the driving force behind the shift. Along with Wi-Fi, smartphones, messaging systems, and project management software, technology allows employees and managers to communicate and work instantly.

Solutions to improve the efficiency of remote working model and promote business operations

Besides the positive effects, the remote working model has many negative impacts on business operations. So what is the real solution to improving the efficiency of this model?

***Firstly**, changing business leaders' and managers' behavior and management style is necessary*. For example, instead of overseeing every stage of the workflow like before, businesses can start to focus more on results and trust their employees to do the work. To achieve the best performance, it is essential to create conditions and train employees to help them have the ability and means to work effectively.

***Secondly**, enterprises should apply appropriate performance management methods such as management by goals and based on measurable metrics, establish teleworking policies and procedures to maintain the sustainability model, or take advantage of various communication and interaction support channels to ensure the flow of information.* Many businesses implementing remote or hybrid working models are adopting performance management methods based on work results or goals such as OKRs and have seen positive results. By setting specific goals, tasks to be done, and deadlines for completion, employees will clearly understand the work to be done and easily track and evaluate performance. Obstacles in the working process can be promptly removed and improved quickly.

***Thirdly**, providing effective working support tools for employees is essential*. Businesses need to research and test the right tools that meet the needs of remote working employees. Work data and management tools should be synchronized so that all team members know the whole team's work progress. Besides, software that helps reduce manual tasks and increase work efficiency is what remote workers need.

***Fourthly**, employee engagement programs are essential for businesses to build*. Enterprises need to arrange check-in and training time proactively, develop effective remote teamwork methods, and at the same time discuss with team members about issues outside of work; and share with each other about daily life. One of the limitations of remote work is that it reduces person-to-person interaction, losing opportunities for connection and communication that employees often have in a traditional working environment. Enterprises need to apply relationship-building activities to remote management, building employee trust. It should be noted that activities to increase cohesion and interaction between employees in the company also need to be organized reasonably and subtly to avoid causing difficulties or inconveniences for people working at home.

Conclusion: In short, it can be seen that as technology develops more and more, the more complete the remote working model will be, and this form will exist in parallel with the old form. The flexibility to combine and switch between centralized and remote working will become a "new normal." By applying this model, enterprises will have a definite competitive advantage in today's competitive and increasingly fiercely competitive labor recruitment market.

References:

What is hybrid work and why do employees want it?; January 30, 2023 (https://envoy.com/blog/what-is-a-hybrid-work-model/)
Hybrid work: definition, tips and strategies; November 22, 2022 (https://www.qualtrics.com/experience-management/employee/ hybrid-work/)
Remote work will continue to be the trend of 2023; 03/01/2023 (https://laodong.vn/kinh-doanh/lam-viec-tu-xa-se-tiep-tuc-la-xu-huong-cua-nam-2023-1134077.ldo)

Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam

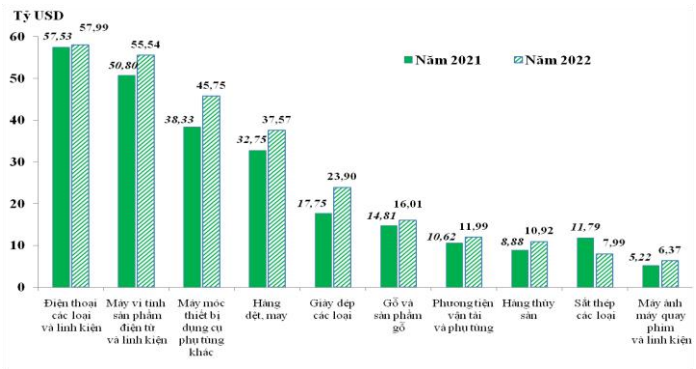
Nguyễn Ngọc Anh - CQ59/05.04

Trong những năm vừa qua, hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã đạt được những thành tựu nhất định. Ngay cả trong bối cảnh kinh tế và chính trị thế giới bị ảnh hưởng nặng nề từ dịch bệnh Covid-19, Việt Nam vẫn duy trì được mức xuất siêu và mức tăng trưởng dương về xuất khẩu. Tuy nhiên, xuất khẩu Việt Nam cũng phải đối mặt với rất nhiều khó khăn và thách thức lớn bởi sự đứt chuỗi cung ứng toàn cầu do dịch bệnh, sự sụt giảm mạnh mẽ về hàng hoá, dịch vụ do các thị trường xuất khẩu bị khủng hoảng kinh tế, sự cạnh tranh từ các quốc gia xuất khẩu khác và những hạn chế nội tại trong sản xuất của hàng hoá xuất khẩu. Do đó, trong thời gian tới, chúng ta cần nhìn thẳng vào những mặt hạn chế, cũng như cơ hội, thách thức để đưa ra giải pháp khắc phục nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá mạnh mẽ và bền vững hơn.

Thực trạng xuất khẩu của Việt Nam

Thứ nhất, kim ngạch xuất khẩu ngày càng tăng và đa dạng về mặt hàng. Số lượng mặt hàng xuất khẩu cũng ngày càng đa dạng và phong phú, đặc biệt đã phát triển thêm một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực và tạo vị thế cao trong xuất khẩu các mặt hàng này. Theo nguồn của Tổng cục Thống kê, trong năm 2022, tổng trị giá xuất khẩu của Việt Nam đạt 371,3 tỷ USD, tăng 10,5%, tương ứng tăng tới 35,14 tỷ USD so với năm trước… Năm 2022, có một số nhóm ngành hàng xuất khẩu chính như máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác tăng 7,43 tỷ USD, giày dép các loại tăng 6,15 tỷ USD, hàng dệt may tăng 4,82 tỷ USD, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện tăng 4,74 tỷ USD so với năm 2021;… Kết quả trên rất quan trọng đưa xuất khẩu tiếp tục là trụ cột của tăng trưởng kinh tế.

Biểu đồ 1: 10 nhóm hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam năm 2022 so với năm 2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Thứ hai, thị trường xuất khẩu ngày càng được mở rộng. Tính đến nay, hàng hoá Việt Nam đã có mặt tại hơn 230 quốc gia và vùng lãnh thổ. Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, năm 2022 trị giá xuất, nhập khẩu giữa Việt Nam với các châu lục khác lần lượt là: châu Mỹ:

153,73 tỷ USD, tăng 10,5%; châu Âu: 75,45 tỷ USD, tăng 2,8%; châu Đại Dương: 17,62 tỷ USD, tăng 24,3% và châu Phi: 8,1 tỷ USD, giảm 3,9% so với năm 2021. Có được kết quả trên trước hết là do kết quả của quá trình đẩy mạnh hội nhập quốc tế. Thông qua việc ký kết các hiệp định thương mại, thông qua các đại diện của Nhà nước Việt Nam ở nước ngoài, Nhà nước có chính sách giúp đỡ các doanh nghiệp tìm kiếm mở rộng thị trường. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng rất chủ động tìm kiếm thị trường, tìm kiếm khách hàng để đẩy mạnh xuất khẩu.

Thứ ba, về cơ cấu hàng xuất khẩu đã có sự chuyển dịch tích cực, chuyển dịch từ các mặt hàng nguyên liệu thô hoặc sơ chế sang các mặt hàng có hàm lượng chế biến. Tỷ trọng hàng nhiên liệu và khoáng sản có xu hướng ngày càng giảm, trong khi đó tỷ trọng nhóm hàng công nghiệp chế biến tăng lên. Năm 2022 nhóm hàng công nghiệp chế biến chiếm tỷ trọng chủ yếu trong cơ cấu xuất khẩu, chiếm hơn 86% tổng kim ngạch xuất khẩu. Việc gia tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp, tạo điều kiện cho hàng hóa Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu.

Thứ tư, sở dĩ hoạt động xuất khẩu của Việt Nam thời gian qua có sự chuyển biến tích cực cả về quy mô, về cơ cấu là do Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách khuyến khích xuất khẩu như giải pháp về thuế, về tài chính, đổi mới cơ chế điều hành hoạt động xuất khẩu theo hướng tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu. Số lượng các mặt hàng thuộc diện cấp giấy phép xuất khẩu đã giảm đáng kể, thủ tục cấp phép đơn giản hơn. Thủ tục hải quan đã có nhiều cải tiến nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp khi thực hiện thủ tục liên quan đến hoạt động xuất khẩu. Hơn nữa về phía các doanh nghiệp cũng rất chủ động trong việc tham gia thị trường quốc tế, tìm kiếm bạn hàng nước ngoài để ký kết hợp đồng xuất khẩu.

Một số hạn chế và thách thức đối với xuất khẩu của Việt Nam

Như vậy, Việt Nam đã rất nỗ lực để phục hồi kinh tế, khôi phục sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu trong thời gian qua, tuy nhiên vẫn còn rất nhiều hạn chế và thách thức đối với xuất khẩu, cụ thể:

Thứ nhất, hạn chế về nguồn nhân lực. Lực lượng lao động được đào tạo chuyên ngành xuất khẩu chưa nhiều và chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển. Mỗi năm, Việt Nam thiếu khoảng 3.000 nhân lực trong ngành xuất khẩu. Điều này đã cho thấy hạn chế trong năng lực trong quản lý và phát triển chuỗi cung ứng.

Thứ hai, quy mô xuất khẩu hàng hóa còn nhỏ, tăng trưởng xuất khẩu hiện tại đạt tốc độ cao nhưng chưa thật sự bền vững trong trung và dài hạn, tiềm ẩn nhiều rủi ro có thể ảnh hưởng đến tăng trưởng xuất khẩu ổn định. Phát triển nguồn hàng xuất khẩu chưa bền vững, thiếu tính liên kết và dễ bị tác động tiêu cực khi thị trường nước ngoài có biến động. Sản xuất hàng hóa quy mô lớn dựa trên công nghệ hiện đại còn ít. Đa số các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm xuất khẩu quy mô nhỏ, thiếu thông tin về thị trường xuất khẩu. Rất ít doanh nghiệp Việt Nam tham gia được vào mạng sản xuất, mạng phân phối và chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ ba, mặc dù đã có nhiều chính sách giúp khuyến khích xuất khẩu nhưng nhìn chung vẫn chưa đồng bộ, có nhiều điểm chưa đồng bộ. Chính sách thuế chủ yếu mới tập trung vào khâu xuất khẩu mà chưa chú trọng đến các khâu đầu vào, nên chi phí, giá thành của sản phẩm xuất khẩu chưa được cắt giảm nên khả năng cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu chưa được cải thiện nhiều.

Thứ tư, nhiều ngành hàng chủ lực xuất khẩu của Việt Nam như dệt may, da giày,… chủ yếu ở dạng gia công. Các mặt hàng chủ lực phụ thuộc rất lớn vào nguồn cung cấp nguyên phụ liệu và đơn đặt hàng gia công đến từ nước ngoài. Đa phần hàng hoá được sản xuất với quy mô nhỏ lẻ, chất lượng chưa đồng đều, bất cập về vấn đề chất lượng và giá cả.

Thứ năm, thủ tục hải quan thời gian qua tuy có được cải tiến nhưng nhìn chung vẫn còn rườm rà, nhiều quy định thủ tục còn chồng chéo nhau, gây phiền hà, tốn công sức, tiền bạc và thời gian của doanh nghiệp, thủ tục phức tạp là mảnh đất tốt cho hoạt động tham nhũng, cho các hoạt động phạm pháp. Bên cạnh đó, khâu vận chuyển hàng hoá xuất khẩu quốc tế của Việt Nam vẫn còn hạn chế. Việt Nam không có nhiều kinh nghiệm đối với quyền vận tải, đàm phán thuê tàu, bảo hiểm hàng hoá… Ngoài ra cơ sở hạ tầng kho vận chưa tốt, chi phí logistics vẫn còn cao cũng là nhân tố gây ảnh hưởng bất lợi tới hoạt động xuất khẩu.

Một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu của Việt Nam

Một là, nhà nước cần rà soát lại hệ thống văn bản pháp luật và cơ chế, chính sách hiện hành để làm rõ những nội dung không phù hợp với quy định quốc tế và cam kết trong các FTA, từ đó, sửa đổi, bổ sung, ban hành mới các văn bản pháp quy cho phù hợp. Tạo dựng môi trường kinh doanh thuận lợi, thông thoáng và minh bạch để tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho hoạt động xuất khẩu.

Hai là, đổi mới, đa dạng hóa các phương thức xúc tiến thương mại phục vụ xuất khẩu thông qua việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số. Thông qua các Hiệp định chính phủ, thông qua các đại diện ngoại giao ở nước ngoài Nhà nước thực hiện các biện pháp xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin, hỗ trợ hoạt động xuất khẩu, giúp đỡ các doanh nghiệp thâm nhập và mở rộng thị trường quốc tế.

Ba là, thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa chế biến sâu, có hàm lượng công nghệ cao và khuyến khích nhập khẩu công nghệ nguồn, máy móc, công nghệ hiện đại.

Bốn là, tiếp tục giảm bớt các thủ tục hành chính, loại bỏ những thủ tục hành chính không phù hợp. Cần hoàn thiện thủ tục, hệ thống kiểm tra hải quan theo hướng đơn giản hoá thủ tục hành chính và giấy tờ nhưng vẫn đảm bảo hiệu quả, góp phần ngăn chặn được tình trạng buôn lậu, gian lận thương mại.

Năm là, huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực cho phát triển xuất khẩu, nâng cấp cơ sở hạ tầng kho vận, giảm chi phí logistics. Trong các nguồn lực cho phát triển xuất khẩu, cần quan tâm đến chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế nói chung và hoạt động xuất khẩu nói riêng. Xây dựng, hoàn thiện các bộ chuẩn đầu ra trình độ trung cấp, cao đẳng cho nhân lực các ngành, nghề sản xuất hàng xuất khẩu theo hướng tiếp cận tiêu chuẩn các nước phát triển trên thế giới. Tăng cường gắn kết giữa cơ sở giáo dục nghề nghiệp và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu từ khâu xây dựng chương trình, tổ chức đào tạo, đánh giá và tạo việc làm.

Sáu là, các doanh nghiệp cần tìm hiểu và nghiên cứu kỹ thị trường xuất khẩu nhằm đảm bảo hoạt động xuất khẩu thông suốt, hạn chế rủi ro dẫn đến kết quả không tốt trong hoạt động xuất khẩu, nâng cao lợi nhuận sản xuất kinh doanh. Các doanh nghiệp cần chú trọng tăng cường chất lượng và giá trị hàng hóa dịch vụ xuất khẩu, nâng cao uy tín xuất khẩu của doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

GS, TS, NGND. Hoàng Đức Thân và các cộng sự (2022), Một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đến năm 2030, Tạp chí Cộng sản, https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/825344/mot-so-giai-phap-thuc-day-xuat-khau-hang-hoa-cua-viet-nam-den-nam-2030.aspx#, 09/05/2022.

Đỗ Thị Bích Thủy, Hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam có sự tăng trưởng ngoạn mục, trở thành điểm sáng của nền kinh tế, Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công thương, https://vioit.org.vn/vn/chien-luoc-chinh-sach/hoat-dong-xuat-nhap-khau-cua-viet-nam-co-su-tang-truong-ngoan-muc--tro-thanh-diem-sang-cua-nen-kinh-te-4543.4050.html.

Huyền Vy (2023), Xuất khẩu các nhóm hàng chủ lực sụt giảm mạnh, Tạp chí Kinh tế Việt Nam, https://vneconomy.vn/xuat-khau-cac-nhom-hang-chu-luc-sut-giam-manh.htm, 10/04/2023.

Nỗ lực phục hồi, xuất, nhập khẩu năm 2022 lập kỷ lục mới, Trang Thông tin điện tử Tổng cục Thống kê, https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2023/01/no-luc-phuc-hoi-xuat-nhap-khau-nam-2022-lap-ky-luc-moi/.

Thực hiện nhiều giải pháp để thúc đẩy xuất khẩu, Báo Điện tử VTV, https://vtv.vn/kinh-te/thuc-hien-nhieu-giai-phap-de-thuc-day-xuat-khau-20230307205441934.htm, 07/03/2023.

Hệ sinh thái logistics xanh: Định hướng phát triển chuỗi cung ứng bền vững

Lê Thị Minh Thi - CQ59/06.07CLC

Logistics được đánh giá là ngành dịch vụ trọng điểm ví như những "động mạch chủ" của nền kinh tế quốc dân, có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc kết nối, hỗ trợ và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Tuy nhiên nó cũng là một trong những ngành dịch vụ hậu cần tiêu thụ năng lượng và phát sinh khí thải lớn nhất hiện nay. Cùng với "báo động đỏ" về biến đổi khí hậu toàn cầu đang ngày càng trở thành mối quan ngại hàng đầu, xu hướng phát triển hệ sinh thái Logistics xanh hướng tới mục tiêu giảm con số phát thải của ngành về không trở thành nhiệm vụ và trách nhiệm của không chỉ mỗi một doanh nghiệp Logistics mà còn là trách nhiệm mang tính quốc gia. Rõ ràng, đây là một trong những nhiệm vụ khó khăn và cần sự đầu tư lớn về vốn, không những vậy nó đòi hỏi sự vào cuộc mạnh mẽ và cái bắt tay chặt chẽ giữa các chủ thể tham gia hoạt động trong ngành Logistics và các lĩnh vực có liên quan. Tại *Diễn đàn Logistics Việt Nam 2022*, các Hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp của Việt Nam đã nêu rõ phương hướng sắp tới là tập trung quán triệt quan điểm liên kết cùng phát triển, chung tay kiến tạo hệ sinh thái Logistics xanh, chuỗi cung ứng bền vững trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và lưu thông phân phối. Đặc biệt nhấn mạnh tính chủ động nguồn nguyên vật liệu, giảm phụ thuộc nhập khẩu và chú trọng nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm, hàng hóa xuất khẩu, tránh xuất khẩu các sản phẩm, hàng hóa sơ chế, có khối lượng lớn nhưng giá trị thấp gây ảnh hưởng đến chi phí vận tải, dịch vụ Logistics. Tuy nhiên, nhìn nhận khách quan, không thể phủ nhận quá trình kiến tạo hệ sinh thái Logistics xanh định hướng phát triển chuỗi cung ứng bền vững tại Việt Nam vẫn còn một số tồn tại nhất định về cả nhận thức và hành động. Đây là vấn đề không mới, nhưng có ý nghĩa then chốt, quan trọng và cấp thiết trong công cuộc nâng cao năng lực cạnh tranh kinh tế quốc gia nói chung và ngành hậu cần xanh nói riêng. Bài nghiên cứu hướng đến mục tiêu về tổng hợp tình hình thực tế tại Việt Nam, phân tích cơ hội và thách thức trong quá trình xây dựng môi trường Logistics đổi mới; đề xuất sáng kiến với các Bộ, Ban, Ngành và giải pháp cụ thể, khả thi nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trên hành trình "nhìn lại và bước tiếp" trong công cuộc này.

Xuất hiện lần đầu tiên từ những năm 1980, thuật ngữ Logistics xanh được xác định là hoạt động Logistics hướng đến các mục tiêu phát triển bền vững đáp ứng được tiêu chí thân thiện và bảo vệ môi trường, giảm thiểu tối đa các tác động tiêu cực đến môi trường. Trong những năm gần đây, cụm từ "chuỗi cung ứng xanh" được nhắc đến ngày càng nhiều. Liên quan đến nó, nhiều thuật ngữ thường xuyên được sử dụng như "chuỗi cung ứng bền vững", "chuỗi cung ứng xanh bền vững", "chuỗi cung ứng môi trường", "chuỗi cung ứng sinh thái". Thêm vào đó, kiến tạo hệ sinh thái Logistics xanh chính là nỗ lực thực hiện song song giữa xây dựng quy trình bao gồm tất cả các hoạt động chuyển tiếp và ngược lại của sản phẩm, hàng hóa, thông tin và dịch vụ hậu cần giữa các điểm và ngăn ngừa ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường.

Thực trạng phát triển Logistics xanh tại Việt Nam hiện nay

Trong những năm vừa qua, toàn ngành dịch vụ Logistics tại Việt Nam có những bước phát triển mạnh mẽ. Theo đó, các cụm từ "chuỗi cung ứng xanh" được nhắc đến ngày càng

nhiều. Một số thuật ngữ thường xuyên được sử dụng như "chuỗi cung ứng bền vững", "chuỗi cung ứng xanh bền vững", "chuỗi cung ứng môi trường", "chuỗi cung ứng sinh thái". Hòa vào "làn sóng phủ xanh" trên mọi lĩnh vực, phát triển ngành Logistics theo hướng xanh hóa được Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ đặc biệt quan tâm thể hiện thông qua các nghị quyết, văn bản. Cụ thể, trước những đóng góp tích cực vào giảm khí thải carbon vào môi trường hướng, Thủ tướng Phạm Minh Chính tại Hội nghị COP26 là Việt Nam đã cam kết giảm *"phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050"*. Ngoài ra, tại *Nghị quyết Đại hội XIII* của Đảng nêu rõ các đột phá mang tính chiến lược ngành đó là *"Xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại cả về kinh tế và xã hội; ưu tiên phát triển một số công trình trọng điểm quốc gia về giao thông, thích ứng với biến đổi khí hậu; chú trọng phát triển hạ tầng thông tin, viễn thông, tạo nền tảng chuyển đổi số quốc gia, từng bước phát triển kinh tế số, xã hội số"*. Nhờ đó, nhận thức của các chủ thể có liên quan về định hướng, chính sách và các nội dung trong lĩnh vực Logistics ngày càng được cải thiện. Ngày nay, Logistics xanh nhanh chóng trở thành một mắt xích quan trọng trong việc "xanh hóa" chuỗi cung ứng dịch vụ và trong việc phát triển bền vững. Càng ngày, người tiêu dùng và các doanh nghiệp trong và ngoài nước càng hướng đến các sản phẩm và dịch vụ mang tính tiết kiệm nhiên liệu, thân thiện với môi trường kéo theo sự quan tâm về vấn đề này. Chính phủ và các Bộ, Ngành quan tâm đầu tư phát triển, bến bãi vận tải, giao nhận hàng hóa phục vụ cho hoạt động xuất nhập khẩu đã được nâng cấp, mở rộng. Chính điều này trở thành cơ sở cho việc kiến tạo hệ sinh thái Logistics xanh hiện nay. Cụ thể như sau:

Về vận tải xanh, nhận thấy tính cấp thiết của việc kiến tạo vận tải trong hệ sinh thái Logistics xanh, ngày 22/7/2022, Chính phủ đã ban hành *Quyết định số 876/QĐ-TTg* về việc phê duyệt *Chương trình hành động về chuyển đổi năng lượng xanh, giảm phát thải khí Carbon và khí Metan của ngành giao thông vận tải* nhằm đặt các mục tiêu, quy định về phát triển bền vững hệ thống giao thông vận tải tích hợp và tăng cường quản lý chất lượng môi trường.

Về kho bãi xanh, trên cơ sở số liệu công bố tại *Diễn đàn Logistics Việt Nam 2022*, con số các doanh nghiệp sử dụng chuyển đổi năng lượng xanh chỉ dừng lại ở con số 31,4%, tuy nhiên xu hướng sử dụng năng lượng tái tạo đang dần đi sâu vào trong quá trình vận hành kho bãi. Mặt khác, tỷ trọng các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số vào quản lý kho hàng tăng hơn phân nửa, hiệu quả đạt được dừng lại ở mức tương đối nhưng là dấu hiệu tích cực trong quá trình kiến tạo hệ sinh thái Logistics xanh tại Việt Nam hiện nay.

Về thông tin xanh, nhìn chung thực trạng về hệ thống thông tin xanh ở Việt Nam trong thời gian qua chưa có nhiều bước đột phá mới. Đáng ghi nhận những nỗ lực ứng dụng IT đối với việc quản lý, điều hành các chuỗi cung ứng; ứng dụng GPS đối với đa dạng các phương tiện vận tải dù còn nhiều hạn chế.

Đánh giá cơ hội và thách thức trong quá trình kiến tạo hệ sinh thái Logistics xanh

Cơ hội

Một là, trong số các giải pháp ổn định kinh tế vĩ mô hiện nay, một nội dung được Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính nhấn mạnh đó là đẩy mạnh cơ cấu lại nền kinh tế gắn với kinh tế xanh và thích ứng biến đổi khí hậu. Do đó việc chuyển đổi số và phát triển hệ sinh thái xanh ngành hậu cần trở thành một trong những xu hướng tất yếu của thời đại và cũng là tiêu chí quan trọng đánh giá sự phát triển bền vững của toàn ngành Logistics thế hệ mới.

Hai là, với sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư kéo theo không những tăng cao nhu cầu hoạt động Logistics trong môi trường hiện đại, thông minh mà chính cuộc cách mạng 4.0 này còn trở thành tiền đề và điều kiện thúc đẩy quá trình kiến tạo hệ sinh thái Logistics xanh hiện nay.

Ba là, tỷ trọng các doanh nghiệp trong ngành có chiến lược phát triển Logistics xanh ngày càng tăng lên đạt con số đáng ghi nhận là 73,2%. Đây là dấu hiệu đáng mừng cho thấy nhận thức mạnh mẽ về tính cấp thiết của việc xanh hóa chuỗi cung ứng và các hoạt động Logistics của các doanh nghiệp trong ngành. Hơn nửa, doanh nghiệp trong ngành dịch vụ hậu cần có hoạt động kiểm soát môi trường, có hành động bảo vệ môi trường đạt 64,8%.

Bốn là, việc kiến tạo Logistics xanh và đưa vào ứng dụng công nghệ cao vào quản lý chuỗi cung ứng góp phần thay đổi bộ mặt của các doanh nghiệp và ngành hậu cần Việt Nam ngày càng trở nên càng minh bạch và công bằng, giải quyết triệt để các vấn đề khúc mắc trong công tác kiểm tra, giám sát và quản lý các hoạt động.

Thách thức

Ngành Logistics Việt Nam đang nỗ lực đẩy mạnh phủ xanh toàn bộ chuỗi cung ứng bằng nhiều phương thức khác nhau và đạt được những thành công nhất định. Trong bối cảnh thị trường ngành dịch vụ hậu cần có tính dịch chuyển toàn cầu như hiện nay, việc kiến tạo hệ sinh thái Logistics đứng trước nhiều cơ hội thuận lợi, song cũng có rất nhiều thách thức cần vượt qua bởi việc thực hiện số hóa giáo dục là một quá trình lâu dài và khó khăn, đòi hỏi đầu tư rất nhiều cả về nhân lực và vật lực.

Thứ nhất, quá trình "xanh hóa" toàn ngành Logistics này cần có sự hỗ trợ của nhà nước, bằng những chính sách ưu đãi cho những doanh nghiệp sử dụng logistics xanh và khuyến khích để họ tiếp tục tăng cường tỷ lệ logistics xanh trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Đồng thời cần có những định hướng và chương trình rõ ràng, cụ thể đẩy mạnh áp dụng smart logistics để bớt đi nhân công cũng là logistics xanh. Để "xanh hóa" ngành logistics Việt Nam, các cơ chế, chính sách cần sớm được hoàn thiện theo hướng khuyến khích và thúc đẩy doanh nghiệp hướng đến phát triển logistics xanh.

Thứ hai, theo *Khảo sát trong Báo cáo Logistics Việt Nam 2022*, yếu tố về phát triển khoa học công nghệ có ảnh hưởng lớn đến đồng thời hai yếu tố bên trong và bên ngoài của quá trình phát triển Logistics xanh. Hơn nữa, cơ sở hạ tầng trở thành nhân tố quan trọng không thể thiếu tuy nhiên mức độ ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số tại doanh nghiệp logistics còn nhiều hạn chế. Rõ thấy, bài toán về công nghệ và ứng dụng công phải đáp ứng đầy đủ nhu cầu xây dựng và chuyển đổi hệ sinh thái Logistics trước đây sang hướng xanh, thân thiện với môi trường.

Thứ ba, trước tình hình suy thoái kinh tế còn gặp nhiều khủng hoảng sau đại dịch Covid 19 cùng với lạm phát đang tăng cao ngày càng gây cản trở cho không chỉ việc phát triển hệ sinh thái Logistics xanh mà còn ảnh hưởng tiêu cực đến mọi hoạt động kinh tế và tài chính của cả nước. Trong khi đó, điểm yếu của các doanh nghiệp Việt Nam là chi phí dịch vụ xanh còn cao, chất lượng cung cấp một số dịch vụ chưa cao, trong điều kiện thị trường cung cấp dịch vụ hậu cần của Việt Nam hiện nay có sự cạnh tranh gay gắt.

Thứ tư, yếu tố con người *(nhận thức, trình độ, thói quen của lãnh đạo và nhân viên)* và việc lựa chọn công nghệ thích hợp cũng là một rào cản khó khăn của quá trình kiến tạo hệ sinh thái logistics theo hướng xanh hóa hiện nay. Thấy rằng, việc tiếp cận, chuyển đổi và ứng dụng công nghệ vào xây dựng hệ sinh thái Logistics xanh cũng như các thành tựu trong cuộc cách mạng xanh vào mọi hoạt động Logistics vốn không phải là điều dễ dàng. Nó đòi hỏi các

chủ thể phải có sự hiểu biết nhất định về bản chất cũng như kỹ năng ứng dụng biện pháp xanh cơ bản. Hơn nửa, đội ngũ nhân lực cần có tính năng động, sáng tạo, nhạy bén và đón đầu xu hướng phát triển hệ sinh thái Logistics xanh hiện nay.

Đề xuất giải pháp đẩy hệ sinh thái Logistics xanh theo hướng phát triển bền vững chuỗi cung ứng

Thứ nhất, vai trò là cơ quan điều phối, phát triển logistics quốc gia, Bộ Công Thương cần tiếp tục phát huy vai trò đầu mối, chủ trì, phối hợp chặt chẽ với các Bộ, ngành, địa phương trong việc thực hiện các nhiệm vụ nhằm thúc đẩy ngành dịch vụ logistics "xanh hóa" tại Việt Nam. Đồng thời chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành trong việc xây dựng, hoàn thiện các quy định pháp luật liên quan trực tiếp và gián tiếp đến việc kinh doanh dịch vụ logistics gắn liền với mục tiêu bảo vệ môi trường.

Thứ hai, đề xuất các đơn vị có thẩm quyền nghiên cứu, trao đổi và có kế hoạch cụ thể trong công cuộc cải thiện các chỉ số đánh giá hiệu quả kiến tạo hệ sinh thái Logistics xanh và hiệu quả hoạt động logistics của Việt Nam phù hợp với từng địa phương, doanh nghiệp. Đưa ra cơ chế về thuế và luật để tạo động lực và giảm chi phí cho doanh nghiệp nhằm khuyến khích sử dụng các nguồn năng lượng thay thế trong vận tải đường bộ, khuyến khích thay đổi phương thức vận tải. Cùng với đó, thường xuyên trao đổi, nắm bắt về những vướng mắc, khó khăn trong hoạt động chuyển đổi dịch vụ logistics theo hướng thân thiện với môi trường, nỗ lực giám sát và cập nhập thông tin về lượng phát thải của các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực hậu cần để có chính sách hỗ trợ và xử lý kịp thời.

Thứ ba, phải chuyển biến về nhận thức trong việc thực hiện logistics xanh và chương trình hành động cụ thể về logistics xanh cho từng chủ thể tham gia vào hoạt động trong lĩnh vực này đóng vai trò quyết định nhất. Đồng thời, ưu tiên xây dựng tư duy, phổ cập kiến thức cho không chỉ người đi làm mà còn bao gồm cả người học, sinh viên - nguồn nhân lực tương lai trong ngành. Khuyến khích các hoạt động nghiên cứu khoa học về lĩnh vực này nhằm tìm ra những mô hình mới, giải pháp mới cho công cuộc cách mạng xanh toàn ngành hiện nay.

Thứ tư, nhằm giảm thiểu ô nhiễm và ách tắc giao thông, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải logistics bằng giải pháp phát triển vận tải bằng sà lan thay cho xe tải đã góp phần giảm thiểu khí thải CO_2. Ngoài ra, đề xuất các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận, những hoạt động logistics nòng cốt cần xây dựng kế hoạch *Tiết kiệm nhiên liệu phương tiện vận chuyển, tiết kiệm nước sử dụng trong các hoạt động logistics.* Một số giải pháp khác có thể nhanh chóng áp dụng như ứng dụng công nghệ e-Port, e-Office, tăng cường họp, giao ban trực tuyến, cùng với ứng dụng e-customs đã giảm thời gian xe chở hàng vào Cảng từ 6 phút xuống còn 2 phút/container,...

Thứ năm, các yếu tố liên quan đến nguồn nhân lực chất lượng cao đóng vai trò hết sức quan trọng cho sự phát triển logistics xanh. Do đó, cần kết hợp với Bộ Giáo dục nhằm có các chương trình giáo dục và đào tạo về lĩnh vực này cho các sinh viên chuyên ngành Hải quan - Logistics hướng đến kết quả xây dựng một đội ngũ nhân lực chất lượng cao không chỉ giỏi nghiệp vụ, giỏi công nghệ thông tin mà còn có hiểu biết về phát triển xanh, tiết kiệm và tối ưu mọi nguồn lực sẽ là chìa khoá để triển khai thành công mọi chiến lược và kế hoạch phát triển logistics xanh tại doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

https://playmountain-east.com/xu-huong-logistics-xanh/
https://asl-corp.com.vn/tin-tuc/tin-tuc-thi-truong/phat-trien-he-thong-logistics-xanh-o-viet-nam

Cơ hội phát triển Digital Marketing thời kỳ hậu Covid -19 ở Việt Nam

Mai Thị Anh Minh - CQ58/11.07

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, Việt Nam được cho là một trong số ít các quốc gia sẽ tiếp tục tăng trưởng trong năm 2022, có thể đặt mức tăng trưởng 6,5-7%/năm dù lạm phá cũng là điều được dự báo trước do ảnh hưởng của dịch Covid-19. Những năm gần đây, một vài ngành dịch vụ trội lên, phần nào góp sức vào công cuộc vực lại nền kinh tế đang lao đao giữa làn sóng đại dịch. Một lĩnh vực khá nổi bật đó là Digital Marketing - góp mặt khi nền kinh tế đang biến động như một "tân bình" của ngành markerting. Digital Marketing là giải pháp mới mẻ, có thể coi đây là "cánh tay đắc lực" của nhiều doanh nghiệp để đem thương hiệu, sản phẩm đến với đông đảo người dùng từ đó làm tăng doanh thu.

Digital Marketing là một mảng nhỏ trong các phương thức ứng dụng Marketing và hình thức quảng bá thương hiệu và sản phẩm nhằm tăng nhận thức về sản phẩm của thương hiệu, kích thích hành vi mua hàng dựa trên nền tảng Internet và các thiết bị số (Digital Devices). Nếu trước đây, hoạt động Digital Marketing dựa trên các kênh trực tuyến phổ biến: SEO, Social media, SEM, Email,… để đưa ra kế hoạch và thực thi thì ngày nay với sự phát triển tiến bộ vượt bậc về công nghệ hoạt động Digital Marketing không chỉ đem đến khách hàng mới còn mang đến sự khác biệt từ việc phân tích, theo dõi hành vi, sở thích khách hàng đến việc tiếp thị cá nhân hóa người dùng cho sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.

Vai trò của Digital marketing

Digital marketing hướng đến người sử dụng di động

Cùng với sự phát triển của điện thoại thông minh, tiếp thị trên điện thoại di động là phương pháp thông dụng nhất để phân tán dữ liệu và thông tin đến người dùng.

Ngày nay trong thời đại bùng nổ internet, người dùng máy tính đang dần chuyển sang sử dụng di động. Do đó phải luôn không ngừng phát triển, đổi mới giao diện cùng tốc độ. Theo báo cáo của E-Marketer, 80% người dùng mua hàng bằng điện thoại so với máy tính và PC. Cũng chính vì thế mà việc tiếp cận khách hàng mua hàng bằng điện thoại đang được quan tâm nhiều nhất hiện nay.

Digital Marketing hướng đến mục tiêu và sự chuyển đổi

Một trong những vai trò của Digital Marketing là quảng bá thương hiệu và tiếp thị nó thông qua phương tiện truyền thông, chuyển đổi đối tượng mục tiêu thành người mua hàng. Digital Marketing có vai trò quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu và hướng mục tiêu chuyển đổi thành khách hàng tiềm năng. Các doanh nghiệp hiện nay chỉ quan tâm đến đo lường tỷ lệ bán hàng, người đăng ký, khách hàng tiềm năng, giao dịch.

Đảm bảo doanh thu

Bên cạnh các chuyển đổi tốt hơn thông qua quảng cáo Digital Marketing hiệu quả, vai trò trong việc đảm bảo doanh thu là điều quan trọng. Nó mang đến sự quan tâm lớn tới doanh nghiệp và mọi người thông qua việc nhắm mục tiêu rõ ràng, khách hàng tiềm năng cụ thể,

chuyển đổi và tạo doanh thu. Đó chính là điều mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng hệ thống Digital Marketing; có lợi thế trong việc nâng cao kết quả kinh doanh gấp 3,3 lần. Tiếp thị trên môi trường online mở ra cánh cửa, tiếp cận mục tiêu tốt và mạnh mẽ hơn trong lĩnh vực kinh doanh của mình.

Digital Marketing mang đến cơ hội cạnh tranh công bằng cho tất cả doanh nghiệp

Digital Marketing mang đến cơ hội cạnh tranh công bằng cho tất cả các loại hình doanh nghiệp, quảng cáo thương hiệu của mình trên môi trường online. Không còn giống trước đây, khi chỉ có các công ty lớn đa quốc gia mới nắm bắt và ứng dụng Digital Marketing trong kinh doanh. Hiện nay, vai trò của Digital Marketing đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ rất quan trọng vì nó giúp cho các doanh nghiệp đạt được hiệu quả và nâng cao kết quả kinh doanh. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ hay các doanh nghiệp mới có lợi thế lớn khi quảng cáo trên môi trường trực tuyến. Lợi thế dễ thấy nhất là khả năng kết nối với khách hàng tự động mà không cần sử dụng cách nghe gọi truyền thống.

Chi phí cho quảng cáo Digital Marketing có tiết kiệm hơn so với cách truyền thống

Các doanh nghiệp khi quảng cáo bằng Digital Marketing chiếm ưu thế về vốn phải bỏ ra cho quảng cáo so với cách truyền thống. "Theo báo cáo mới nhất về chi tiêu quảng cáo của Gartner chỉ ra rằng các doanh nghiệp tiết kiệm khoảng 40% khi quảng cáo trên môi trường online. Báo cáo cũng chỉ ra 28% các doanh nghiệp được kiểm tra sẽ chuyển từ chi tiêu theo cách thông thường sang quảng cáo Digital Marketing".

Vai trò của Digital Marketing cùng triển vọng nâng cao hiệu quả kinh doanh

Sử dụng chiến lược Digital Marketing hiệu quả sẽ thu hút được lượng khách hàng lớn. Nó mang đến cơ hội kêu gọi hành động mua hàng (CTA) của khách hàng ngay lập tức. Có nhiều chiến lược giúp chúng ta chuyển từ kêu gọi khách hàng đưa tới hành động mua hàng. Kêu gọi hành động mua hàng cho chúng ta biết họ thường làm gì khi đến website của bạn. Họ có thể đọc bài blog, tải xuống một cái gì đó, đăng ký hoặc mua hàng. Digital Marketing cung cấp cho chúng ta tất cả giải pháp, để chúng ta lựa chọn và tìm ra cho mình giải pháp riêng để tiếp cận và khiến họ đưa ra quyết định mua hàng.

Những ảnh hưởng của Covid-19 tác động đến Digital Marketing tại Việt Nam

Trong thời điểm đại dịch Covid-19, hầu như toàn bộ thị trường Việt Nam bị ảnh hưởng không nhỏ bởi những tác động tiêu cực. Chi tiêu cho các ngành thực phẩm đóng gói, giáo dục, chăm sóc cá nhân và chăm sóc sức khỏe giảm nhẹ từ 4% đến 16% so với cùng kỳ năm ngoái. Trái lại, việc mua sắm trực tuyến và giao hàng tại nhà lại cho thấy tăng ấn tượng với lần lượt 20% và 12%. Để bắt kịp xu hướng này, rất nhiều dịch vụ mới đã được thử nghiệm và đưa vào hoạt động nhanh chóng hơn bao giờ hết để đáp ứng cho nhu cầu của người dùng dưới áp lực của bệnh dịch. Dịch Covid-19 đã gây ra vô vàn khó khăn nhưng cũng là động lực để một số doanh nghiệp phát triển và nỗ lực đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số.

Đại dịch Covid-19 đã làm thay đổi sâu sắc nhu cầu và thói quen chuyển từ tương tác trực tiếp, truyền thống sang tương tác trực tuyến nhiều hơn. Trong khi đó, mạng xã hội tiếp tục được ưa chuộng do người người tiêu dùng dần dành nhiều thời gian lên mạng hơn trước đây, đặc biệt là đối với các nền tảng mạnh về định dạng video như TikTok, Youtube, Facebook, Instagram,... Đồng thời, chơi game mobile cũng bắt đầu trở thành hoạt động giải trí hàng đầu trong bối cảnh cách ly và ngày càng có nhiều game miễn phí chất lượng cao

được phát hành. Do đó, các ứng dụng Game nghiễm nhiên sẽ chiếm được những vị trí "đắc địa" trong danh sách các ứng dụng hàng đầu.

Digital marketing là kênh marketing duy nhất thậm chí còn mạnh mẽ hơn trong thời điểm dịch bệnh. Khi người dân hạn chế ra đường, tụ tập tại các nơi đông người, nên thời gian bỏ ra dành cho các thiết bị internet nhiều hơn, chính là thời cơ để các nhãn hàng truyền tải thông điệp của mình và tăng độ phủ thương hiệu.

Người dân rất quan tâm tới dịch Covid-19, và kênh cập nhật thông tin nhanh nhất chính là Internet, ngay cả trang thông tin chính thức của nhà nước về Covid-19 cũng thông báo trên mạng hàng giờ hàng ngày (thay vì các chương trình thời sự trên TV có khung giờ nhất định). Lượng user hoạt động tăng lên, biến internet trở thành địa điểm lý tưởng cho các nhà khai thác quảng cáo.

Một số brand bắt đầu chạy quảng cáo với những thông điệp bắt trend mùa dịch và điều đặc biệt là số đơn chốt của họ vẫn thu về như thường. Bên cạnh đó, influencer marketing cũng được nhắc đến là hình thức quảng cáo online mà các nhãn hàng không thể bỏ lỡ. Vì thời gian lướt internet của khách hàng nhiều hơn, các nhãn hàng tập trung đánh mạnh trên mạng xã hội.

Ở Việt Nam dịch Covid-19, mặc dù đã được kiểm soát và bước vào giai đoạn hậu Covid-19, hầu như các công ty đã nhận thấy tầm quan trọng của Digital marketing và bắt đầu thúc đẩy phát triển các hoạt động digital marketing hiệu quả. Việc tuyển nhân sự mảng digital marketing cũng cho thấy thương mại điện tử đang có ưu thế lớn trong tình hình hiện nay.

Cơ hội phát triển Digital Marketing thời kỳ hậu Covid-19 ở Việt Nam

Khi mạng xã hội trở lên thịnh hành và phát triển đồng thời con người ngày càng trở lên bận rộn với vòng quay của công việc, vì thế việc dành một khoảng thời gian để đến tận các cửa hàng để mua những thứ cần thiết càng trở nên xa xỉ. Nắm bắt được điều đó hình thức marketing mà các doanh nghiệp hướng đến dần thay đổi từ trực tiếp sang trực tuyến.

Trong thời gian bùng phát dịch Covid-19 và thực hiện giãn cách xã hội mọi người dân đã hạn chế ra ngoài dành thời gian ở nhà nhiều hơn để online - đây chính là lúc Digital Marketing phát huy sức mạnh của mình. Một số công cụ Digital Marketing đang rất phát triển và mang lại hiệu quả như: Social Media, Online Banner, SEM- quảng cáo trên công cụ tìm kiếm, SEO và content marketing.

Dần quen với việc mua sắm trực tuyến trong suốt thời gian cách ly tại nhà, lượng truy cập nội dung trực tuyến tiếp tục tăng trưởng trong thời gian qua là cơ hội cho Digital marketing phát triển sau hậu Covid-19. Khi những dấu hiệu của mảng giao thông, bán lẻ, du lịch không mấy khả quan, thì những người chiến thắng rõ ràng là người chơi trong phạm vi tiêu dùng trực tuyến. Tiêu dùng trực tuyến bao gồm các lĩnh vực đào tạo online, trò chơi online, livestream, làm việc từ xa, bán hàng trực tuyến.

Thời kỳ hậu Covid-19, mọi doanh nghiệp đều muốn phát triển lại nhanh chóng, tuy nhiên vào lúc này để khách hàng nhận biết và quan tâm đến sản phẩm của họ là một điều khó khăn. Và đây chính lúc mọi công ty đều cần đến Digital Marketing, vì vậy ta có thể phần nào khẳng định đây chính là một cơ hội lớn để lĩnh vực Digital Marketing phát triển mạnh mẽ.

Tài liệu tham khảo:

https://a1digihub.com/vai-tro-cua-digital-marketing/
https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/24134-Adsota-ra-mat-bao-cao-Khung-hoang-Covid-19-Tac-dong-va-tiem-nang-Phuc-hoi
https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/digital-marketing-trong-thoi-dai-cong-nghiep-40-88092.htm

Blockchain in the Logistics industry: Benefits, challenges and future research opportunities

Đỗ Bảo Chi; Đàm Thị Thu Phương - CQ59/09.02

Since there are numerous parties participating in the supply chain, logistics are growing increasingly sophisticated. Because of the obstacles this complexity is posing for traceability, problem-solving, end-to-end management, allocation, and movement, logistics procedures are becoming less effective. At the same time, there are rising expectations for all supply chain players in terms of transparency, dependability, and authenticity. Blockchain is gaining popularity as a potential response to these problems.

Blockchain concept

Blockchain is a system for storing data in a way that makes system changes, hacking, and cheating difficult or impossible. A blockchain is simply a network of computer systems that duplicates and distributes a digital ledger of transactions across the entire network. Each block on the chain comprises a number of transactions, and each participant's ledger receives a copy of each new transaction that takes place on the blockchain. Distributed Ledger Technology (DLT) refers to the decentralized database that is governed by numerous users . Transactions on a blockchain are recorded with an immutable cryptographic signature known as a hash.

Benefits of applying Blockchain technology in the field of Logistics

First, *ensure confidentiality, immutability, and authenticity*

Fraud detection and theft prevention: Every transaction is open to all parties involved in the transaction, and no data embedded in the network can be deleted undetected. This eliminates areas where fraud occurs, such as dual brokerages. Blockchain can contain details about pickup or delivery requests such as photo identification for improved security.

Second, *improve traceability transparency.*

The beginning of this traceability is the extraction of the relevant raw materials, and it culminates with the purchase by the final consumer. Blockchain offers evidence of the legitimacy of pharmaceutical package contents and evidence of the authenticity of high-end commodities.

Third, *simplify complex processes*

Eliminate middlemen and reduce transaction costs: Due to its decentralized nature, Blockchain allows for direct communication and eliminates the need to go through intermediaries in the payment process.

With *"smart contracts"*, procedures including payment, ownership transfer, tariff settlement, and product inspection can be automated. Smart contracts are computer programs that automate rule-based tracking processes. With this technology, business transactions between parties are conducted out automatically in encryption when all conditions are met, lowering expenses, making original documents available promptly, and minimizing human mistakes significantly.

Opportunities when applying Blockchain in the Logistics industry in Vietnam

According to a market research estimate, with an annual growth rate of around 14%-16% and a scale of around 40-42 billion VND-USD/year, logistics will be one of Vietnam's fastest expanding and most stable industries in the future. Ten startups with a capitalization of over $100 million USD, up to 7 companies in the top 200 significant Blockchain technology companies, and the top 10 projects and items on Binance from the global Blockchain community are all from Vietnam. Our nation is one of the top 5 Blockchain-using nations, and its acceptance of this cutting-edge technology is five times higher than that of the US. In 2021, Vietnam rose to the top of the list of the Blockchain technology's fastest-growing economies worldwide, setting the standard for other industries as well. In addition to games like Axie Infinity, Vietnam is home to a number of other initiatives. Some divisions, like Defi-Decentralized Finance, have grown quite effectively.

The Government of Vietnam has enacted regulations to support the research of new technologies, such as Decree 100 dated January 19, 2019, on research and application of technologies, in light of the potential development of Blockchain technology in the logistics industry. Under Decision No. 2117 of December 16, 2020 in the area of digital technology, it is encouraged to employ new technologies, including Blockchain applications, to increase the effectiveness of traceability activities. The Vietnam Blockchain Association (VBA), a legal organization, will be established on April 27, 2022, marking a significant turning point that will lay the groundwork for the development of Blockchain technology. This will be the country of Vietnam's first official gathering of those who are enthusiastic about researching and using Blockchain technology. Launched by VBA and AlphaBooks, the Blockchain Bookcase connects top institutions to integrate blockchain technology and the digital economy into their curriculum.

Challenges when applying Blockchain in the Logistics industry in Vietnam

Blockchain is a brand-new technology that is flooding the logistics sector to assist address a variety of unresolved issues. Unfortunately, businesses have not truly recognized the distinct advantages of new technology, and at the same time, they have not seen the consistency in the deployment of this technology by stakeholders. As a result, the application of Blockchain to logistics is not particularly well-liked. Due to this, it is challenging for firms to spend a significant sum of money to transfer technologies and switch from one system to another.

Nevertheless, Blockchain also has some drawbacks, including the inability to store data indefinitely on the system, which results in a significant loss of storage space; when the system needs to prepare a very large hard drive to store information about transactions, products, shipping, and other metadata (One bitcoin needs at least 145 GB on the computer to download all the transactions that have been released).

In addition, because this is a new technology presented in Vietnam, the country's Blockchain legislation has not yet been approved. Due to the legal corridor's shortcomings, businesses still encounter numerous challenges while implementing blockchain technology. Regulations, legal requirements, and paperwork barriers in the current system of documents prevent the Blockchain system's functioning from being strict and accurate enough to keep up with the advancement of industrialized nations. At the same time, nefarious and unlawful enterprises may use the legal ambiguities surrounding Blockchain to their advantage.

Proposing solutions to help promote the strong application of Blockchain technology in the Logistics industry in Vietnam.

Firstly, promoting blockchain education to the public and industry. The key to fully utilizing the Blockchain is ecosystem-wide cooperation, and participants must constantly be eager to work together. Hence, to allay the fear of implementing new technology, new users and enterprises need to prepare knowledge and recognize the values that Blockchain delivers. The Ministry of Finance's Communications Departments must create initiatives to convey the significance of Blockchain in the digital era. The Blockchain Association (VBA) and the Ministry of Education and Training must work together to accelerate the deployment of financial literacy across all educational levels throughout the upcoming digital transformation period. To start building an ecosystem for this technology, the Ministry of Science and Technology in partnership with the Blockchain Association can set up a training and certification center on Blockchain.

Secondly, preparing in terms of technology and infrastructure for Logistics businesses. Vietnamese logistics companies must encourage the formation of strategic alliances and the testing and development of Blockchain technology; they should engage with leading technology and logistics companies worldwide, including Blockfreight, IBM,... Businesses must have a strategy for continuously monitoring, maintaining, and checking the system to find weaknesses and stop hackers in their tracks. The Ministry of Finance, along with the Ministry of Public Security and other pertinent ministries, should concentrate on building a team of police and cyber security who are knowledgeable about technology at the same time, under the direction of the Government, to assure safety and security network, assisting in giving businesses piece of mind.

Thirdly, developing processes and policies for Blockchain applications. The lack of a fully developed legal framework in Vietnam makes it challenging for enterprises looking to participate in the blockchain industry. In order to promote Blockchain technology in the logistics sector and maximize its potential, the State's focus, funding, and research are essential. To create a set of standards and procedures for the technology system, the state must focus on minimizing onerous procedures and seek advice from advanced nations like the US, UK, Singapore, etc. Blockchain enables time and cost savings for the transportation industry.

References:

Tran Thi Xuan Anh, Ngo Thi Hang (August 2022), " Innovation of banking services in the era of Industrial Revolution 4.0", Financial Journal . Journal of Science and Technology of Transport No. 27+28 - 05/2018

https://www.euromoney.com/learning/blockchain-explained/what-is-blockchain

Corporate bonds from the perspective of individual investors

Trần Duy Anh - CQ58/06.01CLC
Phạm Thị Xuân Ánh - CQ58/11.03

In 2023, it is a volatile year for the bond market, especially corporate bonds after a series of scandals. Tan Hoang Minh issued nine bonds that were illegal and appropriated 8,000 billion VND from 6,000 investors. Immediately after, in the case of Van Thinh Phat, the chairman of the board of directors of Van Thinh Phat Group Joint Stock Company committed fraud in the issuance, and trading of bonds to appropriate thousands of billions of VND from investors, period 2018-2019. Following the wrongdoing incident involving Tan Hoang Minh and Van Thinh Phat, investors lost faith in corporate bonds, resulting in a sharp drop in the issuance volume of new corporate bonds and investors selling well before maturity. A large amount of premature bond purchases caused the bond market to turn around.

We cannot deny that corporate bonds are a part of the bond market and an important medium- and long-term capital mobilization channel for investment, helping to reduce the burden on capital mobilization from banks row. Reality has proven that when only banks provide capital for businesses, it will lead to a situation where demand exceeds supply, creating a barrier to the development of businesses as well as the economy of our country. Therefore, corporate bonds are an indispensable capital mobilization channel today. To develop the corporate bond market, attracting investors to participate in it is an objective necessity, especially for individual investors, because the economy will attract and take advantage of a large amount of money in the economy through individual investors. The article mentions some related concepts and some notes before making investment decisions for individual investors on the Vietnamese stock market and outlines some solutions to attract investors.

Related concepts

Corporate bond market: The corporate bond market is the market for issuing and trading all kinds of corporate bonds.

Normally, the issuance of bonds is carried out on the primary securities market through various methods such as underwriting, bidding, or issuing agencies. The primary securities market is the market for the issuance of new securities, or in other words, in

the primary market, the bond issuer receives money from the issue of securities. Once issued, these bonds will be traded on the secondary market. The secondary market is a market for buying and selling securities that have been issued in the primary market, usually consisting of a centralized market (an exchange market or a central exchange) and a decentralized market (OTC).

Individual investors: Individual investors are people with capital who participate in the financial market to make a profit. This capital can be either own capital or borrowed capital (usually a short-term loan of less than 1 year).

Individual investors have the following characteristics:

- Most have limited capital; when investing, they often use all their money to buy stocks and do not have a risk reserve.

Regarding investment strategy, the majority of individual investors do not define long-term investment and often have a quick profit mindset. This leads to a rush of investment without taking a close look at the macroeconomics, so the percentage of risk and loss is high.

- Many individual investors are weak at evaluating the stock value and are less interested in learning business information, treating investment as a red-and-black game.

Individual investors often have the mentality of investing in the style of the crowd, so they are easily "led," investing according to the general, unseen "rumors," causing the market to be manipulated.

This is a participant in the corporate bond market, mostly as a buyer. Individual investors' financial ability, knowledge, bravery, and belief contribute to determining the quality of the corporate bond market. When individual investors' confidence in the market is broken, they will withdraw from the corporate bond market, which will seriously affect the market, making it unable to develop properly to its full potential.

Corporate bonds under Decree No. 90/2011/ND-CP stipulating:

"Corporate bonds are debt securities issued by enterprises, confirming the obligation to pay principal, interest, and other obligations of the enterprise towards bondholders."

Some notes for investors

From the above concepts, we can give some notes for individual investors when participating in this type of investment:

First, corporate bonds are not bank deposits; corporate bonds are issued by enterprises on the principle of self-borrowing, self-paying, and self-responsibility for debt repayment. Therefore, investors who buy corporate bonds are at risk when the enterprise cannot guarantee the obligation to pay the bond principal and interest.

Second, when being introduced to buying individual corporate bonds, investors must note that the law only allows professional securities investors to buy privately issued corporate bonds. If investors are not professional investors, they are not allowed to buy this type of bond. According to Decree 65 of the Government, professional individual investors need to ensure that the list of listed securities registered for trading reaches an average value of at least 2 billion VND for at least six consecutive months, excluding the value of margin loans and the value of securities for resale transactions. Professional individual investor certification results will be valid for 3 months from the date of determination.

Third, credit institutions and securities companies that distribute offers to buy corporate bonds do not mean that these organizations guarantee the safety of bond purchases. These organizations are just service-providing enterprises, enjoying service fees from the issuer without being responsible for the debt repayment ability of the issuer.

Fourth, bond underwriting is not a bond payment guarantee. Underwriting is just an underwriter's commitment to the issuing enterprise to distribute the number of bonds to be issued, without any obligations to investors. For the payment guarantee, investors also need to carefully understand the scope of the guarantee (guarantee to pay principal and interest, or only part of principal and interest, and investors will have to bear the risk for the rest).

Fifth, the collateral assets of corporate bonds or credit loans have many types, such as real estate, shares, stocks, investment programs, projects, etc. In the separate corporate bond market. Currently, most collateral assets are real estate, programs, projects, securities, or a combination of assets (real estate and securities). For information about security assets issued by enterprises mentioned in the information disclosure, investors need to learn carefully about the conditions, quality, and value of the security assets of the enterprise. release. Investors should note that, for collateral assets that are projects, assets to be formed in the future, or stocks, the asset value will be affected when the stock market or real estate market has many fluctuations. The collateral may be reduced and not be enough to pay the principal and interest of the bond.

Proposing solutions and recommendations for individual investors

The corporate bond market has many potential risks

Through management and supervision, the Ministry of Finance assessed that the corporate bond market still has risks associated with each participant in the market.

Specifically, some businesses pushed up bond issuance interest rates to mobilize capital, even though their financial situation was still weak.

According to the law, many individual investors deliberately violate the law by becoming professional investors to buy individual corporate bonds or contribute capital through investment cooperation contracts with professional securities investors.

In addition, some service-providing organizations have not complied with the law, legalized the offering documents, or solicited the wrong type of investor for individual corporate bonds.

In the face of the fast-growing corporate bond market and many risks, the Ministry of Finance has regularly recommended investors participating in the individual corporate bond market be cautious and learn legal regulations. law and capacity, production, and business efficiency of the issuing enterprise to understand the risks of corporate bonds before making investment decisions.

Investors should consider when buying corporate bonds

In the individual corporate bond market today, most collateral is real estate, programs, projects, securities, or a combination of assets (real estate, securities).

For information about security assets issued by enterprises mentioned in the information disclosure, investors need to learn carefully about the conditions of the security assets, the quality, and value of the secured assets, and the security. guarantee the results of the issuer.

Investors should note that, for collateral assets that are projects, assets to be formed in the future, or stocks, the asset value will be affected when the stock market or real estate market has many fluctuations. The collateral may be reduced and not be enough to pay the principal and interest of the bond.

Any act of "dodging" the provisions of the law to become a professional securities investor not only exposes investors to many risks and losses when buying bonds (possibly losing the entire investment money). is also a violation of the law. State

management agencies will conduct the inspection to strictly handle acts that circumvent these law provisions.

Beware of "Bond Investment Contracts" with Intermediaries

Before participating in the corporate bond market, individual investors need to self-assess that they have enough capacity to fully assess the risks of investing in corporate bonds. through solicitation without carefully researching the issuer's financial situation and the bonds' terms and conditions or just buying bonds because of high-interest rates.

Investors must be very careful with forms of solicitation through the signing of "Bond Investment Contracts" with organizations (securities companies, commercial banks, and other enterprises) in the form of an agreement. Civilians are not considered to be bondholders or to follow other forms of investment that are not clearly defined under the law as extremely risky, leading to possible loss of money and not being protected by law.

References:

https://mof.gov.vn/webcenter/portal/ttncdtbh/pages_r/l/chi-tiet-tin?dDocName=MOFUCM207974

https://thuvienphapluat.vn/phap-luat/trai-phieu-doanh-nghiep-la-gi-phuong-thuc-phat-hanh-trai-phieu-va-cac-to-chuc-cung-cap-dich-vu-theo-811674-6108.html

https://thitruongtaichinhtiente.vn/thu-hut-nha-dau-tu-ca-nhan-tren-thi-truong-trai-phieu-doanh-nghiep-viet-nam-32516.html

Thư giãn:

Đại gia đình keo kiệt

Có ông chồng nhà nọ nổi tiếng về tính tiết kiệm của mình.

Một hôm anh ta đi làm về ngồi xuống mâm ăn cơm, anh ta thấy món rau xào hôm đó rất ngon liền tò mò hỏi vợ:

– Sao hôm nay rau xào ngon thế hả mình?

Cô vợ nghe vậy hí hửng khoe với chồng:

– Hồi sáng có hai người mua chung một miếng mỡ lợn họ vào nhà mình mượn dao để xẻo ra chia. Lúc nấu cơm em đã rửa dao vào trong chảo nên rau mới ngon như thế đấy anh.

Anh chồng nghe xong tức giận liền cho vợ một cái bạt tai, rồi quát lớn:

– Sao mà dại thế hả giời! Sao không rửa vào chum nước để được ăn mấy ngày cơ chứ!

Cô vợ uất ức quá ôm mặt liền chạy sang nhà bố mẹ chồng kể tội chồng mình, không ngờ bị ông bố chồng quát tháo:

– Nó đánh thế là còn nhẹ đấy. Sao mày không rửa vào cái giếng nước để chúng tao cũng được ăn hả?

Kinh nghiệm huy động nguồn lực tài chính để thực hiện chính sách xã hội của Đức, Đan Mạch và giá trị tham khảo đối với Việt Nam

Nguyễn Mai Phương - CQ 59/11.02CLC

Thực thi các chính sách xã hội đóng vai trò quan trọng đối với việc hoàn thành các mục tiêu về phát triển bền vững đối với một nền kinh tế. Các chính sách xã hội hướng tới các mục tiêu mang lại giá trị lan tỏa cao như xóa đói, giảm nghèo, và tác dụng mang tính dài hạn. Hai đặc điểm này dẫn đến việc huy động nguồn lực dành cho chính sách xã hội trong khu vực kinh doanh gặp nhiều khó khăn. Trong bối cảnh này, việc tham khảo kinh nghiệm của các nền kinh tế phát triển để đúc rút ra một số hàm ý thiết thực đối với nền kinh tế Việt Nam sẽ mang lại nhiều ý nghĩa trong thực tiễn hiện nay.

Bài viết này xem xét kinh nghiệm quốc tế về huy động tài chính dành cho chính sách xã hội tại Đức và Đan Mạch, là các đại diện cho hệ thống phúc lợi hiện nay tại các nền kinh tế phát triển. Với một mức thu nhập thấp hơn so với các nền kinh tế phát triển, từ kinh nghiệm của các nền kinh tế phát triển, Việt Nam có thể xem xét áp dụng việc quản trị các quỹ công dành cho chính sách xã hội theo cơ chế thị trường và dần hình thành nên các khoản đóng góp xã hội độc lập với khoản thuế thu nhập.

Bài viết có cấu trúc như sau. Sau mục 1 về giới thiệu chung, mục 2 trình bày kinh nghiệm quốc tế, và từ đó, mục 3 thảo luận một số giá trị tham khảo đối với Việt Nam.

Kinh nghiệm của Đức, Đan Mạch

Đức

Khung huy động tài chính dành cho chính sách xã hội tại Đức được chi phối bởi tư tưởng về nhà nước phúc lợi bảo thủ (Conservative Welfare State). Theo đó, nhà nước đóng vai trò chủ đạo trong cung cấp các hỗ trợ tài chính dành cho việc thực thi các chính sách xã hội. Các khoản đóng góp tài chính được chi trả bởi các cơ quan nhà nước, còn mức độ thụ hưởng của mỗi người dân phụ thuộc vào quá trình đóng góp các khoản thuế và xã hội, và vào thời gian làm việc. Ngoài ra, các công ty sử dụng lao động cũng đóng góp vào quỹ tài chính dành cho chính sách xã hội.

Về nguồn thu từ thuế, cơ sở thu thuế tại Đức bao trùm khá rộng, từ thu nhập từ tiền lương, tự doanh, thu nhập từ đầu tư, tiền cho thuê nhà, thu nhập từ nông, lâm nghiệp và

các khoản thu nhập khác. Mức thuế suất mang tính lũy tiến (progressive system) dao động từ 19% cho đến 49%. Và cũng có các khoản chi tiêu được khấu trừ khi tính thuế thu nhập, như các khoản đóng góp cho nhà thờ, chi phí thuê tư vấn về thuế, chi phí cho người phụ thuộc, giáo dục hoặc đóng góp tự nguyện cho giáo dục.

Về các khoản đóng góp xã hội, người lao động và công ty phải đóng góp cho ngân sách về xã hội. Các khoản đóng góp này mang tính bắt buộc, và được chia đều cho mỗi bên: người lao động chịu một nửa và công ty chịu một nửa. Mức đóng góp xã hội cũng có mức trần, mà khi thu nhập vượt hơn mức trần này, thì khoản đóng góp xã hội này không còn nữa. Mức trần này hiện nay khoảng 42.750 euros một năm. Sự tồn tại của mức trần về đóng góp xã hội này cũng dẫn đến thang đóng góp xã hội tại Đức mang tính lũy thoái (regressive system) theo nghĩa rằng thu nhập đủ cao thì mức đóng góp lại hạ xuống.

Ngoài ra, trong một số trường hợp cụ thể, các khoản đóng góp xã hội cũng được quy định theo từng đối tượng. Đối với người lao động bị thương hoặc ốm đau liên quan đến nghề nghiệp, các khoản tài chính sẽ do phía sử dụng lao động đóng góp. Đối với các khoản hỗ trợ gia đình, các khoản tài chính do hệ thống thuế trang trải. Còn các nghệ sĩ và cá nhân hành nghề xuất bản thì bắt buộc đóng góp vào quỹ xã hội nghệ thuật (Artists Social Welfare Fund).

Đan Mạch

Khung huy động tài chính dành cho chính sách xã hội của Đan Mạch được chi phối bởi tư tưởng về nhà nước phúc lợi dân chủ xã hội (Social Democratic Welfare State). Trong hình thái này, nhu cầu tài chính dành cho các chính sách xã hội được tài trợ chủ yếu bởi doanh thu thuế của nhà nước, nhằm đảm bảo mức phúc lợi cuộc sống tối thiểu cho mọi người, mà không phân biệt mức độ tham gia vào thị trường lao động. Đây cũng là hình thái được áp dụng ở các nước thuộc khu vực Scandinavian như Thụy Điển và Na Uy.

Đặc điểm chính của hệ thống phúc lợi của Đan Mạch là mức độ bao phủ rộng khắp đến tất cả mọi người dân, căn cứ vào quốc tịch, thay vì căn cứ vào mức độ đóng góp. Với mức độ bao phủ này, các rủi ro trong cuộc sống đều được bảo hiểm như thất nghiệp, bệnh tật. Cũng vì vậy, quan điểm của nhà nước là tài trợ phần lớn cho các chi tiêu thực hiện chính sách xã hội, mà ít phụ thuộc vào cơ chế thị trường để huy động nguồn lực. Nhu cầu chi tiêu công lớn cũng dẫn đến mức độ sử dụng ngân sách nhà nước cao, và được dựa chủ yếu vào hệ thống thuế.

Về nguồn thu từ thuế, hệ thống thuế của Đan Mạch mang tính lũy tiến (progressive system). Nguồn thu nhập chịu thuế bao gồm giá trị ròng của các khoản thu nhập của cá nhân và phát sinh từ sở hữu vốn như lương, doanh thu doanh nghiệp, phúc lợi quốc gia, chi phí duy trì cuộc sống (maintenance allowances), tiền nghỉ hưu sớm, thu nhập từ lợi tức

và lãi suất, sau khi trừ đi các khoản đóng góp xã hội. Thu nhập ròng chịu thuế cũng khấu trừ các khoản đóng góp liên quan đến bảo hiểm cá nhân, để khuyến khích các cá nhân nâng cao tỷ lệ tiết kiệm. Với các đặc điểm như vậy, cơ sở đánh thuế thu nhập của Đan Mạch có mức bao phủ rộng, và cũng mang tính cá nhân, theo nghĩa là, mỗi mức thuế được tính theo đầu người, thay vì hộ gia đình.

Về các khoản đóng góp xã hội, Đan Mạch có mức đóng góp với tỷ lệ thuộc hàng thấp nhất của châu Âu, vì phần lớn chi tiêu dành cho chính sách xã hội đều được tài trợ bởi doanh thu từ thuế. Các khoản đóng góp xã hội chỉ đóng góp một mức nhỏ trong tổng huy động tài chính cho chính sách xã hội, như tài trợ cho một số loại hình bảo hiểm cụ thể.

Về cấu phần, đóng góp xã hội được chia thành hai nhóm. Trong nhóm thứ nhất, cũng là nhóm quan trọng nhất, bao gồm các khoản đóng góp từ những người làm công ăn lương và tự doanh, với tỷ lệ 8% của tổng thu nhập. Khoản đóng góp của nhóm này được tập trung vào Quỹ Thị trường Lao động. Và nhóm thứ hai bao gồm các khoản đóng góp từ quỹ tín thác tiết kiệm (pension savings), và được tập trung vào Quỹ Tiết kiệm Đặc biệt. Cũng cần lưu ý rằng mức độ đóng góp là bắt buộc, không phụ thuộc vào loại hình lao động, và bản thân tổ chức sử dụng lao động cũng phải đóng góp theo tỷ lệ: người lao động đóng 8% thu nhập, và người sử dụng lao động đóng 2% thu nhập (mức thu nhập của người lao động là căn cứ để xác định mức đóng góp xã hội).

Đối với các nền kinh tế phát triển khác, vẫn có các cách thức huy động nguồn lực tài chính dành cho chính sách xã hội khá riêng biệt. Tại Pháp, cách thức huy động tài chính hoạt động dựa trên sự kết hợp giữa nhà nước và thị trường. Trong đó, các quỹ do nhà nước thúc đẩy được quản lý theo nguyên tắc thị trường, và dùng lợi nhuận có được, để trang trải các chi phí về phúc lợi xã hội. Điển hình trong cách thức này là chính sách hỗ trợ về nhà ở, do một quỹ do nhà nước thành lập tên là Caisse des Dépôts (CDC), và được vận hành như một quỹ tài chính chuyên nghiệp theo quy luật thị trường bởi một tổ chức tên là Habitation à loyer modéré (HLM). Cách thức này cũng là một kinh nghiệm hữu ích khi xem xét sự kết hợp giữa nhà nước và thị trường khi huy động tài chính.

Giá trị tham khảo đối với Việt Nam

Trong so sánh tương quan giữa quốc tế và trong nước, kinh nghiệm quốc tế tại các nước phát triển gợi mở một số giá trị tham khảo đối với nền kinh tế Việt Nam hiện nay.

Thứ nhất, *ngân sách nhà nước vẫn mang tính chủ đạo trong việc tài trợ các chính sách xã hội*

Giá trị của các chính sách xã hội mang lại có tính lan tỏa tới toàn thể các cá nhân trong nền kinh tế và mang tính dài hạn, với lợi ích chỉ có thể nhìn rõ sau nhiều năm. Các đặc điểm sẽ không tạo ra sự hấp dẫn đối với khu vực tư nhân, vì vậy, chính sách xã hội

nên được tài trợ bởi các ngân sách nhà nước. Kinh nghiệm tại các nền kinh tế phát triển đều ghi nhận rằng ngân sách nhà nước vẫn luôn đóng vai trò chủ đạo cho các chính sách xã hội, dựa vào khả năng huy động nguồn lực thông qua đánh thuế nền kinh tế.

Thứ hai, *dần hình thành nên các khoản đóng góp xã hội (social contribution) dựa trên thu nhập hàng năm*

Các khoản đóng góp xã hội đóng vai trò độc lập với các khoản thuế thu nhập, và đã tạo ra một nguồn bổ sung quan trọng để tài trợ các chính sách xã hội tại các nước phát triển. Tùy từng nước, vai trò của khoản đóng góp xã hội khác nhau. Với điều kiện của Việt Nam hiện nay, khi mức thu nhập vẫn còn thấp, cơ sở thu thuế vẫn còn eo hẹp. Vì vậy, việc nâng dần các mức đóng góp xã hội cho phù hợp với tiến trình gia tăng thu nhập cần được tính toán một cách kỹ càng để đảm bảo khả năng chi trả của người dân.

Thứ ba, *áp dụng thử nghiệm và nâng cao hiệu quả dần việc quản lý các quỹ công phục vụ chính sách xã hội theo cơ chế thị trường nhưng lợi nhuận phục vụ xã hội*

Quản lý quỹ công một cách hiệu quả theo cơ chế thị trường giúp tạo ra thêm giá trị gia tăng cho qũy theo thời gian để tài trợ các chính sách xã hội, nhất là các chính sách mang tính dài hạn. Việc này đã được áp dụng thành công tại Pháp để tài trợ cho chính sách hỗ trợ nhà ở cho người dân. Tuy nhiên, cũng sẽ có rủi ro khi mà quỹ công chưa được quản lý hiệu quả mà dẫn đến thất thoát, làm suy giảm nguồn tài trợ cho các chính sách xã hội. Vì vậy, việc áp dụng cách quản lý quỹ công theo cơ chế thị trường cũng cần thực hiện theo lộ trình để vừa làm vừa rút kinh nghiệm thực hiện trong thực tiễn.

Tài liệu tham khảo:

Corrado, Germana, and Luisa Corrado. "Inclusive finance for inclusive growth and development." Current Opinion in Environmental Sustainability 24 (2017): 19-23.

Crifo, Patricia, and Nicolas Mottis. "Socially responsible investment in France." Business & Society 55.4 (2016): 576-593.

Dieckhoener, Caroline, and Andreas Peichl. "Financing social security: simulating different welfare state systems for Germany". The Institute for the Labor Study (IZA) (2009). Discussion Paper No.4135.

Driant, Jean-Claude, and Mingye Li. "The ongoing transformation of social housing finance in France: Towards a self-financing system?." International Journal of Housing Policy 12.1 (2012): 91-103.

Fujimura, Masayuki. "Social change and social policy in Japan." International Journal of Japanese Sociology 18.1 (2009): 4-15.

Hangl, Christa. "A literature review about the landscape of social finance." Journal of Finance and Risk Perspectives 3.4 (2014): 64-98.

Schaefer, Jean-Pierre. "Financing social housing in France." Housing Finance International 17.4 (2003): 27-34.

Xu thế kinh tế tuần hoàn trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Nguyễn Thị Phương Anh - CQ57/63.02

Kinh tế tuần hoàn là giải pháp cốt lõi nhằm hướng đến phát triển bền vững, tức là phát triển kinh tế đi đôi với bảo vệ môi trường. Mô hình này đã được nhiều quốc gia trên thế giới áp dụng và cho thấy những hiệu quả rõ rệt. Những năm gần đây, Việt Nam đang nỗ lực phát triển theo hướng bền vững, giảm thiểu tối đa các tác động xấu lên môi trường và nền kinh tế tuần hoàn đang là mô hình kinh tế được quan tâm và định hướng phát triển. Tuy nhiên, chúng ta cũng đang phải đối mặt với lượng chất thải phát sinh ngày càng lớn trong khi nguồn nguyên liệu thô, nguyên liệu hóa thạch ngày càng cạn kiệt. Bên cạnh đó, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam có công nghệ lạc hậu, lỗi thời, quy mô sản xuất nhỏ lẻ và thiếu nguồn lực đầu tư cho công nghệ tái chế. Vì vậy, thực hiện mô hình kinh tế tuần hoàn sẽ giúp cho doanh nghiệp Việt Nam thực hiện được mục tiêu sản xuất và tiêu dùng bền vững.

Trước hết, kinh tế tuần hoàn được hiểu là mô hình kinh tế bao gồm các hoạt động từ khâu thiết kế, sản xuất đến cung cấp dịch vụ điều hướng tới tái sử dụng vật chất và loại bỏ những ảnh hưởng xấu đến môi trường. Khác với nền kinh tế tuyến tính (mô hình kinh tế truyền thống với đặc trưng là khai thác tài nguyên, sản xuất sản phẩm và phần còn lại của sản phẩm bị vứt bỏ sau tiêu thụ; phát triển theo chiều rộng, phù hợp trong giai đoạn đầu của quá trình phát triển, nhưng để lại nhiều hệ lụy do sự cạn kiệt tài nguyên và lượng phế thải khổng lồ thải ra môi trường), mô hình kinh tế tuần hoàn đặt mục tiêu kéo dài tuổi thọ của vật chất và loại bỏ tác động tiêu cực đến môi trường.

Trên thế giới, đã có nhiều quốc gia đi tiên phong về xây dựng nền kinh tế tuần hoàn và đạt được nhiều kết quả tích cực như:

Thụy Điển là một trong những quốc gia đi đầu trên thế giới về triển khai phát triển nền kinh tế tuần hoàn, thông qua việc xử lý và tái chế rác thải đã áp dụng chính sách tái chế thống nhất trên toàn quốc. Từ giữa những năm 1990, Thụy Điển đã áp dụng các biện pháp như: Đánh thuế cao các loại thải, ưu đãi xanh, sử dụng năng lượng tái tạo từ thủy điện và nhiên liệu sinh hoạt… Kinh nghiệm xây dựng nền kinh tế tuần hoàn với phát thải cacbon thấp của Thụy Điển được bắt đầu từ việc thay đổi tư duy sản xuất tiêu dùng, xây dựng kế hoạch triển khai, tiến đến áp dụng khoa học công nghệ vào các ngành sản xuất và xử lý rác thải với sự tham gia của cả Nhà nước, doanh nghiệp (DN) và người dân. Thụy Điển áp dụng các chính sách như Thống nhất về tư duy phát triển và xây dựng một nền kinh tế tuần hoàn trên phạm vi cả nước, từ người dân, DN đến Chính phủ; Xây dựng nền kinh tế dựa trên ngành công nghệ cao bằng việc đổi mới sáng tạo ở một số DN, thúc đẩy ứng dụng công nghệ sạch trong các DN, tạo ra các phương pháp tiếp cận theo hướng đổi mới, sáng tạo; Xây dựng hệ thống tuần hoàn đối với các ngành Thực phẩm, Nhựa, chế tạo và xây dựng để giảm thiểu rác

thải công nghiệp xả ra môi trường; Tái chế rác thải thành điện năng bằng việc áp dụng các quy định chặt chẽ về địa điểm tái chế rác thải, xe chở rác chạy bằng năng lượng tái chế hoặc khí sinh hoạt. Phân loại rác theo màu túi đựng rác để tiết kiệm thời gian với sự tham gia của các DN, nhất là các DN trong ngành may mặc, thực phẩm; Biến rác thải thành điện năng…

Tại Hà Lan, khi nhu cầu về nguyên liệu thô của nước này đang tăng lên và nguồn cung lại phụ thuộc vào các nước khác, Chính phủ đã xác định việc phát triển kinh tế tuần hoàn là yêu cầu thiết yếu của quốc gia này. Theo đó, Hà Lan tiến hành phát triển chương trình hậu thuẫn cho nền kinh tế tuần hoàn nhằm mục tiêu đảm bảo cuộc sống và điều kiện làm việc lành mạnh, an toàn, ít gây hại cho môi trường. Chương trình này có sự tham gia của nhiều bộ, ngành liên quan, bao gồm tất cả các chương trình nhằm xử lý nguyên liệu thô hiệu quả hơn. Năm 2013, Chính phủ Hà Lan đã triển khai một loạt chương trình và dự án nhằm biến nước này trở thành "trung tâm tuần hoàn" của châu Âu. Đặc biệt, chương trình *"Kinh tế tuần hoàn tại Hà Lan vào năm 2050"* đưa ra tầm nhìn, định hướng lộ trình và mục tiêu cụ thể. Theo đó, 5 lĩnh vực ưu tiên là: Nhiên liệu sinh khối và thực phẩm, nhựa, chế tạo (tập trung vào vật liệu kim loại và các hóa chất độc hại), xây dựng (tập trung vào tái chế vật liệu xây dựng và phát triển thị trường vật liệu tái chế) và tiêu dùng.

Kinh tế tuần hoàn được gắn với góc nhìn của các DN tại Hà Lan, đề cao đổi mới trong sử dụng vật liệu, thay đổi các mô hình kinh doanh, xuất phát từ chính lợi ích và những sáng kiến của DN. Bộ Cơ sở hạ tầng và quản lý nước kết hợp với Bộ Kinh tế của Hà Lan đã đặt ra lộ trình cho việc xử lý kinh tế tuần hoàn từ năm 2016 tới 2050. Giai đoạn 2019 -2023 hiện nay đang đã đạt nhiều thành tựu như thúc đẩy phát triển khoa học, cắt giảm khí thải CO_2, đảm bảo sức khỏe và an toàn. Riêng với Hà Lan, mô hình kinh tế này có thể tạo ra hơn 50 nghìn việc làm, giảm 10% chất thải ra môi trường, tiết kiệm 20% nước sử dụng trong ngành công nghiệp, giảm 25% nhập khẩu các nguồn cơ bản và tạo ra 7 tỷ Euro cho nền kinh tế. Ngoài ra, Chính phủ nước này cũng cam kết sẽ thực hiện cải cách pháp luật, hỗ trợ tài chính, nâng cao tri thức nhằm thúc đẩy hợp tác quốc tế, hướng đến phát triển bền vững.

Ở Đức, nền kinh tế tuần hoàn được xây dựng theo mô hình "từ trên xuống". Chính phủ Đức đã ban hành Luật về Quản lý chất thải và chu trình khép kín từ năm 1996 với ý tưởng cốt lõi là "tuần hoàn vật liệu", khi mà nền kinh tế công nghiệp nặng của Đức luôn cần rất nhiều vật liệu đầu vào thì việc "tuần hoàn vật liệu" sẽ góp phần giảm phụ thuộc vào tài nguyên trong sản xuất, đồng thời bảo đảm sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Đạo luật trên hướng tới quản lý chất thải theo chu trình khép kín và bảo đảm việc xử lý chất thải tương thích với nhiệm vụ bảo vệ môi trường cũng như khả năng đồng hóa chất thải. Trên cơ sở đó, nước Đức tiếp cận thực hiện nền kinh tế tuần hoàn ở cấp toàn quốc gia, thúc đẩy nhiều mô hình giảm thiểu chất thải, tái sử dụng, tái chế và đốt rác thải để sản xuất điện năng và nhiệt năng, cung cấp nhiên liệu phục vụ cho các ngành công nghiệp khác.

Sau hơn 35 năm đổi mới, Việt Nam đã vươn lên thành một điểm sáng tăng trưởng trong khu vực và trên thế giới với nhiều thành tựu đáng ghi nhận. Tuy nhiên, Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều thách thức về cạn kiệt tài nguyên, ô nhiễm, suy thoái môi trường và biến đổi khí hậu. Kể từ năm 2015, Việt Nam đã trở thành nước nhập siêu than đá và luôn cần nhập

khẩu rất nhiều nguyên nhiên liệu khác phục vụ cho phát triển kinh tế như dầu thô, sắt thép các loại, các kim loại thường, chất dẻo nguyên liệu, phụ liệu cho dệt may và da giày. Về rác thải, chất rắn phát sinh ngày càng nhiều, với tốc độ tăng khoảng 10% mỗi năm, riêng chất thải rắn đô thị là 10-16% mỗi năm. Cụ thể năm 2016, lượng chất thải rắn đô thị Việt Nam là 11,6 triệu tấn (trung bình 0,33 kg/người/ngày), con số này được dự đoán sẽ tăng lên gấp đôi, ở mức khoảng 22 triệu tấn vào năm 2050. Đặc biệt, mặc dù chỉ đứng thứ 68 thế giới về diện tích, thứ 15 về dân số nhưng lượng rác thải nhựa ra biển của Việt Nam hiện xếp thứ 4 thế giới, với hơn 1,83 triệu tấn/năm. Theo tính toán của Ngân hàng Thế giới, ô nhiễm nước có thể gây thiệt hại cho Việt Nam tới 3,5% GDP vào năm 2035.

Đứng trước cơ hội mà nền kinh tế tuần hoàn mang lại, Việt Nam đã có nhiều động thái tích cực tạo điều kiện cho mô hình kinh tế tuần hoàn phát triển. Trong những năm qua, Đảng, Nhà nước đã ban hành nhiều chủ trương chính sách về chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng bền vững; tăng cường quản lý tài nguyên, bảo vệ môi trường ứng phó với biến đổi khí hậu; tăng cường tái chế, tái sử dụng chất thải. Đến nay, một số cơ chế, chính sách thúc đẩy kinh tế tuần hoàn đã được thể chế hóa trong Luật Bảo vệ môi trường năm 2020 như: phân loại chất thải tại nguồn, thu phí chất thải dựa trên khối lượng; tái chế, tái sử dụng chất thải; trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất; các công cụ, chính sách kinh tế như thuế tài nguyên, phí bảo vệ môi trường; phát triển công nghiệp môi trường, dịch vụ môi trường.

Việt Nam đã có một số mô hình tiếp cận của kinh tế tuần hoàn như: mô hình thu gom tái chế sắt vụn, thu gom tái chế giấy trong nông nghiệp có mô hình vườn - ao - chuồng, vườn - rừng - ao - chuồng, thu hồi gas từ chất thải vật nuôi; các mô hình sản xuất sạch hơn trong sản xuất công nghiệp quy mô vừa và nhỏ. Mặc dù vẫn còn một số hạn chế nhưng các mô hình này cũng đã bước đầu tiếp cận với kinh tế. Hiện nay, vấn đề quản lý, sử dụng bền vững tài nguyên, bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu đã được toàn xã hội nhận thức đầy đủ hơn. Chính vì vậy, các chiến dịch về bảo vệ môi trường như chống rác thải nhựa đã được cộng đồng doanh nghiệp và người dân trên cả nước tích cực hưởng ứng, tham gia. Một số mô hình mới hướng đến gần hơn với kinh tế tuần hoàn đã được hình thành như: Mô hình khu công nghiệp sinh thái tại một số địa phương; sáng kiến "Không xả thải ra thiên nhiên" do Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam khởi xướng; mô hình chế biến phụ phẩm thủy sản; Liên minh Tái chế bao bì Việt Nam; đối tác toàn cầu về nhựa của Việt Nam... Các mô hình này khi được tổng kết, đánh giá dựa trên những nguyên tắc, tiêu chí cơ bản sẽ góp phần bổ sung hoàn thiện cho nền kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam.

Qua nghiên cứu việc áp dụng mô hình kinh tế tuần hoàn tại các quốc và dựa vào thực tế của Việt Nam, để hiện thực hóa và phát triển nền kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam, cần thực hiện hiệu quả một số giải pháp sau:

Một là, xây dựng hành lang pháp lý rõ ràng cho hình thành, phát triển kinh tế tuần hoàn, từ chủ trương của Đảng đến pháp luật của Nhà nước. Cần xây dựng và ban hành hệ thống chính sách, pháp luật bao gồm cả quy định về giảm thiểu, tái chế, tái sử dụng chất thải, công cụ kinh tế trong bảo vệ môi trường và khung thể chế quy định rõ trách nhiệm của các cấp chính quyền, doanh nghiệp và người dân trong thực hiện các chương trình, sáng kiến ứng dụng mô hình kinh tế tuần hoàn.

Hai là, khuyến khích các sáng kiến tuần hoàn và nhân rộng các điển hình, thúc đẩy quan hệ hợp tác hỗ trợ DN tiếp cận với các cơ hội tiếp nhận hỗ trợ về tài chính và công nghệ cho kinh tế tuần hoàn như tại Thụy Điển và Hà Lan. Các lộ trình kinh tế tuần hoàn cần xác định rõ, DN chính là động lực trung tâm thực hiện. Theo đó, tạo cơ chế để hình thành động lực thị trường dựa trên các tiêu chí của hiệu quả đầu tư, khuyến khích DN, khu vực tư nhân đầu tư mạnh mẽ thực hiện các mô hình kinh tế tuần hoàn, đẩy mạnh trách nhiệm xã hội của DN. Mặt khác, huy động sự tham gia của cộng đồng vào phát triển nền kinh tế tuần hoàn. Việc chuyển đổi từ một nền kinh tế truyền thống sang nền kinh tế tuần hoàn đòi hỏi phải có sự thay đổi cả hệ thống, trong đó phát huy vai trò của các bên liên quan gồm Nhà nước và DN có ý nghĩa hết sức quan trọng.

Ba là, đẩy mạnh thu hồi vật liệu và quản lý rác thải. Từ kinh nghiệm của Thụy Điển, Pháp... Việt Nam cần chú trọng phân loại rác tại nguồn, xây dựng hệ thống xử lý rác thải, mở rộng trách nhiệm của nhà sản xuất và thúc đẩy các thị trường mới phát triển. Sớm ban hành các tiêu chuẩn, quy chuẩn, hướng dẫn liên quan tới thu gom, vận chuyển và tái sử dụng tro, xỉ từ nhiệt điện than. Tăng cường tuyên truyền sâu rộng về chất lượng và hiệu quả sử dụng vật liệu xây dựng không nung, phát triển thị trường vật liệu xây dựng từ tro, xỉ... Mặt khác, Nhà nước cần có ưu đãi các DN xử lý, tiêu thụ tro, xỉ. Ngoài ra, hạn chế sử dụng vật liệu khó tái chế (như túi nhựa mỏng, bọc bảo vệ nắp chai, các hạt vi nhựa…) để thúc đẩy kinh tế tuần hoàn.

Bốn là, tăng cường công tác truyền thông nâng cao nhận thức trách nhiệm của cộng đồng DN và người dân về kinh tế tuần hoàn; về trách nhiệm phân loại tại nguồn các loại rác thải để thực hiện tái chế, tái sử dụng; thay đổi hành vi tiêu dùng hướng tới các sản phẩm thân thiện môi trường.

Kết luận

Chuyển dịch từ kinh tế tuyến tính sang kinh tế tuần hoàn đang là xu thế chung của toàn cầu và Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó. Đó là cách tốt nhất để giải quyết mối quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế và các ảnh hưởng tiêu cực tới cạn kiệt tài nguyên, ô nhiễm và suy thoái môi trường, hay nói một cách khác, không còn phải đánh đổi giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường, thực hiện được đồng thời nhiều mục tiêu của phát triển bền vững. Để thực hiện được định hướng này, đòi hỏi phải có sự nỗ lực của mọi thành phần trong xã hội, đặc biệt, doanh nghiệp là động lực trung tâm, Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, dẫn dắt và cộng đồng tham gia thực hiện để thay đổi cả về nhận thức và hành vi của toàn xã hội.

Tài liệu tham khảo:

Nguyễn Thị Phong Lan, 2022, "Kinh tế tuần hoàn hướng tới phát triển bền vững ở Việt Nam" (đăng trong tapchicongsan.org.vn), https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/kinh-te/-/2018/825071/kinh-te-tuan-hoan-huong-toi-phat-trien-ben-vung-o-viet-nam.aspx

Nguyễn Tấn Vinh và Võ Hữu Phước, 2022, "Phát triển kinh tế tuần hoàn: Kinh nghiệm của một số nước châu Âu và hàm ý chính sách đối với Việt Nam" (đăng trong tapchicongsan.org.vn), https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/the-gioi-van-de-su-kien/-/2018/826257/phat-trien-kinh-te-tuan-hoan--kinh-nghiem-cua-mot-so-nuoc-chau-au-va-ham-y-chinh-sach-doi-voi-viet-nam.aspx

Tận dụng cơ hội để phát triển nền kinh tế Việt Nam trong giai đoạn ảnh hưởng của xung đột Nga - Ukraine

Nguyễn Đình Cẩm Vy - CQ57/08.05

Trong bối cảnh tăng trưởng kinh tế thế giới đang chịu nhiều tác động tiêu cực của đại dịch Covid-19 thì xung đột Nga - Ukraine đã giáng thêm một đòn cho kinh tế toàn cầu. Là nước có độ mở kinh tế cao và đang hội nhập sâu vào kinh tế thế giới, Việt Nam khó tránh khỏi những ảnh hưởng từ cuộc xung đột Nga - Ukraine. Mặc dù tác động trực tiếp đến hoạt động thương mại song phương với Nga và Ukaine có thể không quá lo ngại nhưng rủi ro về gián đoạn chuỗi cung ứng và sản xuất đang dần xuất hiện. Cùng với đó, giá năng lượng tăng có thể tạo thêm áp lực về lạm phát, tuy nhiên những rủi ro này có thể kiểm soát được.

Những tác động của xung đột Nga - Ukraine đối với nền kinh tế Việt Nam

Thứ nhất, *hoạt động thương mại và đầu tư bị ảnh hưởng*

Vai trò của Nga và Ukraine ngày càng tăng đối với thương mại quốc tế khi chiếm 1,8% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu. Cả Nga và Ukraine đều là những đối tác thương mại truyền thống và quan trọng của Việt Nam tại khu vực Á - Âu.

Mặc dù xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường Nga và Ukraine với lượng hàng hóa không lớn nhưng lại có sự lan tỏa tới khu vực thị trường liên minh Á - Âu) là khu vực Việt Nam đã ký Hiệp định thương mại tự do (FTA). Do đó, sự đứt gãy chuỗi cung ứng sẽ tác động đến cả những thị trường liên đới khác, liên quan đến các giao dịch thanh toán với các doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đã bị ngừng trệ đơn hàng, đứt gãy nguồn cung nguyên vật liệu, chậm trễ trong các biện pháp thanh toán.

Do Mỹ và các nước phương Tây loại một số ngân hàng Nga khỏi hệ thống nhắn tin tài chính SWIFT (nghĩa là cấm các ngân hàng của Nga tham gia các giao dịch quốc tế). Việc chặn kết nối SWIFT của hệ thống tài chính Nga khiến việc hợp tác về thương mại với Nga gặp khó khăn, ảnh hưởng đến các dự án đầu tư của Nga tại Việt Nam, phần lớn là các dự án điện, dầu khí và ảnh hưởng đến thương mại song phương Việt - Nga trong thanh toán các hợp đồng sử dụng đồng Euro.

Thứ hai, *sản xuất nông nghiệp gặp nhiều khó khăn*

Giá phân bón, vật tư hàng hóa nông nghiệp luôn là "nỗi ám ảnh" với nông dân Việt Nam. Năm 2021, giá phân bón sản xuất trong nước và giá nhập khẩu đã tăng khoảng 60 - 80%.

Giá thức ăn chăn nuôi cũng tăng, trong khi giá các sản phẩm đầu ra bấp bênh tạo thêm khó khăn kép cho nông dân. Nga là nhà sản xuất phân bón hàng đầu thế giới, là quốc gia sản xuất lớn về phân urê và kali khi xung đột xảy ra, cổ phiếu phân bón trên sàn chứng khoán Việt Nam tăng vọt. Sự đứt gãy trong cung ứng các thành phần của phân bón khiến giá bán các hàng hóa nông nghiệp tăng lên.

Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang Nga hàng năm đạt 550 triệu USD (2021). Trong đó, một số mặt hàng có giá trị xuất khẩu đáng kể như: Thủy sản đạt 164 triệu USD, cà phê 173 triệu USD, tiêu và điều khoảng 60 triệu USD. Khi xung đột nổ ra, giao dịch xuất khẩu sang Nga đều phải tạm dừng bởi rủi ro về giao dịch ngân hàng, thiếu tàu vận chuyển và chi phí cao. Trong khi, Việt Nam chi 500 triệu USD năm 2021 để nhập khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản từ Nga và Ukraine.

Xung đột Nga - Ukraine khiến hoạt động xuất, nhập khẩu nông sản giữa Việt Nam đều phải tạm dừng. Nhiều lô hàng xuất khẩu của Việt Nam không thể đưa vào Nga, Ukraine và một số quốc gia Đông Âu. Do Nga là thị trường tiềm năng của nông sản Việt Nam cả về xuất khẩu lẫn nhập khẩu. Xung đột Nga - Ukraine ảnh hưởng nhiều đến xuất khẩu nông sản sang Nga cũng như nhập khẩu các mặt hàng từ Nga về Việt Nam. Quan trọng hơn là sự thiếu hụt nguồn cung từ Nga và Ukraine làm tăng giá nguyên liệu đầu vào cho sản xuất trên toàn cầu. Giá nguyên liệu đầu vào như lúa mỳ, ngô… đã tăng lên 10 - 20%, giá phân bón tăng trên 20%, ảnh hưởng xấu đến ngành chăn nuôi và trồng trọt của Việt Nam.

Thứ ba, *chuỗi cung ứng nguyên nhiên liệu phục vụ cho sản xuất bị đình trệ*

Nga và Ukraine có vị thế quan trọng trong chuỗi cung ứng và năng lượng toàn cầu. Sự gián đoạn trong quá trình sản xuất hoặc phân phối các sản phẩm dẫn đến phá vỡ chuỗi cung ứng, ảnh hưởng đến giá nhiều mặt hàng quan trọng. Khi xung đột xảy ra, giá các mặt hàng thế mạnh của Nga như lúa mỳ, phân bón, than, thép, các kim loại cơ bản đều đã tăng vọt.

Nga và Ukraine là hai nhà cung cấp lớn về niken, neon, krypton, nhôm và palladium - những vật liệu quan trọng để sản xuất các nguyên phụ liệu cấu thành các thiết bị điện tử. Vì vậy, bất kỳ sự hạn chế hoặc đình trệ về nguồn cung hàng hóa từ Nga có thể gây gián đoạn chuỗi sản xuất thiết bị điện tử. Mặc dù, Việt Nam không nhập khẩu những vật liệu này trực tiếp từ Nga và Ukraine, nhưng lại mua từ Hàn Quốc, Nhật Bản và Đài Loan. Vì vậy, khi Nga bị hạn chế kinh tế gây ảnh hưởng gián tiếp tới Việt Nam. Chuỗi cung ứng toàn cầu bị gián đoạn, đặc biệt đối với hoạt động xuất khẩu các mặt hàng điện, điện tử. Việt Nam gặp khó khăn về nguồn cung các nguyên, nhiên liệu phục vụ cho sản xuất. Tăng giá nhiên liệu kéo theo giá cả sản xuất hàng hóa và tiêu dùng tăng.

Thứ tư, *giá dầu cao khiến chi phí hậu cần và vận chuyển tăng*

Xung đột là nguyên nhân làm tăng giá trên thị trường một số mặt hàng nhiên liệu, nguyên liệu phục vụ sản xuất, tiêu dùng như khí đốt, dầu mỏ do thị phần sản xuất và xuất

khẩu của Nga và Ukraine rất lớn. Nga là quốc gia khai thác và xuất khẩu dầu lớn nhất thế giới, xuất khẩu khoảng 5 triệu thùng dầu thô mỗi ngày.

Việt Nam nhập khẩu ròng giá trị dầu mỏ và các sản phẩm từ dầu với gần 6 tỷ USD trung bình mỗi năm trong giai đoạn 2017 - 2021. Khi giá dầu tăng cao, giá trị nhập khẩu ròng cũng sẽ tăng theo khiến tăng chi phí vận chuyển, buộc các doanh nghiệp nhập khẩu đầu vào của Việt Nam phải dừng giao dịch với Nga và chuyển sang tìm các nhà cung ứng từ Úc, Nam Mỹ và châu Phi. Việc giao dịch với các doanh nghiệp Nga trực tiếp bị cấm vận hoặc gián tiếp vì khó khăn trong việc chi trả thanh toán sẽ trở nên phức tạp hơn nhiều. Tình trạng này sẽ gây thiếu hụt, chậm trễ và tăng chi phí trong dây chuyền sản xuất nhiều ngành công nghiệp.

Nhiều hãng tàu đã từ chối nhận đơn vận chuyển hàng hóa từ Việt Nam đi Nga. Giá cước vận tải tiếp tục tăng cao cùng với sự chậm trễ trong vận chuyển sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến thương mại hàng hóa. Thêm nữa, việc cấm vận hàng không cũng sẽ dẫn đến các hãng hàng không phải chọn đường bay dài hơn, chi phí tăng, áp lực gia tăng chi phí hậu cần logistics lên hệ thống vận chuyển toàn cầu.

Cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam tận dụng phát triển nền kinh tế

Thứ nhất, *cơ hội xuất khẩu nông sản sang thị trường châu Âu*

Do lệnh cấm vận của Mỹ và các nước phương Tây cũng như do người dân tự động tẩy chay hàng hóa Nga, các nước châu Âu (EU) đang cần có nguồn cung cấp ngũ cốc và nông phẩm thay thế. Vì vậy, Việt Nam có thể tăng cường tham gia thị trường EU ở một số lĩnh vực như nông phẩm, lương thực để thay thế hàng từ Nga và Ukraine. Việt Nam có cơ hội tập trung nâng cao thị phần của mình tại thị trường EU như Ba Lan, Tiệp Khắc… đang có nhu cầu tăng. Bởi EU là thị trường tiêu thụ cà phê của Việt Nam nhiều nhất, chiếm 40% tổng sản lượng và 38% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Đây là thời điểm tốt để Việt Nam tăng cường xuất khẩu gạo, các loại nông phẩm lương thực sang thị trường EU vốn có nhu cầu cao, mỗi năm nhập khoảng 160 tỷ USD, xuất khẩu nhiều nông sản và thực phẩm quan trọng cho thế giới như lúa gạo, cà phê, hạt điều, hạt tiêu, ca cao, khoai mì, tôm, cá tra, trái cây… Giá gạo và nông phẩm tăng có lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo và nông phẩm của Việt Nam, càng có cơ hội củng cố vị thế của Việt Nam là nhà cung cấp hàng hóa hàng đầu cho khách hàng.

Thứ hai, *cơ hội đa dạng hóa thị trường xuất, nhập khẩu*

Doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội chuyển đổi, tìm kiếm các thị trường mới. Việt Nam nhập khẩu nhiều từ Nga các mặt hàng như lúa mì, ngô, đây cũng là những mặt hàng

mà Mỹ sản xuất nhiều. Do đó, Việt Nam có thể chuyển hướng nhập khẩu các mặt hàng này từ thị trường Mỹ, cũng là giải pháp góp phần làm cân bằng hơn cán cân thanh toán, đa dạng hóa thị trường. Tuy nhiên, Việt Nam cần tìm hiểu về luật cấm vận của Mỹ để tránh bị chế tài vì bị cáo buộc vi phạm các biện pháp cấm vận đối với Nga. Việt Nam có thể nghiên cứu việc xuất khẩu phân bón sang các nước. Nhưng để có thể thâm nhập vào các thị trường khó tính, đòi hỏi tiêu chuẩn cao như EU và Mỹ, thì Việt Nam cần tập trung nâng cấp tiêu chuẩn công nghệ và chất lượng nguồn nhân lực.

Xung đột Nga - Ukraine sẽ khiến cho nguồn cung thực phẩm tới nhiều nước bị giảm bởi cả Nga và Ukraine cùng là những thị trường cung cấp lúa mì, ngô, dầu hướng dương và thịt lợn. Bất ổn chính trị khiến các nước nhập khẩu ở châu Á, châu Phi và Trung Đông gặp khó khăn khi nguồn cung gián đoạn khiến giá thực phẩm tăng cao. Đây chính là cơ hội để Việt Nam đa dạng hóa thị trường nhập khẩu, chuyển sang nhập khẩu thịt từ Ấn Độ, giảm nhập khẩu từ Nga.

Thứ ba, *tạo điều kiện gia tăng quan hệ kinh tế với Nga*

Xung đột Nga - Ukraine khiến cho EU dời hoạt động kinh doanh với Nga để chuyển đến nơi có chính sách hợp lý và chính trị ổn định. Do rủi ro tiềm ẩn tại thị trường Nga, nhiều nhà đầu tư sẽ đẩy nhanh hơn quá trình đa dạng hóa, chuyển dịch chuỗi cung ứng, chuyển dịch dòng vốn đầu tư và tìm kiếm địa chỉ an toàn hơn. Việt Nam đang được đánh giá là điểm đến tốt với tình hình chính trị ổn định, kinh tế tăng trưởng khá, môi trường đầu tư - kinh doanh ngày càng được cải thiện và quy mô thị trường rộng lớn hấp dẫn các nhà đầu tư.

Nhiều tập đoàn lớn đã rời bỏ nước Nga. Đây là cơ hội để Việt Nam đón nhận dòng vốn đầu tư này, tiến sâu vào thị trường Nga, thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường Nga. Riêng trong năm 2021, Việt Nam đã thu hút được 150 dự án từ Nga chủ yếu tập trung trong lĩnh vực năng lượng. Nga đẩy mạnh hợp tác với châu Á cũng là cơ hội thúc đẩy hợp tác với Việt Nam trong trung - dài hạn.

Tài liệu tham khảo:

https://tapchinganhang.gov.vn/kinh-te-the-gioi-truoc-tac-dong-cua-xung-dot-quan-su-nga-ukraine.htm

https://dangcongsan.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/viet-nam-kien-dinh-lap-truong-ve-van-de-xung-dot-nga-ukraine-622276.html

Vai trò của tổ chức đoàn đối với sinh viên trong việc phòng chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng

Trần Đức Nghĩa; Đặng Công Tiến - CQ58/06.01CLC
Ngô Mai Anh; Nguyễn Thu Quỳnh - CQ58/06.02CLC

Với nhiệm vụ giáo dục lý tưởng, truyền thống đạo đức, lối sống và ý thức pháp luật cho hội viên, sinh viên, Đoàn thanh niên và Hội sinh viên giữ vai trò quan trọng trong việc phòng ngừa tin giả, tin sai sự thật đối với sinh viên trên không gian mạng. Vai trò ấy thể hiện ở 3 phương diện: Thứ nhất, tăng cường công tác giáo dục chính trị, tư tưởng cho sinh viên; Thứ hai, quản lý hoạt động cập nhật tin tức của sinh viên trên không gian mạng; Thứ ba, đưa ra biện pháp xử lý phù hợp với những sai phạm của sinh viên.

Giới thiệu

Ngày nay, trước sự bùng nổ của công nghệ thông tin, việc sử dụng mạng xã hội như một công cụ tra cứu và cập nhập thông tin trở thành xu thế chung của thời đại bởi tính nhanh chóng của chúng, đặc biệt là đối với đối tượng sinh viên. Trái với sự phát triển không ngừng đó, tính chân thực và đáng tin cậy của thông tin trên không gian mạng không hề được đảm bảo, ngược lại, chúng khó kiểm soát, vàng thau lẫn lộn và là môi trường lý tưởng cho những đối tượng xấu và thế lực thù địch lợi dụng. Chúng lợi dụng tốc độ lan truyền cực nhanh của mạng xã hội và tính ẩn danh thông tin cá nhân của không gian mạng để lan truyền tin giả, tin sai sự thật nhằm trục lợi cá nhân, lừa đảo chiếm đoạt tài sản, thậm chí nghiêm trọng hơn là bôi nhọ uy tín của cá nhân, tổ chức, chống phá Đảng và Nhà nước. Các thông tin chúng đăng tải có nội dung liên quan đến nhiều lĩnh vực, từ chính trị, kinh tế đến văn hoá, xã hội… gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín, danh dự của các tổ chức cá nhân, ảnh hưởng đến an ninh trật tự, gây thiệt hại về kinh tế. Chúng cắt ghép hình ảnh, video, bịa đặt thông tin, hoặc đảo lộn mốc thời gian, cố tình xuyên tạc lời nói, hành động của người khác,… rồi phát tán trên không gian mạng, dẫn dắt dư luận. Càng ngày, thủ đoạn của chúng càng tinh vi, phức tạp với nhiều hình thức khác nhau, hướng tới nhiều đối tượng khác nhau. Đặc biệt, với đối tượng sinh viên - lực lượng chủ yếu sử dụng mạng xã hội, chưa có nhiều kinh nghiệm sống và chưa hình thành nền tảng tư tưởng vững chắc - rất dễ bị thủ đoạn của chúng lừa gạt, thậm chí là tiếp tay cho chúng.

Trước tình hình đó, hai tổ chức chính trị - xã hội là Hội sinh viên Việt Nam và Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh có vai trò quyết định trong việc ngăn chặn và kiểm

soát việc phát tán các tin giả, tin sai sự thật trong cộng đồng sinh viên. Ngoài ra, dưới những phương pháp cụ thể, Hội sinh viên cùng Đoàn Thanh niên sẽ giúp sinh viên có thể nhận diện và phản bác tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng. Chính vì những lí do này, tôi lựa chọn đề tài ***"Vai trò của tổ chức đoàn đối với sinh viên trong việc phòng chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng"*** làm đề tài bài viết trong Hội thảo khoa học ngày hôm nay.

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp logic biện chứng, cụ thể: phương pháp phân tích - tổng hợp, phương pháp lịch sử - logic, phương pháp quy nạp - diễn dịch.

Phương pháp quan sát, cụ thể: phương pháp nghiên cứu tài liệu

Thảo luận kết quả nghiên cứu

Thông qua quá trình nghiên cứu tài liệu và khảo sát thực tế, tôi nhận thấy, trong việc phòng chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng, Đoàn Thanh niên và Hội Sinh viên có những vai trò như sau:

Tăng cường giáo dục chính trị, tư tưởng cho sinh viên

Giáo dục là phương tiện tuyên truyền pháp luật, đường lối chính sách của một quốc gia. Nhờ giáo dục, người dân có được tiếp thu kiến thức, bồi dưỡng lòng yêu nước, xây dựng lập trường chính trị vững vàng trước những thách thức trong quá trình hội nhập quốc tế. Đặc biệt, với đối tượng sinh viên, giáo dục lại càng cần thiết, nhất là giáo dục chính trị, tư tưởng. Bởi, công tác giáo dục tư tưởng có tác động mạnh mẽ đến sinh viên nhằm tuyên truyền và phát triển sáng tạo chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước. Điều này đã được khẳng định tại nghị quyết Đại hội XII (2016) của: "Làm tốt công tác giáo dục chính trị, tư tưởng, truyền thống, lý tưởng, đạo đức và lối sống, tạo điều kiện học tập, lao động, giải trí, phát triển thể lực, trí tuệ cho thế hệ trẻ; khuyến khích, cổ vũ thanh niên nuôi dưỡng ước mơ, hoài bão lớn, xung kích, sáng tạo, làm chủ khoa học, công nghệ hiện đại; hình thành một lớp thanh niên ưu tú trên mọi lĩnh vực, kế tục trung thành và xuất sắc sự nghiệp cách mạng của Đảng, của dân tộc". Sinh viên có tư tưởng chính trị vững vàng mới không dễ bị ảnh hưởng bởi các tin giả, tin sai sự thật. Và thực hiện tốt công tác giáo dục chính trị cho sinh viên là xác định được những tiêu chuẩn cụ thể về lý tưởng cách mạng, đạo đức lối sống để giáo dục thanh niên. Hay nói cách khác, là giáo dục sinh viên có lối sống lành mạnh, thực hiện học tập và làm theo tấm gương đạo đức, tư tưởng Hồ Chí Minh.

Để hoàn thành mục tiêu xây dựng nền tảng chính trị, tư tưởng vững chắc cho đoàn viên thanh niên và sinh viên, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh có vai trò vô cùng lớn. Đoàn Thanh niên là "trường học xã hội chủ nghĩa của thanh niên", với nhiệm vụ thực

hiện tốt công tác giáo dục lý tưởng cách mạng, đạo đức, lối sống văn hóa cho thanh thiếu niên. Bên cạnh Đoàn Thanh niên, Hội sinh viên cũng là tổ chức tác động không nhỏ đến công tác giáo dục chính trị tư tưởng cho sinh viên, bởi đây là tổ chức hướng tới đối tượng cụ thể là sinh viên, nhằm quản lý và bảo vệ quyền lợi của sinh viên. Hai tổ chức phối kết hợp với nhau mới có thể tạo ra môi trường lý tưởng cho sinh viên được giáo dục chính trị, tư tưởng đầy đủ và vững mạnh.

Các hoạt động bổ trợ cho công tác giáo dục chính trị, tư tưởng của Đoàn Thanh niên, Hội sinh viên với sinh viên có thể liệt kê như sau:

Thứ nhất, đa dạng hình thức giáo dục chính trị tư tưởng cho sinh viên. Nội dung lý luận chính trị tư tưởng khá nặng nề và khô khan đối với sinh viên, vì vậy, nếu không có hình thức chuyển tải phù hợp dễ gây nhàm chán thậm chí tác dụng ngược với sinh viên. Vì thế lựa chọn nội dung lý luận chính trị tư tưởng được lựa chọn phải phù hợp với tình trạng từng đối tượng sinh viên và được thể hiện bằng các hình thức đổi mới, sáng tạo. Có thể giáo dục tư tưởng chính trị cho sinh viên dưới các lớp bồi dưỡng, đặc biệt là sinh viên tiêu biểu được lựa chọn để trở thành thành viên dự bị của Đảng Cộng sản Việt Nam, lớp cảm tình Đảng. Nhưng các buổi học này nên được tổ chức với nhóm đối tượng cụ thể, không nên áp dụng cho toàn bộ sinh viên với tần suất dày đặc. Hình thức thứ hai là giáo dục tư tưởng chính trị thông qua những cuộc thi tìm hiểu về chính trị tư tưởng, học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức và phong cách Hồ Chí Minh. Hình thức thứ ba là các cuộc gặp gỡ, trao đổi, đối thoại định kỳ của Đoàn Thanh niên, Hội sinh viên với sinh viên niên. Chất lượng của đội ngũ tuyên truyền, giáo dục tư tưởng chính trị cho sinh viên và địa điểm tổ chức các hoạt động giáo dục cũng là những điểm cần lưu ý.

Thứ hai, tiếp tục thực hiện và triển khai tổ chức những phong trào hành động cách mạng có ý nghĩa thiết thực trong thanh niên. Các hoạt động có thể tổ chức là các hoạt động giao lưu văn nghệ, tham quan các địa điểm lịch sử kết hợp với học tập, các cuộc thi tìm hiểu văn hoá, lịch sử,… Nhờ các hoạt động đó, sinh viên sẽ được hoà mình trong không khí sôi nổi, tích cực, từ đó tiếp thu nội dung chính trị, tư tưởng một cách tự nhiên. Ngoài ra, đây là hình thức bồi dưỡng lòng yêu quê hương đất nước, tinh thần tự hào dân tộc, đức tính cần cù, sáng tạo,… cho sinh viên, cũng là cơ hội để sinh viên rèn luyện kỹ năng xã hội, kỹ năng sống cần thiết.

Thứ ba, làm rõ nội dung nhận diện tin giả, tin sai sự thật trong giáo dục chính trị, tư tưởng sinh viên. Trước kia, nhận diện tin giả, tin sai sự thật, tin xấu độc trên không gian mạng chỉ là một trong những nội dung được đề cập trong nội dung giáo dục tư tưởng, chính trị, nhưng hiện tại, đây là một nội dung quan trọng cần được phổ biến và giáo dục với sinh viên. Việc chỉ ra rõ ràng những dấu hiệu của tin giả, tin sai sự thật cùng các tổ

chức thù địch, lừa đảo trên không gian mạng là những ý cần triển khai và nhấn mạnh đối với sinh viên.

Công tác giáo dục chính trị, tư tưởng sinh viên cần được thực hiện nghiêm túc, thường xuyên và liên tục với sự kết hợp của Đoàn Thanh niên và Hội Sinh viên. Chỉ như vậy mới có thể đảm bảo được việc xây dựng đội ngũ sinh viên - thanh niên có thể sáng suốt nhận diện những luồng thông tin sai sự thật trên không gian mạng, vừa "hồng", vừa "chuyên" là lực lượng nòng cốt cho xã hội.

Quản lý hoạt động cập nhật tin tức của sinh viên trên không gian mạng

Vào năm 2018, Bộ Giáo dục và đào tạo đã thực hiện một cuộc khảo sát trên 2000 học sinh - sinh viên 4 tỉnh thành Hà Nội, TP.HCM, Thái Nguyên, Hải Phòng. Kết quả thu được cho thấy "có trên 92% sinh viên và trên 84% học sinh cấp THCS và THPT thường xuyên sử dụng mạng xã hội Facebook. Trong đó, có 26% số người sử dụng dưới 1 giờ/ngày, 40% sử dụng từ 1 - 3 giờ và 34% sử dụng trên 3 giờ. Về thời điểm truy cập, có tới 45% cho biết sử dụng mạng bất kỳ lúc nào và có thiết bị truy cập trong tay". Hiện nay, Internet và mạng xã hội không chỉ là nơi để sinh viên tìm kiếm sự giải trí, thư giãn mà còn là công cụ để tìm kiếm và sử dụng thông tin. Thay vì tìm kiếm các thông tin đến từ trang tin tức cùng các phương tiện báo chí truyền thông đại chúng, sinh viên lựa chọn không gian mạng vì tính nhanh chóng, đa dạng của thông tin trên đó. Tuy đây là hoạt động cá nhân và khó kiểm soát nhưng Đoàn Thanh niên và Hội sinh viên vẫn có thể can thiệp quản lý như sau:

Thứ nhất, phổ biến thông tin về các trang mạng tích cực, chính thống, đáng tin cậy và các trang tin giả, tin xấu độc, sai sự thật. Một số trang thông tin cần thiết cho sinh viên là các trang web giúp đỡ về học tập, nguồn tài liệu, các trang thông tin ngôn luận của cơ quan chức năng và cơ quan chính phủ hoặc những trang mạng tuyên truyền năng lượng tích cực bằng cách nêu gương người tốt, việc tốt. Bên cạnh đó, cũng cần phổ biến sinh viên không được truy cập vào các trang web chống phá, hoặc có dấu hiệu tuyên truyền thông tin sai lệch, xuyên tạc. Mặc dù hầu hết những trang web lớn này đều được đội an ninh mạng Việt Nam chặn truy cập nhưng không thể chủ quan khi chúng có những hình thức khác trên mạng xã hội.

Thứ hai, nhanh chóng đưa ra những thông báo cần thiết và kịp thời để định hướng dư luận của sinh viên. Mỗi khi có những thông tin tiêu cực liên quan đến Nhà trường, các tổ chức Nhà nước, Nhà nước, Chính phủ,… Đoàn Thanh niên và Hội sinh viên cần ngay lập tức đưa ra thông báo để sinh viên tỉnh táo, tránh kích động mà bị lừa đảo. Tuy nhiên, cũng cần đưa ra thông báo đính chính đối với những thông tin sai và xác nhận những thông tin đúng để tránh gây làn sóng phản đối trong sinh viên.

Việc quản lý hoạt động cập nhật tin tức của sinh viên chỉ là quản lý những vấn đề chính yếu và chung nhất chứ không thể kiểm soát hoàn toàn hoạt động của sinh viên bởi điều đó dễ gây ra phản ứng ngược với sinh viên. Việc Đoàn Thanh niên và Hội sinh viên quản lý một cách vừa đủ và linh hoạt sẽ giúp sinh viên dễ tiếp nhận đồng thời tránh được việc tiếp cận nguồn tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng.

Đưa ra biện pháp xử lý phù hợp với những sai phạm của sinh viên

Có một điều đáng buồn là hiện nay có nhiều trường hợp phát tán tin giả, tin sai sự thật thuộc đối tượng sinh viên. Bởi nhẹ dạ cả tin, bởi bị kích động, bởi thiếu hiểu biết, bởi vấn đề cá nhân,… một số sinh viên đã đăng tải thông tin sai lệch, trái với sự thật hoặc tiếp tay cho tin giả, tin xấu độc trên không gian mạng làm hoang mang dư luận. Đối với những trường hợp này, Đoàn Thanh niên và Hội sinh viên cần có những biện pháp cụ thể mang tính cảnh báo, răn đe. Và đối với những trường hợp cố tình vi phạm hoặc vi phạm nhiều lần, cần phải xử phạt thích đáng để nêu gương cho những sinh viên khác.

Kết luận

Có thể khẳng định rằng, Đoàn Thanh niên và Hội Sinh viên giữ vai trò quyết định trong việc phòng chống tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng đối với sinh viên. Đoàn Thanh niên và Hội sinh viên vừa thực hiện công tác giáo dục chính trị tư tưởng để làm nền tảng cho sinh viên khi đối diện với tin giả, tin sai sự thật, vừa điều phối, hướng dẫn sinh viên đối phó với các thông tin đó. Ngoài ra, việc đưa những sai phạm của sinh viên ra xử lý cũng là hình thức cảnh tỉnh sinh viên khi bị những tên lừa đảo và thế lực xấu xa lợi dụng. Và để làm tốt được những vai trò này, sự phối hợp của Nhà trường xã hội là vô cùng cần thiết. Duy trì được những vai trò trên sẽ hạn chế và ngăn chặn được việc sinh viên bị ảnh hưởng bởi tin giả, tin sai sự thật trên không gian mạng.

Tài liệu tham khảo:

45% học sinh - sinh viên sử dụng mạng xã hội bất cứ lúc nào, Hà Ánh, Báo Thanh niên

An ninh mạng trong giáo dục và đào tạo, Vụ Giáo dục Quốc phòng và An ninh, Bộ Giáo dục và Đào tạo

Giáo dục chính trị, tư tưởng, đạo đức, lối sống cho thanh niên hiện nay, Cổng thông tin Trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

Tiếp tục đổi mới công tác giáo dục chính trị, tư tưởng đối với đội ngũ cán bộ, đảng viên trong giai đoạn cách mạng mới, Bộ Nội vụ, ThS. Phạm Ngọc Yến, Trường Chính trị tỉnh Vĩnh Phúc

Vai trò của tổ chức Đoàn trong việc phòng chống thông tin giả, xấu độc trên không gian mạng, Cẩm Linh, Báo điện tử Đảng Cộng sản.

Nghiên cứu khoa học sinh viên Tập 05/2023

Chịu trách nhiệm xuất bản
PHAN ĐỨC CHÍNH

Chịu trách nhiệm nội dung
NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

Tham gia biên tập số này:

1. PGS. TS. NGÔ THỊ THU HỒNG
2. PGS. TS. HÀ MINH SƠN
3. PGS. TS. NGÔ THANH HOÀNG
4. PGS. TS. LÊ XUÂN TRƯỜNG
5. TS. NGUYỄN HỮU TÂN
6. TS. NGUYỄN HỒNG CHỈNH
7. TS. NGUYỄN THỊ THÚY NGA
8. TS. NGUYỄN TIẾN ĐỨC
9. TS. LƯU HỮU ĐỨC

Trình bày và thực hiện
BAN QUẢN LÝ KHOA HỌC

Thiết kế bìa
Bùi Dũng Thắng