

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



KỶ YẾU HỘI THẢO
NỀN KINH TẾ SỐ TRƯỚC BỐI CẢNH CUỘC
CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

NỀN KINH TẾ SỐ TRƯỚC BỐI CẢNH CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 4

Chịu trách nhiệm xuất bản, nội dung

Giám đốc - Tổng biên tập:

TRẦN CHÍ ĐẠT

Biên tập nội dung:

NGUYỄN TIẾN PHÁT, BÙI HỮU LỘ

Trình bày:

LÊ HOÀNG YẾN KHANH

Biên tập sách điện tử:

NGUYỄN TIẾN PHÁT, BÙI HỮU LỘ

Thiết kế bìa:

LÊ HOÀNG YẾN KHANH

Số đăng ký kế hoạch xuất bản: 4487 – 2018/CXBIPH/2 – 206/TTTT

Số quyết định xuất bản: 85/QĐ – NXB TTTT ngày 11 tháng 12 năm 2018

Nộp lưu chiểu Quý IV năm 2018

Mã ISBN: 978-604-80-3565-5

MỤC LỤC

STT	TÊN BÀI VIẾT	Trang
CHÍNH PHỦ ĐIỆN TỬ, KINH TẾ PHÁT TRIỂN, VÀ QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC		
1.	CHÍNH PHỦ QUẢN LÝ ĐIỆN TỬ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP Ở VIỆT NAM: MÔ HÌNH LÝ THUYẾT, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP GS. TS. Nguyễn Đông Phong TS. Lê Nhật Hạnh <i>Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM</i>	3
2.	NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM TRONG THỜI ĐẠI CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 Nguyễn Thị Thanh Nga <i>Khoa Du Lịch, Trường Đại học Huế</i>	17
3.	TỪ FINTECH ĐẾN REGTECH: VAI TRÒ CỦA CHÍNH PHỦ, CƠ QUAN ĐIỀU TIẾT VÀ CƠ QUAN GIÁM SÁT Đinh Thị Thu Hồng Nguyễn Trí Minh Trần Ngọc Thơ <i>Khoa Tài chính, Trường Đại Học Kinh tế TP. HCM</i>	27
4.	LAO ĐỘNG VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0: NHỮNG CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐẶT RA ThS. Đặng Thị Thanh Bình <i>Trường Đại học Thương Mại</i>	35
5.	ĐÀO TẠO NHÂN LỰC KẾ TOÁN, KIỂM TOÁN TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP VÀ CÁCH MẠNG 4.0 – CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC TRAINING OF HUMAN ACCOUNTING AND AUDITING IN THE CONTEXT OF INTEGRATION AND THE 4TH INDUSTRIAL REVOLUTION OPPORTUNITIES AND THREATS ThS. Lê Thị Ngọc Mai <i>Khoa kế toán – kiểm toán, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội</i>	51
6.	CAN THIỆP CỦA CHÍNH PHỦ VÀ QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ CỦA DOANH NGHIỆP: BẰNG CHỨNG TẠI VIỆT NAM ThS. Lương Thị Thảo TS. Lê Thị Phương Vy PGS. TS. Trần Thị Hải Lý <i>Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM</i>	61

GIÁO DỤC ĐIỆN TỬ

7.	ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH PHẦN MỀM HỖ TRỢ SINH VIÊN LUYỆN TẬP KỸ NĂNG NGHE VÀ NÓI TIẾNG ANH BUILDING A SOFTWARE SUPPORTING STUDENTS PRACTICING THEIR ENGLISH LISTENING & SPEAKING SKILLS <p style="text-align: right;">Phạm Ngọc Duy Lý Thị Huyền Châu <i>Trường Đại học Văn Lang</i></p>	79
8.	E – LEARNING TRONG GIẢNG DẠY ĐẠI HỌC Ở VIỆT NAM TRƯỚC XU THẾ CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 <p style="text-align: right;">NCS. Lê Thị Thanh Trà <i>Trường Đại học Kỹ thuật Y tế Hải Dương</i></p>	87
9.	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ THÀNH CÔNG CHO ĐÀO TẠO TRỰC TUYẾN Ở CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC VIỆT NAM <p style="text-align: right;">TS. Vũ Quốc Thông <i>Khoa Kế toán – Kiểm Toán, Trường Đại học Mở TP. HCM</i></p>	95
10.	MỘT VÀI GIẢI PHÁP GÓP PHẦN NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO THEO PHƯƠNG THỨC E-LEARNING HIỆN NAY <p style="text-align: right;">ThS. Lê Thị Mỹ An <i>Trường Đại học An Giang</i></p>	105
11.	PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI SỐ CHO GIÁO DỤC MỞ VÀ ĐÀO TẠO TỪ XA TRỰC TUYẾN Ở VIỆT NAM: KHUNG TIẾP CẬN DỰA TRÊN PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN TOÀN DIỆN <p style="text-align: right;">ThS. Nguyễn Minh Đồi <i>Trường Đại học Mở TP. HCM</i></p>	115
12.	NHỮNG YÊU CẦU VÀ KỸ NĂNG CƠ BẢN TRONG QUÁ TRÌNH GIẢNG DẠY CÁC MÔN LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ ĐỀ THÍCH ỨNG VỚI CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 <p style="text-align: right;">PGS.TS. Trần Mai Ước <i>Chánh Văn phòng, Trường Đại học Ngân hàng TP. HCM</i></p>	127
13.	GIÁO DỤC ĐẠI HỌC VIỆT NAM VỚI CÁCH MẠNG CÔNG NGHỆ 4.0 <p style="text-align: right;">PGS.TS. Mai Thị Hoàng Minh <i>Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i> TS. Vũ Quốc Thông <i>Trường Đại học Mở TP. HCM</i></p>	135

KINH DOANH ĐIỆN TỬ, THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, VÀ HỆ THỐNG THÔNG TIN KINH DOANH		
14.	CÔNG NGHỆ THÔNG TIN ẢNH HƯỞNG NHƯ THỂ NÀO ĐẾN CHỈ SỐ NĂNG LỰC CUNG CẤP THÔNG TIN CỦA HỆ THỐNG KẾ TOÁN	147
	TS. Hà Thị Phương Dung <i>Viện Kế toán- Kiểm toán, Trường Đại học Kinh tế quốc dân</i>	
15.	CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0	157
	ThS. Trần Thị Hằng TS. Trương Thanh Hằng <i>Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội</i>	
16.	BÀN VỀ ỨNG DỤNG 4.0 TRONG TỐI ƯU HOÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LOGISTICS DỰA TRÊN MÔ HÌNH GAP	167
	Hoàng Thu Hằng Thái Bội Linh <i>Khoa Kinh doanh quốc tế - Marketing</i> <i>Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i>	
17.	THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI TPHCM: MỘT GÓC NHÌN VỀ MỐI QUAN HỆ GIỮA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH VÀ HỘI NHẬP QUỐC TẾ	183
	Nguyễn Ngọc Anh Thư <i>Viện Nghiên cứu Phát triển TP. HCM</i>	
18.	TÁC ĐỘNG CỦA ĐẶC ĐIỂM QUẢN TRỊ CÔNG TY ĐẾN CHU KỶ LUÂN CHUYỂN TIỀN MẶT CỦA CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM	191
	Từ Đức Xuân Võ Văn Dứt <i>Khoa Kinh Tế, Trường Đại học Cần Thơ</i>	
19.	BÀN VỀ MÔ HÌNH PHÁP LÝ CHO DOANH NGHIỆP ĐIỆN TỬ	205
	TS. Trần Văn Long <i>Khoa Luật, Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i>	
20.	NHÀ MÁY THÔNG MINH VÀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT CỦA DOANH NGHIỆP TRONG CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 – NGHIÊN CỨU TẠI CÔNG TY BOSCH VIỆT NAM	219
	Bùi Thị Thanh <i>Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i> Nguyễn Như Thao <i>Công ty Bosch Việt Nam</i>	

FINTECH		
21.	VIRTUAL MONEY BITCOIN – THE CRISIS OF TRUST OR THE WAY TO RENOVATE FINANCIAL SYSTEM ĐỒNG TIỀN ẢO BITCOIN KHỦNG HOẢNG NIỀM TIN HAY CÁCH ĐỂ ĐỔI MỚI HỆ THỐNG TÀI CHÍNH	243
	Dr. Nguyen Hoang Tien <i>Thu Dau Mot University</i>	
22.	XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẤT YẾU CỦA INSURTECH TRÊN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM VIỆT NAM INSURTECH – THE TENDENCY OF VIETNAM INSURANCE MARKET	249
	TS. Trần Thị Tuấn Anh <i>Khoa Toán - Thống kê, Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i>	
23.	TÁC ĐỘNG CỦA FINTECH VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI NGÀNH TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG VIỆT NAM	263
	ThS. Bùi Thị Lan Hương <i>Học viện Ngân hàng</i>	
24.	LAN TỎA FINTECH TRONG HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP NỀN KINH TẾ SỐ: NHỮNG YẾU TỐ QUYẾT ĐỊNH VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM	275
	Lê Đạt Chí <i>Khoa Tài chính, Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i> Trần Hoài Nam <i>Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i>	
25.	HỆ SINH THÁI FINTECH VÀ NHỮNG XU HƯỚNG TRONG ĐÀO TẠO VÀ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC Ở VIỆT NAM	289
	Lê Quốc Thành <i>Trường Đại học Tài Chính – Marketing</i> PGS. TS. Nguyễn Hữu Huy Nhựt <i>Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM</i> PGS. TS. Nguyễn Khắc Quốc Bảo <i>Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM</i>	
26.	FINTECH VÀ NGÂN HÀNG TẠI VIỆT NAM: HỢP TÁC HAY CẠNH TRANH?	295
	TS. Phan Thu Hiền <i>Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i> TS. Phan Thị Mỹ Hạnh <i>Trường Đại học Tài chính - Marketing</i>	

SÁNG TẠO, ĐỔI MỚI, KHỞI NGHIỆP		
27.	INTRODUCING ICT-BASED INNOVATIONS IN MANAGEMENT PROCESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES	303
	Dr. Nguyen Hoang Tien <i>Thu Dau Mot University</i>	
28.	MBA AS PIONEERING ROLE IN ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN THE ERA OF IR 4.0 MBA VAI TRÒ TIÊN PHONG ĐÀO TẠO KHỞI NGHIỆP THỜI ĐẠI CMCN 4.0	311
	Nguyen Hoang Tien, PhD <i>Helena Chodkowska University of Economics and Technology in Warsaw</i>	
29.	VẤN ĐỀ KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO TRONG CUỘC CÁCH MẠNG 4.0 Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG: THỰC TRẠNG VÀ CÁC KIẾN NGHỊ	319
	GS. TS. Võ Thanh Thu <i>Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM</i>	
30.	KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP	333
	TS. Nguyễn Hồng Gấm <i>Trưởng phòng Quản lý Khoa học – Hợp tác Quốc tế, Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Cần Thơ</i>	
31.	CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC VƯƠN LÊN KHỞI NGHIỆP CỦA PHỤ NỮ TRONG NỀN KINH TẾ SỐ	345
	Từ Thị Thanh My <i>Trường Đại học An Giang</i>	
32.	CHUYỂN ĐỔI SỐ: NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG VÀ XUẤT CHO DOANH NGHIỆP KINH DOANH BÁN LẺ VIỆT NAM	353
	ThS. Nguyễn Quang Huy Đặng Minh Anh <i>Trường Đại học Ngoại thương</i>	
33.	MÔI QUAN HỆ GIỮA VIỆC HỌC TẬP CỦA TỔ CHỨC VÀ NĂNG LỰC ĐỔI MỚI TỔ CHỨC TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHỆ 4.0	367
	Bùi Thị Thanh <i>Trường Đại học Kinh tế TP. HCM</i> Nguyễn Lê Duyên <i>Công ty ACS Trading Việt Nam</i>	
34.	THANH NIÊN KHỞI NGHIỆP TRONG THỜI ĐẠI CÁCH MẠNG CÔNG NGHỆ 4.0	379
	ThS. Cao Thị Hoa <i>Trường Đại học An Giang</i>	

**CHÍNH PHỦ ĐIỆN TỬ, KINH TẾ
PHÁT TRIỂN, VÀ QUẢN TRỊ
NGUỒN NHÂN LỰC**

CHÍNH PHỦ QUẢN LÝ ĐIỆN TỬ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP Ở VIỆT NAM: MÔ HÌNH LÝ THUYẾT, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

GS. TS. Nguyễn Đông Phong

TS. Lê Nhật Hạnh

Trường Đại học Kinh Tế Thành Phố Hồ Chí Minh

Tóm tắt

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn thế giới, vấn đề xây dựng và triển khai hiệu quả chính phủ quản lý điện tử nói chung và đối với doanh nghiệp (government-to-business (G2B)) nói riêng đã và đang là một trong những vấn đề được chính phủ Việt Nam đặc biệt quan tâm. Trên cơ sở khái niệm và mô hình phát triển của chính phủ quản lý điện tử, kết hợp với nguồn số liệu phỏng vấn sâu 9 nhà lãnh đạo doanh nghiệp ở TP HCM và số liệu thứ cấp từ các nguồn báo cáo công khai của Chính phủ cũng như từ Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, bài viết này đã phân tích thực tế việc sử dụng dịch vụ G2B của các doanh nghiệp Việt Nam. Ngoài ra, nhận định của doanh nghiệp về hiệu quả và những trở ngại chính khi sử dụng các dịch vụ G2B cũng được thu thập và phân tích. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện dịch vụ G2B cho chính phủ Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Chính phủ điện tử, dịch vụ công cho doanh nghiệp, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Chính phủ điện tử (E-Government) đã trở thành thuật ngữ bao phủ gần như tất cả các ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông (viết tắt là ICT) và làn sóng chính phủ điện tử đang gia tăng nhanh chóng thông qua các tổ chức công và hoạt động quản trị công trên toàn thế giới (Fang, 2002). Chính phủ điện tử tạo điều kiện cho sự gia tăng tương tác giữa các cơ quan nhà nước và phục vụ người dân, doanh nghiệp. Theo đó, chính phủ điện tử tồn tại bốn dạng dịch vụ chính, bao gồm: trao đổi giữa cơ quan nhà nước với nhau (G2G), trao đổi giữa cơ quan nhà nước với doanh nghiệp (G2B), trao đổi giữa cơ quan nhà nước với người dân (G2C) và trao đổi giữa cơ quan nhà nước và cán bộ, công chức, viên chức (G2E) (Torres, Pina, & Acerete, 2006; Fang, 2002; Bộ Thông tin & Truyền thông, 2015). Ngày càng nhiều nghiên cứu và nhà hoạch định chính sách tập trung vào các vấn đề khác nhau của chính phủ điện tử, cũng như tìm kiếm sự đồng thuận về sáng kiến và khung kiến trúc chính phủ điện tử (Martins & Veiga 2018; Rokhman, 2011; Torres et al., 2006; Tung & Rieck, 2005; Joia, 2004; Gupta & Jana, 2003). Trong khi các nghiên cứu trên thế giới về mối quan hệ trao đổi giữa cơ quan nhà nước với người dân được thực hiện phổ biến, thì nghiên cứu về mối quan hệ giữa các cơ quan nhà nước với nhau, giữa chính phủ và công chức, viên chức, đặc biệt là giữa chính phủ với doanh nghiệp vẫn còn ít học giả quan tâm.

Tại Việt Nam, trong những năm qua, Đảng, Chính phủ luôn quan tâm, coi trọng triển khai xây dựng Chính phủ điện tử, đặc biệt trong việc thực hiện dịch vụ công trực tuyến giữa chính phủ và doanh nghiệp (G2B). Chính phủ đã triển khai một số dịch vụ công trực tuyến thiết yếu cho doanh nghiệp như: đăng ký doanh nghiệp, kê khai thuế, nộp thuế, hải quan điện tử, bảo hiểm xã hội...; một số bộ, ngành đã xử lý hồ sơ công việc trên môi trường mạng; tại một số địa phương, hệ thống thông tin một cửa điện tử được đưa vào vận hành, nâng cao tính minh bạch và trách nhiệm của đội ngũ công chức (Chính

phủ, 2018). Việc xây dựng và hoàn thiện dịch vụ công trực tuyến giữa chính phủ và doanh nghiệp sẽ giúp môi trường kinh doanh cho doanh nghiệp ngày càng minh bạch và thuận lợi hơn, đặc biệt cải thiện cung cấp các dịch vụ công của ngành thuế, bảo hiểm, sẽ giúp môi trường đầu tư kinh doanh Việt Nam tăng hạng đáng kể (VOV, 2018). Bên cạnh đó, việc áp dụng hiệu quả các dịch vụ công trực tuyến giúp doanh nghiệp tiết kiệm đáng kể chi phí nhân lực và thời gian cũng như các chi phí không chính thức khác (VECOM, 2018), cũng như gia tăng các lợi ích cảm nhận khác cho doanh nghiệp, thay đổi một số quy trình trong kinh doanh giúp doanh nghiệp nâng cao lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh thương mại điện tử như hiện nay.

Tuy nhiên, việc sử dụng dịch vụ công trực tuyến giữa chính phủ và doanh nghiệp (G2B) ở nước ta hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế: các hệ thống thông tin dữ liệu còn cục bộ, chưa kết nối dữ liệu liên thông giữa các cơ quan Nhà nước, đặc biệt là kết nối dữ liệu của ngành thuế, hải quan và bảo hiểm xã hội chưa được thực hiện; dịch vụ công trực tuyến được doanh nghiệp sử dụng nhiều nhất là khai báo thuế, tiếp theo là dịch vụ đăng ký kinh doanh, các dịch vụ khác như khai báo hải quan, thủ tục cấp giấy chấp nhận xuất xứ điện tử, thủ tục tàu biển còn rất hạn chế. Theo số liệu mới nhất từ Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM, 2018) tính đến cuối năm 2017 tỷ lệ sử dụng dịch vụ G2B còn rất thấp, chỉ có 30% doanh nghiệp tra cứu thông tin trên các website cơ quan nhà nước năm 2017; việc giải quyết thủ tục hành chính và xử lý hồ sơ công việc còn mang nặng tính thủ công, giấy tờ, thậm chí có tới 27% doanh nghiệp điều tra chưa bao sử dụng dịch vụ G2B. Bên cạnh đó còn nhiều rào cản khác trong cơ chế đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin; việc triển khai ở một số nơi còn mang tính hình thức; việc xây dựng triển khai các cơ sở dữ liệu quốc gia, hạ tầng công nghệ thông tin làm nền tảng phục vụ phát triển Chính phủ điện tử còn chậm; nhiều hệ thống thông tin đã triển khai còn chưa bảo đảm an toàn, an ninh thông tin (Chính phủ, 2018).

Nhằm có cái nhìn tổng quát hơn về dịch vụ G2B nói chung, phần tiếp theo của bài viết sẽ trình bày sơ qua về khái niệm và mô hình chính phủ quản lý điện tử. Tiếp theo đó, để tìm hiểu sâu hơn về thực trạng sử dụng dịch vụ G2B, ngoài việc thu thập số liệu thứ cấp từ các nguồn báo cáo công khai của chính phủ cũng như từ Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, bài viết này còn sử dụng thêm số liệu từ việc phỏng vấn sâu 9 nhà lãnh đạo doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực khác nhau trên địa bàn TP.HCM. Bên cạnh đó, việc phỏng vấn sâu còn nhằm thu thập thêm nhận định của doanh nghiệp về hiệu quả và những trở ngại chính khi sử dụng các dịch vụ G2B, từ đó đề xuất ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện dịch vụ G2B cho chính phủ Việt Nam trong thời gian tới.

2. Khái niệm và mô hình chính phủ quản lý điện tử

2.1. Khái niệm

2.1.1. Chính phủ điện tử (E-Government)

Chính phủ điện tử là một thuật ngữ chung cho các dịch vụ dựa trên web từ các Bộ, cơ quan ngang Bộ, các cơ quan thuộc Chính phủ, và chính quyền địa phương. Trong Chính phủ điện tử, Chính phủ sử dụng công nghệ thông tin và đặc biệt là Internet để hỗ trợ các hoạt động của Chính phủ, gắn kết công dân và cung cấp các dịch vụ của Chính phủ. Sự tương tác có thể được thực hiện dưới dạng công dân truy cập thông tin, tiếp cận hồ sơ, hoặc thanh toán và nhiều hoạt động khác thông qua world-wide-web (Sharma & Gupta, 2003, Sharma, 2004, Sharma, 2006). Chính phủ điện tử được định nghĩa bởi các nguồn khác nhau như:

Định nghĩa của Ngân hàng thế giới (báo cáo của AOEMA): *“Chính phủ điện tử đề cập đến việc sử dụng công nghệ thông tin của các cơ quan chính phủ, có khả năng chuyển đổi mối quan hệ với công dân, doanh nghiệp và các mục tiêu khác của Chính phủ. Những công nghệ này có thể phục vụ nhiều mục đích khác nhau: cung cấp dịch vụ của Chính phủ tốt hơn cho người dân, cải thiện sự tương tác với doanh nghiệp, nâng cao quyền công dân thông qua tiếp cận thông tin hoặc quản lý Chính phủ hiệu quả hơn. Lợi ích thu được có thể ít tham nhũng hơn, tăng tính minh bạch, thuận tiện hơn, tăng trưởng doanh thu và / hoặc giảm chi phí.”*

Định nghĩa của Liên hợp quốc (www.unpan.org) (báo cáo của AOEMA): *“Chính phủ điện tử được định nghĩa là việc sử dụng Internet và world-wide-web để cung cấp thông tin và dịch vụ của Chính phủ tới công dân”.*

Định nghĩa của Tổ chức đối thoại kinh doanh toàn cầu về thương mại điện tử - GBDe (www.gbde.org) (báo cáo của AOEMA): *“Chính phủ điện tử đề cập đến một tình huống trong đó các cơ quan hành chính, lập pháp và tư pháp (bao gồm cả chính quyền trung ương và địa phương) số hoá các hoạt động nội bộ và bên ngoài của họ và sử dụng các hệ thống mạng hiệu quả để nâng cao chất lượng tốt hơn trong việc cung cấp các dịch vụ công cộng.”*

Định nghĩa của Gartner Group: *“Tối ưu hóa một cách liên tục trong cung cấp dịch vụ, sự tham gia của người dân và quản trị bằng cách chuyển đổi các mối quan hệ bên trong và bên ngoài thông qua công nghệ, Internet và phương tiện truyền thông mới.”*

Định nghĩa của Nhóm nghiên cứu về chính phủ điện tử trong thế giới đang phát triển (www.pacificcouncil.org): *“Chính phủ điện tử là việc sử dụng các công nghệ thông tin và truyền thông (ICTs) để thúc đẩy hoạt động của Chính phủ ngày càng hiệu quả và hiệu suất hơn, tạo điều kiện cho các dịch vụ Chính phủ dễ tiếp cận hơn, cho phép truy cập thông tin phổ biến hơn và giúp cho Chính phủ chịu trách nhiệm nhiều hơn đối với công dân. Chính phủ điện tử có thể liên quan đến việc cung cấp dịch vụ thông qua Internet, điện thoại, trung tâm dịch vụ công (tự phục vụ hoặc tạo điều kiện bởi người khác), thiết bị không dây hoặc các hệ thống liên lạc khác.”*

Định nghĩa của UNESCO (2005): *“Chính phủ điện tử là việc sử dụng các công nghệ thông tin và truyền thông để thúc đẩy Chính phủ ngày càng hiệu quả và hiệu suất hơn, giúp Chính phủ dễ tiếp cận và có trách nhiệm hơn với công dân. Các đặc điểm của Chính phủ điện tử bao gồm: Cung cấp dịch vụ điện tử, quy trình làm việc điện tử, bỏ phiếu điện tử.”*

Định nghĩa của Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD): *“Chính phủ điện tử được định nghĩa như việc sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICTs), đặc biệt là Internet, để đạt được Chính phủ tốt hơn.”*

Mặc dù các định nghĩa về Chính phủ điện tử từ nhiều nguồn khác nhau nhưng đều có những điểm chung. Chính phủ điện tử liên quan đến việc sử dụng công nghệ thông tin và đặc biệt là Internet, để cải thiện việc cung cấp các dịch vụ của Chính phủ cho công dân, doanh nghiệp và các cơ quan chính phủ với nhau. Chính phủ điện tử cho phép công dân tương tác và nhận các dịch vụ từ Chính phủ, các bộ, các cơ quan ngang bộ, các cơ quan thuộc Chính phủ hoặc địa phương 24 giờ một ngày, 7 ngày một tuần.

Chính phủ điện tử đang trong giai đoạn phát triển ban đầu. Hầu hết Chính phủ các quốc gia trên thế giới đã thực hiện hoặc đang thực hiện các sáng kiến cung cấp dịch vụ Chính phủ trực tuyến. Để tiềm năng của Chính phủ điện tử trở thành hiện thực, Chính phủ cần phải tái cấu trúc và chuyển đổi các quy trình hoạt động trước đây, từ đó chuyển

đổi toàn bộ các mối quan hệ giữa các cơ quan chính phủ với công dân, doanh nghiệp và giữa các cơ quan chính phủ với nhau (Leitner, 2003).

2.2. Các giai đoạn phát triển của Chính phủ điện tử

Chính phủ điện tử thường trải qua các giai đoạn khác nhau từ lúc đăng thông tin trên trang web để thực hiện các giao dịch tới khi hoàn tất quá trình giao dịch để đem lại giá trị và lợi ích thật sự cho công dân. Việc phân chia các giai đoạn phát triển chính phủ điện tử nhằm xác định giai đoạn phát triển chính phủ điện tử của mỗi cơ quan, cũng như làm cơ sở xác định lộ trình, kế hoạch triển khai chính phủ điện tử đúng hướng, phù hợp với điều kiện, nhu cầu thực tế.

Các tổ chức khác nhau có cách phân chia các giai đoạn phát triển chính phủ điện tử của riêng mình, trong đó nổi bật là cách phân chia của Gartner (một công ty tư vấn, nghiên cứu hàng đầu thế giới về công nghệ thông tin). Gartner đã xây dựng một mô hình chính phủ điện tử bốn giai đoạn có thể phục vụ như một tài liệu tham khảo cho các chính phủ để xây dựng một dự án phù hợp trong sự phát triển tổng thể của một chiến lược chính phủ điện tử. Mô hình này không hàm ý rằng tất cả các chính phủ phải trải qua tất cả các giai đoạn này. Vì các giai đoạn này cung cấp một khung lý thuyết, chúng không phụ thuộc vào nhau, cũng không yêu cầu có một giai đoạn phải hoàn thành trước khi một giai đoạn khác bắt đầu.



Nguồn: Gartner (2000)

Hình 1: Mô hình Chính phủ điện tử

2.3. Chính phủ quản lý điện tử đối với doanh nghiệp (G2B)

Trong G2B, Chính phủ giao dịch với doanh nghiệp như nhà cung cấp sử dụng Internet và các công nghệ thông tin và truyền thông khác. G2B bao gồm các giao dịch và tương tác hai chiều: Chính phủ với doanh nghiệp và doanh nghiệp với Chính phủ (B2G). Có rất nhiều dịch vụ khác nhau giữa Chính phủ và doanh nghiệp, bao gồm việc cung cấp thông tin, các dịch vụ của các cơ quan chính phủ cho doanh nghiệp và các dịch vụ mà các doanh nghiệp phải thực hiện đối với Chính phủ. Các cơ quan chính phủ cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp, phổ biến các qui định, các chính sách, các lệnh, các bản ghi nhớ... của các cơ quan chính phủ cho các doanh nghiệp. Các dịch vụ chính phủ thực hiện cho các doanh nghiệp thường là: Làm mới và gia hạn các loại giấy phép, các chứng nhận, thanh tra và kiểm tra... Các dịch vụ các doanh nghiệp thực hiện cho các cơ quan chính phủ là: Nộp thuế, cung cấp thông tin thống kê kinh doanh, cung cấp thông tin và tham gia vào đấu thầu - mua bán trực tuyến... Cả Chính phủ và các doanh nghiệp cải thiện dần mối quan hệ giữa khu vực chính phủ và khu vực tư nhân, thiết lập mối quan hệ hợp tác trợ giúp Chính phủ - doanh nghiệp trong Chính phủ điện tử.

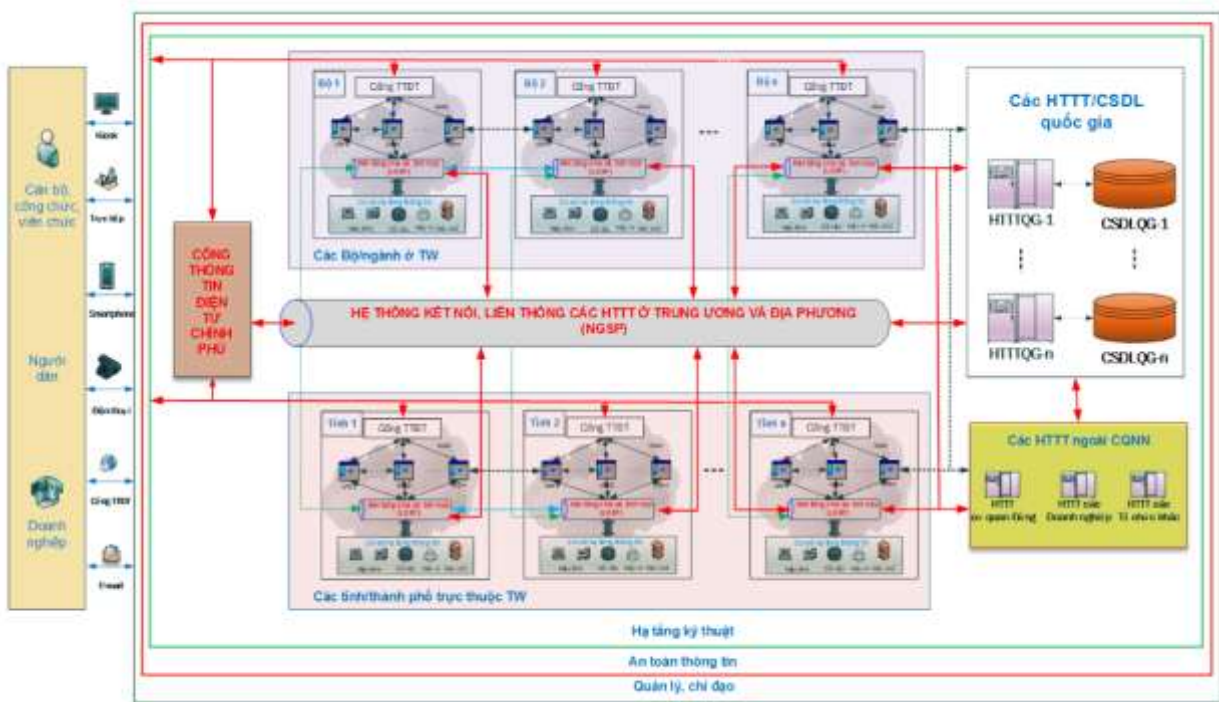
Đối với Chính phủ điện tử, cũng như dịch vụ cho người dân, dịch vụ cho các doanh nghiệp tiến tới thực hiện ngoài giờ hành chính, tiến tới được thực hiện 24 giờ trong ngày, 7 ngày trong tuần, tất cả 365 ngày trong năm. Các hình thức thực hiện dịch vụ ngày càng phải được cải thiện và tiến tới thực hiện trên nhiều phương tiện, ở bất cứ đâu thuận lợi cho doanh nghiệp.

3. Thực trạng Chính phủ quản lý điện tử đối với doanh nghiệp ở Việt Nam

3.1. Quan điểm chỉ đạo của nhà nước về Chính phủ điện tử ở Việt Nam

Tại Việt Nam, trong những năm qua, Đảng, Chính phủ luôn quan tâm, coi trọng triển khai xây dựng Chính phủ điện tử. Ngày 14/10/2015 chính phủ ban hành Nghị quyết 36a nhằm tạo tiền đề đẩy mạnh phát triển Chính phủ điện tử, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các cơ quan nhà nước, phục vụ người dân và doanh nghiệp ngày càng tốt hơn. Tuy nhiên, để đáp ứng yêu cầu trong tình hình mới, hiện nay Văn phòng Chính phủ đã soạn thảo dự thảo Nghị quyết về một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm phát triển Chính phủ điện tử giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2025 (Chính phủ, 2018) và đang lấy ý kiến đóng góp của các cơ quan, tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước. Hơn nữa, Bộ Thông tin và Truyền thông cũng đã ban hành Khung kiến trúc Chính phủ điện tử Việt Nam (Bộ Thông tin & Truyền thông, 2015) và rất nhiều hội nghị, hội thảo từ Trung ương, đến địa phương và bộ, ngành liên quan đến Chính phủ điện tử, thương mại điện tử đã được tiến hành.

Nhờ những nỗ lực đó, Việt Nam đã có sự cải thiện đáng kể trong bảng xếp hạng Chỉ số phát triển Chính phủ điện tử EGDI của Liên hợp quốc, cụ thể: năm 2018 Việt Nam xếp hạng 88/193, năm 2016 xếp hạng 89/193 và năm 2014 xếp hạng 99/193. Trong khu vực ASEAN năm 2018 Việt Nam xếp thứ 6 sau Singapore, Malaysia, Phillippines, Thái Lan và Brunei về Chỉ số phát triển Chính phủ điện tử; trong đó, Chỉ số dịch vụ công trực tuyến (Online Service Index - OSI) và Chỉ số tham gia điện tử (E-Participation Index) ở Việt nam được Liên hợp quốc xếp vào nhóm ở mức cao (tăng từ 0,5 đến 0,75) (UN, 2018).



(Nguồn: Bộ Thông tin & Truyền thông, 2015)

Hình 2: Sơ đồ tổng thể Khung kiến trúc Chính phủ điện tử Việt Nam

3.2. Thực trạng triển khai Chính phủ quản lý điện tử cho các doanh nghiệp

3.2.1. Các dịch vụ công trực tuyến được cung cấp và sự kết nối dữ liệu

Hiện nay, tất cả 30/30 cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ và 63/63 UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đã có Trang/Cổng thông tin điện tử. Các dịch vụ công trực tuyến đã cung cấp cho doanh nghiệp rất đa dạng và từ nhiều Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ và các địa phương, với các dịch vụ chủ yếu như: Đăng ký kinh doanh, đăng ký/khai báo thuế điện tử, cấp giấy phép đầu tư, tra cứu trạng thái hồ sơ thủ tục hành chính, cấp giấy phép xây dựng, thủ tục tàu biển, nhập cảnh, xuất cảnh, quá cảnh, thủ tục cấp giấy phép chứng nhận xuất xứ điện tử, khai báo hải quan, bảo hiểm xã hội... Như vậy, theo cách đối chiếu các giai đoạn phát triển của chính phủ điện tử ở Hình 1, thì hầu hết các dịch vụ mới chỉ đạt giai đoạn 1 và 2. Tuy nhiên, hiện tại đã có 4 lĩnh vực đã cung cấp các dịch vụ công trực tuyến đến giai đoạn 3, 4, bao gồm: Bảo hiểm xã hội, thuế, hải quan và đăng ký kinh doanh (ictnews, 2018)

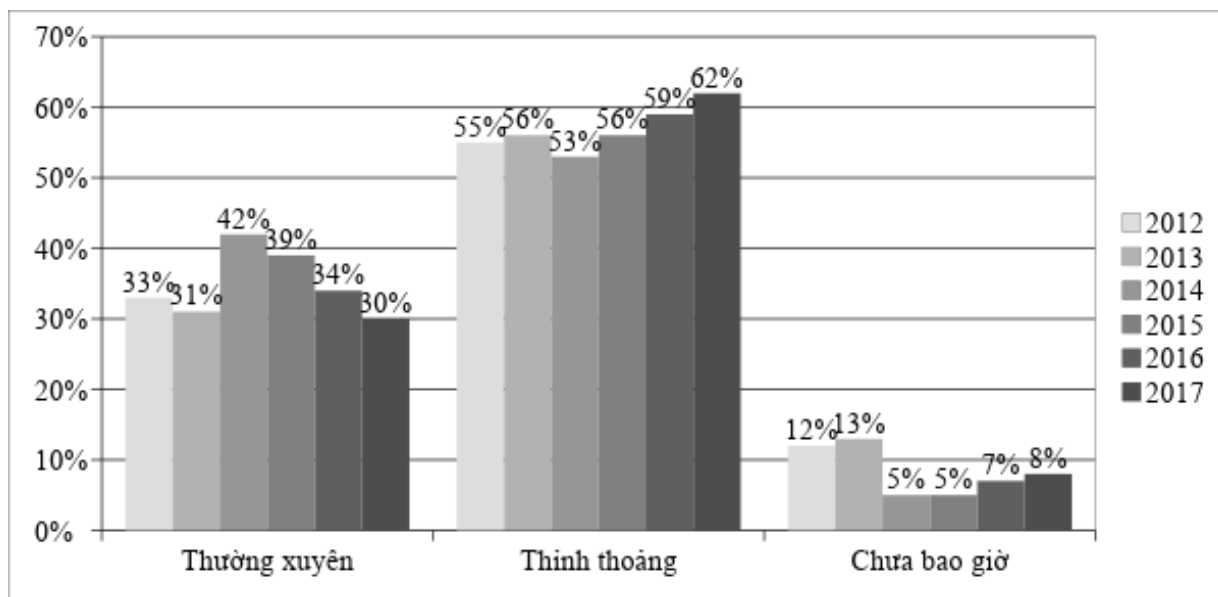
3.3.2. Đánh giá thực trạng sử dụng dịch vụ công trực tuyến của doanh nghiệp

Phần này tìm hiểu thực trạng tra cứu thông tin trên các websites của cơ quan nhà nước (tương ứng với việc cung cấp ở Giai đoạn 2) và sử dụng các dịch vụ công trực tuyến (tương ứng với việc cung cấp ở Giai đoạn 3 và 4) của các doanh nghiệp được phỏng vấn cũng như số liệu thứ cấp từ VECOM (2018) và itcnews (2018)

a. Tra cứu thông tin trên các website cơ quan nhà nước

Trong số 9 doanh nghiệp tham gia phỏng vấn sâu, có 5/9 doanh nghiệp thường xuyên, 3/9 doanh nghiệp thỉnh thoảng và 1/9 doanh nghiệp chưa bao giờ tra cứu thông tin trên các website cơ quan nhà nước. Số liệu phỏng vấn sâu khá tương đồng với số liệu thứ cấp theo báo cáo của VECOM (2018), tỷ lệ doanh nghiệp thường xuyên, thỉnh thoảng hoặc chưa bao giờ tra cứu các thông tin trên các website cơ quan nhà nước năm 2017 lần

lượt là 30%, 62% và 8% (Hình 3). Đặc biệt, nhóm doanh nghiệp lớn có mức quan tâm tới thông tin trên các website cơ quan nhà nước cao hơn nhóm các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

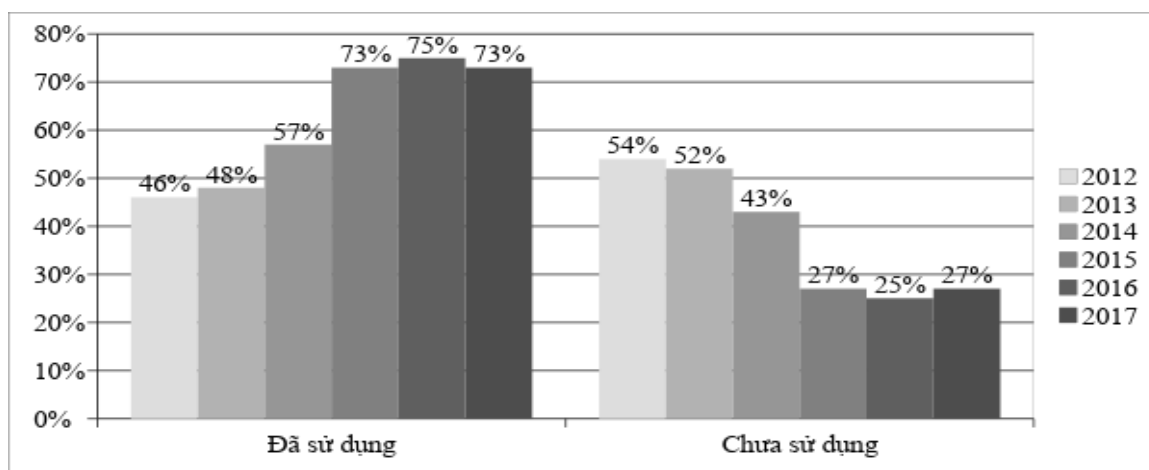


(Nguồn: VECOM, 2018)

Hình 3: Xu hướng tra cứu thông tin trên các website cơ quan nhà nước qua các năm

b. Sử dụng dịch vụ công trực tuyến

Tất cả các doanh nghiệp trả lời phỏng vấn sâu trong nghiên cứu này đều cho biết có sử dụng các dịch vụ công trực tuyến liên quan đến thủ tục đăng ký, cấp phép, khai báo, tra cứu trạng thái hồ sơ thủ tục hành chính... cung cấp trên website. Trong khi đó số liệu thứ cấp từ VECOM (2018) cho thấy tỷ lệ sử dụng dịch vụ công trực tuyến liên quan tới các thủ tục thông báo, đăng ký, cấp phép... của doanh nghiệp năm 2017 là 73%, tương tự tỷ lệ này của năm 2016.

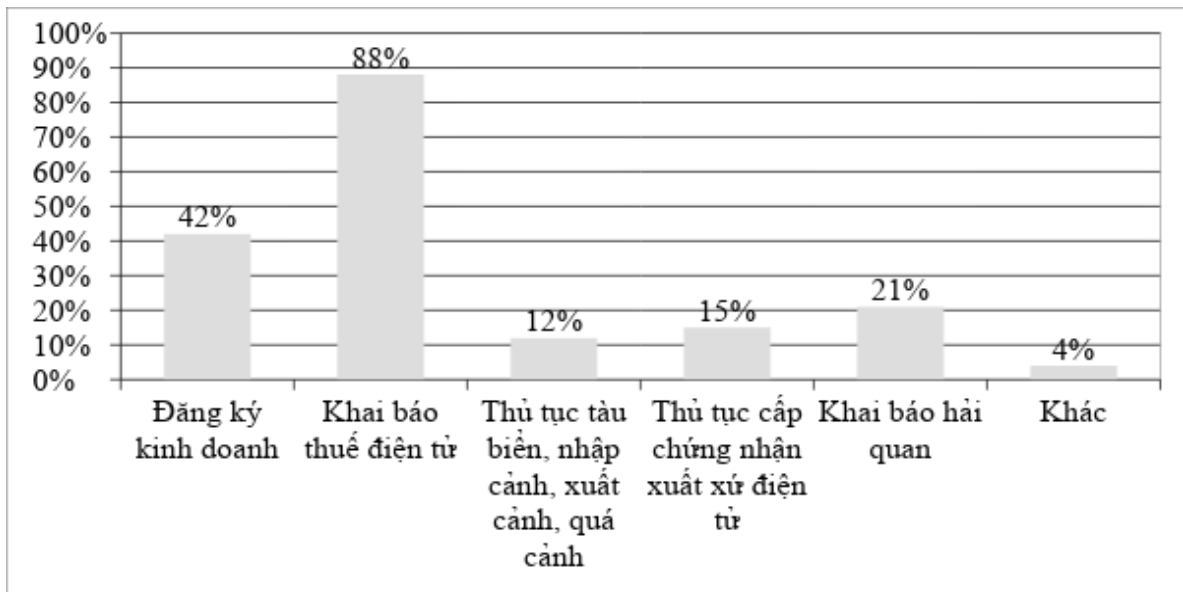


(Nguồn: VECOM, 2018)

Hình 4: Sử dụng dịch vụ công trực tuyến qua các năm

Cũng trong báo cáo đó cho thấy, khai báo thuế điện tử vẫn là dịch vụ công trực tuyến được doanh nghiệp sử dụng nhiều nhất (88%), số lượng doanh nghiệp đã đăng ký

tham gia sử dụng dịch vụ với cơ quan thuế là trên 518.000 doanh nghiệp trong tổng số 534.000 doanh nghiệp đang hoạt động. Theo Cục Tin học hóa (Bộ Thông tin & Truyền thông), Tổng cục Thuế đã triển khai ứng dụng hoàn thuế điện tử từ ngày 15/5/2017 trên toàn quốc; đã có 1.344 doanh nghiệp kê khai hoàn thuế điện tử với tổng số 3.117 hồ sơ được tiếp nhận và tổng số tiền đề nghị hoàn thuế là hơn 17,1 nghìn tỉ đồng.



(Nguồn: VECOM, 2018)

Hình 5: Tình hình sử dụng một số dịch vụ công trực tuyến

Có tới 42% doanh nghiệp sử dụng dịch vụ đăng ký kinh doanh, trong đó TP.HCM đạt 57,48%; Hà Nội đạt 68,9%. Về tỷ lệ đăng ký đầu tư qua mạng điện tử, đã có 8.953 hồ sơ đăng ký đầu tư, trong đó số hồ sơ kê khai qua mạng là 3.493 hồ sơ, đạt tỷ lệ 39%. Các dịch vụ khác như khai báo hải quan và thủ tục cấp giấy chứng nhận xuất xứ điện tử có mức độ sử dụng thấp hơn. Đối với lĩnh vực Bảo hiểm xã hội, thời gian thực hiện các thủ tục hành chính để tham gia và hưởng các chế độ Bảo hiểm xã hội, Bảo hiểm y tế của các đơn vị, doanh nghiệp đã giảm 290 giờ (khoảng 75% thời gian), từ 335 giờ/năm xuống còn 45 giờ/năm. Đối với lĩnh vực Hải quan, đã triển khai, đưa vào sử dụng hệ thống thông quan điện tử VNACCS/VCIS tại 100% các Cục, Chi cục Hải quan cả nước để thực hiện thông quan điện tử, giảm thời gian thông quan hàng hóa. Hiện nay tổng số doanh nghiệp đã tham gia hệ thống VNACCS/VCIS là khoảng hơn 80.000 doanh nghiệp. Các dịch vụ khác như khai báo hải quan và thủ tục cấp giấy chứng nhận xuất xứ điện tử có mức độ sử dụng thấp hơn.

3.3. Đánh giá lợi ích của dịch vụ G2B

Qua đánh giá của các doanh nghiệp được phỏng vấn có thể thấy giá trị các dịch vụ công trực tuyến nói chung cũng như môi trường kinh doanh cho doanh nghiệp ngày càng minh bạch và thuận lợi hơn. Tất cả doanh nghiệp trả lời phỏng vấn sâu trong nghiên cứu này đều khẳng định việc áp dụng hiệu quả các dịch vụ công trực tuyến giúp doanh nghiệp: (1) giảm bớt rườm rà, thời gian, nhân lực cho các thủ tục hành chính; (2) tiếp cận các dịch vụ công một cách nhanh chóng, kịp thời; (3) giảm chi phí kinh doanh, nhất là các chi phí không chính thức; (4) tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp; (5) tăng khả năng cạnh tranh.

3.4. Đánh giá trở ngại trong quá trình sử dụng dịch vụ G2B

Kết quả phỏng vấn sâu các doanh nghiệp chỉ ra rằng, trở ngại chính đối với doanh nghiệp trong việc thực hiện G2B là việc triển khai dịch vụ công trực tuyến vẫn còn mang tính hình thức, không đạt như kỳ vọng do ngại sử dụng công nghệ thông tin, sự né tránh của cán bộ, công chức và vẫn còn tình trạng những nhiễu, tiêu cực. Một số cơ quan, người đứng đầu chưa trực tiếp chỉ đạo, điều hành hoạt động dịch vụ công trực tuyến, xây dựng Chính phủ điện tử hoặc công tác chỉ đạo thiếu quyết liệt, chưa gương mẫu.

Tiếp theo, môi trường xã hội và tập quán kinh doanh cũng ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả áp dụng dịch vụ công trực tuyến. Việc giải quyết thủ tục hành chính và xử lý hồ sơ công việc của cơ quan hành chính nhà nước vẫn còn mang nặng tính thủ công, giấy tờ, ngại dùng công nghệ do sợ mất quyền kiểm soát, mất vai trò và khi công khai, minh bạch sẽ bị giám sát.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cho biết trở ngại khi triển khai áp dụng các dịch vụ công trực tuyến là các cơ sở dữ liệu quốc gia, hệ thống thông tin cốt lõi tạo nền tảng ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển Chính phủ điện tử chậm được triển khai; các hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu đã được triển khai thiếu sự kết nối, chia sẻ.

Hơn nữa, môi trường pháp lý chưa hoàn thiện, thiếu các quy định cụ thể về văn thư, lưu trữ điện tử, giá trị pháp lý của văn bản điện tử và các văn bản quy định việc sử dụng các văn bản điện tử trong giao dịch hành chính, thanh toán. An ninh mạng chưa đảm bảo cũng là những trở ngại để doanh nghiệp sử dụng các dịch vụ công trực tuyến.

Cuối cùng, các doanh nghiệp cho rằng chưa được hướng dẫn cụ thể khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến. Các chức năng của dịch vụ công trực tuyến gây khó khăn cho người sử dụng. Dịch vụ công trực tuyến tuy có tăng về số dịch vụ nhưng dịch vụ công trực tuyến ở giai đoạn 3, 4 còn rất thấp (giai đoạn 3 khoảng 10%; giai đoạn 4 khoảng 2%). Dịch vụ công trực tuyến nhất là ở các địa phương triển khai riêng lẻ, chưa đồng bộ dẫn đến trùng lặp, khó có khả năng kết nối, chia sẻ. Các dịch vụ ở giai đoạn 3, giai đoạn 4 có hiệu quả chưa cao, chưa có hồ sơ trực tuyến hoặc số lượng hồ sơ trực tuyến còn thấp (năm 2017 tỷ lệ dịch vụ có hồ sơ trực tuyến của các Bộ, ngành ở giai đoạn 3 chiếm 39,93%; giai đoạn 4 chiếm 55,16%; các tỉnh, thành phố ở giai đoạn 3 chiếm 11,46%; giai đoạn 4 chiếm 12,11%).

4. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện dịch vụ G2B

Từ kết quả phân tích thực trạng và dựa vào đánh giá của doanh nghiệp về trở ngại trong quá trình sử dụng G2B, nhóm nghiên cứu đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện dịch vụ G2B trong thời gian tới như sau:

4.1. Cải thiện tiến tới xóa bỏ tính hình thức của việc cung cấp dịch vụ G2B

Hiện tại việc cung cấp dịch vụ G2B vẫn còn mang tính hình thức chủ yếu là do tư duy nhận thức của cán bộ công chức khi tổ chức thực hiện dịch vụ G2B. Cần thay đổi nhận thức của cán bộ công chức, viên chức nhà nước bởi họ thường quen với trạng thái thoải mái trong công việc. Nhất thiết phải chuyển đổi tư duy của cán bộ công chức, viên chức từ tư duy “quản lý” sang tư duy “phục vụ” đảm bảo sự tiếp cận dễ dàng và công bằng của doanh nghiệp đối với dịch vụ G2B. Tất cả các lãnh đạo và công chức, viên chức trong các cơ quan Chính phủ phải nhận thức đúng và hiểu được tầm quan trọng của Chính phủ điện tử. Chính phủ cần ban hành văn bản pháp luật áp dụng giao dịch điện tử ở những nội dung bắt buộc để tránh việc triển khai thực hiện chính phủ điện tử với doanh nghiệp chỉ mang tính chất đối phó, không để tình trạng nhiễu, tiêu cực diễn ra. Cần thiết phải có sự cam kết về việc thay đổi và lãnh đạo các bộ, ngành, địa phương phải chịu trách nhiệm và cần làm gương để nhân viên noi theo.

Đào tạo là công việc quan trọng để giúp cán bộ công chức, viên chức làm quen với các kỹ năng mới cần thiết cho Chính phủ điện tử. Các khóa học như hành chính công hiện đại, thay đổi quy trình nghiệp vụ, thay đổi cách quản lý, công nghệ thông tin và quản lý nhà nước điện tử... rất quan trọng trong việc triển khai thành công Chính phủ điện tử. Ngoài ra, Chính phủ nên tổ chức các khóa bồi dưỡng để nâng cao nhận thức về những giá trị mà Chính phủ điện tử mang lại và sự cần thiết phải thay đổi ngay từ bên trong nội bộ Chính phủ, không chỉ ở cấp chính quyền trung ương mà cả ở cấp địa phương.

4.2. Thay đổi tập quán kinh doanh của doanh nghiệp

Cần thay đổi dần tập quán kinh doanh của doanh nghiệp, nhất là thói quen giao dịch giấy tờ, thích dùng tiền mặt của công dân, doanh nghiệp và cán bộ công chức, viên chức thông qua tuyên truyền, giáo dục để người dân và doanh nghiệp nhận thức được giá trị của chính phủ điện tử và thương mại điện tử. Đặc biệt, cần chú trọng công tác tập huấn, đào tạo cho các doanh nghiệp khởi nghiệp và thế hệ trẻ hiện nay nhằm đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh, điều hành doanh nghiệp.

4.3. Phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật

Sự thành công của quản lý nhà nước điện tử đối với doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin. Do đó, Chính phủ cần chú trọng vào phát triển các thành phần quan trọng khác của cơ sở hạ tầng chính phủ điện tử quốc gia như: cơ sở hạ tầng máy tính; trung tâm dữ liệu; khung kiến trúc chính phủ điện tử với 3 thành phần bao gồm khung kiến trúc dịch vụ, khung kiến trúc quy trình và khung kiến trúc dữ liệu; khung tương thích; và chính sách tên miền. Cơ sở hạ tầng cần được xây dựng cho tất cả các khía cạnh của quản lý nhà nước điện tử, cho phép cung cấp dịch vụ công từ Chính phủ và tiếp cận dịch vụ công của doanh nghiệp đạt hiệu quả cao hoặc thậm chí cho phép tự động hóa tại các cơ quan chính phủ. Ngoài ra, Chính phủ nên đảm bảo sự phối hợp phát triển cơ sở hạ tầng một cách đồng bộ tạo nên sự kết nối và chia sẻ dữ liệu giữa các bộ, ngành và địa phương.

Cơ sở hạ tầng cần thiết lập trên phạm vi toàn quốc, các khu vực đô thị của đất nước đã được trang bị nhiều phương tiện, thiết bị công nghệ thông tin. Do đó, Chính phủ cần chú ý nhiều hơn đến vùng nông thôn và vùng sâu vùng xa của đất nước để tránh xảy ra sự phân chia kỹ thuật số.

4.4. Hoàn thiện các văn bản luật và bộ luật cơ bản cho Chính phủ điện tử và thương mại điện tử

Theo kinh nghiệm các quốc gia phát triển về Chính phủ điện tử, nền tảng thể chế Chính phủ điện tử phải đi trước, trong khi chúng ta còn thiếu nhiều quy định và chính sách. Từ năm 1997, Singapore đã ban hành 4 luật cơ bản để hỗ trợ triển khai Chính phủ điện tử và thương mại điện tử, bao gồm: *Luật Giao dịch điện tử*, *Luật Sở hữu trí tuệ sửa đổi*, *Luật Sử dụng máy tính sai mục đích* để hỗ trợ truyền thông kỹ thuật số và *Luật Bằng chứng điện tử* dùng trong xét xử các vụ án. Vì vậy, để xây dựng Chính phủ điện tử tại Việt Nam yêu cầu hoàn thiện, thay đổi và xây dựng khung luật pháp liên quan đến việc nhận diện dạng dữ liệu/thông tin điện tử, chữ ký điện tử, lưu trữ điện tử, tự do thông tin, bảo vệ dữ liệu, phòng chống tội phạm mạng, luật quyền sở hữu trí tuệ, thương mại điện tử... Tuy nhiên, để đạt được tất cả điều này cùng một lúc là điều gần như không thể, do đó Chính phủ cần xây dựng lộ trình thực hiện theo từng giai đoạn, từng bộ, ngành, địa phương cụ thể.

Trong tương tác của G2B, một giao tiếp hai chiều diễn ra giữa doanh nghiệp và Chính phủ, do đó vấn đề bảo mật dữ liệu và quyền riêng tư của thông tin doanh nghiệp

rất quan trọng. Vì vậy, các doanh nghiệp tham gia phỏng vấn sâu cho rằng các quy định cần được thiết lập phù hợp để lưu trữ và truyền dữ liệu trực tuyến an toàn, bảo đảm an ninh thông tin mới có thể phát triển dịch vụ G2B ở Việt Nam.

4.5. Nâng cao năng lực, kỹ năng, trình độ cho các cấp quản lý và người lao động trong doanh nghiệp

Đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến nâng cao ý thức cho các cấp quản lý và người lao động trong doanh nghiệp trong việc thực hiện dịch vụ công trực tuyến. Chính phủ cần thường xuyên tổ chức tập huấn nghiệp vụ cho doanh nghiệp về các dịch vụ công trực tuyến, đào tạo bổ sung về chuyên môn nghiệp vụ, đảm bảo nắm đầy đủ thủ tục hành chính theo từng nhóm ngành đối với lãnh đạo và những người phụ trách G2B trong doanh nghiệp từ khâu tiếp nhận đến khâu trả kết quả. Từ đó nâng cao chất lượng đội ngũ G2B trong doanh nghiệp, góp phần đảm bảo tính công khai, minh bạch, nâng cao chất lượng cán bộ công chức thực hiện quản lý và cung cấp dịch vụ công trực tuyến.

Các doanh nghiệp cần tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh, đẩy mạnh sử dụng internet phục vụ tiếp thị và kinh doanh, số hóa các văn bản giấy tờ trong quản trị doanh nghiệp...nối mạng thống nhất bằng phần mềm quản trị các hoạt động sản xuất kinh doanh.

4.6. Hoàn thiện dịch vụ công trực tuyến với doanh nghiệp

Xây dựng Chính phủ điện tử không chỉ gắn kết chặt chẽ với cải cách thủ tục hành chính mà còn phải đẩy mạnh thực hiện cung cấp dịch vụ công trực tuyến như giai đoạn 3 và giai đoạn 4.

Rất nhiều quốc gia cung cấp quyền truy cập thông tin và dịch vụ dễ dàng cho công dân, doanh nghiệp, cộng đồng quốc tế thông qua Cổng dịch vụ công quốc gia duy nhất. Vì vậy, Việt Nam cần đẩy nhanh quá trình hoàn thiện Cổng dịch vụ công quốc gia để doanh nghiệp dễ dàng truy cập thông tin và sử dụng dịch vụ công.

Cổng dịch vụ công quốc gia nên được trình bày thông tin toàn diện về tất cả các khía cạnh và thành phần của Chính phủ; phải dễ sử dụng cho tất cả khách truy cập vào cổng thông tin, kể cả những người lần đầu truy cập; cung cấp một cửa sổ truy cập duy nhất để tìm kiếm thông tin và dịch vụ, được phục vụ điện tử bởi các tổ chức và bộ phận liên quan; thông tin và nội dung ngoài tính toàn diện và hoàn chỉnh, phải đảm bảo tính đạo đức, chính xác và luôn được cập nhật để đạt được và duy trì mức độ tin cậy của doanh nghiệp; phải được xây dựng từ góc độ “công dân” hoặc “người dùng” chứ không phải từ quan điểm của Chính phủ; các công cụ và công nghệ triển khai trong việc phát triển, lưu trữ và bảo trì phải là những công nghệ mới nhất để đảm bảo tần suất hoạt động 24/7.

4.7. Xã hội hóa, cộng tác hay thuê ngoài một số dịch vụ để đẩy nhanh quá trình quản lý chính phủ điện tử

Quan hệ đối tác công tư tạo nên kết quả đáng mong đợi so với mua sắm truyền thống hoặc tư nhân hóa. Chia sẻ rủi ro, đổi mới, cạnh tranh và hiệu quả mang lại bởi các đối tác tư nhân là những những đặc điểm chính để hướng tới quan hệ đối tác công tư hữu ích.

Các dự án Chính phủ điện tử thường có quy mô lớn và vô cùng quan trọng và không chỉ đòi hỏi một lượng lớn tài nguyên mà còn đòi hỏi kỹ năng đa ngành. Do đó, sẽ

trở nên khó khăn để Chính phủ xử lý hoàn toàn các dự án vào cùng một thời điểm với nguồn lực riêng của mình. Do đó, Chính phủ cần xây dựng quan hệ đối tác công tư để tận dụng những thế mạnh và nguồn lực của các đối tác khu vực tư nhân trong quá trình xây dựng Chính phủ điện tử kể cả các tổ chức phi chính phủ.

Quan hệ đối tác công tư có thể thực hiện ở nhiều lĩnh vực khác nhau để nâng cao hiệu quả trong quá trình triển khai Chính phủ điện tử như: đầu tư tài chính, thiết lập cơ sở hạ tầng, lựa chọn công nghệ và kiến trúc giải pháp, phát triển và quản lý nội dung, kết xuất các dịch vụ đầu-cuối cho công dân, quản lý quan hệ công dân, triển khai các dự án chính phủ điện tử (toàn quốc/khu vực), phát triển phần mềm, quản lý dự án và đánh giá và nâng cao năng lực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Thông tin & Truyền thông (2015). *Khung Kiến trúc Chính phủ điện tử Việt Nam*. Ban hành kèm theo Văn bản số 1178/BTTTT-THH ngày 21/4/2015 của Bộ Thông tin và Truyền thông, Hà Nội. Tải tại <http://cio.gov.vn/ban-hanh-khung-kien-truc-chinh-phu-dien-tu-viet-nam-phien-ban-1.0>
2. Chính phủ (2018). *Dự thảo Nghị quyết: “Về một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm phát triển Chính phủ điện tử giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2025”*. Tải tại <http://baochinhphu.vn/Chinh-sach-moi/De-xuat-giai-phap-trong-tam-phat-trien-Chinh-phu-dien-tu/340748.vgp>
3. Fang, Z. (2002). E-government in digital era: concept, practice, and development. *International journal of the Computer, the Internet and management*, 10(2), 1-22.
4. Gupta, M. P., & Jana, D. (2003). E-government evaluation: A framework and case study. *Government information quarterly*, 20(4), 365-387.
5. Itcnews (2018). 4 lĩnh vực cung cấp dịch vụ công online cho người dân, doanh nghiệp đạt hiệu quả cao. Truy cập tại: <http://ictnews.vn/cntt/nuoc-manh-cntt/4-linh-vuc-cung-cap-dich-vu-cong-online-cho-nguoi-dan-doanh-nghiep-dat-hieu-qua-cao-165579.ict>
6. Joia, L. A. (2004). Developing Government-to-Government enterprises in Brazil: a heuristic model drawn from multiple case studies. *International Journal of Information Management*, 24(2), 147-166.
7. Leitner, C. (2003). eGovernment in Europe: the state of affairs. *EPIAScope*, 2003(3), 37-39.
8. Martins, J., & Veiga, L. (2018, April). Electronic Government and the Ease of Doing Business. In *Proceedings of the 11th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance* (pp. 584-587). ACM.
9. Rokhman, A. (2011). e-Government adoption in developing countries; the case of Indonesia. *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 2(5), 228-236.
10. Sharma, S. K. (2004). Assessing e-government implementations. *Electronic government, an international Journal*, 1(2), 198-212.
11. Sharma, S. K. (2006). E-Government Services Framework. In *Encyclopedia of E-Commerce, E-Government, and Mobile Commerce* (pp. 373-378). IGI Global.
12. Sharma, S. K., & Gupta, J. N. (2003). Building blocks of an e-government: A framework. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 1(4), 34-48.

13. Torres, L., Pina, V., & Acerete, B. (2006). E-Governance developments in european union cities: Reshaping Government's relationship with citizens. *Governance*, 19(2), 277-302.
14. Tung, L. L., & Rieck, O. (2005). Adoption of electronic government services among business organizations in Singapore. *The Journal of Strategic Information Systems*, 14(4), 417-440.
15. United Nations (2018). *E-Government Survey*. New York. Available at: https://publicadministration.un.org/egovkb/portals/egovkb/documents/un/2018-survey/e-government%20survey%202018_final%20for%20web.pdf
16. VECOM (2018). Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2018. Truy cập tại: <http://www.vecom.vn/tai-lieu/tai-lieu-trong-nuoc/bao-cao-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2018>
17. VOV (2018). *Thủ tướng: Nếu không xây dựng Chính phủ điện tử, Việt Nam sẽ tụt hậu*. Truy cập tại: <https://vov.vn/chinh-tri/thu-tuong-neu-khong-xay-dung-chinh-phu-dien-tu-viet-nam-se-tut-hau-762205.vov>

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH VIỆT NAM TRONG THỜI ĐẠI CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Nguyễn Thị Thanh Nga

Trường Đại học Huế, Khoa Du Lịch

Tóm tắt:

Cách mạng công nghiệp 4.0 tạo ra cơ hội và thách thức lên tất cả các lĩnh vực trong đó có ngành du lịch và buộc tất cả các thành phần trong ngành du lịch, từ các cơ quan quản lý cho đến các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch phải hiểu rõ công nghiệp 4.0 và xây dựng kế hoạch trong phát triển du lịch thời 4.0. Vì thế, nghiên cứu này sẽ cung cấp các khái niệm về công nghiệp 4.0, du lịch 4.0 và các thuật ngữ liên quan. Đồng thời, phân tích mô hình kinh tế “Thái Lan 4.0” và mô hình “du lịch 4.0” của Thái Lan. Chính vì những giá trị mà dự án Du lịch 4.0 đã được ghi nhận tạo nên sự thành công cho du lịch Thái Lan nên việc phân tích dự án này sẽ tạo nền tảng cho việc đề xuất các giải pháp cho du lịch Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy Thái Lan đã xác định được 5 yếu tố trụ cột để phát triển du lịch trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 gồm: quản lý du lịch bền vững; phát triển các yếu tố môi trường và cơ sở hạ tầng để hỗ trợ du lịch; tiếp thị hiện đại cho những thay đổi trong tương lai; thành lập doanh nghiệp du lịch và khởi nghiệp dựa trên sự đổi mới; và một mạng lưới hiệu quả của các cơ quan tư nhân và công cộng ở đây và ở nước ngoài trong suốt chuỗi cung ứng du lịch. Dựa vào kết quả nghiên cứu từ mô hình du lịch 4.0 của Thái Lan và các phân tích về cơ hội thách thức của du lịch Việt Nam để đề xuất các giải pháp cụ thể thúc đẩy phát triển du lịch trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: công nghiệp 4.0; du lịch 4.0; Thái Lan 4.0, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Công nghiệp 4.0 là một sự kiện hợp nhất, và trở thành một cột mốc mới trong phát triển công nghiệp, chắc chắn sẽ đặt ra những thay đổi đáng kể trong cách sản xuất và thương mại trong những năm tới. Các yếu tố chính thúc đẩy sự ra đời của Công nghiệp 4.0 là xuất phát những sai lệch về xã hội, công nghệ, chính trị, và kinh tế [3]. Các thách thức chính đối với các doanh nghiệp trong môi trường 4.0 là việc tùy biến hàng loạt, chuỗi cung ứng hiệu quả, nhận được thông tin kịp thời về nhu cầu và mong muốn của khách hàng, môi trường làm việc thông minh, và sự kết hợp đúng đắn giữa sản phẩm và dịch vụ [7]. Công nghiệp 4.0 yêu cầu các quy trình linh hoạt và hiệu quả cao của cấu trúc chuỗi cung ứng.

Rõ ràng, cách mạng công nghiệp đặt ra rất nhiều thách thức về công nghệ và sản xuất nhưng một số thách thức khác mà các nhà nghiên cứu bỏ qua là sự phát triển, đào tạo và quản lý nguồn nhân lực theo môi trường 4.0 và yêu cầu của nguồn nhân lực trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 vì hầu hết các nghiên cứu chỉ thảo luận về khía cạnh công nghệ [3]. Hơn nữa, trong các tài liệu hiện có về Công nghiệp 4.0, hầu hết các nghiên cứu chỉ tập trung vào các công ty sản xuất, nhưng ngành dịch vụ du lịch lại bị bỏ qua. Các vấn đề như hiệu quả của chuỗi cung ứng, Internet của sự vật (IoT), cải tiến kỹ thuật số, môi trường làm việc thông minh trong ngành công nghệ và sản xuất cũng tương tự tác động đến ngành dịch vụ và du lịch. Nghiên cứu này giải quyết cả hai vấn đề này bằng cách xem xét khái niệm Công nghiệp 4.0 và tác động của nó trong quan điểm quản lý nhân sự với trọng tâm vào ngành du lịch. Trong ngành du lịch, sự mong đợi của du khách

đang gia tăng, và các điểm đến du lịch, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần phải đáp ứng được những mong đợi này. Đồng thời, duy trì mức độ hài lòng và trung thành của du khách, và nâng cao chất lượng dịch vụ. Nghiên cứu dựa trên việc phân tích thực tiễn ứng dụng mô hình kinh tế Thái Lan 4.0 và Du lịch 4.0 và đề xuất các giải pháp cho Du lịch Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1 Thuật ngữ công nghiệp 4.0

Tác động qua lại của công nghệ thông tin và truyền thông, đặc biệt là Internet of Things (IoT) trong các lĩnh vực công nghiệp khác nhau đã trở thành một hiện tượng mà các chuyên gia đã coi đó là cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Công nghiệp 4.0 hoặc I4.0. Mục đích của nó là để cách mạng hóa ngành công nghiệp thông qua các "nhà máy thông minh" sẽ cho phép sự linh hoạt hơn trong nhu cầu sản xuất, phân bổ nguồn lực hiệu quả, và tích hợp các quá trình; từ giám sát thiết bị đến phân phối, thông qua việc sử dụng các công nghệ như tích hợp của hệ thống vật lý không gian mạng - Cyber-Physical Systems (CPS), Internet of Things (IoT) và Internet of Services (IOS), và tương tác thời gian thực giữa máy móc, phần mềm và cá nhân.

Do những bước nhảy công nghệ gần đây và tốc độ đổi mới, ngành công nghiệp phải đối mặt với những thay đổi mô hình, còn gọi là các cuộc cách mạng công nghiệp (Lasi và cộng sự, 2014). Ba cuộc cách mạng công nghiệp đầu tiên được mô tả bằng cơ giới hoá, sử dụng điện năng cao, và tự động hóa và điện tử (Lasi và cộng sự, 2014). Nền kinh tế ngày nay đang hướng đến cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, đặc trưng bởi việc sử dụng các hệ thống vật lý không gian mạng, các nhà máy thông minh và đổi mới dịch vụ (Lee và cộng sự, 2014). Đức đang đóng vai trò dẫn đầu trong việc lên kế hoạch cho sự thay đổi mô hình tiếp theo, và họ đã đưa ra ý tưởng về Công nghiệp 4.0 trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (Lee và cộng sự, 2014). Khái niệm Công nghiệp 4.0 bắt nguồn từ một dự án của chính phủ Đức nhằm thúc đẩy việc số hóa hoặc tin học hóa. Người ta hy vọng rằng việc thực hiện chiến lược Công nghiệp 4.0 có thể giúp cho nền kinh tế Đức tăng thêm 267 tỷ euro (Heng, S. 2014). Nó không có nghĩa là khái niệm này chỉ áp dụng cho Đức; Trên thực tế, Công nghiệp 4.0 đang trở thành một chiến lược chung cho cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, và nó đang được thảo luận bởi một số nhà nghiên cứu trong các bối cảnh và nền kinh tế khác nhau (Saldivar và cộng sự, 2016; Ang và cộng sự, 2016).

Ngành công nghiệp 4.0 là một phân lớp của sự chuyển đổi số trong các doanh nghiệp hiện tại và các quy trình (Porter, M.E. và cộng sự, 2016). Nó được đặc trưng bởi việc thực hiện các hệ thống vật lý không gian mạng (CPS), và sản xuất thông minh (Shamim, S. và cộng sự, 2016).

Khái niệm Công nghiệp 4.0 là một sự kiện hợp nhất, và trở thành một cột mốc mới trong phát triển công nghiệp, chắc chắn sẽ đặt ra những thay đổi đáng kể trong cách sản xuất và thương mại trong những năm tới. Cuộc cách mạng này được hỗ trợ bởi sự phát triển của các hệ thống chuyển các lợi thế phổ biến của Internet và hệ thống thông tin đối với hệ thống vật lý; cốt lõi của cuộc cách mạng là sự tương tác của các hệ thống số với các hệ thống sản xuất vật lý. Công nghiệp 4.0 sẽ cung cấp sự linh hoạt và tính mạnh mẽ tuyệt vời cùng với các tiêu chuẩn chất lượng cao nhất trong các quy trình kỹ thuật, quản

lý, sản xuất, vận hành và hậu cần. Nó sẽ phát huy các chuỗi giá trị động, tối ưu hóa trong thời gian thực và với một tổ chức tự động hóa, sẽ xem xét các biến số khác nhau như chi phí, khả năng thanh toán và sử dụng các nguồn lực và nhu cầu thị trường. Sự thay đổi mô hình này tạo ra một cơ hội phát triển vượt bậc về sản xuất, công nghệ thông tin và truyền thông.

2.1.2. Một số lợi ích của công nghiệp 4.0 trong sản xuất.

Công nghiệp 4.0 không chỉ nói về các hệ thống kết nối; các thiết bị và máy móc tự động liên lạc với nhau, Công nghiệp 4.0 còn nhiều lợi ích hơn nữa. Nó mang lại giá trị thực sự cho các ngành sản xuất và mở ra những khả năng mới về chất lượng, độ tin cậy và hiệu quả. Dưới đây là 6 lợi ích đáng kể nhất của công nghiệp 4.0 liên quan đến hệ thống kết nối và tạo ra hiệu quả trong sản xuất.

- Kiểm soát quy trình: Sự kết nối mang lại những quan điểm mới về cách một nhà máy được vận hành, nâng cao hiệu quả. Các công ty có thể phân tích dữ liệu và cung cấp thông tin có ý nghĩa ở đâu và khi nào là cần thiết nhất. Họ cũng có thể kiểm soát hiệu suất của các nhà khai thác.
- Các thông số chuẩn: Công nghiệp 4.0 cho phép các công ty tạo ra một hệ thống sản xuất thông minh và thống nhất bằng cách kết nối nhiều nhà máy với nhau. Điều này có nghĩa là họ có thể ngăn ngừa thất bại và lần lượt cải thiện chất lượng.
- Thiết lập công việc nhanh: Việc thiết lập một công việc cho sản xuất là một trong những nhiệm vụ quan trọng nhất trong môi trường sản xuất.
- Các quyết định nhanh hơn và tốt hơn: Khi thiết bị được kết nối, dữ liệu mà họ tạo ra trực tiếp vào các ứng dụng phần mềm do người dùng điều khiển. Trong nháy mắt, họ có thể đưa ra các quyết định hiệu quả hơn nếu họ phải phân tích từng thiết bị của nhà máy một lần. Khả năng kết nối cho phép các công ty tiếp cận với sự không hiệu quả và sớm giải quyết vấn đề.
- Sản xuất thích nghi: Với IoT, các công ty có thể giúp khách hàng công nghiệp giải quyết các vấn đề mà trước đây được cho là không thể giải quyết. Nhà máy mới 4.0 đang liên tục thích ứng với nhu cầu của khách hàng, sửa đổi sản xuất và tạo ra các giải pháp tùy chỉnh.
- Quản lý từ xa: Các nhà máy và quy trình được điều khiển từ máy tính, không có giới hạn thời gian (điều khiển từ xa từ thiết bị di động) hoặc không gian.

2.1.3. Phát triển khái niệm “Du lịch 4.0”.

“4.0” ban đầu được sử dụng để đánh dấu sự thay đổi diễn ra trong ngành chế tạo thông qua việc ứng dụng rộng rãi công nghệ thông tin và truyền thông (ICT), tạo ra cụm từ Công nghiệp 4.0. Kể từ đó “4.0” đã được áp dụng cho nhiều lĩnh vực khác như “Work 4.0”; “Healthcare 4.0” và trong đó có “Tourism 4.0”- Du lịch 4.0. Khái niệm Du lịch 4.0 được hiểu là du lịch trong thời đại công nghiệp 4.0. Du lịch 4.0 là phát triển du lịch một cách thông minh với sự hỗ trợ của công nghệ số, để tạo ra và cung cấp các dịch vụ thuận tiện nhất cho khách du lịch và làm du khách hài lòng.

Trong thực tiễn, du lịch 4.0 là một sáng kiến của tổ chức Du Lịch Thái Lan với mục đích thúc đẩy tinh thần kinh doanh, hỗ trợ du lịch và khởi sự du lịch cũng như thúc đẩy đổi mới du lịch trong nước. Theo sáng kiến này, tổ chức Du Lịch Thái Lan hoạt động như một cơ quan tư vấn và điều phối viên bằng cách thúc đẩy việc thành lập các liên minh và hợp tác giữa các đại lý khác nhau, tạo điều kiện cho việc tiếp cận tài trợ, đào tạo và tư vấn chiến lược cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Do đó, một số sáng kiến đã được

đưa ra kể từ khi thành lập chương trình, góp phần thúc đẩy môi trường kinh doanh năng động ở Thái Lan.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sẽ đưa ra các quan điểm và thuật ngữ về công nghiệp 4.0 nhằm cung cấp một cái nhìn tổng quan về vấn đề này. Thông qua đó, chúng tôi tập trung vào việc nghiên cứu mô hình kinh doanh du lịch trong thời đại công nghiệp 4.0 là như thế nào từ đó đưa ra các giải pháp đề xuất phát triển du lịch Việt Nam trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0. Để đạt được mục đích trên, nghiên cứu đã sử dụng phương pháp phân tích nội dung, phân tích định tính để cung cấp hệ thống cơ sở lý luận về công nghiệp 4.0, phát triển du lịch trong thời đại công nghiệp 4.0. Đặc biệt là sử dụng phương pháp nghiên cứu trường hợp (case study) của du lịch Thái Lan. Đây là phương pháp nghiên cứu điển hình liên quan đến việc nghiên cứu một ví dụ - một trường hợp - hiện tượng đang được nghiên cứu. Mục đích của phương pháp nghiên cứu trường hợp là nhằm tìm hiểu hiện tượng này bằng cách nghiên cứu các ví dụ đơn lẻ. Thực tế là các dự án nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu điển hình thường chỉ liên quan đến một hoặc vài trường hợp cho thấy một số tương tự với các phương pháp nghiên cứu định tính và trong một số văn bản, phương pháp nghiên cứu trường hợp được gộp dưới các "phương pháp định tính" (Finn et al 200: 81) Yin (2003: 14) tuyên bố: "... nghiên cứu trường hợp có thể dựa trên bất kỳ sự kết hợp của các bằng chứng định lượng và định tính". Một dự án nghiên cứu điển hình thường sử dụng một số tài nguyên dữ liệu và các kỹ thuật thu thập dữ liệu, bao gồm: sử dụng bằng chứng tài liệu, phân tích dữ liệu thứ cấp, phỏng vấn sâu, điều tra, quan sát và quan sát của người tham gia.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Dự án kinh tế “Thailand 4.0”

Trong bối cảnh giới hoạch định chính sách kinh tế của Thái Lan nhấn mạnh sự cần thiết phải xây dựng mô hình phát triển kinh tế mới cho nước này, ngày 1/7/2016 mô hình kinh tế mới với tên gọi “Thailand 4.0” lần đầu tiên được Thủ tướng Prayuth Chan-ocha chính thức đề cập khi phát biểu trong chương trình truyền hình “Mang lại hạnh phúc cho người dân”. Trong phát biểu Thủ tướng Prayuth Cha-o-cha cho biết Chính phủ nước này đang khẩn trương hoàn thiện và sẽ bắt tay triển khai một mô hình kinh tế mới, được gọi là “Thailand 4.0”. Mô hình kinh tế này hoàn toàn khác biệt so với các mô hình phát triển kinh tế trước đây nhờ việc huy động sự tham gia của tất cả khu vực Nhà nước, khu vực tư nhân và toàn thể người dân Thái Lan cộng với việc ứng dụng các tiến bộ của cuộc cách mạng khoa học, kỹ thuật và công nghệ trên thế giới để nâng cao năng suất, hiệu quả trên tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội, qua đó mang lại sự phát triển ổn định, thịnh vượng và bền vững cho Thái Lan.

Với sự ra đời của mô hình “Thailand 4.0”, Thái Lan sẽ kết thúc 3 mô hình phát triển kinh tế trước đó, gồm: **Mô hình “Thailand 1.0”** tập trung vào phát triển ngành nông nghiệp, nhằm đảm bảo an ninh lương thực cho người dân, song mô hình này đã không tạo được động lực thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển mạnh mẽ, theo đó trong giai đoạn này Thái Lan vẫn là nước nghèo. **Mô hình “Thailand 2.0”** tập trung vào phát triển các ngành công nghiệp nhẹ, lắp ráp và dịch vụ. Mô hình này đã góp phần quan trọng đưa

Thái Lan phát triển mạnh, từ nước có mức thu nhập thấp trở thành nước có mức thu nhập trung bình. **Mô hình “Thailand 3.0”** (được áp dụng cho đến nay) tập trung phát triển các ngành công nghiệp nặng nhằm duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế và đưa Thái Lan trở thành nước có thu nhập trung bình cao. Tuy nhiên, mô hình này đã không tạo được bước phát triển đột phá cho Thái Lan, khiến nền kinh tế rơi vào trì trệ, thiếu bền vững và sau hơn một thập kỷ, nước này vẫn lún quẩn trong “bẫy thu nhập trung bình”.

Nội dung cốt lõi của mô hình “Thailand 4.0” là tập trung phát triển nền kinh tế dựa trên giá trị, sáng tạo, đổi mới và công nghệ, nhằm giải quyết hiệu quả tình trạng phát triển mất cân đối, thu hẹp bất bình đẳng trong xã hội, đảm bảo phát triển bền vững, xây dựng các ngành sản xuất thông minh, các thành phố thông minh và con người thông minh, nhằm mục tiêu sớm đưa đất nước Thái Lan thoát khỏi “bẫy thu nhập trung bình”. Việc triển khai mô hình này được thực hiện thông qua ứng dụng rộng rãi những thành tựu của khoa học, kỹ thuật và công nghệ, nhất là tự động hóa, điện tử hóa, công nghệ sinh học và công nghệ thông tin.

Mô hình kinh tế mới này sẽ có 3 thành tố chính, góp phần tạo nên sự thay đổi đáng kể cho nền kinh tế quốc dân cũng như vị thế quốc gia của Thái Lan, gồm: *Thứ nhất*, tập trung tăng cường nghiên cứu, ứng dụng và phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới, sáng tạo và xây dựng nền kinh tế tri thức để đưa Thái Lan trở thành nước có thu nhập cao. *Thứ hai*, tập trung xây dựng một xã hội dân chủ, thịnh vượng, bình đẳng, hưởng thụ công bằng những thành quả của sự phát triển. *Thứ ba*, tập trung đảm bảo phát triển bền vững để vừa đạt được tăng trưởng kinh tế cao, đồng thời không tàn phá môi trường và không hủy hoại các yếu tố đảm bảo sự phát triển bền vững.

Chính phủ đã có nhiều bước chuẩn bị, như: Chính phủ chỉ đạo tăng cường công tác phối hợp giữa các cơ quan chính phủ với các công ty, doanh nghiệp tư nhân và người dân nhằm phát triển nguồn nhân lực, phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin viễn thông, hệ thống phần mềm, phần cứng... nhằm thúc đẩy “phong trào khởi nghiệp và kỹ nguyên số ở Thái Lan”. Hội đồng Lập pháp thúc đẩy việc sửa đổi, bổ sung và ban hành các văn bản pháp quy nhằm tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho các doanh nghiệp, nhất là các công ty khởi nghiệp, có điều kiện ứng dụng các thành tựu khoa học - kỹ thuật số. Chính phủ đã quyết định thành lập Bộ Kinh tế kỹ thuật số và Xã hội, thay thế Bộ Công nghệ thông tin và Truyền thông. Bộ Công nghiệp Thái Lan cũng đã đề ra mô hình công nghiệp “Thailand 4.0”, theo đó, công nghệ thông tin cũng như các hệ thống quản lý hiện đại sẽ được áp dụng rộng rãi trong các ngành sản xuất, nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả và giá trị. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) sẽ được phát triển thành các SME 4.0

3.2. Dự án Du lịch 4.0 tại Thái Lan

Từ năm 2016, chính phủ Thái Lan đã có kế hoạch sử dụng chính sách “Thái Lan 4.0” để thoát khỏi khoảng cách thu nhập trung bình và biến quốc gia trở thành nước có thu nhập cao, một trong những động lực kinh tế quan trọng - du lịch - cần đẩy nhanh chiến lược của mình để đối phó với sự thay đổi, Cơ quan Du lịch Thái Lan (TAT) cho biết.

Du lịch đóng góp khoảng 20.6 % tổng sản phẩm quốc nội của Thái Lan, theo Hội đồng Du lịch và Du lịch Thế giới (WTTC). Yuthasak Supasorn, thống đốc TAT khẳng định rằng ngành du lịch là ngành công nghiệp gắn với mục tiêu 4.0 của Thái Lan nhằm

tạo ra thu nhập cao. Hơn nữa, tăng cường phát triển du lịch Thái Lan trong khi vẫn duy trì truyền thống, văn hóa và bản sắc của đất nước.

Theo WTCC, cảnh quan du lịch của thế giới sẽ được thay đổi vào năm 2020 khi hơn 1,6 tỷ người sẽ đi du lịch. Trong tổng số đó, có 416 triệu du khách sẽ đi đến khu vực châu Á-Thái Bình Dương, nơi Thái Lan là một người chơi chủ chốt. Nếu con số du lịch của Thái Lan tiếp tục tăng ở mức châu Á-Thái Bình Dương là 6,5% mỗi năm, nó sẽ chào đón 41,5 triệu du khách vào năm 2020. Và nếu con số tăng trưởng trở lại kỷ lục 15% mỗi năm, số lượng khách sẽ nhảy vọt tới 71 triệu. Đây sẽ là lần đầu tiên số lượng khách du lịch và người dân địa phương sẽ bằng nhau. TAT tin rằng sự tăng trưởng này phải được thúc đẩy bởi sự đổi mới, công nghệ, sáng tạo và hợp tác công-tư để xây dựng sức mạnh từ bên trong địa phương trước khi kết nối với nền kinh tế thế giới, sử dụng thế mạnh của quốc gia trong dịch vụ văn hóa, đa dạng sinh học và văn hóa lâu đời. TAT cho biết sẽ chuyển sang Thái Lan 4.0 trong ngành du lịch hay có thể gọi là “Du lịch 4.0” với năm cơ chế: quản lý du lịch bền vững; phát triển các yếu tố môi trường và cơ sở hạ tầng để hỗ trợ du lịch; tiếp thị hiện đại cho những thay đổi trong tương lai; thành lập doanh nghiệp du lịch và khởi nghiệp dựa trên sự đổi mới; và một mạng lưới hiệu quả của các cơ quan tư nhân và công cộng ở đây và ở nước ngoài trong suốt chuỗi cung ứng du lịch. Trong khi các yếu tố môi trường sẽ được xem xét khi cơ sở hạ tầng du lịch phát triển, tiếp thị hiện đại sẽ làm việc để bắt kịp với công nghệ và truyền thông nhanh. Thị trường hiện tại sẽ được giữ lại, trong khi thị trường mới sẽ được tìm ra, thay vì cạnh tranh cho khách hàng. Thiết lập một mạng lưới hợp tác sẽ liên quan đến việc phân phối lợi ích của lợi ích du lịch trở lại các khu vực địa phương và thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng. Ngoài việc chuẩn bị cho số lượng khách du lịch cao hơn dự kiến, Thái Lan cũng có thể phải tự chuẩn bị cho những thay đổi cơ cấu trong dân số của chính mình, chẳng hạn như tỷ lệ người già cao hơn, điều này sẽ làm phức tạp tiếp thị.

4. Giải pháp cho du lịch Việt Nam

4.1. Cơ hội phát triển du lịch Việt Nam trong thời đại công nghiệp 4.0

Tại Việt Nam, tỉ lệ người sử dụng internet để đặt các dịch vụ du lịch chưa phải là thế mạnh (mới chỉ chiếm 34%), chủ yếu vẫn là hình thức đặt dịch vụ trực tiếp với các nhà cung cấp. Tuy nhiên, con số này được dự báo sẽ tiếp tục gia tăng trong những năm tiếp theo. Đây chính là cơ hội cho Du lịch Việt Nam để thúc đẩy và khai thác lĩnh vực thương mại điện tử, nếu cần thiết chúng ta có thể hướng dẫn thêm cho khách du lịch và khuyến khích các doanh nghiệp du lịch sử dụng thương mại điện tử trong các giao dịch. Từ đó chúng ta có thể bắt kịp với các tỉnh khác cũng như các nước khác trên thế giới.

Khách du lịch càng ngày càng tiếp cận nhiều hơn với internet và các ứng dụng hỗ trợ tìm kiếm thông tin và mua sắm trực tuyến. Theo số liệu của công ty IDM Việt Nam, trong 5 năm trở lại đây, nhu cầu tìm kiếm các thông tin về du lịch trên mạng tại Việt Nam tăng hơn 32 lần. Trong đó, mỗi tháng có hơn 5 triệu lượt tìm kiếm bằng tiếng Việt về các sản phẩm du lịch như tour trong nước, tour nước ngoài, đặt phòng khách sạn, các loại hình du lịch.... Đặc biệt, vào những mùa cao điểm của du lịch nội địa như du lịch hè, số lượt tìm kiếm có thể lên đến 8 triệu lượt. Đây cũng là một cơ hội để du lịch Việt Nam nếu tận dụng được lợi thế của thương mại điện tử thì sản phẩm du lịch sẽ đến được với du khách nhiều hơn nữa và gia tăng các giao dịch trực tuyến. Từ đó, du lịch Việt Nam không chỉ thu được lợi nhuận từ các giao dịch mà còn tiết kiệm được một số khoản chi phí cho việc marketing và tiếp thị.

Các doanh nghiệp kinh doanh du lịch Việt Nam có thể hợp tác với Agoda hay Booking.com nhằm thúc đẩy quá trình quảng bá và giao dịch thương mại điện tử. Sau đó từng bước tạo ra các trang thương mại điện tử riêng cho các tỉnh thành phố và phát triển thương mại toàn quốc.

Trong năm 2017, Quốc hội thông qua Luật Du lịch (sửa đổi) và Tổng cục Du lịch đang xây dựng Đề án ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành du lịch đến 2020 và tầm nhìn đến 2030. Đó là những chuyển động mạnh mẽ nhất từ phía cơ quan quản lý nhằm tạo điều kiện cho du lịch Việt Nam tận dụng các tiện ích của công nghệ thông tin trong kinh doanh du lịch.

4.2. Thách thức của du lịch Việt Nam trong thời đại công nghiệp 4.0

Rõ ràng, lợi ích và tác động của cách mạng công nghệ 4.0 là rất lớn cho sự phát triển du lịch tuy nhiên tồn tại song song đó là những thách thức đối với du lịch Việt Nam. Nhất là trong việc làm chủ công nghệ trước khả năng cách mạng công nghiệp lần thứ tư sẽ thay đổi những gì du khách làm, sự riêng tư, cách khách du lịch sử dụng thời gian cho công việc và giải trí, phương thức tiêu dùng, ... và từ đó đòi hỏi nhà quản lý và kinh doanh du lịch phải tìm hiểu và nắm bắt được thị hiếu và hành vi của khách du lịch khi những hành vi tiêu dùng của họ bị thay đổi bởi cách mạng công nghệ 4.0. Bên cạnh đó, cách mạng công nghệ cũng làm thay đổi cách mà các doanh nghiệp kinh doanh du lịch cung cấp dịch vụ đến người tiêu dùng. Ví dụ, một số khách sạn ở Nhật Bản sử dụng người máy với vị trí lễ tân khách sạn. Đối với một số du khách họ cảm thấy rất hiện đại và thú vị. Song một số du khách vẫn cảm thấy sự tương tác với con người thật sự mang đến cho họ cảm giác thật hơn, thoải mái và tin tưởng hơn. Đó cũng là mặt trái của công nghệ, chúng ta nên tận dụng nhưng cũng tùy vào nhu cầu của khách du lịch.

Hơn nữa, cách mạng công nghệ 4.0 tạo ra thế giới phẳng mà các nền kinh tế trên thế giới ảnh hưởng tới nhau và nền du lịch nào có sức cạnh tranh cao hơn thì sẽ phát triển mạnh mẽ hơn. Hiện tại, Việt Nam đang chậm hơn về thương mại điện tử đó là thách thức làm giảm khả năng cạnh tranh của du lịch. Tuy nhiên để giảm thiểu thách thức này du lịch Việt Nam cần tập trung phát triển dịch vụ du lịch đặc thù hay nói cách khác là phát triển sản phẩm du lịch mới, các ý tưởng kinh doanh du lịch mới nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh. Điều này có thể được thực hiện bằng cách thực hiện các phương án đầu tư cho các ý tưởng khởi nghiệp.

4.3. Giải pháp cho du lịch Việt Nam

Nghiên cứu đã chỉ ra những trụ cột của mô hình du lịch 4.0. Dựa trên kết quả phân tích từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho du lịch Việt Nam. Chúng ta cần khuyến khích khởi nghiệp trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ, du lịch. Cụ thể, cần tổ chức các cuộc thi sáng tạo, ý tưởng kinh doanh để các cá nhân hoặc tập thể có môi trường để thúc đẩy sự sáng tạo và dần hình thành ý tưởng kinh doanh. Ngay cả các doanh nghiệp khách sạn, nhà hàng hay công ty lữ hành đều có thể tổ chức các cuộc thi sáng tạo nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ tại các cơ sở kinh doanh đó. Từ đó, chúng ta có thể khai thác được các ý tưởng kinh doanh dựa trên các góc nhìn khác nhau và có thể lựa chọn các ý tưởng kinh doanh khả thi để thực hiện và cải thiện chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh.

Chúng ta còn thiếu tính tổ chức về các chương trình hỗ trợ các doanh nghiệp tiếp cận với các nguồn tài trợ. Hầu hết là các doanh nghiệp của Việt Nam phải tự xoay sở nguồn vốn. Trong khi đó tại Thái Lan họ tổ chức rất bài bản và thành công trong việc

khai thác ý tưởng kinh doanh, cung cấp vốn đầu tư, chia sẻ kinh nghiệm kinh doanh từ các cố vấn chuyên môn để giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp thành công. Khi các doanh nghiệp thành công thì đóng góp chung cho ngành du lịch của nước nhà ngày một phát triển hơn. Chính vì vậy, việc tạo ra các chương trình hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp là một việc rất thiết thực.

Rõ ràng, việc hỗ trợ cho các doanh nghiệp khởi nghiệp không chỉ cần vốn mà họ cần được tư vấn từ các chuyên gia. Hiệp Hội Du Lịch Việt Nam là nơi để các doanh nghiệp trao đổi kinh nghiệm và hợp tác cùng phát triển. Tuy nhiên để giúp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, chúng ta nên có tổ chức mạng lưới các nhà cố vấn nhằm giúp đỡ thêm cho các doanh nghiệp mới khởi nghiệp.

Một vấn đề quan trọng nữa là chất lượng nguồn nhân lực du lịch. Hiện chúng ta chưa có trường Đại học Du lịch, chúng ta chỉ mới phát triển giáo dục du lịch mở các Khoa Du Lịch hoặc các trường cao đẳng du lịch. Đào tạo nhân lực sau đại học ngành du lịch rất ít chủ yếu là giảng viên các trường chủ động tìm kiếm học bổng nước ngoài và đào tạo tại các quốc gia khác.

Ngoài ra, các trường đào tạo về Du lịch thường tập trung ở Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, miền trung thì chủ yếu là tại Huế và Đà Nẵng. Chính vì vậy, nguồn lực về du lịch phân bố chưa đều, một số tỉnh phải thu hút nguồn nhân lực du lịch từ các tỉnh lân cận. Điều này dẫn đến một thực tế là các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn một số tỉnh, thành phố phải tuyển lao động phổ thông không có chuyên môn du lịch và gây nhiều bất cập trong việc tạo ra chất lượng du lịch. Vì vậy việc phát triển nguồn nhân lực du lịch là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao được sức cạnh tranh và thu hút đầu tư vào thị phần du lịch của các tỉnh nói riêng và Việt Nam nói chung. Các cơ sở giáo dục đào tạo về du lịch như trường Cao Đẳng nghề, các Khoa Du Lịch trực thuộc các trường Đại học cần đưa các kiến thức thực tế vào bài giảng và có những hoạt động tham quan hay trò chuyện với các doanh nghiệp để sinh viên tiếp cận được với thực tiễn. Đồng thời, các trường nên tổ chức các cuộc thi sáng tạo nhằm khơi gợi ý tưởng kinh doanh và sự sáng tạo của sinh viên đóng góp cho sự phát triển của ngành du lịch.

5. Kết luận

Đầu năm 2017, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Tuy nhiên, chúng ta chưa thật sự nhìn nhận sự phát triển của ngành du lịch bị tác động như thế nào trong thời đại công nghiệp 4.0. Nghiên cứu đã cung cấp các thuật ngữ và khái niệm liên quan đến công nghiệp 4.0. Đặc biệt là việc phân tích dự án kinh tế “Thái Lan 4.0” và mô hình “Du Lịch 4.0” của Thái Lan với những quan điểm và giải pháp cụ thể. Bộ Du lịch và Thể thao Thái Lan đã và đang được tiến hành trong chính sách Du lịch 4.0 phù hợp với chính sách của chính phủ để giúp đất nước phát triển và duy trì nền kinh tế có giá trị. Du lịch 4.0 là một phần quan trọng trong kế hoạch mô hình kinh tế “Thái Lan 4.0” bởi lẽ ngành du lịch hiện đóng góp 20% vào GDP của đất nước. Để duy trì một mức độ cao của hoạt động du lịch và để đáp ứng một phong cách mới của du lịch, Bộ Du Lịch Thái Lan chọn cách tiếp cận khách hàng làm trung tâm.

Dự án du lịch 4.0 của Thái Lan đặc biệt nhấn mạnh tầm quan trọng của năm trụ cột tạo thành nền tảng của chính sách Du lịch 4.0. Đó là: sự phát triển của hệ thống TIC, xúc tiến du lịch kỹ thuật số, cải thiện hệ thống tài liệu điện tử, thay đổi văn hóa tổ chức, và tăng cường nghiên cứu và phát triển. Dự án Du Lịch 4.0 đã chỉ ra rằng Thái Lan tập trung

rất nhiều cho việc nghiên cứu và phát triển trong đó nhấn mạnh đến việc sáng tạo trong kinh doanh du lịch. Sản phẩm du lịch rất dễ bị bắt chước và sao chép, chính vì thế mà du lịch Thái Lan rất chú trọng đến việc tạo ra những ý tưởng và sản phẩm dịch vụ mới. Vì thế mà trong dự án Du Lịch 4.0, Thái Lan đã tổ chức các chương trình khuyến khích khởi nghiệp và hỗ trợ rất nhiều cho các nhà sáng lập tương lai thể hiện ý tưởng và hiện thực hóa các ý tưởng đó. Từ đó, du lịch Việt Nam cũng cần tổ chức các cuộc thi nhằm kêu gọi ý tưởng khởi nghiệp trong du lịch nhằm khai thác và phát triển các ý tưởng kinh doanh mới. Bởi các ý tưởng kinh doanh mới sẽ tạo nên lợi thế cạnh tranh cho du lịch.

Dự án Du Lịch 4.0 cũng chỉ ra rằng việc xây dựng hoặc thay đổi văn hóa doanh nghiệp cho phù hợp với thời đại công nghiệp 4.0 là cực kỳ quan trọng trong việc phát triển chất lượng dịch vụ du lịch. Muốn làm được điều đó chúng ta phải chú trọng đến công tác đào tạo nhân lực, cần lồng ghép các kiến thức thực tiễn trong các cơ sở đào tạo. Trường Cao Đẳng Nghề, các Khoa Du Lịch tại các trường Đại học cần mở rộng các ngành đào tạo, ngoài khóa đào tạo Du lịch và khách sạn, cần mở rộng đào tạo các ngành khác như lễ hành, hướng dẫn du lịch, kinh doanh nhà hàng, ... để đào tạo du lịch cho các mảng của du lịch dịch vụ. Đặc biệt, các trường cần xem xét việc đào tạo thêm ngành thương mại điện tử để tận dụng các cơ hội từ thời đại công nghiệp 4.0 trong việc quảng bá, bán và thanh toán các dịch vụ du lịch. Đồng thời, đội ngũ giảng viên cần truyền tải các kiến thức thực tế và tạo điều kiện cho sinh viên thực tập tại các doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực làm việc cho đội ngũ nhân lực du lịch tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ang, J.H.; Goh, C.; Li, Y. (2016), Smart design for ships in a smart product through-life and industry 4.0 environments. *In Proceedings of the 2016 IEEE Congress on Evolutionary Computation (CEC)*, Vancouver, BC, Canada, p. 5301–5308.
2. Five pillars of Thailand Tourism 4.0 are progressing, *truy cập ngày 19 tháng 6 năm 2018, từ* <<https://www.thaivisa.com/forum/topic/985551-five-pillars-of-thailand-tourism-40-are-progressing/>>
3. Heng, S (2014), *Industry 4.0: Huge Potential for Value Creation Waiting to be Tapped*; Deutsche Bank Research: London, UK.
4. Lasi, H.; Fettke, P.; Kemper, H.-G.; Feld, T.; Hoffmann, M. (2014), Industry 4.0, *Bus. Inf. Syst. Eng, Volume 6*, p.239. [CrossRef]
5. Lee, J.; Kao, H.-A.; Yang, S. (2014), Service innovation and smart analytics for industry 4.0 and big data environment, *Procedia CIRP 2014*, Volume 16, p.3–8. [CrossRef]
6. Porter, M.E., Heppelmann, J.E. (2016), How smart, connected products are transforming competition. *Harv. Bus. Rev. 2016*, Volume 92, p.18.
7. Saldivar, A.A.F.; Goh, C.S.; Chen, W.-N.; Li, Y. (2016), Self-organizing tool for smart design with predictive customer needs and wants to realize industry 4.0. *In Proceedings of the IEEE Congress on Evolutionary Computation (CEC)*, Vancouver, BC, Canada.
8. Shamim, S.; Cang, S.; Yu, H.; Li, Y. (2016), Management approaches for industry 4.0: A human resource management perspective. *In Proceedings of the 2016 IEEE Congress on Evolutionary Computation (CEC)*, Vancouver, BC, Canada, p.5309–5316.
9. Tourism Industry in Thailand (2017), *Netherlands Embassy in Bangkok, truy cập ngày 10 tháng 6 năm 2018, từ* <https://drive.google.com/file/d/1lxNdAO5kYn03v4TJg6VYYo8wAL1H0KPC/view>

TỪ FINTECH ĐẾN REGTECH: VAI TRÒ CỦA CHÍNH PHỦ, CƠ QUAN ĐIỀU TIẾT VÀ CƠ QUAN GIÁM SÁT

Đinh Thị Thu Hồng

Nguyễn Trí Minh

Trần Ngọc Thơ

Khoa Tài chính, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

Tóm tắt

Khủng hoảng tài chính 2008 đã thức tỉnh các nhà quản lý ở một thị trường tài chính có thể nói là phát triển bậc nhất thế giới. Từ đó hàng loạt các cải cách đối với những quy định quản lý thị trường đã được thực thi để giảm thiểu rủi ro. Tuy nhiên, từ đó tới nay, hệ thống tài chính – ngân hàng đã có rất nhiều thay đổi dưới những tác động của fintech. Vào đầu những năm 2010, fintech đã xuất hiện như một ngành mới. Xu thế này đã làm nảy sinh mối quan ngại về tác động của nó đến ngành dịch vụ tài chính và các định chế tài chính. Có nhiều luồng quan điểm khác nhau về phát triển fintech, nhưng chung quy gần như thống nhất là các quốc gia và khu vực không thể cưỡng lại làn sóng công nghệ đã xâm lấn sâu vào lĩnh vực tài chính. Vì vậy, câu hỏi đặt ra là liệu hệ thống luật lệ điều tiết thị trường truyền thống có còn phù hợp, nên quản lý và giám sát ngành công nghiệp mới này sao cho vừa có thể tận dụng được hiệu quả do fintech mang lại mà vẫn bảo đảm an toàn cho hệ thống tài chính nội địa; và cách thức mà các định chế tài chính tuân thủ pháp luật, cách thức mà các cơ quan quản lý giám sát việc thực thi cần có những thay đổi gì. Mục tiêu của bài viết này là phân tích những cơ hội và rủi ro mà fintech mang lại cho hệ thống tài chính Việt Nam, vai trò của regtech (regulatory technology) trong hệ sinh thái fintech, từ đó đưa ra một số khuyến nghị đối với các cơ quan điều tiết và giám sát hệ thống tài chính ngân hàng trong bối cảnh trỗi dậy của fintech.

Từ khóa: *fintech, regtech, các quy định điều tiết*

1. Hệ sinh thái fintech (fintech ecosystem) và vai trò của chính phủ, cơ quan điều tiết và cơ quan giám sát

Fintech là thuật ngữ dùng để mô tả việc sử dụng công nghệ mới (công nghệ blockchain, robot tư vấn, cho vay P2P, tài trợ đám đông, thanh toán qua điện thoại...) và ứng dụng trong lĩnh vực tài chính. Hiểu theo nghĩa khác, fintech cũng thường được dùng để mô tả các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực tài chính, các công ty này thường là những người cung cấp các giải pháp chứ không phải chỉ đơn thuần là cung cấp công nghệ. Để phát triển fintech, chúng ta cần phải xây dựng một hệ sinh thái đầy đủ với các mối liên kết thật chặt chẽ và có hiệu quả.

Chúng ta có thể hình dung hệ sinh thái fintech bao gồm những thành phần sau:

- Người sử dụng: các khách hàng, với tư cách cá nhân lẫn doanh nghiệp, đều muốn tiếp cận fintech như một cách để nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm.
- Định chế tài chính: tiếp xúc với các công ty fintech để tận dụng sáng tạo và công nghệ của họ, bằng nhiều hình thức khác nhau (thuê ngoài, hợp tác...).
- Startup: sự nhạy bén và trình độ chuyên môn của các startup đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển fintech. Điều này sẽ giúp chúng ta cải thiện rất nhiều

yếu tố trong lĩnh vực ngân hàng truyền thống để hướng đến các tiêu chuẩn quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng và tài chính.

- Các công ty công nghệ: hỗ trợ các startup trong lĩnh vực fintech về mặt cơ sở vật chất và kỹ năng.
- Trường đại học và viện nghiên cứu: tạo môi trường khuyến khích sinh viên sáng tạo, xây dựng đội ngũ chuyên gia có chuyên môn sâu để hướng dẫn và hỗ trợ các công ty fintech mới thành lập.
- Các cơ quan chuyên trách phát triển: tạo điều kiện cho các doanh nghiệp lớn tiếp xúc và hỗ trợ các công ty mới phát triển đúng tiềm năng.
- Nhà đầu tư: nhiều nhà đầu tư (trong đó có các nhà đầu tư mạo hiểm) xem fintech như một hướng đi có thể đem đến thành công cho họ.
- Chính quyền và các cơ quan điều tiết: thông qua các công cụ pháp lý để bảo vệ người tiêu dùng trong bối cảnh lĩnh vực fintech đang nở rộ. Đối với nền kinh tế đang trong giai đoạn tái cấu trúc sâu rộng như hiện nay và trình độ công nghệ còn ở mức thấp rất xa so với thế giới, điều quan trọng là quá trình điều tiết fintech còn phải khuyến khích sự phát triển thực sự của ngành này một cách hiệu quả.

2. Vai trò của fintech trong tương lai và những rào cản phát triển fintech

Vì fintech thường mạnh trong lĩnh vực công nghệ và ứng dụng nhưng lại ít có kinh nghiệm trong hoạt động tài chính nên trong tương lai fintech cũng không thể nào thay thế hoàn toàn cho khu vực tài chính truyền thống.

Có 3 cách chủ yếu để phát triển fintech:

- Hợp tác với ngân hàng.
- Tập trung vào những mảng dịch vụ ứng dụng công nghệ như cho vay P2P.
- NH tự triển khai fintech cho các hoạt động của mình.

Trên góc độ vĩ mô, khu vực tài chính là một trong những lĩnh vực bị điều tiết nhiều nhất. Do fintech cũng thực hiện chức năng tương tự với ngân hàng như thanh toán và cho vay, nên vấn đề đặt ra là kiểm soát và điều tiết các công ty fintech như thế nào, có nên giống như hệ thống các ngân hàng hay không.

Trên góc độ vi mô, rào cản lớn nhất cho các công ty fintech là các công ty này chủ yếu tập trung vào phát triển công nghệ, vì thế họ không quen với kinh doanh dịch vụ tài chính và các quy định điều tiết tài chính.

Ngoài ra do hệ thống ngân hàng đã tồn tại hàng trăm năm, thậm chí ở tầm mức toàn cầu, vì vậy hệ thống ngân hàng ít có động lực hợp tác với các công ty trong lĩnh vực fintech, là những công ty mới phát triển gần đây.

3. Rủi ro mới và cơ hội mới

Khi fintech xuất hiện, công nghệ hiện đại tất yếu mang lại những lợi ích to lớn cho người tiêu dùng, cho lĩnh vực dịch vụ tài chính, nhưng cũng đồng thời làm những rủi ro trong ngành tài chính thay đổi. Điều này có nghĩa là sẽ có thêm những rủi ro mới. Vì vậy chúng sẽ đặt ra nhiều thách thức cho các nhà quản lý, giám sát thị trường nhằm đảm bảo sự phát triển ổn định và giữ vững uy tín cho ngành dịch vụ tài chính.

Các nhà quản lý cần phải cân nhắc đưa ra những quy định điều tiết và kiểm soát sao cho cân bằng giữa việc bảo đảm tính an toàn và lành mạnh trong hệ thống tài chính

mà không làm mất đi hiệu quả của những sáng kiến mang lại. Những luật lệ điều tiết phải được áp dụng cho cả hệ thống tài chính truyền thống và hoạt động của các fintech.

Thời gian qua, các nhà quản lý vẫn còn khá lúng túng trước những bước phát triển nhanh chóng của fintech. Họ tập trung vào câu hỏi làm thế nào để quản lý những kết quả ứng dụng ngày càng đa dạng và phức tạp của fintech, hay đâu là những rủi ro tiềm ẩn đằng sau những phát minh sáng tạo ấy, và liệu có nên đặt ra ngay quá nhiều quy tắc quản lý đối với các ứng dụng công nghệ. Do vậy có lẽ sự chờ đợi và quan sát, nguyên tắc thử và sai là cần thiết để các nhà quản lý có thể quan sát và tìm hiểu thêm những rủi ro tiềm ẩn do fintech tạo ra.

Nhận diện rủi ro mới

- Do khả năng kết nối và tăng trưởng cho vay nhanh chóng, nên sẽ làm suy yếu vai trò của những giới hạn về tín dụng, kết quả là rủi ro tín dụng có xu hướng ngày càng tăng.
- Rủi ro thanh khoản tăng thêm do sự mất cân đối về kỳ hạn ở các quỹ thị trường tiền tệ hoặc khả năng rút tiền đồng thời theo cấp số nhân ngoài dự kiến của những nhà giao dịch tư nhân.
- Các yêu cầu về vốn nhanh chóng trở nên không còn phù hợp trước sự tăng trưởng quá nhanh về quy mô của các giao dịch cũng như các công ty fintech.
- Do các sản phẩm mới mang tính đòn bẩy cao và sử dụng công nghệ thông tin nên các định chế tài chính và công ty fintech đều phải đẩy mạnh việc quản trị rủi ro.
- Do tăng cường hợp tác giữa ngân hàng và các công ty fintech để outsourcing một số hoạt động nên sẽ phát sinh rủi ro từ người cung cấp dịch vụ thứ ba. Các hợp đồng ký kết và hoạt động của các công ty fintech phải được kiểm soát kỹ lưỡng và tuân thủ đúng quy định điều tiết như hoạt động của ngân hàng.
- Do hoạt động fintech dựa vào big data nên các quy định về bảo mật thông tin cũng được quan tâm đúng mức. Chẳng hạn như các cơ quan điều tiết và giám sát nên hợp tác với các cơ quan có chức năng nhiệm vụ trong từng lĩnh vực có liên quan để thực hiện chức năng điều tiết công ty fintech như: kiểm soát việc tuân thủ quy định, bảo vệ dữ liệu, cạnh tranh và các đơn vị tinh báo tài chính. Do fintech có nền tảng công nghệ thông tin, việc hợp tác liên ngành là cần thiết để thu thập, trao đổi thông tin, tiếp xúc các công ty fintech và ngân hàng, từ đó tạo ra hành lang pháp lý phù hợp, nhất quán, vừa để bảo vệ quyền lợi chính đáng của khách hàng, vừa khuyến khích đầu tư và sáng tạo trong lĩnh vực fintech.
- Do việc thanh toán và đầu tư diễn ra trên phạm vi quốc tế nên việc hợp tác giữa các cơ quan điều tiết và giám sát trên toàn khu vực và toàn cầu là cần thiết.
- Do fintech làm thay đổi mô hình, cấu trúc và hoạt động kinh doanh của các ngân hàng truyền thống, việc cung cấp dịch vụ chủ yếu dựa vào công nghệ, nên những mô hình quản lý và giám sát trước đây chẳng hạn như Basel hoặc các đạo luật khác phải được thay đổi cho phù hợp.
- Cần phải đánh giá lại các mô hình huấn luyện nhân viên, kỹ năng của nhân viên xem có còn phù hợp, cần bổ sung thêm những kỹ năng đặc biệt phù hợp. Các cơ quan cần phải điều tra khám phá các công nghệ mới để cải thiện phương pháp giám sát. Thông tin về chính sách nên được chia sẻ giữa các cơ quan. Việc cấp phép cho các công ty fintech cũng cần được cân nhắc thận trọng. Chúng tôi cho rằng đây là một trong những khía cạnh

hình thành nên regtech (điều tiết trong lĩnh vực fintech). Nói ngắn gọn, fintech phải gắn liền với regtech.

Cơ hội mới

Trong kỷ nguyên của công nghệ thông tin, fintech đóng vai trò quan trọng trong việc thay đổi bộ mặt và cơ chế vận hành của lĩnh vực tài chính-ngân hàng. Chúng tôi cho rằng đây là cơ hội mà các nhà hoạch định chính sách nước ta cũng nên xem fintech như là thời cơ có một không hai để hoàn thiện cơ chế, chính sách. Thêm vào đó, công nghệ do fintech đem lại còn giúp cải thiện việc quản lý và giám sát trong lĩnh vực tài chính-ngân hàng.

Các nhà hoạch định chính sách nước ta cần phải thấy được lợi ích to lớn mà sự hợp tác giữa fintech và hệ thống ngân hàng mang lại. Đó là các ngân hàng có thể tận dụng công nghệ từ fintech để nâng cấp dịch vụ của mình mà không phải tốn nhiều chi phí. Đồng thời các công ty fintech có thể dễ dàng tiếp cận số lượng khách hàng lớn thông qua hệ thống ngân hàng. Chúng tôi cho rằng chính phủ cần phải có một chương trình tổng thể cấp quốc gia về chính sách và khung pháp lý để khuyến khích ngân hàng mở cửa hợp tác với các công ty fintech.

4. Regtech được xem như một bộ phận của Fintech

Thuật ngữ regtech (regulatory technology) mà chúng tôi đề cập ở phần trên hàm ý đến việc ứng dụng công nghệ trong quá trình phổ biến và thực thi các quy định quản lý, nhằm tạo thuận lợi và nâng cao hiệu quả của quá trình này. Theo đó, một nhóm công ty sẽ sử dụng công nghệ để hỗ trợ các công ty tài chính trong việc tuân thủ những quy định quản lý một cách hiệu quả và tiết kiệm; đồng thời giúp nhà quản lý giám sát tốt hơn sự an toàn của các định chế tài chính.

Ngày nay fintech đem lại những thách thức cho các ngân hàng truyền thống với câu hỏi liệu rằng có thể giải quyết các vấn đề về kỹ thuật và công nghệ thông qua sự kết hợp của dữ liệu chất lượng cao và tự động hóa hay không.

Fintech đã khuếch đại gánh nặng cho các nhà cung cấp dịch vụ tài chính truyền thống bằng cách làm bộc lộ những điểm yếu trong các mô hình kinh doanh hiện tại. Đồng thời fintech cũng làm gia tăng gánh nặng cho các nhà quản lý làm sao để giám sát hiệu quả các định chế tài chính. Vì vậy một trong những thách thức đối với regtech là làm thế nào để chúng có thể mang lại hài hòa lợi ích cho mỗi bên.

Việc ứng dụng công nghệ ngày càng cao trong lĩnh vực tài chính đòi hỏi các nhà quản lý chuyên đổi cách tiếp cận vừa điều chỉnh hành vi của con người lại vừa chuyển sang kiểm soát và nâng cao hiệu quả, giảm rủi ro của các quy trình thuật toán.

Những lợi ích chính của regtech

- Regtech có khả năng kết hợp tất cả các công cụ liên quan và cần thiết cho việc tuân thủ quy định bằng cách sử dụng dữ liệu thực cập nhật, quy trình tự động hóa với thuật toán

nâng cao, khả năng liên kết các mô hình và phân tích nâng cao trên cơ sở trí tuệ nhân tạo. Regtech có thể giảm chi phí, thời gian ra quyết định, và khả năng tăng tốc kết nối, vì vậy có thể nâng cao giá trị của các chức năng tuân thủ. RegTech cũng có khả năng cung cấp các báo cáo liên tục về kiểm toán, tài chính, và quản trị rủi ro; từ đó nâng cao khả năng giám sát xu hướng thị trường và các rủi ro mới phát sinh.

- Regtech được tích hợp trong lĩnh vực dịch vụ tài chính để đảm bảo khả năng cảnh báo, tốc độ xử lý, khả năng phổ biến kịp thời các quy định, và khả năng phân tích nâng cao.

- Regtech tạo ra các giải pháp giúp nâng cao khả năng mở rộng quy mô và khả năng hoạt động linh hoạt, đồng thời cho phép:

- a) Sắp xếp, tổ chức lại dữ liệu, tạo điều kiện cho việc phổ biến và chia sẻ dữ liệu.
- b) Định hình và tạo lập báo cáo nhanh chóng, cập nhật.
- c) Rút ngắn thời gian ban hành và thực thi các giải pháp.
- d) Khai thác và lưu trữ dữ liệu thông minh
- e) Sử dụng nhiều công cụ thông tin quản lý như kiểm tra tình trạng tài chính, báo cáo giao dịch, báo cáo thực thi quy định, và các công cụ tự học.

Mặc dù mang lại nhiều lợi ích nhưng chúng tôi cho rằng, trong điều kiện Việt Nam, việc triển khai regtech có khả năng đem đến những *rủi ro tiềm ẩn* như sau:

- Sự không nhất quán trong quy định điều tiết giữa các bộ ngành với nhau và giữa chính phủ (các bộ quản lý có liên quan đến regtech) và fintech.

- Trong bối cảnh các nhà đầu tư vẫn còn hoài nghi về tiềm năng phát triển và sự năng động của thị trường fintech ở Việt Nam, các regtech không thích hợp càng có nguy cơ ngăn cản sự phát triển của fintech.

- Nguy cơ có những xáo trộn trong thị trường lao động và thị trường tài chính.

- Fintech có thể gây thiệt hại cho thị trường nhiều hơn những lợi ích mà nó mang lại, hoặc chỉ đem lại sự thịnh vượng cho những thị trường ngách, đem lại lợi ích cho những người giàu, làm gia tăng bất bình đẳng xã hội, làm tăng tỷ lệ thất nghiệp. Theo đó, trí thông minh nhân tạo (khó kiểm soát) đang đặt ra nhiều thách thức đối với regtech. Đó là làm sao có thể đưa ra những điều chỉnh thích hợp với những phản ứng nhạy bén nhiều hơn.

- Liệu regtech có thể đáp ứng kịp thời và hiệu quả để quản lý rủi ro và giải quyết quyền lợi của các bên liên quan vẫn còn là câu hỏi lớn. Đặc biệt, khi mà vấn đề người đại diện (agency problems) và vấn đề bất cân xứng thông tin có khả năng bị ảnh hưởng đáng kể bởi fintech.

5. Những đề xuất cụ thể để phát triển fintech

Có rất nhiều công việc cần làm để phát triển fintech. Trong phạm vi bài tham luận này, chúng tôi chỉ tập trung đề cập đến một số giải pháp cụ thể về các khuôn khổ điều tiết và giám sát hệ thống tài chính ngân hàng trong bối cảnh trỗi dậy của fintech. Theo chúng tôi, có hai nguyên tắc chung cần lưu ý là:

Thứ nhất, Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước và các cơ quan giám sát ngân hàng phải cân bằng giữa sự an toàn, ổn định tài chính, tuân thủ pháp luật của hệ thống ngân hàng nhưng không được vô tình gây cản trở cho các sáng tạo trong ngành tài chính.

Thứ hai, các nhà hoạch định chính sách và các cơ quan giám sát cần định vị lại vai trò của mình. Họ phải xem vai trò của mình như là người kiến tạo (chính phủ kiến tạo) nên một ngành công nghiệp tài chính mới lớn mạnh và bền vững, trong môi trường khuyến khích sáng tạo, từ đó giúp cho việc thực hiện các mục tiêu chính sách được thuận lợi hơn.

Trên cơ sở đó, các giải pháp cụ thể như sau:

- Các ngân hàng phải có cơ cấu điều hành hiệu quả, có quy trình quản trị rủi ro để xác định, quản lý và theo dõi rủi ro liên quan đến việc áp dụng công nghệ mới, mô hình kinh doanh mới và các đối tượng mới tham gia hệ thống ngân hàng phát sinh từ fintech.
- Các ngân hàng phải bảo đảm có quy trình IT và quản trị rủi ro nhằm vào những rủi ro liên quan đến công nghệ mới và áp dụng môi trường kiểm soát cần thiết để hỗ trợ các sáng tạo chủ chốt một cách hợp lý.
- Các ngân hàng phải bảo đảm có quy trình thẩm định chi tiết, quản trị rủi ro và theo dõi liên tục các hoạt động do bên thứ ba đảm nhiệm, trong đó có các công ty fintech. Hợp đồng hợp tác giữa các ngân hàng với công ty fintech phải nêu rõ trách nhiệm của mỗi bên, thỏa thuận mức độ cung cấp dịch vụ và trách nhiệm về vấn đề kiểm toán. Các ngân hàng phải duy trì kiểm soát các dịch vụ thuê ngoài theo tiêu chuẩn tương tự như các hoạt động trong nội bộ ngân hàng.
- Các cơ quan giám sát ngân hàng nên hợp tác với các cơ quan chức năng chịu trách nhiệm giám sát các chức năng quản lý liên quan đến fintech trong các khía cạnh tuân thủ pháp luật, bảo vệ dữ liệu, cạnh tranh và tình báo tài chính. Để từ đó thiết kế các tiêu chuẩn điều tiết thích hợp.
- Trong bối cảnh phát triển toàn cầu của fintech, cần có sự hợp tác giữa các cơ quan giám sát trên thế giới. Các nhà giám sát cần thiết phải điều phối giám sát hoạt động fintech xuyên biên giới.
- Các cơ quan giám sát ngân hàng phải đánh giá nguồn nhân lực và mô hình đào tạo hiện tại để bảo đảm kiến thức, kỹ năng của nhân viên liệu còn phù hợp hiệu quả của việc giám sát công nghệ và mô hình kinh doanh mới. Các cơ quan giám sát cũng nên cân nhắc việc bổ sung kỹ năng mới vào các hoạt động chuyên môn hiện hành.
- Các cơ quan giám sát nên cân nhắc điều tra và thăm dò tiềm năng của công nghệ mới để cải thiện các phương pháp và quy trình của mình. Các thông tin về chính sách và thủ tục cần được chia sẻ giữa các cơ quan giám sát với nhau.
- Các nhà giám sát và chính phủ cần phải minh bạch trong các mục tiêu và cách làm việc của mình. Điều này sẽ giúp cho ngành công nghiệp tài chính mới nhận diện được các định hướng phát triển và điều tiết của chính phủ trong tương lai.

- Chính phủ cần tổ chức các hội nghị, sự kiện để hướng dẫn thực hiện các quy định cùng các phương thức sáng tạo khác cho các bên liên quan và khuyến khích tính minh bạch trong ngành fintech.

- Các cơ quan giám sát phải rà soát lại khung quản lý, giám sát và cấp phép của mình trong bối cảnh rủi ro mới xuất phát từ sản phẩm và mô hình kinh doanh mới. Trong thẩm quyền và chức năng quản lý của mình, các nhà giám sát nên xem xét các khuôn khổ pháp lý hiện hành liệu có còn phù hợp.

- Các cơ quan giám sát nên thường xuyên đối thoại chính sách, học hỏi kinh nghiệm và các phương pháp của nhau. Để từ đó xem xét liệu có nên áp dụng các phương pháp và quy trình tương tự vào lĩnh vực của mình.

- Các nhà làm luật, cơ quan giám sát cần tăng cường tiếp xúc và hợp tác với các đại diện ngành tài chính và fintech trong bối cảnh công nghệ và tiêu chuẩn thay đổi từng ngày. Tăng cường làm việc với khối tư nhân để thúc đẩy việc phát triển các sản phẩm tài chính an toàn với giá cả phải chăng, từ đó khuyến khích môi trường tài chính an toàn, lành mạnh.

6. Kết luận

Trải qua gần một thập kỷ phát triển, tuy nhiên fintech cũng chỉ mới được nhắc đến ở Việt Nam trong thời gian gần đây. Hình dạng của fintech như thế nào cùng với những ứng dụng và lợi ích mà nó mang lại vẫn chưa được chú ý đúng mức.

Trong khi fintech đã xâm nhập vào đời sống của từng người ở nhiều quốc gia trên thế giới, thì chỉ riêng việc nhận thức fintech không thôi vẫn còn là một trở ngại lớn ở Việt Nam. Điều này đến lượt nó lại càng khiến cho các cơ quan chức năng trở nên bối rối hơn bao giờ hết với regtech.

Có một nhận thức phổ biến ở nước ta hiện nay khi cho rằng fintech chỉ là công việc nội bộ trong ngành ngân hàng. Trên các phương tiện truyền thông, chúng ta cứ mặc nhiên cho rằng fintech dường như là lĩnh vực quản lý của Ngân hàng Nhà nước. Những thắc mắc trong dư luận và của các chuyên gia về fintech hầu như chỉ được giải thích bởi các lãnh đạo của Ngân hàng Nhà nước. Chúng tôi đã chứng minh cho thấy những nhận định như trên là rất phiến diện. Ngày nay sự phát triển của fintech đã lớn mạnh đến nỗi chúng không còn là lĩnh vực thuộc sự quản lý của bất kỳ bộ ngành nào. Theo chúng tôi, cách hiểu đúng nhất hiện nay là fintech cùng với regtech cần phải được nhận dạng như là một xu thế tất yếu mang tính toàn cầu. Vì vậy chúng tôi cho rằng Việt Nam cần phải đặt vấn đề fintech và regtech trong một tổng thể chương trình cấp quốc gia và quốc tế. Các chương trình tổng thể cấp quốc gia về fintech và regtech chẳng những đáp ứng được các mục tiêu ngắn hạn trước mắt mà còn đến sự phát triển dài hạn sau này.

Điều cuối cùng chúng tôi muốn đề cập đến để kết thúc bài viết này, đó là tính cục bộ giữa các bộ ngành và lợi ích nhóm có khả năng sẽ là rào cản lớn nhất cho sự phát triển của fintech ở Việt Nam hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Anagnostopoulos, I. (2018). Fintech and regtech: Impact on regulators and banks. *Journal of Economics and Business*.
<https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2018.07.003>
2. Basel Committee on Banking Supervision (2017). Sound Practices: Implications of fintech developments for banks and bank supervisors.
www.bis.org/bcbs/publ/d431.pdf
3. Capgemini (2017). World fintech report 2017.
<https://www.capgemini.com/service/introducing-the-world-fintech-report-2017/>
4. Capgemini (2018). World fintech report 2018.
<https://www.capgemini.com/news/capgemini-world-fintech-report-2018-highlights-symbiotic-collaboration-as-key-to-future-financial-services-success/>
5. Christiansen, B., Maalouf, K., Brandt, P., và cộng sự (2018). A Look At US And EU Fintech Regulatory Frameworks.
<https://www.skadden.com/insights/publications/2018/02/a-look-at-us-and-eu-fintech-regulatory-frameworks>
6. Clifford chance (2017). European fintech regulation – an overview.
fintech@cliffordchance.com
7. KPMG (2016). Fintech in India: A global growth story.
<https://home.kpmg.com/in/en/home/insights/2016/06/fintech.html>

LAO ĐỘNG VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0: NHỮNG CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐẶT RA

ThS. Đặng Thị Thanh Bình

Trường Đại học Thương Mại

Tóm tắt

Toàn cầu đang đứng trước sự thay đổi chưa từng có của kỷ nguyên công nghệ số. Cuộc cách mạng 4.0 mang lại nhiều ảnh hưởng tích cực cho sự phát triển của các nền kinh tế nhưng cũng đặt ra không ít khó khăn và thách thức. Bài viết cung cấp một bức tranh tổng thể về thị trường lao động Việt Nam trong bối cảnh của cuộc cách mạng 4.0, nhận diện những cơ hội và thách thức mà cuộc cách mạng này mang lại cho thị trường lao động của Việt Nam. Từ đó, tác giả cung cấp một số khuyến nghị chính sách giúp thị trường lao động Việt Nam tận dụng những cơ hội và ứng phó tốt hơn với những thách thức.

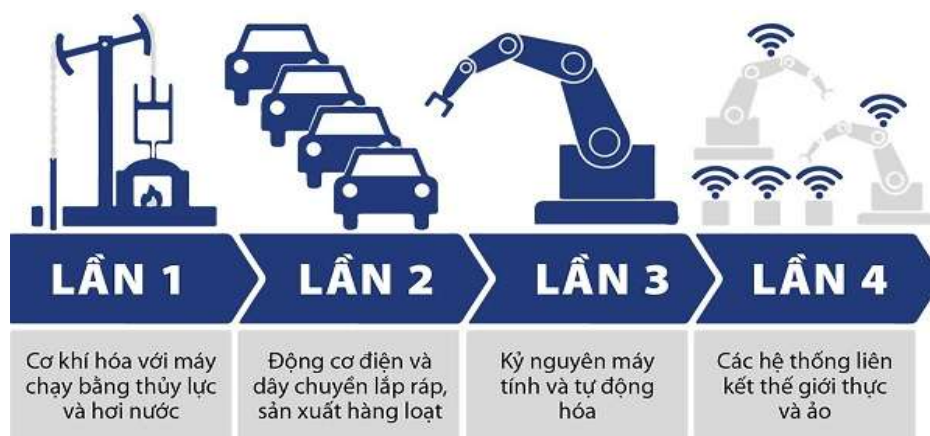
The world is facing unprecedented changes of the digital age. The industrial revolution 4.0 has not only brought many positive effects to the development of an economy but also posed many difficulties and challenges on countries. This article provides an overview of the Vietnamese labor market in the context of the 4.0 revolution, identifies the opportunities and challenges that the industrial revolution brings to the labor market of Vietnam. Then, the author provides some policy recommendations that help Vietnamese labor market take advantage of opportunities and better respond to challenges.

Từ khóa: lao động, cách mạng công nghiệp 4.0, cơ hội và thách thức

1. Khái niệm cách mạng công nghiệp 4.0 và đặc điểm của nó

1.1. Thế nào là cách mạng công nghiệp 4.0

Cách mạng công nghiệp 4.0 (Industry 4.0) lần đầu tiên được đề cập ở Hội chợ Hannover, Đức nằm trong chiến lược phát triển công nghiệp nhằm cải thiện ngành công nghiệp truyền thống của nước này. Sau này, Klaus Schwab, người sáng lập và chủ tịch điều hành Diễn đàn Kinh tế Thế Giới WEF đã đưa ra cách hiểu đơn giản về cách mạng 4.0 dựa trên sự phân biệt nó với ba cuộc cách mạng công nghiệp trước đó. Cụ thể, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất diễn ra vào cuối thế kỷ 18 với sự ra đời của động cơ hơi nước và các nhà máy sản xuất sử dụng máy móc sử dụng động cơ thủy lực và hơi nước. Cuộc cách mạng khoa học lần thứ hai diễn ra vào đầu thế kỷ 20 với các dây chuyền sản xuất hàng loạt và máy móc chạy bằng động cơ điện. Máy tính xuất hiện vào đầu những năm 1970 cho phép một sự chuyển dịch từ việc sản xuất bằng máy móc một cách cơ học sang ứng dụng công nghệ tự động hoá là cơ sở của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 3. Và cách mạng lần thứ tư là sự kết hợp của các công nghệ lại với nhau, làm mờ ranh giới giữa vật lý, kỹ thuật số và sinh học.



Hình 1: Các cuộc cách mạng công nghiệp trong lịch sử

Nguồn: <http://thuonghieucongluan.com.vn/lich-su-cac-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-va-cach-mang-cong-nghiep-lan-thu-4-a37527.html>

Có thể hiểu Cách mạng công nghiệp 4.0 là thời đại của kết nối sản xuất một cách thông minh, nơi mà máy móc và các sản phẩm có thể tương tác với nhau tự động mà không cần có sự vận hành của bàn tay con người (Bình, 2018).

1.2. Đặc điểm của cách mạng công nghiệp 4.0

Trong cách mạng 4.0, các nhà máy thông minh sẽ xuất hiện ngày càng nhiều. Những nhà máy này sẽ được trang bị những bộ cảm biến và các hệ thống tự động, nơi mà toàn bộ việc sản xuất các sản phẩm sẽ được số hoá và tự động hoá.

Các hệ thống không gian thực ảo (Cyber-physical Systems) sẽ được kết nối với nhau. Theo đó việc sản xuất trong thế giới thực sẽ dựa trên những tính toán được tiến hành trên không gian số hay không gian ảo. Những dữ liệu số sẽ được thu thập và khai thác triệt để rồi phục vụ cho việc sản xuất trên không gian thực. Từ đó, việc sản xuất như thế nào, sản xuất bao nhiêu, phân phối đến ai đều sẽ được tính toán tự động.

Quá trình kết nối trên không gian ảo được hỗ trợ rất lớn bởi các công nghệ số đang phát triển mạnh gần đây cùng với việc ứng dụng các công nghệ hiện đại như điện toán đám mây, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, Internet kết nối vạn vật (IoT), công nghệ in 3D, công nghệ nano, công nghệ sinh học... Đặc biệt, sự ra đời và sử dụng ngày càng nhiều các thiết bị thông minh mà điển hình là điện thoại thông minh và mạng xã hội khiến việc thu thập dữ liệu trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Thêm vào đó, sự phát triển của trí tuệ nhân tạo khiến máy tính giờ đây không chỉ có khả năng tính toán mà còn có cả trí thông minh như con người. Do vậy, quá trình tính toán và phân tích dữ liệu hoàn toàn có thể được thực hiện bằng máy tính một cách tự động mà vẫn đảm bảo chính xác.

1.3. Phương pháp nghiên cứu của bài viết

Trong nghiên cứu này, tác giả chủ yếu sử dụng dữ liệu thứ cấp được thu thập từ số liệu về lao động của tổng cục thống kê. Thêm vào đó, các dữ liệu điều tra của các tổ chức quốc tế như World Economic Forum (WEF) cũng được sử dụng. Dữ liệu về lao động Việt Nam được trình bày và phân tích bằng phương pháp thống kê mô tả (chủ yếu dưới dạng bảng, biểu đồ) nhằm thấy được đặc điểm và sự biến động của các tình hình lao động theo thời gian.

Từ những phân tích về thực trạng lao động Việt Nam kết hợp với các công trình nghiên cứu đã có liên quan đến lao động trong cách mạng công nghiệp 4.0, tác giả sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp và phương pháp tư duy logic để nhận diện những thời cơ và thách thức đối với lao động Việt Nam. Trên cơ sở đó tác giả khuyến nghị những chính sách nhằm tận dụng cơ hội và vượt qua những thách thức đặt ra đối với lao động nước ta.

2. Những cơ hội và thách thức đặt ra đối với lao động Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

2.1. Khái quát về tình hình lao động Việt Nam hiện nay

Việt Nam hiện là quốc gia sở hữu lực lượng lao động dồi dào với gần 55 triệu lao động. Đại bộ phận lao động của chúng ta là lao động trẻ. Lực lượng lao động nằm trong độ tuổi từ 15 đến 49 hiện chiếm trên 73% lực lượng lao động, trong đó lao động từ 15 đến 24 tuổi chiếm gần 14% và lao động từ 25 đến 49 tuổi chiếm 60% (xem bảng 1). Cơ cấu lao động Việt Nam hiện vẫn đang ở trong thời kỳ dân số vàng và chúng ta vẫn được xem là quốc gia đang có lợi thế về số lượng lao động. Tuy nhiên chúng ta đang mất dần đi lợi thế này khi chuẩn bị bước vào thời kỳ già hoá dân số. Lao động từ 50 tuổi trở lên đang bắt đầu tăng nhanh từ mức 12,4% vào năm 2000 lên gấp hơn 2 lần, 26,7% vào năm 2017. Theo dự báo của các tổ chức quốc tế, Việt Nam sẽ bước vào thời kỳ già hoá dân số trong khoảng 15 đến 20 năm nữa. Khi không có lợi thế về số lượng lao động nữa, chúng ta phải dựa vào chất lượng của lao động.

Bảng 1: Lực lượng lao động Việt Nam qua các năm phân theo nhóm tuổi

Năm	Tổng số (nghìn người)	Cơ cấu(%)					
		15 - 24	25 - 49	50+	15 - 24	25 - 49	50+
2000	38.545,4	8.289,1	25.474,1	4.782,2	21,5	66,1	12,4
2002	40.716,0	8.776,8	26.783,9	5.155,3	21,6	65,7	12,7
2004	43.008,9	9.060,6	27.236,0	6.712,3	21,1	63,3	15,6
2006	46.238,7	9.727,4	29.447,7	7.063,6	21,0	63,7	15,3
2008	48.209,6	8.734,3	29.973,4	9.501,9	18,1	62,2	19,7
2010	50.392,9	9.245,4	30.939,2	10.208,3	18,3	61,4	20,3
2012	52.348,0	7.887,8	32.014,5	12.445,7	15,1	61,1	23,8
2014	53.748,0	7.585,2	32.081,0	14.081,8	14,1	59,7	26,2
2016	54.445,3	7.510,6	32.418,3	14.516,4	13,8	59,5	26,7
Sơ bộ 2017	54.823,8	7.581,1	32.599,2	14.643,5	13,8	59,5	26,7

Nguồn: GSO

Bảng 2: Lực lượng lao động Việt Nam phân theo giới tính và phân theo thành thị và nông thôn

	Tổng số	Nam	Nữ	Thành thị	Nông thôn
2005	42.774,9	21.926,4	20.848,5	10.689,1	32.085,8
2010	49.048,5	25.305,9	23.742,6	13.531,4	35.517,1
2015	52.840,0	27.216,7	25.623,3	16.374,8	36.465,2
2016	53.302,8	27.442,8	25.860,0	16.923,6	36.379,2
Sơ bộ 2017	53.703,4	27.813,7	25.889,7	17.116,7	36.586,7
Tỷ lệ (%)	Tổng số	Nam	Nữ	Thành thị	Nông thôn
2005	100	51,3	48,7	25,0	75,0
2010	100	51,6	48,4	27,6	72,4
2015	100	51,5	48,5	31,0	69,0
2016	100	51,5	48,5	31,7	68,3
Sơ bộ 2017	100	51,8	48,2	31,9	68,1

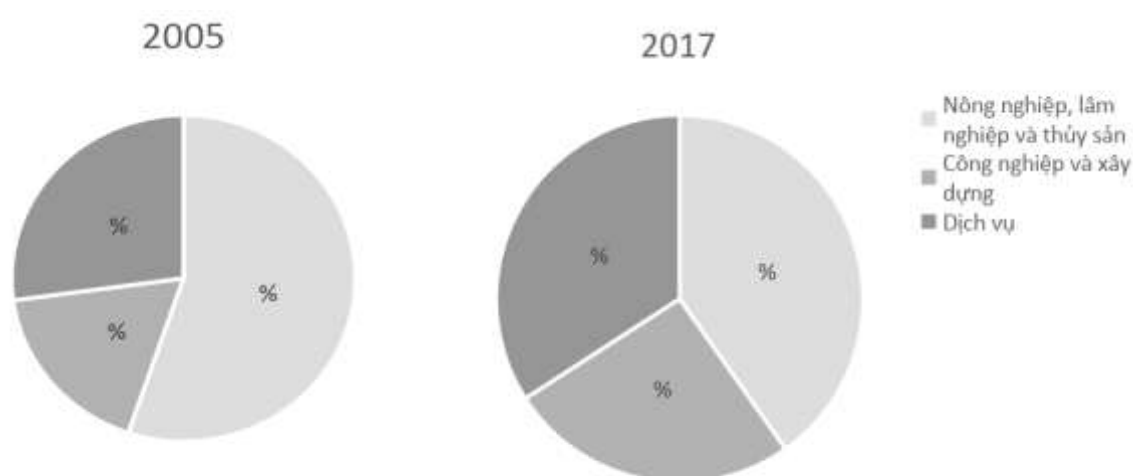
Nguồn: GSO

Cơ cấu lao động về giới của Việt Nam hiện nay khá cân bằng với khoảng 48% lao động nữ và 52% lao động là nam giới. Lao động làm việc ở khu vực nông thôn có giảm nhưng vẫn chiếm tỷ lệ cao trên tổng số lao động, từ 75% trên tổng số lao động vào năm 2005 xuống còn 68,1% vào năm 2017 (xem bảng 2).

Bảng 3: Lao động hiện đang làm việc phân theo ngành kinh tế

	Tổng số (Nghìn người)					Cơ cấu (%)				
	2005	2010	2015	2016	Sơ bộ 2017	2005	2010	2015	2016	Sơ bộ 2017
TỔNG SỐ	42.774,9	49.048,5	52.840,0	53.302,8	53.703,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	23.563,2	24.279,0	23.259,1	22.315,2	21.564,8	55,1	49,5	44,0	41,9	40,2
Công nghiệp và xây dựng	7524,0	10277,0	12018,0	13199,0	13843,0	17,6	20,9	22,8	24,7	25,7
Dịch vụ	11687,7	14492,5	17562,9	17788,6	18295,6	27,1	29,5	33,1	33,4	34,1

Nguồn: GSO



Hình 2: Cơ cấu lao động hiện đang làm việc phân theo ngành kinh tế năm 2005 và năm 2017

Nguồn: minh họa của tác giả dựa trên số liệu của GSO

Nếu nhìn vào bảng 3 và hình 2 có thể thấy đại bộ phận lao động Việt Nam làm việc trong ngành nông, lâm nghiệp và thủy sản. Cơ cấu chuyển dịch lao động theo ngành diễn ra rất chậm. Cụ thể là năm 2005, tỷ lệ lao động làm việc trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản; công nghiệp và xây dựng, dịch vụ lần lượt là 55,1%, 17,6% và 27,1%. Tính đến năm 2017, tức là sau 12 năm; mặc dù đã có sự chuyển dịch lao động lao động sang khu vực công nghiệp và xây dựng và dịch vụ (lao động trong hai ngành này tăng lên tương ứng 25,7% và 34,1% trên tổng số lao động Việt Nam) nhưng lao động trong lĩnh vực nông nghiệp vẫn ở mức cao 40,2%.

Bảng 4: tỷ lệ (%) lao động đã qua đào tạo và chưa qua đào tạo của Việt Nam

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Sơ bộ 2016
TỔNG SỐ	14,8	14,6	15,4	16,6	17,9	18,2	19,9	20,6
Chưa đào tạo chuyên môn kỹ thuật	..	85,4	84,5	83,4	82,1	81,8	80,1	..
Dạy nghề	4,8	3,8	4,0	4,7	5,3	4,9	5,0	5,0
Trung cấp chuyên nghiệp	2,7	3,4	3,7	3,6	3,7	3,7	3,9	3,9
Cao đẳng	1,5	1,7	1,7	1,9	2,0	2,1	2,5	2,7
Đại học trở lên	5,5	5,7	6,1	6,4	6,9	7,6	8,5	9,0

Nguồn: GSO

Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo của chúng ta đạt thấp và chậm được cải thiện theo thời gian. Năm 2009, tỷ lệ lao động đã qua đào tạo chiếm 14,8% trên tổng số lao động. Tính đến thời điểm năm 2016, ước tính cũng mới chỉ có trên 20% lao động đã qua đào tạo (xem bảng 4). Bên cạnh đó có sự mất cân đối nhất định trong cơ cấu đào tạo, trong đó tỷ lệ lao động được đào tạo trình độ đại học trở lên tăng nhanh hơn so với các loại hình đào tạo khác (lao động qua đào tạo có trình độ đại học trở lên tăng nhanh từ 5,5% vào năm 2009 lên 9% vào năm 2016) trong khi số lao động được đào tạo dưới hình thức dạy nghề, trung cấp chuyên nghiệp và cao đẳng tăng chậm hoặc tăng không đáng kể (lao động được đào tạo trình độ cao đẳng, trung cấp chuyên nghiệp và dạy nghề tương ứng từ 1,5%, 2,7% và 4,8% vào năm 2009 lên 2,7%, 3,9% và 5% vào năm 2006). Sự mất cân đối không những xảy ra đối với cơ cấu đào tạo mà còn tồn tại sự mất cân đối trong hệ thống các trường đào tạo, mất cân đối về ngành nghề¹. Nguồn nhân lực không được đào tạo tốt và bố trí hợp lý khiến cho lao động không thể phát huy được hết vai trò và tiềm năng của nó phục vụ tăng trưởng và phát triển kinh tế. Việt Nam hiện đang ở trong cảnh vừa thừa vừa thiếu lao động, thừa lao động có tay nghề thấp nhưng lại thiếu lao động lành nghề.² Trong một báo cáo của mình, World Bank đã chỉ ra, hiện các doanh nghiệp gặp phải khó khăn rất lớn trong việc tuyển dụng lao động do lao động không có đủ những kiến thức và kỹ năng cần thiết và do sự thiếu hụt lao động ở một số ngành nghề (WB, 2013). Các doanh nghiệp cũng đồng thuận về nguyên nhân chủ yếu dẫn đến sự yếu kém của lao động Việt Nam là do hệ thống giáo dục và đào tạo. Hiện nay cũng như trong thời gian tới, doanh nghiệp có nhu cầu cao đối với người lao động có những kỹ năng tổng hợp về cả tay nghề, nhận thức và hành vi, đặc biệt là các kỹ năng như giao tiếp, teamwork, giải quyết vấn đề nhưng những kỹ năng hiện lao động Việt Nam đang rất yếu.

Vì lao động chủ yếu làm trong lĩnh vực nông nghiệp và ở nông thôn nên tỉ lệ thất nghiệp ở Việt Nam thuộc hàng thấp nhất Đông Nam Á và thế giới nhưng tỷ lệ thiếu việc làm lại khá cao do tính chất mùa vụ của nghề nông. Đây cũng là lí do khiến tỷ lệ thất

¹ <https://baomoi.com/co-cau-nen-giao-duc-dao-tao-mat-can-voi-nghiem-trong/c/6190777.epi>

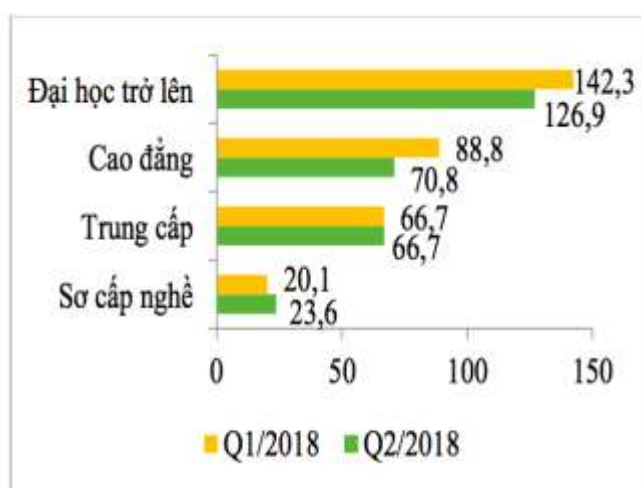
² <http://daidoanket.vn/xa-hoi/lao-dong-lanh-nghe-vua-thua-vua-thieu-tintuc103206>

nghiệp ở khu vực thành thị cao hơn so với ở nông thôn nhưng tỷ lệ thiếu việc làm ở khu vực nông thôn lại cao hơn so với thành thị (xem bảng 5). Tuy nhiên cũng có thể thấy rằng tỷ lệ thất nghiệp và tỷ lệ thiếu việc làm đã giảm theo thời gian. Trong đó tỷ lệ thất nghiệp chung và tỷ lệ thiếu việc làm chung giảm tương ứng từ mức 2,38% và 4,65% năm 2008 xuống còn 2,24% và 3,18%.

Bảng 5: Thất nghiệp của Việt Nam qua các năm phân theo thành thị và nông thôn

	Tỷ lệ thất nghiệp			Tỷ lệ thiếu việc làm		
	Chung	Thành thị	Nông thôn	Chung	Thành thị	Nông thôn
Sơ bộ						
2017	2,24	3,18	1,78	1,62	0,82	2,03
2016	2,30	3,23	1,84	1,66	0,73	2,12
2014	2,10	3,40	1,49	2,35	1,20	2,90
2012	1,96	3,21	1,39	2,74	1,56	3,27
2010	2,88	4,29	2,30	3,57	1,82	4,26
2008	2,38	4,65	1,53	5,10	2,34	6,10

Nguồn: GSO



	2017			2018	
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
Số lượng (nghìn người)					
Chung	1.081,6	1.074,8	1.071,2	1.067,1	1.061,5
Tỷ lệ (%)					
Chung	2,26	2,21	2,21	2,2	2,19
Nam	2,47	2,19	2,31	2,04	1,87
Nữ	2,01	2,22	2,04	2,40	2,58
Thành thị	3,19	3,11	3,13	3,13	3,09
Nông thôn	1,79	1,75	1,75	1,73	1,74
Thanh niên (15-24)	7,67	7,59	7,07	7,07	7,10

Hình 3: Thất nghiệp phân theo trình độ, phân theo thành thị - nông thôn và thất nghiệp của thanh niên trong năm 2017 và hai quý đầu năm 2018

Nguồn: GSO

Đáng chú ý là thất nghiệp của nhóm lao động trẻ, đặc biệt là thanh niên từ 15 đến 24 tuổi và nhóm lao động có trình độ đại học trở lên là rất cao (Hình 3). Tỷ lệ thất nghiệp của bộ phận thanh niên hiện ở mức trên 7% so với mức thất nghiệp chung là 2,47%, cao gấp gần 3 lần. Số người thất nghiệp có trình độ đại học hiện ở mức 126 nghìn người (tại thời điểm quý 2 năm 2018), bằng tổng số người thất nghiệp có trình độ cao đẳng và trung cấp. Điều này phản ánh chất lượng của giáo dục đào tạo, đặc biệt là đào tạo đại học còn chưa tương xứng với nhu cầu sử dụng của các nhà tuyển dụng khi mà lao động được đào tạo đại học – vốn được xem là những người có trình độ cao lại không thể tìm được việc làm. Bên cạnh đó, nó cũng phản ánh sự bất hợp lý của cơ cấu đào tạo với đào tạo sự phát triển tràn lan của giáo dục đại học những năm gần đây.

Do lao động chủ yếu làm việc ở khu vực nông thôn trong ngành nông nghiệp cộng với trình độ lao động thấp nên năng suất lao động của Việt Nam đạt thấp. Từ số liệu mới nhất của Tổng cục thống kê (bảng 6) có thể thấy rằng năng suất trung bình của Việt Nam tính đến thời điểm năm 2017 mới chỉ ước đạt 93,2 triệu đồng (số liệu chưa điều chỉnh theo giá so sánh của năm 2010). Năng suất của lao động trong ngành nông, lâm nghiệp và thủy sản đạt thấp kỷ lục, chỉ ở mức 35,6 triệu đồng (năm 2017), bằng gần 1/3 so với năng suất lao động bình quân của tất cả các nhóm ngành.

Bảng 6: Năng suất lao động theo ngành kinh tế qua các năm

	2005	2010	2015	2016	Sơ bộ 2017
TỔNG SỐ	21,4	44,0	79,4	84,5	93,2
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	7,5	16,3	30,6	32,9	35,6
Khai khoáng	346,6	742,2	1.695,6	1.548,5	1.775,4
Công nghiệp chế biến, chế tạo	34,2	42,0	71,0	72,4	82,4
Sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí	220,0	504,8	1.146,6	1.190,5	1.403,8
Cung cấp nước; hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải	37,3	94,6	179,9	171,2	193,9
Xây dựng	26,9	42,7	66,5	66,5	71,3
Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác	24,3	31,1	63,4	70,2	77,6
Vận tải, kho bãi	21,7	43,8	71,9	74,8	76,0
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	35,6	45,5	63,7	69,0	77,1
Thông tin và truyền thông	66,0	77,3	87,0	92,9	101,4
Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	257,3	457,8	631,1	660,7	712,4
Hoạt động kinh doanh bất động sản	3.232,2	1.300,0	1.284,7	1.273,9	1.061,0
Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ	82,0	128,8	220,7	236,9	255,8
Hoạt động hành chính và dịch vụ hỗ trợ	32,3	42,5	56,6	60,8	60,4
Hoạt động của Đảng Cộng sản, tổ chức chính trị - xã hội; quản lý Nhà nước, an ninh quốc phòng; đảm bảo xã hội bắt buộc	13,7	35,2	66,9	73,7	79,6
Giáo dục và đào tạo	21,4	30,0	72,1	81,4	87,5

Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	35,0	53,4	133,8	170,5	246,7
Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	76,9	62,8	84,6	88,9	104,9
Hoạt động dịch vụ khác	17,9	50,0	90,0	94,7	102,1
Hoạt động làm thuê các công việc trong các hộ gia đình, sản xuất sản phẩm, vật chất và dịch vụ tiêu dùng của hộ gia đình	7,5	15,0	35,9	37,3	41,2

Nguồn: GSO

Đặc biệt, nếu điều chỉnh theo giá so sánh của năm 2010 thì thực tế thu nhập của người lao động còn thấp hơn nữa với năng suất trung bình chỉ rơi vào khoảng 54 triệu đồng tức là khoảng 2400 USD, thấp hơn rất nhiều so với thu nhập bình quân đầu người của nhiều nước trong khu vực ASEAN. Theo đó, thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam hiện thua Lào, Phillipines bằng khoảng 1/3 so với Thái Lan và chưa đến 1/20 so với thu nhập bình quân đầu người của Singapore (xem hình 4).



Hình 4: GDP bình quân đầu người của Việt Nam và các nước Asean

Nguồn: Báo Tuổi Trẻ, <http://ndh.vn/tu-gdp-dau-nguoi-2-385-usd-khat-vong-quoc-gia-thinh-vuong-20180226114113994p145c151.news>

Đáng chú ý, năng suất cũng như thu nhập bình quân của người lao động tăng rất cao ở một số ngành như công nghiệp khai khoáng, sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí – những ngành công nghiệp liên quan nhiều đến việc khai thác và sử dụng tài nguyên thiên nhiên, ngành dịch vụ kinh doanh bất động sản nhưng lại rất thấp ngành công nghiệp chế biến chế tạo – vốn nên đóng vai trò trọng tâm chiến lược công nghiệp hoá của một quốc gia đang phát triển (bảng 6).

Như vậy có thể khẳng định rằng mặc dù tỷ lệ thất nghiệp thấp phản ánh số lượng công việc được tạo ra là khá đầy đủ nhưng chất lượng của công việc lại chưa cao. Và trình độ và kỹ năng của đa phần lao động ở mức thấp là lí do khiến thu nhập của người lao động thấp.

2.2. Những cơ hội và thách thức đặt ra cho lao động Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0

2.2.1. Cơ hội

Cách mạng công nghiệp 4.0 mở ra rất nhiều cơ hội làm việc mới, hứa hẹn khả năng gia tăng năng suất và nâng cao thu nhập cho người lao động. Cụ thể:

Thứ nhất, Việt Nam hiện vẫn là quốc gia có lợi thế về số lượng lao động trẻ và lao động giá rẻ. Cách mạng 4.0 có thể dẫn đến xu hướng chuyển dịch các ngành công nghiệp truyền thống sử dụng nhiều lao động từ các nước phát triển sang các quốc gia đang phát triển trong đó có Việt Nam (Kergroach, 2017). Nếu như xu hướng chuyển dịch này là rõ ràng thì Việt Nam thì tỷ lệ thất nghiệp của Việt Nam sẽ không ở mức quá cao. Tuy nhiên lợi thế về lao động giá rẻ sẽ mất dần đi khi chúng ta dân số dần bị già hoá. Do vậy về mặt dài hạn, tăng trưởng cần dựa vào sự gia tăng của chất lượng lao động.

Thứ hai, nhiều nhà phân tích cho rằng những cơ hội việc làm mới sẽ được tạo ra trong cách mạng 4.0. Đặc biệt nhu cầu đối với những lao động có khả năng kết hợp giữa máy móc với những kiến thức về kỹ thuật điện tử, điều khiển và thông tin hay chính là kiến thức STEM (Tomáš Volek; Martina Novotná, 2017). Cuộc cách mạng này sẽ tạo ra những thay đổi trong cơ cấu lao động giữa các ngành mà ở đó chúng ta có thể kỳ vọng nhu cầu sử dụng lao động trong các ngành công nghiệp sản xuất truyền thống sẽ giảm đi trong khi nhu cầu lao động trong ngành dịch vụ có sự tăng lên. Sự tăng lên của cầu lao động trong những ngành dịch vụ hứa hẹn sẽ góp phần tăng thu nhập cho người lao động.

Thứ ba, cách mạng công nghiệp 4.0 tạo ra áp lực và đồng thời là cơ hội để lao động phải Việt Nam không ngừng nâng cao trình độ, kỹ năng cũng như tạo áp lực đổi mới lên hệ thống giáo dục đào tạo để có thể đáp ứng nhu cầu về nhân lực trong thời kỳ mới. Những cơ hội việc làm mới được tạo ra đòi hỏi người lao động phải có trình độ và kỹ năng tương ứng như các kỹ năng giải quyết vấn đề, teamwork, giao tiếp, công nghệ thông tin... là những kỹ năng mà đại bộ phận lao động Việt Nam đang thiếu và yếu. Để đáp ứng được những yêu cầu công việc mới đòi hỏi sự nỗ lực của bản thân người lao động và đặc biệt sự đổi mới và phát triển của hệ thống giáo dục đào tạo.

Thứ tư, năng suất lao động trong cách mạng 4.0 có xu hướng được cải thiện do việc giảm nhu cầu sử dụng lao động là con người mà thay bằng máy móc và robots. Với công nghệ phát triển, các nhà máy sản xuất có thể tránh được những lỗi phát sinh bởi máy móc do có khả năng phân tích và dự đoán trước các lỗi kỹ thuật. Hiệu quả sản xuất có thể sẽ được cải thiện nhanh hơn do các dịch vụ kho vận được nâng cấp, giảm tiêu hao năng lượng và sử dụng nguyên liệu..., từ đó tiết kiệm chi phí sản xuất cho doanh nghiệp trong khi doanh thu có xu hướng tăng do đáp ứng được tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng. Người lao động lúc này được sử dụng một cách hiệu quả hơn và chỉ cho những công việc mà thực sự đòi hỏi sự có mặt của con người. Năng suất của người lao động tăng lên tạo cơ hội để Việt Nam tạo ra những đột phá trong cải thiện tiền lương và thu nhập cho người lao động.

Như vậy nếu Việt Nam có thể tận dụng được những lợi thế này do cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại thì đó sẽ là cú hích rất lớn giúp người lao động có được những công việc làm tốt hơn, giúp cải thiện năng suất và thu nhập của họ.

2.2.2. Thách thức

Cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại rất nhiều thách thức đối với các quốc gia nói chung và đặc biệt đối với các quốc gia đang phát triển như Việt Nam nói riêng.

Một là, thiếu hụt lao động có trình độ và kỹ năng phù hợp.

Như đã phân tích ở trên, Việt Nam vẫn là nước có lợi thế về số lượng lao động, nhưng chất lượng lao động thấp đang là vấn đề báo động đối với nước ta. Do vậy, thách thức lớn nhất đặt ra cho chúng ta là thiếu hụt nguồn nhân lực có trình độ. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, các công ty sẽ gia tăng nhu cầu sử dụng lao động có trình độ và thay thế dần giữa sử dụng giữa lao động và vốn. Điều đó có nghĩa là việc sử dụng lao động vẫn là cần thiết nhưng vai trò của người lao động sẽ thay đổi. Các doanh nghiệp sẽ có nhu cầu nhiều hơn với những lao động có khả năng tích hợp các kiến thức về công nghệ, tự động hoá, thông tin và những kỹ năng mềm quan trọng như teamwork, giao tiếp, giải quyết vấn đề, kỹ năng về công nghệ thông tin trong khi lại cắt giảm nhu cầu đối với các lao động giản đơn.

Hai là, thách thức trong chuyển dịch cơ cấu lao động, tăng năng suất lao động và thu nhập cho người lao động.

Hiện có khoảng 40% lao động Việt Nam đang làm việc trong lĩnh vực nông nghiệp với năng suất lao động cực thấp. Trong cuộc cách mạng 4.0, một số ngành nghề sử dụng lao động giản đơn sẽ không còn nhưng những ngành nghề mới đòi hỏi lao động có trình độ sẽ ra đời. Trong nông nghiệp, việc tăng cường ứng dụng công nghệ trong nông nghiệp sẽ góp phần tăng suất, sản lượng, giảm số giờ lao động của lao động nông nghiệp. Nhưng để có thể thực sự tạo ra sự cải thiện đột phá trong lĩnh vực nông nghiệp, một mặt nó đòi hỏi người nông dân phải có những kỹ năng tay nghề mới, mặt khác lao động nông nghiệp, nông thôn cần có sự chuẩn bị về trình độ và kỹ năng để có thể chuyển dịch thành công từ lĩnh vực nông nghiệp sang công nghiệp và dịch vụ. Đối với các ngành sản xuất, lao động giản đơn trong ngành dệt may, giày da và trong ngành điện tử có khả năng rất lớn sẽ bị thay thế khi máy móc, công nghệ và tự động hoá diễn ra trên quy mô rộng (ILO, 2018). Do đó, để có thể đáp ứng được với yêu cầu của công việc trong tình hình mới đòi hỏi nguồn nhân lực phải được trang bị kiến thức, kỹ năng cần thiết. Tuy nhiên, như đã chỉ ra ở trên, lao động của chúng ta đa phần là lao động phổ thông, chưa qua đào tạo, các kỹ năng cứng mà mềm cũng thiếu và yếu, vậy nên bài toán chuyển dịch cơ cấu lao động, tăng năng suất và thu nhập trở thành một bài toán không đơn giản.

Ba là, thách thức trong việc gia tăng bất bình đẳng giữa các tầng lớp lao động.

Bất bình đẳng nổi lên giữa các tầng lớp lao động do cơ cấu lao động thay đổi và những bộ phận lao động kém thích nghi với công nghệ mới sẽ bị đào thải. Bất bình đẳng vì thế tăng lên giữa các ngành kinh tế, giữa các vùng miền, giữa thành thị và nông thôn (Zoltán Rajnai; István Kocsis, 2017). Những nhóm lao động nghèo sẽ là những người bị ảnh hưởng rất nhiều trong bối cảnh của công nghệ số. Cách mạng 4.0 cũng có thể khiến bất bình đẳng về giới tăng lên do phụ nữ vẫn thường được xem là kém thích ứng với sự thay đổi của công nghệ hơn là nam giới. Với tỷ lệ 48% lao động là nữ như hiện nay cho thấy nếu không có những chính sách chuẩn bị và hỗ trợ cho lao động nữ trong bối cảnh công nghệ thì bộ phận lao động này có khả năng bị tổn thương rất lớn.

Bốn là, thách thức đặt ra đối với hệ thống giáo dục đào tạo.

Chất lượng nguồn nhân lực là yếu tố then chốt để đảm bảo sự thành công của Việt Nam trong bối cảnh của cách mạng 4.0. Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, khâu đột phá là đổi mới và nâng cao giáo dục và đào tạo. Nhưng vấn đề đặt ra cho Việt Nam là nền giáo dục đào tạo của chúng ta còn ở trình độ thấp và chậm được đổi mới. Mặc dù công cuộc đổi mới giáo dục nước nhà đã được tiến hành từ khá lâu nhưng chưa đạt được những thành tựu khả quan. Hiện vẫn còn rất nhiều khoảng trống và bất cập trong hệ thống giáo dục và đào tạo của Việt Nam. Bằng chứng là mặc dù nhu cầu với lao động, đặc biệt là lao động trình độ cao là rất cao nhưng các doanh nghiệp lại không thể tìm được những người lao động tốt và đáp ứng được nhu cầu của công việc. Trong khi đó có một thực tế là tỷ lệ thất nghiệp, đặc biệt là thất nghiệp của đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật cao lại ở mức cao (đã phân tích ở trên). Điều này cho thấy khoảng cách giữa đào tạo, đặc biệt là đào tạo đại học với nhu cầu xã hội là rất lớn. Không chỉ chất lượng đào tạo thấp, hiện còn tồn tại sự bất hợp lý trong cơ cấu đào tạo chung, cơ cấu đào tạo theo ngành cũng như sự thiếu hụt lao động ở một số ngành mà thị trường lao động đang có nhu cầu.

Đặc biệt, một trong những đặc thù của cách mạng 4.0 là kết nối và chia sẻ dữ liệu. Do vậy việc giảng dạy, đặc biệt là giảng dạy kỹ sư phải có khả năng tích hợp được nhiều kiến thức bằng phương pháp STEM. Nhưng trong số 350 trường đại học ở Việt Nam, chỉ có 12 trường có nhóm giảng viên được trang bị kiến thức giảng dạy bằng phương pháp STEM.³ Trong bối cảnh mới đòi hỏi người lao động không chỉ có được năng lực phối hợp, tổ chức tốt các công việc và còn phải có được những kỹ năng phối hợp với nhau và có được tư duy đổi mới sáng tạo mới có thể thích ứng tốt với những yêu cầu của công việc. Điều này đòi hỏi phải có những quan điểm về giáo dục và đào tạo mới: đó là liên tục, mở và mang tính khai phóng. Cách tiếp cận của chúng ta đối với quan điểm giáo dục này còn hạn chế.

Năm là, Việt Nam chưa có sự chuẩn bị đáng kể nào trước thời đại của công nghệ số.

Tại hội nghị Industry 4.0 Summit and Expo 2018 tổ chức tại Hà Nội vào ngày 13 tháng 7 năm nay, thủ tướng Việt Nam Nguyễn Xuân Phúc khẳng định Việt Nam đã sẵn sàng đón nhận những thách thức của cuộc cách mạng 4.0 và tận dụng những cơ hội mà nó mang lại.⁴ Theo số liệu từ cuộc điều tra khảo sát do Vietnam ICT Summit thực hiện thì có 35,2% các doanh nghiệp Việt đã sẵn sàng cho cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, trong đó chủ yếu là các doanh nghiệp và IT và trong lĩnh vực ngân hàng.⁵ Tuy nhiên, theo

³https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/rm/apph/tbnh/tbnh_chitiet?leftWidth=20%25&showFooter=false&showHeader=false&dDocName=SBV344991&rightWidth=0%25¢erWidth=80%25&_afLoop=5426414234533406#%40%3F_afLoop%3D5426414234533406%26centerWidth%3D80%2525%26dDocName%3DSBV344991%26leftWidth%3D20%2525%26rightWidth%3D0%2525%26showFooter%3Dfalse%26showHeader%3Dfalse%26_adf.ctrl-state%3D1b198zr0en_9

⁴<https://english.vietnamnet.vn/fms/science-it/204115/with-resolve--vietnam-ready-to-move-forward-in-industry-4-0--pm-says.html>

⁵<https://congnghe.tuoitre.vn/35-doanh-nghiepto-chuc-viet-nam-san-sang-cho-cach-mang-cong-nghiep-40-20170906193129393.htm>

đánh giá của các tổ chức quốc tế Việt Nam lại chưa có sự chuẩn bị sẵn sàng cho cuộc cách mạng này.

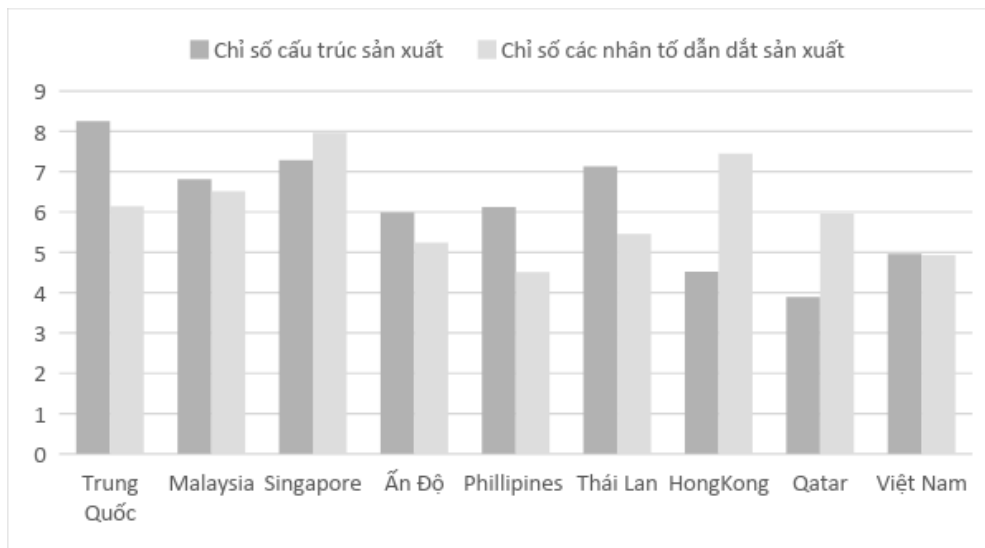
Theo báo cáo mới nhất của diễn đàn kinh tế thế giới đánh giá sự sẵn sàng của các quốc gia trước tương lai của nền sản xuất thế giới thì Việt Nam nằm trong các quốc gia “Nascent countries”, tức là thuộc nhóm các quốc gia sơ khai, đứng ở thứ hạng cuối cùng và chưa có chuẩn bị tốt cho cuộc cách mạng này. Theo đó, trong số 100 quốc gia được đánh giá, Việt Nam đứng thứ 48 về chỉ số cơ cấu sản xuất và đứng thứ 53 về chỉ số các nhân tố dẫn dắt sản xuất có khoảng cách rất xa với Malaysia (lần lượt xếp thứ 20 và 22 về hai chỉ số này) và Thái Lan (xếp thứ 12 và 35).

Bảng 7: Đánh giá sự sẵn sàng của một số quốc gia đối với tương lai của nền sản xuất thế giới

Nhóm quốc gia	Tên quốc gia	Chỉ số cấu trúc sản xuất		Chỉ số các yếu tố dẫn dắt sản xuất	
		Điểm	Xếp hạng	Điểm	Xếp hạng
Leading countries	Trung Quốc	8,25	5	6,14	25
	Malaysia	6,81	20	6,51	21
	Singapore	7,28	11	7,96	2
Legacy countries	Ấn Độ	5,99	30	5,24	44
	Phillipines	6,12	28	4,51	66
	Thái Lan	7,13	12	5,45	35
High potential countries	HongKong	4,52	58	7,45	8
	Qatar	3,89	72	5,96	29
Nascent Countries	Việt Nam	4,96	48	4,93	53

Nguồn: (WEF, 2018)

Đáng chú ý là trong các tiêu chí để đánh giá các nhân tố dẫn dắt sản xuất, các yếu tố liên quan đến đổi mới sáng tạo và công nghệ sáng tạo chiếm một tỷ trọng lớn cho thấy năng lực đổi mới sáng tạo của Việt Nam còn ở mức thấp (WEF, 2018). Điều này là một trở ngại không nhỏ cho chúng ta khi bước vào cuộc cách mạng 4.0. Tuy vậy, cũng có thể thấy rằng tuy Việt Nam nằm trong các nhóm nước được xếp hạng ở vị trí cuối cùng về mức độ sẵn sàng nhưng vị trí của chúng ta đang khá gần với nhóm nước tiềm năng. Do vậy, trong thời gian tới nếu Việt Nam có những chiến lược đúng đắn, chúng ta có nhiều cơ hội cải thiện năng lực đổi mới và sẵn sàng hơn trước kỷ nguyên số.



Hình 5: Đánh giá sự sẵn sàng của một số quốc gia đối với tương lai của nền sản xuất thế giới

Nguồn: minh họa của tác giả dựa trên số liệu của WEF

3. Một số khuyến nghị

Trên cơ sở phân tích thực trạng lao động Việt Nam, những cơ hội và thách thức của cách mạng 4.0 đối với lao động, tác giả đề xuất một số khuyến nghị giúp lao động nước ta tận dụng được những cơ hội và vượt qua những thách thức đặt ra như sau:

Thứ nhất, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua đổi mới giáo dục và nâng cao chất lượng đào tạo là khâu then chốt. Để làm tốt nội dung này cần tập trung vào một số điểm sau:

- Cần cơ cấu lại hệ thống đào tạo để đảm bảo cân đối giữa các hình thức đào tạo (như đào tạo đại học, cao đẳng, trung cấp, đào tạo nghề), các ngành nghề đào tạo, chú trọng vào đào tạo những ngành nghề mà xã hội, các doanh nghiệp đang có nhu cầu.
- Đổi mới nội dung và chương trình đào tạo trong đó chú trọng cập nhật những chương trình đào tạo về STEM, công nghệ thông tin, khoa học dữ liệu, an ninh, an toàn thông tin... Việt Nam là quốc gia có thế mạnh về lĩnh vực khoa học tự nhiên và công nghệ thông tin nên đào tạo về STEM là một hướng đi tốt để chúng ta tận dụng những lợi thế của mình.
- Tiếp cận và thay đổi quan điểm giáo dục từ truyền thống sang hệ thống giáo dục mở và mang tính khai phóng. Đào tạo cần linh hoạt, có tính liên ngành, chú trọng trang bị cho sinh viên không chỉ kiến thức mà còn trang bị năng lực nhận thức, tư duy và các kỹ năng cần thiết như kỹ năng giao tiếp trong đó có giao tiếp bằng tiếng anh, teamwork, giải quyết vấn đề.
- Đào tạo cần gắn với nhu cầu xã hội, tạo ra kết nối giữa các cơ sở giáo dục đào tạo với các doanh nghiệp. Để liên kết thành công, trước hết cần nâng cao nhận thức của các trường đại học và các doanh nghiệp để họ thấy được ý nghĩa và tầm quan trọng của quá trình liên kết, từ đó chủ động liên kết với nhau. Nhờ có liên kết, sinh viên được học tập ở môi trường mang tính thực tiễn cao hơn, các doanh nghiệp có thể bộc lộ rõ nhu cầu của mình đối với các sản phẩm đào tạo để đặt hàng nhà trường cũng như tham gia đóng góp trực tiếp quá trình đào tạo. Có như vậy thì

nguồn nhân lực tương lai mới phù hợp với nhu cầu của các doanh nghiệp, doanh nghiệp không phải mất nhiều chi phí để đào tạo lại.

- Nghiên cứu chính sách đào tạo lao động cho khu vực nông nghiệp, nông thôn, đẩy nhanh tiến trình công nghiệp hoá nông nghiệp nông thôn để chuyển dịch cơ cấu lao động thành công và cải thiện thu nhập cho lao động nông nghiệp, nông thôn.
- Khuyến khích đổi mới sáng tạo thông qua xây dựng các trung tâm đổi mới sáng tạo trực thuộc các trường đại học gắn chặt chẽ với môi trường kinh doanh, hỗ trợ các ý tưởng khởi nghiệp và nghiên cứu triển khai. Cần có chính sách huy động nguồn vốn từ nhà đầu tư thiên thần và mạo hiểm để đầu tư vào các hoạt động khởi nghiệp sáng tạo.

Thứ hai, cách mạng 4.0 không chỉ ảnh hưởng đến cơ cấu việc làm và sự phát triển về mặt kinh tế mà còn làm nổi lên những vấn đề xã hội và bất bình đẳng. Vì vậy việc cần có những chính sách và thiết lập quỹ hỗ trợ cho người lao động, đặc biệt là tầng lớp lao động nghèo và lao động nữ, vốn là những tầng lớp lao động dễ bị tổn thương nhất trước thời đại của kinh tế số để giúp đỡ những lao động này chuẩn bị và ứng phó tốt hơn với cách mạng 4.0 nhằm giảm thiểu tình trạng bất bình đẳng và chênh lệch vùng miền do ảnh hưởng của cách mạng cuộc cách mạng này.

Thứ ba, cần làm tốt công tác phân tích và dự báo thị trường lao động. Cần nhận diện được tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đến sự thay đổi của cơ cấu lao động, nhận diện được cụ thể các ngành nghề mới có nhu cầu sử dụng lao động và những ngành nghề dần biến mất để chủ động lập kế hoạch, định hướng nghề nghiệp cho người lao động, là cơ sở cho công tác phân luồng và định hướng cho hoạt động giáo dục đào tạo.

Cuối cùng, để có sự chuẩn bị tốt hơn cho cách mạng 4.0, cần làm tốt công tác tuyên truyền và nâng cao nhận thức của cộng đồng doanh nghiệp, người lao động và cả xã hội về tầm quan trọng của cách mạng 4.0 cũng như những tác động của nó đến tổng thể nền kinh tế để mỗi cá nhân, mỗi doanh nghiệp ý thức được, chủ động chuẩn bị cho mình những điều kiện cần thiết và đáp ứng những đòi hỏi mới của thực tiễn.

Kết luận

Cuộc cách mạng công nghệ 4.0 là một xu thế tất yếu của nhân loại. Bên cạnh những cơ hội rất lớn mà cuộc cách mạng 4.0 mang lại thì nó cũng đặt ra không ít những thách thức cho thị trường lao động các quốc gia nói chung và Việt Nam nói riêng. Thiết nghĩ, cách tốt nhất để ứng phó với những biến đổi trong thời đại mới đó là mỗi lao động, mỗi doanh nghiệp, mỗi cơ sở đào tạo và Chính Phủ Việt Nam cần chủ động chuẩn bị và nỗ lực hết mình nhằm đón nhận những thời cơ và vượt qua những thách thức. Nếu không chúng ta có thể sẽ đứng nguy cơ tụt hậu nhanh hơn và xa hơn bao giờ hết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bình, Đ. T. (2018). Cách mạng công nghiệp 4.0: Những thách thức đặt ra cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Phú Thọ. *Phát triển kinh tế địa phương: Cơ hội, thách thức và định hướng phát triển trong bối cảnh toàn cầu hóa và cách mạng công nghiệp 4.0*. Hà Nội: Đại học Kinh tế quốc dân.
2. Kergroach, S. (2017). Industry 4.0: New Challenges and Opportunities for the Labour Market. *Foresight and STI Governance*, vol. 11(4), 6-8.
3. WB. (2013). *Vietnam development report 2014*. WB.
4. Tomáš Volek; Martina Novotná. (2017). LABOUR MARKET IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0 . *The 11th International Days of Statistics and Economics*, (pp. 1790-1799).
5. Zoltán Rajnai; István Kocsis. (2017). Labor Market Risks of Industry 4.0, Digitization, Robots and AI. *SISY 2017 • IEEE 15th International Symposium on Intelligent Systems and Informatics* , (pp. 343-346). Subotica, Serbia.
6. WEF. (2018). *Readiness for the Future of Production Report 2018* .
7. ILO. (2018). *INDUSTRIAL REVOLUTION (IR) 4.0 IN VIET NAM: WHAT DOES IT MEAN FOR THE LABOUR MARKET? Viet Nam Country Brief* .
8. Website: <https://www.gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=217>

ĐÀO TẠO NHÂN LỰC KẾ TOÁN, KIỂM TOÁN TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP VÀ CÁCH MẠNG 4.0 – CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

TRAINING OF HUMAN ACCOUNTING AND AUDITING IN THE CONTEXT OF INTEGRATION AND THE 4TH INDUSTRIAL REVOLUTION OPPORTUNITIES AND THREATS

ThS. Lê Thị Ngọc Mai

Khoa kế toán – kiểm toán, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

Tóm tắt:

Hội nhập kinh tế quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) với những công nghệ mới hiện đại đã tác động đến mọi mặt của đời sống - kinh tế - xã hội, trong đó có lĩnh vực giáo dục đào tạo. Bối cảnh mới đòi hỏi nhân lực kế toán – kiểm toán phải có năng lực tư duy, sáng tạo, có kỹ năng phân tích, tổng hợp, có trình độ ngoại ngữ tin học và các kỹ năng mềm để thích ứng với sự thay đổi của thị trường. Do đó, yêu cầu các cơ sở đào tạo nhân lực kế toán kiểm toán phải có sự thay đổi cập nhật để thích ứng với nhu cầu của thời đại mới. Bài viết phân tích những tác động, đưa ra thực trạng cũng như phân tích các cơ hội và thách thức của bối cảnh hội nhập và CMCN 4.0 đến công tác đào tạo nhân lực kế toán – kiểm toán tại Việt Nam. Từ đó đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng nhân lực kế toán – kiểm toán trong bối cảnh hội nhập và CMCN 4.0.

Từ khóa: Đào tạo kế toán – kiểm toán, hội nhập, CMCN 4.0

1. Đặt vấn đề

Việt Nam trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế đã trở thành thành viên của các tổ chức kinh tế thế giới như WTO, Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC), FTA, TPP, CPTPP. đây cũng chính là những cơ hội giúp tăng cường sự lưu thông hàng hóa, vốn, dịch vụ cũng như nhân lực và công nghệ giữa Việt Nam và các quốc gia khác.

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) với các công nghệ nổi bật như trí tuệ nhân tạo AI, robot, Internet kết nối vạn vật, điện toán đám mây, công nghệ di động không dây, tự động hóa, công nghệ thực tế ảo,... CMCN 4.0 giúp kết hợp giữa hệ thống thực với hệ thống ảo, là nền sản xuất thông minh, kết nối qua các thiết bị di động thông minh, giúp cho việc tổ chức các chuỗi sản xuất – giá trị từ đó tạo ra các sản phẩm có hàm lượng tri thức cao... Các bước tiến về công nghệ của CMCN 4.0 có tác động tới sự phát triển của tất cả các lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực kế toán kiểm toán đòi hỏi công tác đào tạo nguồn nhân lực kế toán cũng cần có những thay đổi phù hợp.

Trong thời kỳ hội nhập quốc tế và CMCN 4.0, mỗi quốc gia có nhiều cơ hội để phát triển giáo dục đào tạo nghề nghiệp giúp nâng cao trình độ của nguồn nhân lực, trong đó có nhân lực hoạt động trong lĩnh vực kế toán kiểm toán, do đó nảy sinh ra những cơ hội cũng như các thách thức vô cùng to lớn cho các cơ sở giáo dục và đào tạo nghề để đảm bảo chất lượng nhân lực kế toán – kiểm toán của Việt Nam hội nhập được với quốc

tế và đáp ứng được yêu cầu phát triển của thời đại, trong bối cảnh CMCN 4.0 đã, đang và sẽ tham gia vào mọi lĩnh vực, ngành nghề. \

2. Tác động của bối cảnh hội nhập và CMCN 4.0 đến nghề kế toán, kiểm toán

Trong xu hướng hội nhập kinh tế thế giới, Việt Nam cũng đã tham gia vào các tổ chức kinh tế quốc tế, từ đó cũng mở ra nhiều cơ hội về việc làm cũng như nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực. Theo thỏa thuận trong khuôn khổ Cộng đồng kinh tế ASEAN, từ năm 2016, kế toán là một trong 8 ngành nghề được tự do di chuyển trong khối ASEAN.

Bối cảnh hội nhập và cách mạng 4.0 tạo điều kiện cho việc khai thác dữ liệu, nâng cao độ tin cậy cho các thông tin được trình bày trên báo cáo kế toán, kiểm toán được lập bằng các hệ thống tự động theo nhu cầu. Theo dự báo 3-10 năm tới, các phần mềm và hệ thống thông minh sẽ thay thế cho công việc kế toán thủ công, tự động hóa các quy trình phức tạp và đa diện, hỗ trợ các xu hướng dịch vụ thuê ngoài và tái sử dụng nội bộ một số dịch vụ khác.

Theo kết quả khảo sát của VACPA (Phạm Sỹ Danh, chủ tịch VACPA tại Hội thảo CMCN 4.0 – Thời cơ và thách thức, 2018), ngành kế toán - kiểm toán trong thời kỳ mới sẽ phải đương đầu với yêu cầu cao về lao động có trình độ công nghệ thông tin; sự đầu tư tài chính lớn; kiểm soát dữ liệu khó hơn trong khi thị phần giảm do cạnh tranh gay gắt.

Dưới tác động của CMCN 4.0, các công việc của kế toán, kiểm toán đã có sự thay đổi đáng kể theo hướng ứng dụng công nghệ 4.0 vào các sản phẩm phần mềm kế toán - kiểm toán, cung cấp cho doanh nghiệp giải pháp quản trị tài chính thông minh, các phần mềm tích hợp dịch vụ hóa đơn điện tử, kết nối ngân hàng điện tử, kê khai thuế qua mạng... công nghệ mới như AI hay công nghệ chuỗi khối (Blockchain) được đưa vào sản phẩm giúp công việc kế toán trở nên thông minh, nhanh và hiệu quả hơn.

CMCN 4.0 đã làm thay đổi cơ bản công tác kế toán, thay vì phân tích dữ liệu thủ công trên Excel thì nay đã có thêm nhiều công cụ và phần mềm hiện đại hơn như Misa, Fast, AC Man... Công việc của kế toán thay vì ghi chép thủ công nay đã có công nghệ tự động thay thế trong nhiều nội dung. Ứng dụng công nghệ đám mây để lưu trữ thông tin theo thời gian thực với khối lượng lớn và không bị giới hạn nhiều về bộ nhớ. Việc áp dụng AI vào xử lý các nghiệp vụ kế toán phức tạp (định giá, lập dự phòng...). Liên kết các dữ liệu của bộ phận tài chính – kế toán thông qua công nghệ chuỗi khối Blockchain.

3. Thực trạng đào tạo nhân lực kế toán, kiểm toán trong bối cảnh hội nhập và cách mạng 4.0

Theo Bản tin cập nhật thị trường Lao động quý 2/2018, cho thấy trình độ lao động nhóm cao đẳng tăng nhiều nhất là 11,37%, nhóm đại học và trên đại học 2,2%. Tỷ lệ lao động có trình độ đại học trở lên trong tổng lực lượng lao động là 9,58%, cao đẳng là 3,49%. Số người làm việc trong ngành tài chính, ngân hàng và bảo hiểm giảm 40.000 nghìn người. Nhóm nghề “Kế toán – kiểm toán” có số lượt người tìm việc tăng 2.200 tăng cao hơn so với quý 1/2018. Thị trường lao động trong tình trạng dư thừa nhân lực song theo thống kê của Bộ Giáo dục và Đào tạo, nước ta có khoảng 553 cơ sở đào tạo, trong đó có 203 trường đại học và học viện, 208 trường cao đẳng và 142 trường trung học chuyên nghiệp. Trong tổng số các cơ sở đào tạo này thì có trên 50% đăng ký đào tạo

ngành kế toán với nhiều chuyên ngành khác nhau như kế toán công, kế toán doanh nghiệp, kiểm toán... Ngay cả những trường có thế mạnh về kỹ thuật, công nghệ, y tế, ngôn ngữ, cũng tham gia đào tạo mã ngành kế toán đặc biệt là các trường cao đẳng, đại học ngoài công lập. Kết quả của quá trình đào tạo này làm cho kế toán trở thành một trong những ngành có nguồn cung về nhân lực dồi dào nhất trong các ngành nghề phổ biến hiện nay.

Tại Việt Nam hiện nay, đào tạo nhân lực kế toán – kiểm toán trước những tác động của bối cảnh hội nhập và CMCN 4.0 đã có những bước thay đổi lớn, thay vì sử dụng những phương pháp giảng dạy cũ, ít tương tác và thiếu thực tế, đã có sự chuyển biến sang đào tạo theo yêu cầu thực tiễn doanh nghiệp có cập nhật theo sự thay đổi của chuẩn mực, chế độ kế toán Việt Nam hòa hợp với chuẩn mực kế toán quốc tế, tăng sức cạnh tranh cho nhân lực kế toán – kiểm toán trên thị trường lao động trong nước và quốc tế, đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Với mạng lưới các cơ sở đào tạo trải rộng khắp cả nước, đa dạng về loại hình, trình độ và mô hình hoạt động.

Chương trình đào tạo kế toán, kiểm toán

Khung chương trình đào tạo kế toán, kiểm toán tại các trường đại học có đào tạo ngành này ở Việt Nam trước đây được quy định bởi Bộ Giáo dục và Đào tạo bao gồm các môn học bắt buộc là các môn cơ sở ngành và các môn chuyên ngành: Nguyên lý kế toán, kế toán tài chính, kế toán quản trị, kiểm toán căn bản. Tuy nhiên khi ban hành Luật giáo dục đại học năm 2012 nhằm khuyến khích tăng tính tự chủ của các trường đại học trong bối cảnh hội nhập thì việc xây dựng chương trình đào tạo không còn áp dụng khung chương trình khung. Từ đó dẫn đến những khác biệt nhất định trong chương trình đào tạo kế toán của các trường đào tạo, một số cơ sở đào tạo đã nắm bắt được xu hướng hội nhập, tham khảo các chương trình đào tạo ngành kế toán, kiểm toán của các trường đại học tiên tiến trên thế giới, ứng dụng các chương trình đào tạo chất lượng cao, chương trình liên kết như 2+2 hoặc 3+1 (sau khi học 2 hoặc 3 năm tại Việt Nam, sinh viên được chuyển tiếp sang đào tạo tại trường đối tác nước ngoài), đưa vào chương trình giảng dạy một số môn học của các tổ chức nghề nghiệp kế toán quốc tế như ACCA, CPA, AICPA, IMA... Hiện nay, đa số các chương trình đào tạo lĩnh vực kinh tế nói chung, kế toán kiểm toán nói riêng thì khối kiến thức giáo dục đại cương bậc đại học còn chiếm tỷ lệ tương đối cao. Nhiều môn học chuyên ngành còn có sự trùng lặp về nội dung khoa học như kế toán tài chính doanh nghiệp, kế toán doanh nghiệp nhỏ và vừa, kế toán công ty, kế toán công, kế toán đơn vị hành chính sự nghiệp. Chương trình đào tạo chưa chú trọng đến các môn học về kỹ năng mềm như tiếng anh chuyên ngành, tin học ứng dụng, đạo đức nghề nghiệp vốn rất cần thiết cho quá trình học tập và làm việc của người làm kế toán sau khi tốt nghiệp. Trong chương trình đào tạo còn nặng về lý thuyết, nội dung một số môn học được thiết kế dựa trên Chế độ kế toán do Bộ tài chính ban hành, cứng nhắc, tập trung vào hướng dẫn nghiệp vụ mà không chú trọng đến vấn đề nền tảng, chuẩn mực nghề nghiệp. Sinh viên ít được tiếp xúc với thực tế tại doanh nghiệp mà chỉ được tham gia ở góc độ kiến tập, việc đánh giá mức độ hiểu biết, tiếp cận thực tiễn công tác kế toán ở đơn vị thực tập của sinh viên còn nhiều hạn chế.

Về giảng viên và phương pháp giảng dạy kế toán, kiểm toán

Về đội ngũ giáo viên, giảng viên và quản lý đã từng bước được nâng cao cả về chất lượng và số lượng, 100% giảng viên đạt chuẩn về trình độ đào tạo từ thạc sĩ trở lên đối với giảng dạy Đại học. Đội ngũ quản lý các trường cao đẳng, đại học cũng có trình độ đào tạo cao tuy nhiên khả năng sử dụng ngoại ngữ và công nghệ thông tin còn nhiều hạn

ché. Tại các trường cũng đã tạo điều kiện cho đội ngũ quản lý cũng như giáo viên đi đào tạo nâng cao kỹ năng nghiệp vụ tuy nhiên chưa chú trọng vào kỹ năng tin học và ngoại ngữ.

Đào tạo kế toán tại Việt Nam chủ yếu vẫn sử dụng các phương pháp giảng dạy truyền thống như thuyết trình, diễn giảng, thầy nói trò nghe, sự tương tác thầy trò còn ít, chủ yếu là đọc chép, nhìn chép (Báo cáo hội nghị sơ kết triển khai đề án CDIO giai đoạn 2016-2018, Đại học Công nghiệp Hà Nội, 2018). Với các phương pháp này, giảng viên với vai trò là trung tâm, là chủ thể của quá trình dạy học, thực hiện thuyết giảng các khối lượng kiến thức dựa trên slide bài giảng, các giáo trình, tài liệu sẵn có. Sinh viên phải ngồi nghe liên tục trong một khoảng thời gian dài, tiếp thu kiến thức một cách thụ động. Giảng viên thuyết trình, giảng giải, còn sinh viên tiếp nhận, xử lý và ghi nhớ thông tin, kiến thức môn học thông qua việc nghe và nhìn mà không có sự tương tác giữa giảng viên với sinh viên. Nếu chỉ sử dụng phương pháp này trong quá trình dạy học thì hiệu quả giảng dạy đem lại là không cao bởi sinh viên không thể nhớ nổi các kiến thức nếu chỉ có nghe, nhìn. Đồng thời, phương pháp thuyết trình cũng không khuyến khích được sự trao đổi thông tin đa chiều, không khuyến khích người học phát triển kỹ năng tổ chức, tổng hợp nội dung. Theo Đinh Tiến Dũng (2014) thì việc giảng dạy theo hướng nhấn mạnh khía cạnh kỹ thuật và ghi chép trên tài khoản sổ kế toán phần nào làm cho người học bị “xơ cứng”, thụ động và ít có tính linh hoạt do thiếu kiến thức và kỹ năng phân tích, xét đoán các giao dịch kinh tế. Một số giảng viên đã bắt đầu ứng dụng các phương pháp này vào giảng dạy, tuy nhiên, hoạt động này chưa được phát huy nhiều và cũng chưa tạo ra được hiệu quả như mong đợi.

Đào tạo kỹ năng mềm cho sinh viên kế toán

Hiện nay, tại các cơ sở đào tạo nói chung và các trường đào tạo ngành kế toán, kiểm toán nói riêng đã bước đầu có sự quan tâm đến đào tạo kỹ năng mềm cho sinh viên. Dù chưa có một môn học riêng biệt về các kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, kỹ năng tư duy phản biện, quản lý thời gian, quản lý dự án... nhưng trong quá trình giảng dạy các môn học như nhập môn kế toán, hay các môn học chuyên ngành kế toán tài chính, kế toán quản trị... các giảng viên cũng đã đưa các kỹ năng này trong quá trình hoạt động trên lớp như chia các nhóm học tập, đưa ra các bài tập lớn dưới dạng các dự án... giúp sinh viên tiếp cận được những kỹ năng cần thiết cho quá trình làm việc tại doanh nghiệp sau khi tốt nghiệp. Tuy vậy, khi ra trường đi làm tại doanh nghiệp các em còn gặp nhiều ngỡ ngàng và bị doanh nghiệp đánh giá là thiếu kỹ năng mềm để làm việc hiệu quả.

Về tài liệu học tập

Các học liệu phục vụ cho việc giảng dạy và học tập chuyên ngành chủ yếu được xây dựng dựa trên chuẩn mực, chế độ kế toán Việt Nam do Bộ tài chính ban hành tập trung nhiều vào kỹ thuật nghiệp vụ, ít có được sự cập nhật, chuẩn hóa theo các tài liệu, chuẩn mực kế toán quốc tế. Các tài liệu còn ít các tình huống thực tiễn tại doanh nghiệp hạn chế khả năng tư duy, suy luận lô gic của sinh viên.

Về phương pháp đánh giá sinh viên

Việc đánh giá kết quả học tập và nghiên cứu của sinh viên chỉ dựa trên kết quả bài kiểm tra thường xuyên, bài thi giữa kỳ, cuối kỳ. Đây cũng là một điểm hạn chế vì mới chỉ đánh giá trên các tiêu chí định lượng mà thiếu các tiêu chí định tính theo tiêu chuẩn

của cơ quan đảm bảo chất lượng Anh Quốc (QAA, UK) bao gồm phản hồi của người học, khích lệ người học và sự phát triển của sinh viên... hiện đang được áp dụng tại nhiều trường đại học trên thế giới.

Cơ sở vật chất

Số lượng sinh viên trong một lớp học là từ 30 – 100sv/lớp, đây là số lượng quá lớn khi chỉ có 1 giáo viên hướng dẫn, nên việc đào tạo kỹ năng làm việc ở trường là hết sức hạn chế.

Cơ sở vật chất chưa được trang bị đầy đủ để đảm bảo cho công tác giảng dạy và học tập các môn học thực hành như kế toán máy học trên phần mềm kế toán, phân tích tài chính, thuế và lập báo cáo thuế trên phần mềm HTKK... Số lượng máy tính còn ít, hay hỏng hóc chưa đáp ứng được yêu cầu. Tại một số trường cũng đã triển khai mô hình phòng kế toán ảo, tuy nhiên trên thực tế việc áp dụng vào giảng dạy còn hạn chế.

4. Những cơ hội của đào tạo nhân lực kế toán kiểm toán trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0

Với xu hướng hội nhập toàn cầu hóa, quốc tế hóa Việt Nam đã trở thành thành viên của WTO, AEC, FTA, Hiệp định TPP, CPTPP. Điều này sẽ thúc đẩy sự lưu chuyển hàng hóa, dịch vụ, vốn, công nghệ và lao động giữa các quốc gia, tăng cường đầu tư trực tiếp tạo thêm nhiều việc làm và nhân lực kế toán – kiểm toán Việt Nam có nhiều cơ hội di chuyển trong thị trường lao động khối ASEAN. Đồng thời, các cơ sở giáo dục đào tạo ngành kế toán – kiểm toán cũng có nhiều cơ hội tiếp xúc với các chương trình đào tạo tiên tiến của nước ngoài. Các nhà quản lý, giảng viên của các trường cũng có nhiều cơ hội đi trao đổi, học hỏi về phương pháp giảng dạy, chương trình đào tạo của các trường đại học hàng đầu về kế toán – kiểm toán từ đó nghiên cứu xây dựng được chương trình đào tạo hội nhập tiên tiến nhưng vẫn phù hợp với điều kiện thực tiễn tại Việt Nam.

Cơ hội mở rộng hợp tác đào tạo giữa các cơ sở đào tạo nhân lực kế toán – kiểm toán trong và ngoài nước như ACCA, CPA Australia, IMA, IIA, IFAC..., thu hút thêm nhiều dự án đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực giáo dục nghề kế toán, các cán bộ quản lý, giáo viên có cơ hội học tập, bồi dưỡng nâng cao trình độ.

Dưới tác động của CMCN 4.0 và bối cảnh hội nhập toàn cầu hóa, các hình thức đào tạo mới ra đời như E-learning, mobile-learning, đào tạo từ xa... đã xuất hiện và từng bước khẳng định được vai trò của nó so với phương thức đào tạo truyền thống. Các trường đại học ứng dụng các thành tựu của công nghệ thông tin vào xây dựng các chương trình hợp tác đào tạo, các nội dung đào tạo và nghiên cứu giúp thu hút người học. Nhờ các ứng dụng công nghệ thông tin vào đào tạo giúp các sinh viên kế toán, kiểm toán có thể tiếp xúc nhiều hơn với giảng viên, với các học liệu điện tử như sách điện tử ebook, bài giảng điện tử, ngân hàng câu hỏi ôn tập và đánh giá kết quả quá trình tự học của sinh viên... do giảng viên xây dựng được tích hợp trên môi trường công nghệ internet 4.0 giúp đáp ứng được các yêu cầu đa dạng của người học mọi lúc, mọi nơi. Sinh viên cũng có thể tiếp xúc với các chuyên gia đầu ngành kế toán, kiểm toán mà không bị giới hạn bởi không gian, thời gian, giúp các em được giải đáp những thắc mắc từ các chuyên gia hàng đầu.

5. Những thách thức của đào tạo nhân lực kế toán kiểm toán trong bối cảnh hội nhập quốc tế và CMCN 4.0

Hiện nay, do tình trạng đào tạo tràn lan nên nghề kế toán kiểm toán có tỷ lệ cạnh tranh cao giữa các ứng viên vào các vị trí nghề nghiệp. Dù thị trường lao động đang ở trong tình trạng dư thừa nhân lực kế toán, song cơ hội nghề nghiệp vẫn cao, thu nhập cũng được xem là khá cao so với các ngành khác nên được nhiều sinh viên lựa chọn đăng ký học do tình trạng thừa số lượng nhưng thiếu chất lượng. Số lượng sinh viên học ngành này ra trường có nguy cơ thất nghiệp cao dù có rất nhiều doanh nghiệp vẫn tuyển dụng vị trí kế toán, kiểm toán viên do yêu cầu tuyển kế toán đã có kinh nghiệm làm việc, nắm chắc về luật thuế và kiến thức kế toán. Điều này đề ra thách thức cho các cơ sở giáo dục phải trang bị cho sinh viên các kiến thức chuyên ngành có sự cập nhật, gắn với thực tiễn và hội nhập.

Do ảnh hưởng của hội nhập, Việt Nam tham gia ASEAN, WTO và mới đây là CPTPP trong đó cam kết về việc di chuyển nhân lực kế toán kiểm toán, và chứng chỉ kế toán – kiểm toán được thừa nhận. Từ năm 2016, nhân lực kế toán – kiểm toán Việt Nam có thể di chuyển trong các nước thành viên ASEAN dẫn đến tình trạng chảy máu chất xám trong ngành. Những ứng viên có trình độ chuyên môn cao, kinh nghiệm làm việc tốt đã sang các nước khác làm việc khi gặp cơ hội nghề nghiệp tốt hơn. Các doanh nghiệp trong nước đứng trước thách thức tuyển dụng được các ứng viên đáp ứng được yêu cầu. Chương trình đào tạo kế toán và kiểm toán viên có chứng chỉ đứng trước thách thức phải được xây dựng, chuẩn hóa theo từng cấp độ, gắn với các chương trình đào tạo của các tổ chức nghề nghiệp nước ngoài như ACCA, CPA Australia, IMA...

Hội nhập quốc tế giúp di chuyển lao động kế toán – kiểm toán trong khu vực đồng thời cũng tạo ra một môi trường hợp tác, cạnh tranh lành mạnh và gay gắt trên thị trường lao động đòi hỏi nguồn nhân lực trình độ cao. Đây là thách thức cho các cơ sở giáo dục cần thay đổi chương trình, nâng cao chất lượng đào tạo kế toán theo hướng tiếp cận chuẩn đầu ra của khu vực và thế giới, từ đó tăng số cơ sở đào tạo được chấp nhận văn bằng chứng chỉ tại nước ngoài. Đồng thời, trong quá trình đào tạo, các trường cũng cần chú trọng quan tâm phát triển các kỹ năng Tiếng Anh, tin học; kỹ năng làm việc, nghiên cứu độc lập và làm việc nhóm; khả năng thích ứng với những thay đổi; rèn luyện ý thức và tác phong làm việc công nghiệp của học viên để phù hợp với môi trường làm việc năng động, hiện đại trong thời kỳ hội nhập và cách mạng 4.0.

CMCN 4.0 đòi hỏi nhân lực có trình độ cao, những lao động trình độ thấp sẽ dần bị đào thải và thay thế bởi máy móc thiết bị. Ứng dụng công nghệ cao khiến lực lượng lao động hoạt động trong ngành kế toán – kiểm toán đối mặt với thách thức dư thừa nguồn lao động trình độ thấp, người máy, trí thông minh nhân tạo sẽ thay thế người lao động, tăng tỷ lệ thất nghiệp. Một số công nghệ mới như trí thông minh nhân tạo AI, Blockchain, Big Data... đang dần được nghiên cứu và ứng dụng vào công tác kế toán. Nhân lực kế toán trình độ thấp giá rẻ đã không còn là lợi thế cạnh tranh mà đòi hỏi phải đào tạo nâng cao trình độ cho kế toán – kiểm toán viên mới có thể theo kịp sự tiến bộ của công nghệ.

Sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ dưới tác động của CMCN 4.0 khiến thị trường lao động khó dự đoán được nhu cầu của nguồn nhân lực kế toán – kiểm toán để đầu tư phát triển, sẽ xuất hiện những ứng dụng mới trong công tác kế toán – kiểm toán chưa từng có tại thời điểm hiện tại. Đưa đến thách thức về việc xác định nội dung đào tạo kế toán cho phù hợp với nhu cầu kế toán số của doanh nghiệp trong tương lai.

Đào tạo kế toán – kiểm toán đang đứng trước thách thức rất lớn khi 10 – 20 năm nữa 70% kỹ năng lao động hiện nay sẽ biến mất và 80% kỹ năng mới sẽ xuất hiện. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực kế toán 4.0 yêu cầu các cơ sở đào tạo cần trang bị cho sinh viên các kỹ năng mà người máy, trí tuệ nhân tạo chưa thể đáp ứng được như kỹ năng giải quyết vấn đề, tư duy hệ thống, tư duy phản biện, khả năng sáng tạo, khả năng tự nghiên cứu, tự học...

Như vậy, hội nhập quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0 tạo ra nhiều cơ hội nhưng cũng đem đến các thách thức cho công tác đào tạo nhân lực kế toán – kiểm toán tại Việt Nam để có thể cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường lao động.

6. Giải pháp đào tạo nhân lực kế toán, kiểm toán chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập và cách mạng 4.0

Bối cảnh hội nhập quốc tế và CMCN 4.0 đưa ra những yêu cầu trong việc nâng cao chất lượng đào tạo nhân lực kế toán – kiểm toán có thể được đáp ứng thông qua các giải pháp như sau:

Về phía Nhà nước

Nhà nước cần rà soát và kiểm tra chất lượng của các cơ sở có đào tạo ngành kế toán, kiểm toán một cách hợp lý, khoa học, tập trung hỗ trợ phát triển các cơ sở có thế mạnh về các ngành, giải thể các cơ sở đào tạo không đảm bảo chất lượng. Rà soát đội ngũ giáo viên, giảng viên để thực hiện chuẩn hóa đáp ứng mục tiêu nâng cao chất lượng giảng dạy đảm bảo cung cấp cho sinh viên không chỉ kiến thức mà còn cả kỹ năng, thái độ, đạo đức nghề nghiệp.

Các cơ quan chức năng cần đẩy mạnh hiện đại hóa hạ tầng công nghệ thông tin, ứng dụng chính quyền điện tử trong toàn bộ hệ thống phục vụ quản lý và điều hành lĩnh vực giáo dục đào tạo, xây dựng thư viện điện tử, hệ thống đào tạo trực tuyến, khuyến khích các cơ sở đào tạo ngành kế toán – kiểm toán thiết lập các phòng kế toán ảo, đa phương tiện, thiết bị thực tế ảo, tạo điều kiện cho sinh viên được đến gần với thực tiễn công tác kế toán tại doanh nghiệp...

Tăng cường các hoạt động dự báo nhu cầu nguồn nhân lực kế toán, kiểm toán đáp ứng nhu cầu xã hội trong bối cảnh hội nhập và cách mạng 4.0 từ đó xác định hướng đi cho công tác đào tạo kế toán – kiểm toán. Nhà nước cần có những điều chỉnh kịp thời về đào tạo, phù hợp với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội theo từng giai đoạn.

Tăng cường các hoạt động hợp tác song phương, đa phương trong giáo dục đào tạo như: nghiên cứu khoa học, bồi dưỡng giáo viên, cán bộ quản lý; tạo điều kiện thuận lợi về môi trường pháp lý và xã hội để thu hút các nhà đầu tư, các tổ chức nghề nghiệp kế toán, kiểm toán nước ngoài như ACCA, AICPA, IMA... hợp tác nghiên cứu, đào tạo nhân lực kế toán chất lượng cao, mở các văn phòng đại diện. Tạo điều kiện cho các chuyên gia trong ngành có điều kiện nghiên cứu, phát triển nghề nghiệp.

Về phía cơ sở đào tạo

Các trường đại học có đào tạo chuyên ngành kế toán, kiểm toán cần xây dựng chương trình theo hướng có các ứng dụng và đào tạo chuyên sâu về công nghệ thông tin. Đầu tư công nghệ để tạo điều kiện cho sinh viên được thực hành nhiều hơn nhằm tăng kinh nghiệm thực tế cho người học trong bối cảnh CMCN 4.0. Tăng thời lượng của các

môn học chuyên ngành kết hợp lý thuyết và thực hành, đưa thêm các nội dung về các kỹ năng mềm cần thiết cho việc hành nghề kế toán, kiểm toán. Xây dựng chương trình đào tạo đáp ứng chuẩn đầu ra theo CDIO, theo tiêu chuẩn kiểm định AUN-QA, ABET.

Cần đổi mới chương trình đào tạo và phát triển đào tạo trực tuyến, xây dựng hệ thống học liệu mở, thư viện điện tử, các chương trình đào tạo e-learning, mobile-learning, phòng kế toán ảo, đào tạo kế toán công nghệ thực tế ảo... tạo điều kiện cho sinh viên học tập và tăng tính tương tác giữa sinh viên và giảng viên. Chương trình đào tạo cần được thiết kế linh hoạt, đáp ứng tiêu chuẩn nghề nghiệp trong mối liên hệ với thị trường lao động. Tăng cường thời gian đi thực tế tại doanh nghiệp. Tăng thời lượng đào tạo các kỹ năng thực hành, kỹ năng mềm, trình độ ngoại ngữ, tin học.

Các cơ sở giáo dục thực hiện lựa chọn và tổ chức hợp tác, tiếp nhận sử dụng đồng bộ chương trình, giáo trình kế toán kiểm toán trong các chương trình đào tạo của các tổ chức nghề nghiệp quốc tế như ACCA, CPA Australia, IMA... xây dựng các chương trình đào tạo chất lượng cao, đào tạo liên kết... phù hợp với thực tế Việt Nam và yêu cầu quốc tế.

Thay đổi phương pháp đào tạo trên cơ sở lấy sinh viên làm trung tâm, ứng dụng công nghệ thông tin trong thiết kế bài giảng và truyền đạt bài giảng, giảng dạy qua hình ảnh, video, bài học online, case study, bài tập nhóm... Đổi mới hình thức và phương pháp đánh giá kết quả học tập theo hướng đáp ứng năng lực làm việc và đề cao tính sáng tạo của sinh viên.

Đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu ứng dụng, nghiên cứu công nghệ, phương tiện dạy học và ứng dụng công nghệ thông tin trong dạy học và quản lý đào tạo. Nâng cao chất lượng nghiên cứu khoa học trong các cơ sở đào tạo kế toán – kiểm toán, gắn nghiên cứu với các hoạt động chuyển giao ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác kế toán. Gắn kết công tác đào tạo tại các cơ sở giáo dục với các đơn vị chuyên cung cấp phần mềm kế toán như Misa, AC Man, AC Soft, Fast Accounting... giúp sinh viên làm quen với việc thực hành công tác kế toán trên nền tảng công nghệ thông tin.

Về phía người học

Cần tìm hiểu, nắm bắt xu hướng của thị trường lao động đối với nghề kế toán – kiểm toán 4.0, chủ động trong học tập, trang bị các kỹ năng cần thiết cho xu thế hội nhập và cách mạng số. Lựa chọn cho mình những chương trình đào tạo phù hợp để tiết kiệm thời gian mà vẫn chất lượng, hiệu quả.

Bản thân người học phải nỗ lực không ngừng, rèn luyện kỹ năng tự học, chủ động nâng cao kỹ năng ngoại ngữ, tin học; rèn luyện các kỹ năng mềm như giao tiếp, lập kế hoạch, làm việc nhóm, kỹ năng giải quyết vấn đề phức tạp, tư duy phản biện...; tâm lý tự vượt qua chính mình, chấp nhận mạo hiểm, chấp nhận sự thay đổi không ngừng, vượt qua tư duy tự hài lòng, đổi mới khả năng sáng tạo, linh hoạt trong tư duy, nỗ lực học tập, tận dụng cơ hội thực tập tại các doanh nghiệp để tích lũy kinh nghiệm nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường lao động đối với nghề kế toán – kiểm toán.

Cần tự trang bị cho mình kỹ năng ngoại ngữ, tin học, vì kế toán – kiểm toán là ngành nghề cần kinh nghiệm và sự thành thạo tin học văn phòng đặc biệt là Word, Excel. Tìm hiểu, thực hành các phần mềm kế toán để tự trang bị cho mình kỹ năng làm việc trên các phần mềm kế toán hiện đại. Kỹ năng ngoại ngữ sẽ giúp học viên có khả năng tiếp cận với những tài liệu mới nhất về nghề kế toán kiểm toán quốc tế.

Cần tìm hiểu và sớm tự trang bị cho mình những bằng cấp và chứng chỉ quốc tế như ACCA, CFA vì đây chính là những hành trang cần thiết giúp sinh viên bước chân vào thị trường lao động chất lượng cao, tạo ra nhiều cơ hội tiếp cận các công việc trong và ngoài nước với mức đãi ngộ hấp dẫn.

Về phía các doanh nghiệp, tổ chức nghề nghiệp kế toán – kiểm toán

Các tổ chức nghề nghiệp như ACCA, CPA, VACPA, VAA... các công ty dịch vụ kế toán, kiểm toán, tài chính, các doanh nghiệp, có thể tăng cường công tác hỗ trợ đào tạo về kế toán, kiểm toán trong CMCN 4.0 bằng việc tạo ra các áp lực để các trường đại học, cơ sở giáo dục bổ sung thêm các nội dung về những điểm mới khi áp dụng công nghệ số vào công tác kế toán – kiểm toán vào chương trình học giúp sinh viên sắp tốt nghiệp có những kết nối thông tin và kỹ năng về kỹ thuật số.

Các công ty kiểm toán và kiểm toán viên cần trang bị các cơ sở dữ liệu và kỹ năng công nghệ thông tin bằng việc thực hiện các dự án chuyên biệt (tự động quy trình làm việc, số hóa, quản lý tài liệu, phòng chống gian lận...) tại nơi làm việc, hoàn tất việc tự huấn luyện hoặc tham dự các khóa đào tạo; đồng thời có nền tảng vững chắc trong quản lý dữ liệu và mức độ thuần thục trong việc sử dụng các công nghệ mới.

Cần phối hợp với các cơ sở đào tạo nhằm chung tay đào tạo nguồn nhân lực kế toán – kiểm toán chất lượng cao theo yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, như đưa chương trình đào tạo ACCA vào giảng dạy trong trường đại học..., tạo điều kiện cho học viên được tham gia thực hành ngay tại phòng kế toán của doanh nghiệp hoặc tham gia các job kiểm toán để nâng cao tay nghề.

Tham gia đóng góp ý kiến về nhu cầu, định hướng và giải pháp đào tạo nguồn nhân lực kế toán – kiểm toán trong quá trình hội nhập kinh tế. Cung cấp thông tin về nhu cầu tuyển dụng lao động. Phối hợp với các trường đào tạo thông qua các phản hồi về chất lượng học viên, đóng góp ý kiến trong việc biên soạn, phản biện các nội dung, chương trình đào tạo; tổ chức giảng dạy, hướng dẫn thực tập, bồi dưỡng nâng cao kiến thức thực tiễn, đánh giá kết quả sinh viên tại cơ sở đào tạo.

7. Kết luận

Bối cảnh hội nhập quốc tế và cách mạng công nghiệp 4.0 đã đưa đến nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức cho đào tạo nhân lực kế toán – kiểm toán Việt Nam trước đòi hỏi ngày càng cao về khả năng ứng dụng công nghệ thông tin vào nghề nghiệp. Do đó, các cơ sở giáo dục cần tận dụng được những cơ hội cũng như có các giải pháp đương đầu với thách thức để đào tạo ra thế hệ nhân lực kế toán kiểm toán số phù hợp với yêu cầu của thời đại mới

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đại học Công nghiệp Hà Nội (2018), Báo cáo Hội nghị sơ kết triển khai đề án CDIO giai đoạn 2016 - 2018.
2. Luật Giáo dục đại học (2012), số 08/2012/QH13.
3. Nguyễn Thị Thanh Thắm (2018), *Kế toán – kiểm toán và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0*, Tạp chí tài chính.
4. Trần Ngọc Thúy (2017), *Thực trạng nguồn nhân lực ngành kế toán nước ta hiện nay và đề xuất một số giải pháp cho thời gian tới*, Tạp chí Công thương.
5. Đinh Tiến Dũng (2014), *Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo đại học kế toán của Trường Đại học Đại Nam*, Luận văn Thạc sỹ quản trị kinh doanh, Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội
6. <http://www.baokiemtoannhanuoc.vn/kiem-toan-trong-nuoc/cach-mang-cong-nghe-40-thoi-co-va-thach-thuc-voi-ke-toan-kiem-toan-138975>
7. <http://www.molisa.gov.vn/Images/FileAnPham/fileanpham20189181538663.pdf>

CAN THIỆP CỦA CHÍNH PHỦ VÀ QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ CỦA DOANH NGHIỆP: BẰNG CHỨNG TẠI VIỆT NAM

ThS. Lương Thị Thảo

TS. Lê Thị Phương Vy

PGS.TS Trần Thị Hải Lý

Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM

Tóm tắt

Bài nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của can thiệp chính phủ đến quyết định đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của 336 doanh nghiệp niêm yết tại các Sở giao dịch chứng khoán tại Việt Nam trong giai đoạn từ 2009 đến 2016. Phương pháp hồi quy GMM hệ thống 2 bước được sử dụng để ước lượng mối quan hệ giữa các biến trong mô hình nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy can thiệp trực tiếp chính phủ có tác động làm gia tăng đầu tư nhưng lại làm giảm hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của các doanh nghiệp trong mẫu. Ngoài ra, can thiệp thông qua các mối quan hệ chính trị với chính phủ của lãnh đạo doanh nghiệp không có ý nghĩa đối với doanh nghiệp nhà nước sở hữu chi phối nhưng có ý nghĩa cao trong việc giải thích sự thay đổi trong đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của các doanh nghiệp khác.

Từ khóa: *Can thiệp chính phủ, quyết định đầu tư, hiệu quả phân bổ vốn đầu tư.*

1. Giới thiệu

Quan điểm về ảnh hưởng của can thiệp nhà nước đến doanh nghiệp và nền kinh tế có thể khác nhau do cách tiếp cận, đặc điểm kinh tế từng giai đoạn khác nhau hoặc do khác biệt về động cơ, lợi ích giai cấp nhưng thực tế cho thấy khó có thể phủ nhận hoàn toàn vai trò của nhà nước trong nền kinh tế. Vai trò này đặc biệt được củng cố trong những năm gần đây khi cuộc khủng hoảng tài chính và kinh tế toàn cầu bùng nổ. Thực tế cho thấy, can thiệp của chính phủ ở các quốc gia khác nhau có mức độ tác động và tính hiệu quả khác nhau. Ở những nền kinh tế phát triển, mức độ can thiệp của nhà nước thấp hơn khi các hệ thống kinh tế ở đó hoạt động tương đối trơn tru, hiệu quả; còn đối với những nền kinh tế chuyển đổi thì sự can thiệp của chính phủ vào nền kinh tế và các doanh nghiệp mạnh mẽ hơn. Đối với các doanh nghiệp, đầu tư là quyết định tài chính quan trọng hàng đầu nên việc xem xét quyết định này dưới tác động của can thiệp chính phủ là một trong những vấn đề nghiên cứu mang tính thực tiễn và hấp dẫn các nhà nghiên cứu trên thế giới. Các tranh luận lý thuyết lẫn kết quả thực nghiệm vẫn chưa cho thấy sự thống nhất giữa các trường phái. Các nghiên cứu của Chen & Yuan (2004); Pistor & Xu (2005), Wang & Yung (2011) ủng hộ sự can thiệp của chính phủ đối với doanh nghiệp và nền kinh tế cho rằng trong môi trường pháp lý chưa hoàn thiện và/hoặc đối với nền kinh tế chuyển đổi, sự can thiệp của chính phủ có thể đóng một vai trò thay thế trong việc nâng cao hiệu quả kinh tế. Tuy nhiên, Wurgler (2000), Chen và cộng sự (2011, 2013), Pan & Tian (2017) cho thấy sự can thiệp trực tiếp của chính phủ thông qua tỷ lệ sở hữu chi phối và thông qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo cấp cao doanh nghiệp làm tăng đầu tư nhưng lại làm giảm hiệu quả trong việc phân bổ vốn đầu tư.

Việt Nam với nền kinh tế đang chuyển đổi, sau hơn 30 năm đổi mới đã đạt được những thành tựu trong các mặt của đời sống kinh tế - xã hội, nhưng quản lý nhà nước cũng tồn tại nhiều hạn chế liên quan đến đầu tư công, quản lý và sử dụng tài sản công,

đặc biệt đầu tư và hiệu quả đầu tư của doanh nghiệp nhà nước luôn là vấn đề thời sự, thu hút sự quan tâm của toàn xã hội. Sở dĩ như vậy vì quyết định đầu tư đóng vai trò quan trọng và mang tính chiến lược dài hạn đối với doanh nghiệp nhằm chiếm lĩnh thị phần, gia tăng giá trị doanh nghiệp và góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Theo hiểu biết của chúng tôi, các nghiên cứu về ảnh hưởng của can thiệp chính phủ đến hoạt động đầu tư của doanh nghiệp còn rất ít và chủ yếu dừng lại ở việc xem xét tác động trực tiếp thông qua sở hữu nhà nước (Phan Thị Bích Nguyệt, 2014), chưa có nghiên cứu nào đề cập đến ảnh hưởng từ can thiệp của chính phủ thông qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo cấp cao trong doanh nghiệp. Do đó, việc thực hiện đề tài nghiên cứu này là cần thiết nhằm lấp đầy khoảng trống nghiên cứu, góp phần củng cố lý thuyết và làm giàu thêm các nghiên cứu thực nghiệm khi được thực hiện ở các quốc gia mới nổi như Việt Nam. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu sẽ có những ý nghĩa và hàm ý nhất định đối với các nhà nghiên cứu, hoạch định chính sách và các doanh nghiệp tại Việt Nam. Để đạt được các mục tiêu nghiên cứu này, bài nghiên cứu tập trung vào các câu hỏi nghiên cứu (i) can thiệp trực tiếp chính phủ thông qua tỷ lệ sở hữu chi phối hoặc qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo cấp cao trong doanh nghiệp có tác động như thế nào đến quyết định đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của doanh nghiệp tại Việt Nam? (ii) các mối quan hệ chính trị với chính phủ của lãnh đạo doanh nghiệp có tác động khác nhau thế nào đến quyết định đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của doanh nghiệp nhà nước nắm tỷ lệ sở hữu chi phối và các doanh nghiệp phi nhà nước (nhà nước không chi phối)? GMM hệ thống 2 bước (system GMM 2 steps) được sử dụng để ước lượng các hệ số trong mô hình nghiên cứu trên mẫu nghiên cứu gồm 336 doanh nghiệp niêm yết tại Sở giao dịch chứng khoán TP.HCM và Hà Nội trong khoảng thời gian từ 2009-2016, tương ứng 2.688 quan sát theo năm. Kết quả nghiên cứu cho thấy, khi xét trên toàn mẫu, can thiệp trực tiếp chính phủ thông qua tỷ lệ sở hữu chi phối hay thông qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo cấp cao đều khiến doanh nghiệp có xu hướng đầu tư nhiều hơn nhưng độ nhạy cảm của đầu tư với các cơ hội đầu tư lại giảm khiến hiệu quả phân bổ vốn đầu tư giảm. Khi xem xét mẫu nghiên cứu chỉ gồm các doanh nghiệp do nhà nước nắm quyền chi phối (ký hiệu là SOEs) thì ảnh hưởng từ can thiệp thông qua tỷ lệ chi phối vốn có tính lẫn át, khiến ảnh hưởng từ can thiệp thông qua mối quan hệ chính trị của lãnh đạo cấp cao không còn ý nghĩa trong việc giải thích đầu tư của doanh nghiệp. Tuy nhiên, khi xem xét trên mẫu gồm các doanh nghiệp nhà nước không nắm giữ tỷ lệ chi phối và các doanh nghiệp phi nhà nước (ký hiệu là non-SOEs) thì can thiệp thông qua các mối quan hệ chính trị với chính phủ của lãnh đạo cấp cao doanh nghiệp vẫn có ý nghĩa rất cao trong việc giải thích thay đổi trong đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn của những doanh nghiệp này.

2. Cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước đây

Tranh luận về vai trò của nhà nước (chính phủ) đối với nền kinh tế được chia thành hai quan điểm chính. Thứ nhất; quan điểm đề cao vai trò thị trường của trường phái cổ điển (Adam Smith), tân cổ điển và chủ nghĩa tự do mới (Milton Friedman), cho rằng nền kinh tế thị trường có sự ổn định chủ yếu thông qua cơ chế cạnh tranh tự do, sự can thiệp của nhà nước đôi khi là cần thiết nhưng cũng chỉ nên giới hạn theo phương châm “thị trường nhiều hơn, nhà nước can thiệp ít hơn”. Thứ hai; quan điểm đề cao vai trò nhà nước của Keynes và trường phái Keynes (John R. Hicks, Alvin H. Hansen), chủ nghĩa thể chế (Wesley Mitchell), kinh tế học phái tả (John K. Galbraith) và kinh tế chính trị học cấp tiến, cho rằng không có một cơ chế tự hành nào có thể thúc đẩy nền kinh tế tư bản chủ nghĩa đến khả năng sử dụng toàn bộ nguồn lực và làm cho hoạt động đầu tư tăng lên đều đặn bằng sự can thiệp của nhà nước vào nền kinh tế. Vì đầu tư là quyết định tài chính

quan trọng của doanh nghiệp, là động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (Levin & Renelt, 1992) nên câu hỏi rằng can thiệp chính phủ có tác động như thế nào đến quyết định đầu tư của doanh nghiệp nhận được sự quan tâm đặc biệt của các học giả và các nhà làm chính sách. Các tranh luận lý thuyết lẫn kết quả thực nghiệm vẫn chưa cho thấy sự thống nhất giữa các trường phái. Trường phái cho rằng can thiệp chính phủ có tác động cùng chiều đến quyết định đầu tư của doanh nghiệp dựa trên giả định chính là nếu không có sự can thiệp của chính phủ thì các doanh nghiệp không thể giải quyết triệt để một vài khuyết tật của thị trường; chẳng hạn vấn đề ngoại tác hay thông tin bất cân xứng. Bằng cách can thiệp vào các quyết định tài chính của doanh nghiệp, chính phủ có thể thúc đẩy hoạt động đầu tư và tăng trưởng thông qua đẩy nhanh tiếp cận nguồn vốn và chuyển giao công nghệ (Rosenstein-Rodan, 1943; Sacristan, 1980; Morris & Adelman, 1988), tăng cường ổn định vĩ mô (Wade, 1990), tăng cường chất lượng và đổi mới sản phẩm (Hart và cộng sự, 1996). Ngược lại, những người ủng hộ thị trường tự do và kinh tế tư nhân cho rằng can thiệp chính phủ vào các hoạt động kinh tế nhiều khả năng dẫn đến kết quả tăng trưởng đầu tư thấp và kém hiệu quả bởi vì các mục tiêu đa dạng của chính phủ và vấn đề thông tin (Hayek, 1945; Shleifer & Vishny, 1994). Hai cách thức can thiệp trực tiếp của nhà nước được các học giả trên thế giới nghiên cứu phổ biến là can thiệp thông qua tỷ lệ sở hữu vốn chi phối trong doanh nghiệp và can thiệp thông qua mối quan hệ chính trị với chính phủ của lãnh đạo doanh nghiệp.

2.1. Can thiệp chính phủ thông qua nắm giữ tỷ lệ sở hữu vốn chi phối

Đánh giá tác động của can thiệp trực tiếp từ chính phủ đến quyết định đầu tư của doanh nghiệp phần lớn kết quả nghiên cứu cho thấy doanh nghiệp với tỷ lệ sở hữu Nhà nước càng cao thì đầu tư càng nhiều nhưng hiệu quả đầu tư lại càng thấp. Shleifer & Vishny (1994) chỉ ra rằng các doanh nghiệp có tỷ lệ sở hữu cổ phần của nhà nước cao phải thực hiện các dự án mà chính phủ áp đặt liên quan đến mục tiêu chính trị và xã hội, bên cạnh mục tiêu lợi nhuận. Ngoài ra, việc các chính trị gia can thiệp vào doanh nghiệp, buộc các giám đốc phải hồi lộ cho họ nhằm giúp doanh nghiệp không phải đi theo các mục tiêu mà các chính trị gia đã đặt ra khiến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp bị giảm sút. Tuy nhiên, Evans (1995) lại cho rằng sự tồn tại của lợi ích cá nhân ở một bộ phận quan chức và chính trị gia thì không nhất thiết dẫn đến ảnh hưởng bất lợi từ can thiệp của chính phủ vì đặc điểm cấu trúc của bộ máy nhà nước có thể hạn chế việc lạm dụng quyền lực và làm cho can thiệp của chính phủ trở nên có lợi cho doanh nghiệp. Kết quả là, can thiệp của chính phủ có thể giúp doanh nghiệp có nhiều cơ hội đầu tư hơn và nguồn vốn dồi dào hơn, từ đó thúc đẩy doanh nghiệp mở rộng đầu tư. Ngoài ra, trong nền kinh tế do nhà nước điều hành, sự tham gia của chính phủ trong việc ra quyết định đầu tư sẽ tạo thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc tiếp cận nguồn vốn và các cơ hội kinh doanh có giá trị khác (Sapienza, 2004). Allen và cộng sự (2005) trong nghiên cứu của mình đã cho thấy phần lớn các doanh nghiệp thực hiện các dự án đầu tư bị chi phối bởi yếu tố chính trị hay xuất phát từ các nguyên nhân khác không mang tính kinh tế đều dẫn đến doanh nghiệp thường đầu tư nhiều nhưng không đem đến sự gia tăng trong giá trị doanh nghiệp, kết quả này củng cố quan điểm của Shleifer & Vishny (1994). Chen và cộng sự (2011) chỉ ra rằng độ nhạy cảm của chi tiêu đầu tư với các cơ hội tăng trưởng ở các doanh nghiệp nhà nước thấp hơn đáng kể so với các doanh nghiệp khác, chứng tỏ các doanh nghiệp này đầu tư kém hiệu quả hơn. Chen và cộng sự (2013) kết luận rằng can thiệp của nhà nước có quan hệ ngược chiều với quyết định đầu tư của doanh nghiệp, tác động ấy cao và có ý nghĩa đối với doanh nghiệp nhà nước hơn so với doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp nước ngoài. Đồng thời hướng thay đổi của đầu tư sẽ làm giảm

hiệu quả đầu tư của các doanh nghiệp nhà nước và các doanh nghiệp tư nhân. Tóm lại, ở các doanh nghiệp có sự can thiệp của chính phủ thông qua nắm giữ tỷ lệ sở hữu chi phối thường có sự bảo hộ của chính phủ nên các doanh nghiệp này luôn có nguồn tài trợ dồi dào, khả năng kiệt quệ tài chính là gần như không có, thậm chí khi các doanh nghiệp này đầu tư không hiệu quả thì vẫn có thể tiếp tục được vay nợ từ các ngân hàng thuộc sở hữu nhà nước cho nên không có lý do gì để hạn chế việc đầu tư từ việc sử dụng đòn bẩy tài chính (Yuan & Mottotashi, 2014; Shao và cộng sự, 2014; Shen và cộng sự, 2016; Ding và cộng sự, 2016).

2.2. Can thiệp chính phủ thông qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo doanh nghiệp

Một hình thức can thiệp trực tiếp khác đã được nhiều nghiên cứu đề cập là thông qua việc chính phủ can thiệp chỉ định lãnh đạo cấp cao của doanh nghiệp hoặc thông qua các mối quan hệ chính trị (political connections). Một doanh nghiệp được xem là có các mối quan hệ chính trị nếu có chủ tịch hội đồng quản trị hoặc giám đốc điều hành là người đang hoặc đã từng là quan chức chính phủ, quân đội (Faccio, 2006; Fan và cộng sự, 2007; Chen và cộng sự, 2011). Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã cho thấy các mối quan hệ chính trị đem lại nhiều lợi thế nhất định cho doanh nghiệp (Claessens và cộng sự, 2008, Piotroski & Zhang, 2014), chẳng hạn lợi thế nắm được thông tin chính sách nhanh, khả năng tiếp cận nguồn vốn bên ngoài dễ dàng hơn, giảm ràng buộc giới hạn về nguồn vốn (Chan và cộng sự, 2012) hay có nhiều các hợp đồng hơn dựa vào các mối quan hệ (Goldman và cộng sự, 2013); do đó có thể ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của các doanh nghiệp (Lang và cộng sự, 1996; Aivazian và cộng sự, 2005). Theo Wu và cộng sự (2012), Pan & Tian (2017) thì sự ảnh hưởng này có thể khác nhau giữa loại hình doanh nghiệp nhà nước và loại hình doanh nghiệp ngoài nhà nước. Cụ thể, doanh nghiệp nhà nước thường có các mối quan hệ chính trị mang tính chất mặc định thông qua nhà nước nắm giữ quyền chi phối và chỉ định người đại diện làm lãnh đạo cấp cao của doanh nghiệp. Khi đó, các mối quan hệ chính trị trong doanh nghiệp nhà nước sẽ không đem lại giá trị tăng thêm, nghĩa là đối với loại hình doanh nghiệp này tác động của can thiệp thông qua tỷ lệ sở hữu khiến doanh nghiệp đầu tư nhiều hơn, thì khi xem xét tác động đồng thời với việc can thiệp thông qua các mối quan hệ chính trị đầu tư sẽ không tăng thêm nữa. Tuy nhiên, các doanh nghiệp ngoài nhà nước có động cơ mạnh mẽ để nuôi dưỡng và duy trì các mối quan hệ chặt chẽ với chính phủ, điều này giúp khắc phục thất bại về thể chế và tư tưởng phân biệt đối với sở hữu tư nhân; và các mối quan hệ chính trị đã được chứng minh là có giá trị đối với quyết định đầu tư và tài trợ của các doanh nghiệp ngoài nhà nước (Li và cộng sự, 2008; Xu và cộng sự, 2011), từ đó thúc đẩy doanh nghiệp gia tăng đầu tư. Tuy nhiên, theo Huang và cộng sự (2011) thì sự tự tin quá mức của ban lãnh đạo là một trong những nguyên nhân khiến đầu tư trong các doanh nghiệp tại Trung Quốc bị bóp méo. Chen và cộng sự (2011) cũng chỉ ra bất cân xứng thông tin cũng như sự mâu thuẫn giữa giám đốc và các nhà đầu tư bên ngoài làm cản trở việc doanh nghiệp thực hiện các dự án đầu tư tối ưu.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Để tìm hiểu về tác động từ can thiệp chính phủ đến quyết định đầu tư và hiệu quả đầu tư (đầu tư tối ưu) của doanh nghiệp, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu thực nghiệm dựa trên mô hình nghiên cứu của Chen và cộng sự (2011), Pan và Tian (2017) đồng thời bổ sung một số biến đặc thù cho phù hợp với điều kiện Việt Nam.

$$\begin{aligned}
INV_{i,t} = & \alpha + \beta_1 INV_{i,t-1} + \beta_2 TQ_t + \beta_3 GOV_{i,t} + \beta_4 TQ_t x GOV_{i,t} + \beta_5 CF_{t-1} + \beta_6 REV_{i,t-1} \\
& + \beta_7 LEV_{i,t-1} + \beta_8 SIZE_{i,t-1} + \gamma Industry + \varepsilon_{i,t}
\end{aligned} \tag{1}$$

Trong đó,

$INV_{i,t}$ là biến phụ thuộc đo lường chi đầu tư của doanh nghiệp i vào năm t .

$INV_{i,t-1}$ là biến trễ của biến phụ thuộc, đóng vai trò như biến độc lập trong mô hình. Lý thuyết cấu trúc vốn cho rằng các công ty có thể điều chỉnh chi tiêu đầu tư của mình nhằm hướng đến cấu trúc vốn tối ưu nên đầu tư ở kỳ hiện tại có thể chịu ảnh hưởng bởi đầu tư ở kỳ trước đó.

TQ: Theo Modigliani & Miller (1958), trong thị trường hoàn hảo, đầu tư của doanh nghiệp được quyết định dựa vào một yếu tố duy nhất là các cơ hội đầu tư, được đo lường bởi hệ số Q của Tobin (Tobin, 1969). Nếu giá trị thị trường của công ty cao hơn so với chi phí vốn đầu tư thay thế hay giá trị của nhà xưởng, thiết bị đầu tư mới rẻ hơn so với giá thị trường của công ty. Do vậy, công ty sẽ dễ phát hành cổ phiếu với giá cao nhằm huy động nguồn tài trợ để đầu tư tài sản mới. Ngoài ra, giá phát hành cao thì chi phí sử dụng vốn chủ sở hữu thấp kéo theo tỷ suất sinh lợi đòi hỏi tối thiểu đối với các dự án đầu tư cũng thấp nên khả năng chấp nhận dự án gia tăng. Nghĩa là, khi cơ hội đầu tư càng tăng thì doanh nghiệp có khả năng đầu tư càng nhiều.

GOV_{i,t-1} là biến độc lập chính của mô hình, thể hiện can thiệp của chính phủ vào hoạt động đầu tư của doanh nghiệp i ở kỳ $t-1$. Biến này gồm có 2 đại diện khác nhau là tỷ lệ sở hữu chi phối của nhà nước (SOE) và lãnh đạo cấp cao trong doanh nghiệp là những người có các mối quan hệ chính trị với chính phủ (PC).

Biến SOE: Tỷ lệ sở hữu của nhà nước trong doanh nghiệp được xem là chi phối theo Shao và cộng sự (2014) ở mức 30%. Tuy nhiên, tại Việt Nam theo những thay đổi mới nhất trong Luật Doanh nghiệp năm 2014, thì điều kiện tổ chức đại hội cổ đông lần đầu chỉ cần tỷ lệ 51% tổng số phiếu biểu quyết (giảm so với mức 65% trước đây) và để thông qua nghị quyết đại hội cổ đông thì mức thấp nhất yêu cầu cũng chỉ còn 51%. Điều đó có nghĩa là, nếu điều lệ công ty không có quy định khác thì chỉ cần sở hữu khoảng 26% ($\sim 51\% \times 51\%$) số cổ phiếu có quyền biểu quyết trong lần đại hội cổ đông lần thứ nhất là đủ để thông qua các quyết định trọng yếu của doanh nghiệp. Vì vậy, trong bài này, tỷ lệ chi phối được tác giả xác định ở ngưỡng 26% và sử dụng giá trị này làm căn cứ gán giá trị nhị phân cho biến SOE. Nói cách khác, SOE là biến giả, nhận giá trị bằng 1 nếu tỷ lệ sở hữu nhà nước trong doanh nghiệp lớn hơn hoặc bằng 26% và nhận giá trị 0 nếu ngược lại. Nhờ tỷ lệ chi phối giúp nhà nước có quyền lực lớn trong việc thực thi các quyết định tài chính của doanh nghiệp, đặc biệt là quyết định đầu tư. Cụ thể, các doanh nghiệp do nắm giữ tỷ lệ sở hữu chi phối thường có sự bảo hộ của chính phủ nên các doanh nghiệp này luôn có nguồn tài trợ dồi dào, khả năng kiệt quệ tài chính gần như không có, thậm chí khi các doanh nghiệp này đầu tư không hiệu quả thì vẫn có thể tiếp tục được vay nợ từ các ngân hàng thuộc sở hữu nhà nước. Vì vậy, tác giả đặt ra giả thuyết nghiên cứu như sau:

H1a: Can thiệp chính phủ thông qua tỷ lệ sở hữu khiến doanh nghiệp đầu tư nhiều hơn.

Biến PC: Là biến giả, nhận giá trị 1 nếu lãnh đạo cấp cao có ít nhất một người trong hội đồng quản trị hoặc ban điều hành của doanh nghiệp đang hoặc đã từng làm việc trong cơ quan chính phủ, quản lý doanh nghiệp nhà nước hoặc quân đội; ngược lại biến này mang giá trị 0. Cách đo lường này có một chút khác biệt so với cách đo

lường của Faccio (2006), Fan và cộng sự (2007), Chen và cộng sự (2011) là chi nghiên cứu sự kết nối chính trị của chủ tịch hội đồng quản trị hoặc giám đốc điều hành (CEO). Thông qua các mối quan hệ chính trị, các doanh nghiệp có thể có được lợi thế về thông tin, tiếp cận thị trường vốn cũng như các hợp đồng lớn (Chan và cộng sự, 2012; Goldman và cộng sự, 2013) để khiến doanh nghiệp gia tăng đầu tư. Tuy nhiên, sự tự tin quá mức của ban lãnh đạo (Huang và cộng sự, 2011) hay chi phí phải trả cho sự bất cân xứng thông tin hay vấn đề đại diện (Chen và cộng sự, 2011) có thể gây ảnh hưởng ngược chiều lên hiệu quả đầu tư của doanh nghiệp. Từ đó, tác giả đưa ra giả thuyết nghiên cứu:

H2a: Can thiệp chính phủ thông qua các mối quan hệ chính trị khiến non-SOEs gia tăng đầu tư nhưng không tác động đến SOEs

Các mô hình thông tin bất cân xứng hàm ý rằng sự không cân xứng thông tin giữa các nhà quản lý và các nhà đầu tư thường khiến các doanh nghiệp đầu tư dưới mức (Myers & Majluf, 1984). Khi có thông tin nội bộ và đánh giá rằng chứng khoán của công ty đang bị định giá cao, các nhà quản lý có xu hướng phát hành thêm vốn cổ phần hoặc/và nợ có rủi ro. Các nhà đầu tư trên thị trường sẽ đoán biết được điều này và sẽ trả giá thấp hơn cho các chứng khoán phát hành mới. Do đó, các nhà quản lý tài chính của những công ty có các dự án tiềm năng sẽ không sẵn lòng phát hành chứng khoán mới để huy động tài nguyên tài trợ nhằm mở rộng đầu tư. Kết quả là, độ nhạy cảm của đầu tư trước các cơ hội đầu tư giảm và doanh nghiệp dễ rơi vào tình trạng đầu tư dưới mức (underinvestment) hay kém hiệu quả. Nếu lý thuyết bất cân xứng thông tin giả định rằng các nhà quản lý hành động vì lợi ích của cổ đông thì lý thuyết đại diện cho rằng các nhà quản lý có thể hành động vì lợi ích cá nhân chứ không phải luôn luôn hành động vì lợi ích của các cổ đông (Jensen & Meckling, 1976). Họ có thể dùng tiền của cổ đông để thực hiện các trò chơi tài chính như sẵn sàng từ chối các cơ hội đầu tư có khả năng sinh lợi để tránh phải chấp nhận thêm rủi ro hoặc sẵn sàng rót vốn cho những dự án có giá trị hiện giá thuần (NPV) âm. Điều này khiến cho đầu tư thực của doanh nghiệp bị lệch khỏi đường đầu tư tối ưu hay nói khác hơn doanh nghiệp phân bổ vốn không hiệu quả. Chúng tôi thêm biến tương tác với hệ số β_4 để đo lường độ nhạy cảm của đầu tư với các cơ hội đầu tư dưới các hình thức can thiệp khác nhau của chính phủ (Chen và cộng sự, 2011; Pan & Tian, 2017). Nếu hệ số này âm nghĩa là độ nhạy cảm của đầu tư (INVT) với các cơ hội đầu tư (TQ) sẽ bị giảm khi chính phủ tăng cường sự can thiệp vào các quyết định tài chính của doanh nghiệp, nghĩa là giảm hiệu quả phân bổ vốn đầu tư, khiến doanh nghiệp không đạt được mức đầu tư tối ưu. Từ đó, hai giả thuyết bổ sung được đặt ra như sau:

H1b: Can thiệp chính phủ thông qua tỷ lệ sở hữu khiến hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của doanh nghiệp sụt giảm.

H2b: Can thiệp chính phủ thông qua các mối quan hệ chính trị khiến hiệu quả đầu tư của non-SOEs sụt giảm nhưng không tác động đến SOEs

Các biến kiểm soát bao gồm dòng tiền (CFO), đòn bẩy (LEV), quy mô (SIZE), doanh thu (REV), ngành (Industry).

Biến CF: Myers & Majluf (1984) chỉ ra rằng do các vấn đề liên quan đến bất cân xứng thông tin và các tác động phát tín hiệu khi doanh nghiệp phát hành chứng khoán huy động nguồn tài trợ từ bên ngoài nên họ thường ưu tiên sử dụng nguồn tài trợ nội bộ hơn. Nguồn tài trợ nội bộ càng dồi dào thì doanh nghiệp càng dễ dàng nắm bắt các cơ hội và đẩy mạnh hoạt động đầu tư (Jensen, 1986; Fazzari và cộng sự, 1988; Cleary và cộng sự, 2007). Do đó, biến CF được kỳ vọng có tương quan dương với hoạt động đầu tư.

Doanh thu (REV): Theo lý thuyết về hiệu ứng gia tốc (accelerator effect) thì tăng trưởng doanh thu sẽ là động lực chính để doanh nghiệp tiến hành đầu tư, mở rộng quy mô sản xuất (Jorgenson, 1963; Knox, 1952).

Đòn bẩy tài chính (LEV): là biến đại diện cho chính sách tài trợ của công ty, có nhiều bằng chứng thực nghiệm đã chỉ ra được mối quan hệ giữa quyết định tài trợ và quyết định đầu tư trong thị trường không hoàn hảo (Jensen & Meckling, 1976; Jensen, 1986; Myers, 1977). Theo Lang và cộng sự (1996), khi nợ gia tăng có thể khiến doanh nghiệp phải cắt giảm mức đầu tư để giảm bớt gánh nặng chi phí kiệt quệ tài chính. Tuy nhiên, sử dụng nợ hợp lý có thể giúp doanh nghiệp tận dụng tối đa lợi ích từ tấm chắn thuế cũng như giảm thiểu chi phí đại diện.

Biến SIZE: Đại diện cho quy mô doanh nghiệp. Khi cần huy động nguồn vốn để tài trợ cho hoạt động đầu tư, các công ty quy mô lớn sẽ có khả năng tiếp cận thị trường vốn dễ dàng hơn các công ty quy mô nhỏ nên có thể thấy quy mô công ty có ảnh hưởng đến các quyết định đầu tư của công ty.

Biến Industry: Để kiểm soát sự khác biệt giữa các ngành khác nhau, biến giả Industry cũng sẽ được thêm vào mô hình.

3.2 Dữ liệu

Dữ liệu trong bài nghiên cứu được thu thập từ (i) Thomson Reuters Datastream (ii) tài liệu đại hội cổ đông, báo cáo thường niên, báo cáo quản trị và các báo cáo tài chính được công khai và tổng hợp trên các website chính thức của SGDCK Hà Nội và SGDCK TP. Hồ Chí Minh. Với tiêu chí chọn mẫu chỉ gồm các doanh nghiệp phi tài chính và có thời gian niêm yết từ 2009 trở về trước, không xét những doanh nghiệp đã bị hủy niêm yết hoặc chuyển sang giao dịch trên Upcom tính đến hết năm 2016; mẫu nghiên cứu cuối cùng gồm 336 doanh nghiệp đạt yêu cầu, chiếm tỷ trọng 84,4% trên tổng số 398 doanh nghiệp niêm yết với tổng mức vốn hóa tương ứng chiếm 63% vốn hóa toàn thị trường tại thời điểm cuối năm 2009.

Bảng 3.1: Tóm tắt thông tin các biến trong các mô hình

Biến	Diễn giải
<i>INV_t</i>	Được tính bằng cách lấy dòng tiền chi tiêu cho tài sản cố định và các tài sản dài hạn khác trên báo cáo lưu chuyển tiền tệ trừ đi dòng tiền thu về từ việc bán những tài sản cố định và dài hạn; sau đó chia cho tổng tài sản ở đầu kỳ nhằm loại bỏ sự khác biệt về quy mô giữa các doanh nghiệp.
<i>Gov</i>	Là biến đo lường can thiệp của chính phủ, gồm 2 đại diện khác nhau (SOE, PC)
	<i>SOE</i> : Thể hiện tỷ lệ chi phối của nhà nước tại doanh nghiệp; nhận giá trị là 1 nếu sở hữu Nhà nước chiếm từ 26% trở lên, ngược lại là 0
	<i>PC</i> : Là biến giả, nhận giá trị 1 nếu có lãnh đạo cấp cao đang hoặc đã từng làm việc trong cơ quan chính phủ, quản lý doanh nghiệp nhà nước hoặc quân đội; ngược lại biến này mang giá trị 0.
<i>TQ</i>	Hệ số Q của Tobin, với $Q = \frac{\text{Giá trị thị trường của vốn cổ phần} + \text{Giá trị sổ sách của nợ}}{\text{Tổng tài sản}}$
<i>CF</i>	Biến CF được tính bằng cách lấy dòng tiền hoạt động kinh doanh trên báo cáo lưu chuyển tiền tệ (CFO) điều chỉnh cho tổng tài sản = CFO/Tổng tài sản đầu kỳ
<i>REV</i>	Doanh thu/Tổng tài sản đầu kỳ
<i>LEV</i>	$LEV = \frac{\text{Tổng nợ vay}}{\text{Tổng tài sản}}$
<i>Size</i>	Ln(Tổng tài sản)
<i>Industry</i>	Biến giả ngành, do bài nghiên cứu gồm 9 ngành khác nhau nên sẽ có 8 biến giả được thiết lập.

Các doanh nghiệp trong mẫu được phân loại theo 9 ngành khác nhau theo Tiêu Chuẩn Phân Ngành Toàn Cầu (GICS) hiện đang được SGDCK TP.HCM áp dụng. Đối với các doanh nghiệp niêm yết tại SGDCK Hà Nội, nhóm tác giả thực hiện tự phân ngành theo hướng dẫn của GICS.

Bảng 3.3: Phân loại doanh nghiệp trong mẫu theo ngành

STT	Ngành	Số doanh nghiệp	Tỷ trọng
1	Hàng tiêu dùng thiết yếu	42	12,5%
2	Công nghiệp	134	39,9%
3	Y tế	11	3,3%
4	Năng lượng	5	1,5%
5	Nguyên vật liệu	67	19,9%
6	Hàng tiêu dùng lâu bền	56	16,7%
7	Tiện ích	14	4,2%
8	Công nghệ thông tin	3	0,9%
9	Dịch vụ viễn thông	4	1,2%
	Tổng	336	100%

Nguồn: HSX, GICS, tính toán và phân loại của tác giả

4. Kết quả nghiên cứu

Thống kê mô tả các biến được sử dụng trong các mô hình nghiên cứu được tác giả trình bày chi tiết trong Bảng 4.1 cho thấy tỷ trọng đầu tư so với giá trị tài sản đầu kỳ trung bình của toàn mẫu khoảng 6,4%, ở nhóm doanh nghiệp do nhà nước nắm giữ tỷ lệ chi phối (SOEs) là 7,1%; cao hơn so với mức 5,8% của nhóm các doanh nghiệp còn lại (Non-SOEs). Tuy nhiên, kiểm định t cho thấy, khác biệt trong giá trị trung bình giữa hai nhóm này không có ý nghĩa thống kê. Tỷ lệ sở hữu trung bình của nhà nước xét trên toàn mẫu là 27,6%, trong khi tại các SOE thì giá trị này là 47,4%. Điều này cho thấy phần lớn các doanh nghiệp trong mẫu vẫn chịu sự can thiệp của nhà nước thông qua tỷ lệ sở hữu và nhà nước cũng trực tiếp chỉ định lãnh đạo cấp cao cho các doanh nghiệp này. Chính vì thế, trung bình khoảng 53,8% các SOE có lãnh đạo cấp cao là người có các mối quan hệ chính trị với chính phủ (PC), cao hơn đáng kể so với mức 32,9% của nhóm Non-SOEs và sự khác biệt này được khẳng định có ý nghĩa thống kê cao thông qua kiểm định t.

Bảng 4.1: Thống kê mô tả biến toàn mẫu, các mẫu phụ theo hình thức sở hữu

	Toàn mẫu (Số quan sát tối đa 2.688)			NN sở hữu chi phối (SOE) (Số quan sát tối đa 1.397)			Sở hữu khác (Non-SOE) (Số quan sát tối đa 1.291)			Diff
	Mean	SD	Median	Mean	SD	Median	Mean	SD	Median	t-value
INVt	0,064	0,340	0,023	0,071	0,478	0,021	0,058	0,106	0,024	-1,026
INVt-1	0,067	0,362	0,023	0,075	0,510	0,021	0,059	0,109	0,024	-1,050
% sở hữu NN	0,276	0,230	0,277	0,474	0,119	0,510	0,061	0,080	0	
PC	0,438	0,496	0	0,538	0,499	1,000	0,329	0,470	0	-11,124***

TQ	1,038	0,448	0,900	1,078	0,505	0,900	0,996	0,372	0,900	-4,746***
CF	0,065	0,504	0,044	0,075	0,157	0,060	0,054	0,709	0,026	-1,08
LEV	0,304	0,875	0,300	0,352	1,238	0,300	0,260	0,230	0,200	-2,727***
REV	1,416	2,630	1,100	1,487	1,278	1,200	1,339	3,553	1,000	-1,454
SIZE	13,259	1,491	13,200	13,217	1,445	13,200	13,304	1,538	13,200	1,509

Nếu phân chia mẫu theo nhóm doanh nghiệp có lãnh đạo cấp cao đã hoặc đang làm việc cho các cơ quan chính phủ hoặc quân đội và nhóm không có thì mô tả biến được thể hiện qua Bảng 4.2. Mặc dù khác biệt về tỷ lệ đầu tư so với tổng tài sản trung bình không có ý nghĩa thống kê nhưng các doanh nghiệp nhà nước có lãnh đạo cấp cao được chỉ định hoặc có các mối quan hệ chính trị thông qua quá trình công tác có nhiều cơ hội đầu tư hơn, quy mô lớn hơn, tạo ra nhiều doanh thu hơn, sử dụng đòn bẩy cao hơn và dòng tiền dồi dào hơn so với những doanh nghiệp nhà nước không nắm quyền chi phối nhưng lãnh đạo cấp cao vẫn có các mối quan hệ chính trị với chính phủ.

Bảng 4.2: Thống kê mô tả biến cho mẫu doanh nghiệp có quan hệ chính trị

	SOE có PC				Non-SOE có PC				Diff
	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>	<i>Median</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>	<i>Median</i>	<i>t-value</i>
INV _t	751	0,066	0,116	0,029	425	0,063	0,139	0,023	-0,329
INV _{t-1}	662	0,066	0,115	0,029	367	0,067	0,145	0,023	0,208
% sở hữu nhà nước	751	0,470	0,113	0,510	425	0,069	0,081	0,022	-64,549***
TQ	751	1,020	0,367	0,900	425	0,920	0,322	0,900	-4.648***
CF	751	0,075	0,172	0,055	425	0,042	0,199	0,034	-3,025***
LEV	751	0,321	0,292	0,300	425	0,271	0,230	0,200	-3,298***
REV	751	1,534	1,186	1,300	425	1,264	0,977	1,100	-4,001***
SIZE	751	12,831	1,388	12,700	425	12,448	1,232	12,400	-4.736***

Đầu tiên chúng tôi sẽ xem xét ảnh hưởng của từng cách can thiệp khác nhau mà chính phủ có thể sử dụng để tác động đến đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của doanh nghiệp bằng cách thay lần lượt các biến SOE và PC vào phương trình (1).

Bảng 4.3 thể hiện tác động của can thiệp của chính phủ thông qua nắm giữ tỷ lệ vốn chi phối tại doanh nghiệp (cột 1) và thông qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo doanh nghiệp (cột 2). Hệ số β_2 của biến TQ thể hiện độ nhạy cảm của đầu tư với các cơ hội đầu tư tất cả đều mang dấu dương và có ý nghĩa thống kê cao. Nghĩa là khi có cơ hội đầu tư tốt các doanh nghiệp sẵn sàng đẩy mạnh hoạt động đầu tư. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với ý thuyết đầu tư Q, cũng như ủng hộ kết quả từ các nghiên cứu thực nghiệm

của Chen và cộng sự (2011), Huang & Wang (2013), Pan & Tian (2017). Hai yếu tố khác có ảnh hưởng quyết định đến đầu tư của doanh nghiệp là dòng tiền (CF) và đòn bẩy (LEV). Lý thuyết về tầm quan trọng của nguồn tài trợ nội bộ đối với đầu tư (Abel và Blanchard, 1986; Fazzari và cộng sự, 1988) cũng như mô hình đầu tư mở rộng của Jensen (1986) một lần nữa được chứng minh rằng những doanh nghiệp có dòng tiền dồi dào sẽ có khả năng linh hoạt tài chính cao và nắm bắt được các cơ hội đầu tư tốt hơn.

Khi chính phủ can thiệp vào quyết định đầu tư của doanh nghiệp thì dù theo cách thức nào cũng đều làm tăng đầu tư của doanh nghiệp trong mẫu nghiên cứu, nhưng can thiệp thông qua tỷ lệ sở hữu chi phối có ảnh hưởng mạnh mẽ hơn so với can thiệp thông qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo doanh nghiệp (hệ số biến GOV trong cột 1 là 0,12 có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, lớn gần gấp đôi so với 0,065 trong cột 2). Ngoài ra, hệ số của biến số đòn bẩy có ý nghĩa thống kê và có tương quan cùng chiều với thay đổi trong đầu tư ở cả hai mô hình. Kết quả này củng cố quan điểm cho rằng các doanh nghiệp được sự bảo trợ của nhà nước nên có thể tiếp cận thị trường vốn, đặc biệt là đi vay dễ dàng hơn đồng thời họ cũng phải thực hiện các dự án đầu tư theo mục tiêu chính sách của nhà nước (Shao và cộng sự, 2014; Shen và cộng sự, 2016; Ding và cộng sự, 2016) nên đầu tư của doanh nghiệp gia tăng, phù hợp với giả thuyết H1a và H2a.

Bảng 4.3: Kết quả hồi quy với từng hình thức can thiệp riêng lẻ

	Biến phụ thuộc - INVt	
	(1) GOV được đo lường bằng SOE	(2) GOV được đo lường bằng PC
Coefficients	-0,121***	-0,091**
	(-2,999)	(-2,175)
INVt-1	-0,024	0,136***
	(-0,126)	(3,442)
TQ	0,176***	0,083***
	(5,859)	(3,554)
GOV	0,120***	0,065**
	(4,17)	(2,067)
GOV x TQ	-0,135***	-0,071**
	(-4,504)	(-2,111)
CF	0,194***	0,216***
	(4,942)	(3,856)
REV	0,011	0,018***
	(1,542)	(2,786)
LEV	0,196***	0,181***
	(8,145)	(8,042)
SIZE	-0,004	-0,001
	(-1,446)	(-0,428)
Industry	Yes	yes
AR (1)	0,341	0,29
AR (2)	0,255	0,166
Hansen test	0,184	0,297

Thống kê t được trình bày trong dấu ngoặc đơn () *, **, *** lần lượt thể hiện mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%.

Hệ số β_4 của biến tương tác TQxGOV thể hiện thay đổi trong độ nhạy cảm của đầu tư với các cơ hội đầu tư khi có sự can thiệp của chính phủ vào quyết định tài chính của doanh nghiệp. Hệ số này trong cột 1 là -0,135 và cột 2 là -0,071; cho thấy độ nhạy cảm của đầu tư với sự thay đổi trong các cơ hội đầu tư bị sụt giảm dưới tác động can thiệp của chính phủ. Nghĩa là khi các cơ hội đầu tư gia tăng thì các doanh nghiệp chịu sự can thiệp của chính phủ dễ bị rơi vào trạng thái đầu tư quá mức hơn so với các doanh nghiệp khác nhưng khi các cơ hội đầu tư sụt giảm thì các doanh nghiệp này lại không cắt giảm đầu tư tương ứng. Hệ số hồi quy âm này cũng có thể lý giải rằng doanh nghiệp chịu sự can thiệp có thể buộc phải từ bỏ các cơ hội đầu tư có khả năng sinh lợi tốt để thực hiện các dự án theo định hướng của chính phủ. Ngoài ra, sau khi thực hiện nếu các dự án không tạo ra kết quả mong đợi hoặc khi cơ hội đầu tư bị sụt giảm, các doanh nghiệp này có thể sẽ khó khăn để rút khỏi các dự án thua lỗ hoặc cắt giảm đầu tư vì điều này có thể gây ra những xung đột với mục tiêu chính sách của chính phủ. Từ đó làm giảm hiệu quả phân bổ vốn đầu tư hay giảm hiệu quả đầu tư của doanh nghiệp. Kết quả này chứng minh cho giả thuyết H1b và H2b của chúng tôi đồng thời củng cố quan điểm của Shleifer & Vishny(1994), Allen và cộng sự (2005), Chen và cộng sự (2011, 2013).

Tiếp theo, để xem xét việc chính phủ can thiệp thông qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo doanh nghiệp có sự khác nhau như thế nào giữa đầu tư của doanh nghiệp do nhà nước nắm quyền chi phối (SOEs) và của các doanh nghiệp còn lại trong mẫu (Non-SOEs), chúng tôi thực hiện hồi quy theo 2 mẫu nhỏ gồm SOEs và Non-SOEs.

Trong Bảng 4.4, cho thấy ảnh hưởng của các mối quan hệ chính trị đối với đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của doanh nghiệp do nhà nước nắm quyền chi phối (cột SOEs) và của các doanh nghiệp còn lại (cột Non-SOEs). Các hệ số của biến PC và biến tương tác trong cột SOEs tuy giữ nguyên dấu (như Bảng 4.3) nhưng lại không có ý nghĩa thống kê. Nghĩa là, khi doanh nghiệp đã bị nhà nước chi phối về vốn và gây ảnh hưởng đến quyết định đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn, nếu chính phủ đồng thời can thiệp thông qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo doanh nghiệp thì sẽ không làm đầu tư của doanh nghiệp này tăng thêm đáng kể nữa. Nói cách khác, đối với các SOEs thì can thiệp của chính phủ có ý nghĩa quyết định đối với đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư là can thiệp thông qua nắm giữ tỷ lệ vốn chi phối. Trái lại, kết quả ở cột Non-SOEs cho thấy đối với những doanh nghiệp không chịu sự can thiệp trực tiếp qua tỷ lệ sở hữu của chính phủ thì hình thức can thiệp trực tiếp qua các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo cấp cao doanh nghiệp có ý nghĩa mạnh mẽ trong việc giải thích thay đổi trong đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của doanh nghiệp này.

Bảng 4.4: Ảnh hưởng của các mối quan hệ chính trị đến đầu tư và hiệu quả phân bổ vốn đầu tư của SOEs và Non-SOEs.

Dependent variable – INVt		
	SOEs	Non-SOEs
Coefficients	-0,218	-0,139**
	(-0,951)	(-2,354)
INVt-1	0,245***	0,103**
	(4,798)	(2,057)
TQ	0,118***	0,115***
	(7,295)	(3,447)
PC	0,073	0,080*
	(1,177)	(1,891)

PC x TQ	-0,047	-0,112***
	(-1,078)	(-2,651)
CF	0,108**	0,182***
	(2,519)	(2,779)
REV	0,050**	0,004
	(2,426)	(0,316)
LEV	0,033	0,167***
	(0,342)	(4,303)
SIZE	-0,016	-0,001
	(-0,744)	(-0,226)
Industry	Yes	Yes
AR (1)	0	0,313
AR (2)	0,184	0,953
Hansen test	0,474	0,628

Thông kê t được trình bày trong dấu ngoặc đơn () *, **, *** lần lượt thể hiện mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%.

Ngoài ra, để đảm bảo độ tin cậy của ước lượng GMM hệ thống 2 bước đối với các mô hình nghiên cứu cũng như sự phù hợp của các biên công cụ, chúng tôi thực hiện kiểm định tự tương quan AR(1), AR(2) và kiểm định kiểm định Hansen J test. Kết quả ở những hàng cuối trong Bảng 4.3 và 4.4 cho thấy các biến sử dụng là phù hợp và mô hình có độ tin cậy.

5. Kết luận

Dựa trên cơ sở lý thuyết và kế thừa các nghiên cứu thực nghiệm trước đó, tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu cho phù hợp với mẫu nghiên cứu tại Việt Nam. Bằng các ước lượng đáng tin cậy, kết quả đã cho thấy việc chính phủ can thiệp càng sâu vào các quyết sách tài chính của doanh nghiệp, đặc biệt là quyết định đầu tư sẽ dễ khiến doanh nghiệp rơi vào tình trạng đầu tư quá mức và không hiệu quả về mặt phân bổ vốn. Do vậy, việc giảm can thiệp thông qua giảm bớt tỷ lệ sở hữu hoặc thoái vốn khỏi doanh nghiệp không thuộc các lĩnh vực trọng yếu như an ninh, quốc phòng cần tiếp tục được đẩy nhanh hơn nữa. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy nợ vay cũng là nhân tố quan trọng khiến doanh nghiệp gia tăng đầu tư, đặc biệt đối với các doanh nghiệp nhà nước vừa được nhà nước bảo trợ vừa có thể có mối quan hệ mật thiết với các ngân hàng thương mại nhà nước nên việc vay nợ dễ dàng lại càng khiến đầu tư quá mức trở nên nghiêm trọng hơn. Do vậy, việc hạn chế tình trạng cho vay theo chỉ định đối với các doanh nghiệp hay sở hữu chéo giữa các doanh nghiệp và ngân hàng thuộc nhà nước là một trong những yếu tố cần thiết để cải thiện hiệu quả phân bổ vốn đầu tư đồng thời cũng tránh rủi ro cho hệ thống ngân hàng từ những dự án đầu tư không hiệu quả của doanh nghiệp. Ngoài ra, đối với các Non-SOE, các mối quan hệ chính trị của lãnh đạo cấp cao với chính phủ có thể là lợi thế, đem lại những thông tin nội bộ và những cơ hội đầu tư mới nhưng cũng có thể khiến doanh nghiệp mất đi sự độc lập nhất định trong các quyết định tài chính nếu chính phủ tận dụng chính các mối quan hệ này để can thiệp vào doanh nghiệp nhằm đạt mục tiêu chính sách.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt:

Phan Thị Bích Nguyệt, Phùng Đức Nam, Hoàng Thị Phương Thảo, 2014. Đòn bẩy và hoạt động đầu tư: Vai trò của tăng trưởng và sở hữu nhà nước, Tạp chí Phát triển và Hội nhập, số 16 (26), tháng 4-5/2014.

Tài liệu tiếng Anh:

1. Abel, A. B., & Blanchard, O. J. (1986). The Present Value of Profits and Cyclical Movements in Investment. *Econometrica*, 54(2), 249-273.
2. Aivazian, V. A., Ge, Y., & Qiu, J. (2005). The impact of leverage on firm investment: Canadian evidence. *Journal of Corporate Finance*, 11(1), 277-291.
3. Allen, F., J. Qian, and M. Qian, 2005. Law, Finance, and Economic growth in China, *Journal of Financial Economics*, 77, 57-116.
4. Chan, K. S., Dang, V. Q. T., & Yan, I. K. M. (2012). Chinese firms' political connection, ownership, and financing constraints. *Economics Letters*, 115(2), 164-167.
5. Chen, K. C. W., and H. Q. Yuan. 2004. Earnings management and capital resource allocation: Evidence from China's accounting-based regulation of rights issues. *The Accounting Review* 79 (July): 645–665.
6. Chen, S., Sun, Z., Tang, S., & Wu, D., 2011. Government intervention and investment efficiency: Evidence from China. *Journal of Corporate Finance*, 17, 259–271.
7. Chen, D., Khan, S., Yu, X., & Zhang, Z. (2013). Government Intervention and Investment Comovement: Chinese Evidence. *Journal of Business Finance & Accounting*, 40(3-4), 564-587.
8. Claessens, S., Feijen, E., & Laeven, L. (2008). Political connections and preferential access to finance: The role of campaign contributions. *Journal of Financial Economics*, 88(3), 554-580.
9. Cleary, S., Povel, P., & Raith, M. (2007). The U-Shaped Investment Curve: Theory and Evidence. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 42(1), 1-39.
10. Ding, S., Knight, J., & Zhang, X. (2016). Does China overinvest? Evidence from a panel of Chinese firms. *The European Journal of Finance*, 1-23.
11. Evans, Peter B., 1995. Embedded Autonomy: States and Industrial Transformation. Princeton, NJ: *Princeton University Press*.
12. Faccio, M. (2006). Politically Connected Firms. *The American Economic Review*, 96(1), 369-386.
13. Fan, J. P. H., Wong, T. J., & Zhang, T. (2007). Politically connected CEOs, corporate governance, and Post-IPO performance of China's newly partially privatized firms. *Journal of Financial Economics*, 84(2), 330-357.
14. Fazzari, S., Hubbard, R. G., & Petersen, B. C. (1988). Financing Constraints and Corporate Investment. *National Bureau of Economic Research Working Paper Series*, No. 2387.
15. Goldman, E., Rocholl, J., & So, J. (2013). Politically Connected Boards of Directors and The Allocation of Procurement Contracts. *Review of Finance*, 17(5).

16. Hart, O., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1996). The Proper Scope of Government: Theory and an Application to Prisons. *National Bureau of Economic Research Working Paper Series*, No. 5744.
17. Hayek, Friedrich A., 1945. The Use of Knowledge in Society. *Library of Economics and Liberty*.
18. Huang, Y. S., & Wang, Y. (2013). Asset price, risk transfer and economic activities: Firm-level evidence from China. *The North American Journal of Economics and Finance*, 26, 663-676.
19. Jensen, M. C. (1986). Agency Costs of Free Cash Flow, Corporate Finance, and Takeovers. *The American Economic Review*, 76(2), 323-329.
20. Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
21. Jorgenson, D. W. (1963). Capital Theory and Investment Behavior. *American Economic Review*, 53(2), 247-259.
22. Knox, A. D. (1952). The Acceleration Principle and the Theory of Investment: A Survey. *Economica*, 19(75), 269-297. doi: 10.2307/2550657
23. Lang, L., Ofek, E., & Stulz, R. (1996). Leverage, investment, and firm growth. *Journal of Financial Economics*, 40(1), 3-29.
24. Levine, R. and Renelt, D., 1992.. ‘A sensitivity analysis of cross-country growth regressions’, *American Economic Review*, Vol. 82, pp. 942–963.
25. Li, K., Yue, H., & Zhao, L. (2009). Ownership, institutions, and capital structure: Evidence from China. *Journal of Comparative Economics*, 37(3), 471-490.
26. Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The Cost of Capital, Corporation Finance, and the Theory of Investment. *The American Economic Review*, 48(4), 261-297.
27. Morris, Cynthia Taft, and Irma Adelman, 1988. Comparative Patterns of Economic Development, 1850-1914. *Hopkins Press*
28. Myers, S. C. (1977). Determinants of corporate borrowing. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 147-175.
29. Myers, Stewart C., Nicholas S. Majluf, 1984. Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have, *Journal of Financial Economics*, Volume 13, Issue 2, Pages 187-221,
30. Pan, X., & Tian, G. G. (2017). Political connections and corporate investments: Evidence from the recent anti-corruption campaign in China. *Journal of Banking & Finance*.
31. Piotroski, J. D., & Zhang, T. (2014). Politicians and the IPO decision: The impact of impending political promotions on IPO activity in China. *Journal of Financial Economics*, 111(1), 111-136.
32. Pistor, K., & Xu, C. (2005). Governing Emerging Stock Markets: legal vs administrative governance. *Corporate Governance: An International Review*, 13(1), 5-10.
33. Rosenstein-Rodan, P., 1943. Problems of Industrialisation of Eastern and South-Eastern Europe. *The Economic Journal*, 53(210/211), 202-211.
34. Sacristan, Emilio., 1980. Some considerations on the Role of Public Enterprise. In Baumol, William ed., *Public and Private Enterprise in a Mixed Economy*:

- Proceedings of a conference held by International Economic Association*. New York: St. Martin's Press.
35. Sapienza, Paola, (2004), The effects of government ownership on bank lending, *Journal of Financial Economics*, 72, issue 2, p. 357-384.
 36. Shen, J., Firth, M., & Poon, W. P. H. (2016). Credit Expansion, Corporate Finance and Overinvestment: Recent Evidence from China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 39, 16-27.
 37. Shao Yingying, Rodrigo Hernández, Pu Liu, 2015. Government intervention and corporate policies: Evidence from China, *Journal of Business Research*, Volume 68, Issue 6, Pages 1205-1215, ISSN 0148-2963,
 38. Shleifer, A., & Vishny, R. W., 1994. Politicians and firms. *Quarterly Journal of Economics*, 109, 995–1025.
 39. Tobin, J. (1969). A General Equilibrium Approach To Monetary Theory. *Journal of Money, Credit and Banking*, 1(1), 15-29.
 40. Wade, Robert., 1990. Governing the Market: Economic Theory and the Role of Government in East Asian Industrialization.
 41. Wang, L., & Yung, K. (2011). Do State Enterprises Manage Earnings More than Privately Owned Firms? The Case of China. *Journal of Business Finance & Accounting*, 38(7-8), 794-812.
 42. Wu, W., Wu, C., & Rui, O. M. (2012). Ownership and the Value of Political Connections: Evidence from China. *European Financial Management*, 18(4), 695-729.
 43. Wurgler, J. (2000). Financial markets and the allocation of capital. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2), 187-214.
 44. Xu, N., Xu, X., & Yuan, Q. (2011). Political Connections, Financing Friction, and Corporate Investment: Evidence from Chinese Listed Family Firms. *European Financial Management*, 19(4), 675-702.
 45. Yuan, Y., & Motohashi, K. (2014). Impact of Leverage on Investment by Major Shareholders: Evidence from Listed Firms in China. *China Economic Journal*, 7(3), 299-319.

GIÁO DỤC ĐIỆN TỬ

ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH PHẦN MỀM HỖ TRỢ SINH VIÊN LUYỆN TẬP KỸ NĂNG NGHE VÀ NÓI TIẾNG ANH BUILDING A SOFTWARE SUPPORTING STUDENTS PRACTICING THEIR ENGLISH LISTENING & SPEAKING SKILL

Phạm Ngọc Duy
Lý Thị Huyền Châu
Trường Đại học Văn Lang

Tóm tắt

Trong xu thế toàn cầu hóa hiện nay, tiếng Anh có tầm quan trọng vô cùng to lớn vì nó được sử dụng phổ biến ở rất nhiều nơi trên thế giới. Đối với các bạn học sinh – sinh viên, việc học tiếng Anh do đó càng trở nên cần thiết hơn bao giờ hết. Nhưng việc học tiếng Anh hiện nay sao cho tốt vẫn đang là vấn đề hóc búa của các nhà làm giáo dục. Làm thế nào để tìm được một phương pháp luyện tập tiếng Anh tốt, giúp người học tiến bộ nhanh và tại sao các bạn học sinh, sinh viên học rất nhiều năm tiếng Anh trên ghế nhà trường mà khi ra ngoài thì đa số lại không tự tin giao tiếp được bằng tiếng Anh? Nhận thấy được thực trạng này, nhóm tác giả đã nghiên cứu và ứng dụng công nghệ xây dựng phần mềm minh họa nhằm mục đích bước đầu đề xuất mô hình dùng công cụ phần mềm hỗ trợ người học tự luyện tập nâng cao kỹ năng nghe và nói tiếng Anh, với mong muốn giới thiệu một công cụ hỗ trợ hiệu quả cho việc dạy và học tiếng Anh trong học đường hiện nay.

Từ khóa: Học tiếng Anh; Dạy tiếng Anh; Luyện tập kỹ năng Nghe - Nói

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, tiếng Anh được công nhận là ngôn ngữ quốc tế được sử dụng phổ biến trên toàn thế giới. Kể từ khi Việt Nam gia nhập vào Tổ chức thương mại thế giới WTO, ngày càng nhiều tập đoàn, công ty nước ngoài đầu tư vào Việt Nam mở rộng thị trường và hợp tác kinh doanh. Do vậy việc giao tiếp tốt bằng tiếng Anh sẽ giúp cho mọi người có nhiều cơ hội làm việc tại các công ty nước ngoài với mức lương cao và có thể thăng tiến nhanh hơn trong công việc. Phần lớn học sinh, sinh viên đều cho rằng kiến thức tiếng Anh mà mình đã hấp thụ từ trường lớp không đủ để ứng dụng vào thực tế giao tiếp và việc học nhiều khi chỉ mang tính chất đối phó với các kì thi. Đứng trước thực tế như vậy có thể thấy được nguyên nhân của tình trạng trên là do thời lượng đào tạo tiếng Anh không đủ để đào tạo cho hết tất cả sinh viên ra trường có đủ khả năng giao tiếp lưu loát đáp ứng nhu cầu của nhà tuyển dụng. Thực tế cho thấy cả giảng viên và sinh viên ở các trường đều không có đủ thời gian để đào tạo và tiếp thu kiến thức một cách trọn vẹn. Trình độ của sinh viên không đồng đều và có sự khác biệt khá lớn về năng lực tiếng Anh giữa họ, những sinh viên người thành phố đa phần có trình độ tiếng Anh tốt hơn so với những bạn ở các tỉnh lẻ, vùng nông thôn do được tiếp cận từ nhỏ và được đầu tư hơn. Những lớp học đa trình độ như vậy sẽ gây nhiều khó khăn cho giảng viên, khiến họ khó có thể quán xuyến hết tất cả sinh viên, từ đó gây trở ngại cho cả việc dạy và học. Ngoài ra, nội dung chương trình học lại quá tải so với thời lượng cho phép không đủ để giáo

viên chuyên tải cả 4 kỹ năng (nghe, nói, đọc, viết) đến với người học mà chủ yếu chỉ được học ngữ pháp và từ vựng, ít được rèn luyện kỹ năng nghe và nói.

Nhận thấy được điều đó, các giảng viên đã không ngừng đổi mới trong việc soạn sách, giáo trình học, phương pháp giảng dạy nhằm mục đích nâng cao trình độ ngoại ngữ cho sinh viên để sau khi ra trường cùng với những kiến thức chuyên ngành có được cộng với vốn ngoại ngữ sẽ giúp sinh viên dễ dàng tìm được công việc, đáp ứng được yêu cầu khắt khe của nhiều nhà tuyển dụng. Tuy nhiên, vấn đề là trong khi các giảng viên đưa ra các phương pháp giảng dạy để sinh viên học tốt tiếng Anh thì kết quả thu về sinh viên chỉ nắm tốt ngữ pháp, trong khi đó sinh viên ngại nói hoặc phát âm sai từ, cũng như đạt được kỹ năng nghe như mong đợi, đó là một trong những cản trở lớn nhất trong giao tiếp sử dụng tiếng Anh.

Vì vậy, một môi trường thuận lợi cho việc luyện tập, một công cụ hỗ trợ cũng như theo dõi việc học của từng cá nhân là một điều cần thiết để giúp nâng cao hiệu quả việc học tập và giảng dạy tiếng Anh.

2. Thực trạng học và dạy tiếng Anh

Trong [3], số liệu khảo sát tại 18 trường Đại học ở Việt Nam cho thấy “Điểm bình quân sinh viên năm nhất dao động ở mức 220-245/990 điểm TOEIC, với mức điểm này sinh viên cần khoảng 360 giờ đào tạo (480 tiết) để đạt được 450-500 điểm TOEIC – mức điểm mà rất nhiều doanh nghiệp đang coi là mức tối thiểu để họ chấp nhận hồ sơ. Tuy nhiên, theo số liệu khảo sát của Vụ Giáo dục Đại học, thường các trường chỉ có khoảng 225 tiết học tiếng Anh cho sinh viên”. Với lượng thời gian ngắn không đủ để giáo viên, sinh viên giảng dạy và tiếp thu đầy đủ cả 4 kỹ năng nghe, nói, đọc, viết và hơn nữa số lượng sinh viên trong một lớp lại đông, gây trở ngại cho giảng viên trong việc dạy và học. Một công cụ tự động trợ giúp cho giảng viên nâng cao hiệu quả giảng dạy, hỗ trợ chăm sóc đến từng cá nhân trong những lớp đông như thế này là một nhu cầu hiện nay.

Trong nghiên cứu [2] cũng cho rằng: “giáo viên có thể sử dụng một số kỹ thuật như bổ sung, cắt bớt, thay thế, sửa đổi, đơn giản hóa hoặc thay đổi trật tự các bài tập nhằm tạo ra sự phù hợp giữa quá trình giảng dạy của người thầy với khả năng và cách học của học sinh. Vụ Giáo dục Đại học cho biết, sinh viên sau khi ra trường đáp ứng kỹ năng tiếng Anh của doanh nghiệp chỉ khoảng 49%, có tới 18,9% sinh viên không đáp ứng được và 31,8% sinh viên cần đào tạo thêm. Điều đó có nghĩa, hơn nửa số sinh viên sau khi ra trường không đáp ứng đủ yêu cầu về kỹ năng nghe và nói tiếng Anh. Ngay lãnh đạo nhiều trường đại học cũng thừa nhận, tiếng Anh của sinh viên vẫn còn yếu. Theo PGS TS Phạm Bảo Sơn, sinh viên không chủ động trong việc học tiếng Anh, không có môi trường thực hành thì cơ hội việc làm sẽ hạn chế hơn rất nhiều, vì vậy một môi trường thuận lợi cho việc tự học và luyện tập cá nhân nếu có được sẽ giúp ích rất nhiều trong việc nâng cao kỹ năng tiếng Anh của người học.

3. Đề xuất mô hình phần mềm hỗ trợ tự tập luyện kỹ năng nghe và nói tiếng Anh

Để thực hành kỹ năng nghe, người học cần được nghe nhiều đoạn băng tiếng Anh về một chủ đề nào đó; để thực hành kỹ năng nói, người học cần phải nói tiếng Anh và

được phản hồi những điểm đúng sai giúp ích cho việc tự điều chỉnh. Với nhận định này, nhóm tác giả đã tìm hiểu sự phát triển của các công nghệ, kỹ thuật liên quan đến tổng hợp và nhận dạng giọng nói tiếng Anh hiện tại; từ đó đề xuất ứng dụng khai thác kỹ thuật nhằm phục vụ nhu cầu đặt ra.

3.1. Tổng hợp giọng nói – Text-to-speech

Trên máy tính, trong nghiên cứu [1] tổng hợp giọng nói là việc tạo ra giọng nói của người từ đầu vào là văn bản hay các mã hóa việc phát âm. Hệ thống này còn được gọi là văn bản-sang-tiếng nói (Text-To-Speech, TTS). Hệ thống thực hiện việc này còn gọi là máy tổng hợp giọng nói (Text To Speech engine), có thể là hệ thống phần mềm hoặc phần cứng. Các hệ thống này có nhiều ứng dụng. Ví dụ như hệ thống này có thể giúp người có thị lực kém (hoặc khiếm thị) nghe được máy đọc ra văn bản, đặc biệt là các văn bản có thể xử lý trên máy tính. Hệ thống như vậy có thể lắp đặt trong phần mềm xử lý văn bản hay trình duyệt mạng.

Từ lâu trước khi kỹ thuật xử lý tín hiệu bằng thiết bị điện tử hiện đại ra đời, các nhà nghiên cứu giọng nói đã cố gắng xây dựng các máy móc bắt chước giọng nói của người. Các ví dụ đầu tiên của các máy này được chế tạo bởi Gerbert ở Aurillac (1003), Albertus Magnus (1198–1280), và Roger Bacon (1214–1294).

Năm 1779, nhà khoa học người Đan Mạch Christian Kratzenstein, lúc đó làm việc tại Viện Hàn lâm Khoa học Nga, xây dựng một mô hình có thể bắt chước giọng nói người với năm nguyên âm ([a], [e], [i], [o] và [u]). Máy này sau đó được cải tiến thành “Máy Phát âm Cơ khí-Âm học” của Wolfgang von Kempelen ở Viên, Áo, được mô tả trong [5]. Máy này tạo ra mô hình của lưỡi và môi, cho phép tạo ra phụ âm thêm vào cho nguyên âm. Năm 1837 Charles Wheatstone tạo ra “máy nói” dựa trên thiết kế của von Kempelen, và đến năm 1857 M. Faber chế tạo máy “Euphonia”. Máy của Wheatstone lại được cải tiến năm 1923 bởi Paget.

Công nghệ tổng hợp giọng nói đã tiến hóa nhanh kể từ đó. Hiện nay có hàng trăm hệ thống tổng hợp giọng nói, thương mại cũng như tự do. Google Text to Speech là ứng dụng trình đọc màn hình được phát triển bởi Android, Inc. dành cho hệ điều hành Android của nó. Nó cho phép các ứng dụng đọc to (nói) văn bản trên màn hình. Hiện tại, số lượng các ngôn ngữ được hỗ trợ đã trên 100, trong đó có tiếng Việt. Text-to-Speech có thể được sử dụng bởi các ứng dụng như Google Play Book để đọc lớn thành tiếng nội dung sách, như Google Translate để đọc to các bản dịch cung cấp sự hiểu biết hữu ích cho việc phát âm từ, như Google Talkback có khả năng phản hồi bằng giọng với các thao tác của người dùng trên điện thoại...

3.2. Nhận dạng tiếng nói – Speech-recognition

Nhận dạng tiếng nói trong [4] là một quá trình nhận dạng mẫu, với mục đích là phân lớp (classify) thông tin đầu vào là tín hiệu tiếng nói thành một dãy tuần tự các mẫu đã được học trước đó và lưu trữ trong bộ nhớ. Các mẫu là các đơn vị nhận dạng, chúng có thể là các từ, hoặc các âm vị. Nếu các mẫu này là bất biến và không thay đổi thì công

việc nhận dạng tiếng nói trở nên đơn giản bằng cách so sánh dữ liệu tiếng nói cần nhận dạng với các mẫu đã được học và lưu trữ trong bộ nhớ. Khó khăn cơ bản của nhận dạng tiếng nói đó là tiếng nói luôn biến thiên theo thời gian và có sự khác biệt lớn giữa tiếng nói của những người nói khác nhau, tốc độ nói, ngữ cảnh và môi trường âm học khác nhau.

Từ những năm 1930, khi Homer Dudley của phòng thí nghiệm Bell đề xuất một mô hình hệ thống cho phân tích và tổng hợp tiếng nói, vấn đề nhận dạng tiếng nói tự động đã tiến triển liên tục, từ một máy đơn giản có khả năng phản ứng với một tập nhỏ các âm thanh đến một hệ thống phức tạp có khả năng phản ứng với ngôn ngữ nói tự nhiên. Dựa trên những bước tiến trong mô hình thống kê tiếng nói trong những năm 1980, những hệ thống nhận dạng tiếng nói tự động ngày nay cung cấp ứng dụng rộng rãi trong những nhiệm vụ yêu cầu giao tiếp người – máy như hệ thống xử lý cuộc gọi tự động trong các mạng điện thoại và những hệ thống truy xuất thông tin như cung cấp thông tin cập nhật về du lịch, giá cả hàng hóa, chứng khoán, thông tin thời tiết...

Các nhà nghiên cứu tại Microsoft vừa qua đã công bố các thông tin chi tiết về công nghệ nhận dạng giọng nói mới của họ. Cụ thể, công nghệ mới này sẽ nhận dạng và chuyển thể giọng nói tốt bằng cả con người. "Chúng tôi đã đạt đến sự ngang bằng giữa máy móc và con người. Đây là một thành tựu của lịch sử", trưởng ban nghiên cứu, ông Xuedong Huang, cho biết.

Được biết, tỉ lệ mắc lỗi của hệ thống là 5,9% [6], và Microsoft đã cho rằng tỉ lệ này ngang bằng với phiên dịch viên chuyên nghiệp khi họ tiến hành các bài đánh giá thực giữa người và máy. Hệ thống dùng sẽ dùng Machine Learning cho việc phân tích và xử lý ngữ nghĩa của ngôn ngữ. Microsoft dự kiến sẽ tích hợp khả năng nhận dạng này lên trợ lý ảo Cortana trên các thiết bị Windows và máy chơi game Xbox One, cũng như các phần mềm phiên dịch khác trong tương lai.

3.3. Sử dụng công nghệ nhằm đáp ứng nhu cầu

Với hiện trạng đã phân tích bên trên, sinh viên những ngành không chuyên ngoại ngữ - cụ thể là tiếng Anh - đang gặp khó khăn trong việc luyện tập nghe hiểu và thiếu tự tin cũng như phát âm chưa chính xác. Việc luyện tập nghe hiện nay khi thực hiện trên lớp chỉ tập trung vào một vài chủ đề phổ biến trong giáo trình mà chưa cho phép tùy chỉnh linh động trong các nội dung chuyên ngành của người học. Việc luyện tập phát âm và nói thì việc phải thực hành thường xuyên là yếu tố quan trọng, việc phát hiện và chỉnh sửa những điểm sai cũng là yếu tố chính yếu trong việc đạt được thành công trong kỹ năng này.

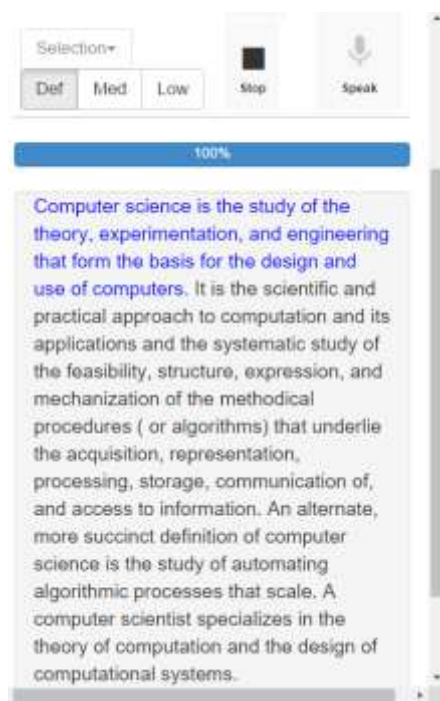
Với sự phát triển công nghệ về tiếng nói – đặc biệt là tiếng Anh – như đã dẫn chứng thì đây là một công cụ hỗ trợ tốt cho việc luyện tập và phát triển kỹ năng tiếng Anh của sinh viên. Về việc luyện tập kỹ năng nghe, công nghệ Tổng hợp giọng nói sẽ hỗ trợ chủ đạo. Người học hoàn toàn chủ động tùy chỉnh nội dung văn bản cần cho việc luyện tập. Nội dung văn bản này có thể đi sâu vào chuyên ngành hay bất kỳ lĩnh vực nào mà mỗi người học quan tâm. Điều này sẽ tạo thêm động lực và sự hứng thú giúp việc học

mau thành công hơn. Việc luyện tập kỹ năng nói, công nghệ nhận dạng tiếng nói sẽ là chủ đạo cho việc trợ giúp. Trên cơ sở nhận định rằng nếu việc phát âm được nhận dạng tốt thì việc phát âm là phù hợp nên người học sẽ dễ dàng xác định những phần cần phải điều chỉnh dựa vào kết quả nhận dạng của máy tính.

Những công cụ ứng dụng công nghệ và được phát triển bởi các công ty – tập đoàn lớn – trên thế giới, đã được kiểm chứng và chứng minh độ chính xác. Và những công cụ này đang được ứng dụng thực tế vào những hoạt động thường ngày trong đời sống ở những nước phát triển – đặc biệt là những nước nói tiếng Anh – là một minh chứng khác về độ tin cậy và sự chấp nhận thực tế. Do đó nhóm tác giả có cơ sở để tin rằng việc luyện tập với những công cụ hỗ trợ này sẽ giúp sinh viên luyện tập đúng và nâng cao được kỹ năng sử dụng tiếng Anh.

4. Minh họa phần mềm hỗ trợ sinh viên tự luyện tập kỹ năng nghe và nói tiếng Anh

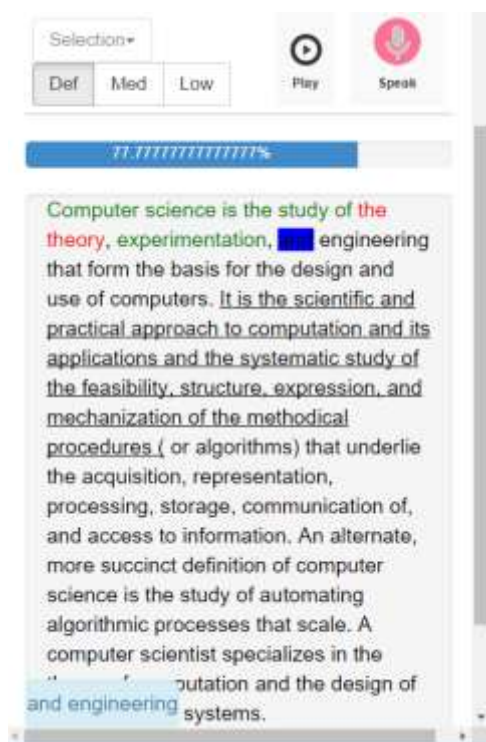
4.1. Công cụ hỗ trợ luyện tập kỹ năng nghe



Hình 1. Giao diện luyện tập kỹ năng nghe

Với công cụ hỗ trợ luyện tập kỹ năng nghe, sinh viên có thể cắt và dán một đoạn văn bản tiếng Anh bất kỳ, có thể là về chuyên ngành hoặc một chủ đề yêu thích. Hệ thống tách từng câu và tiến hành đọc thành tiếng từng câu, với mỗi câu đang đọc sẽ được tô đậm để đảm bảo sự tập trung của người học trong việc đọc mặt chữ và luyện tập nghe. Ngoài ra hệ thống cho phép tùy chỉnh tốc độ đọc cũng như một câu cụ thể để đọc, giúp việc luyện tập được tập trung cụ thể và phù hợp với nhiều đối tượng khác nhau.

4.2. Công cụ hỗ trợ luyện tập kỹ năng nói



Hình 2. Giao diện luyện tập kỹ năng nói

Tương tự như công cụ hỗ trợ nghe, công cụ hỗ trợ luyện tập kỹ năng nói – phát âm – cũng cho phép người học đưa vào hệ thống một đoạn văn bản bất kỳ và tiến hành luyện tập trên nội dung này. Có thể bắt đầu từ đầu cũng như bắt đầu từ bất kỳ câu nào được lựa chọn, người học sẽ đọc để máy tính ghi âm và tiến hành nhận dạng nội dung trong câu nói. Hệ thống sẽ hiển thị nội dung nhận dạng được đồng thời ánh xạ với nội dung văn bản để so khớp và xác định độ chính xác giữa văn bản gốc và nội dung nhận dạng được. Với những từ không trùng khớp do nhận dạng sai bởi phát âm chưa chính xác, hệ thống sẽ tô đỏ để nhắc nhở người học chú ý những điểm cần cải thiện. Và với việc kết hợp chức năng đọc, người học có thể nghe chính xác từ phát âm sai được đọc như thế nào từ đó tự luyện tập lại cho đúng.

5. Kết luận và hướng phát triển

Nhóm tác giả đã tìm hiểu và xác định được những thực trạng hiện tại của việc học tiếng Anh đối với sinh viên không chuyên. Tác giả cũng đã nghiên cứu nền tảng kỹ thuật hiện tại trong việc phát âm thành tiếng từ chữ và nhận dạng tiếng nói chủ yếu đối với tiếng Anh. Với những thông tin tìm hiểu được, tác giả đã vận dụng thành công những kỹ thuật hiện có với mong muốn giải quyết thực trạng hiện tại về việc luyện tập kỹ năng nghe nói khi học tiếng Anh. Những công cụ được ứng dụng đều là dịch vụ miễn phí nên rất phù hợp với môi trường giáo dục và cống hiến cho cộng đồng.

Công việc tiếp theo sẽ là áp dụng triển khai phần mềm vào giảng dạy thực tế tại trường ĐH Văn Lang. Dựa vào đó sẽ tiến hành điều chỉnh nhằm hoàn thiện mô hình cũng như phần mềm góp phần nâng cao hiệu quả dạy và học tiếng Anh, đặc biệt ở phần kỹ năng nghe và nói.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. D. H. Klatt. *Review of text-to-speech conversion for English*. The Journal of the Acoustical Society of America, 82(3), 1987, pp. 737-793.
2. J. McDonough, C. Shaw. *Materials and Methods in ELT: A Teacher's Guide*, 1993.
3. Thuy Nhan. *The TOEIC Test as an Exit Requirement in Universities and Colleges in Danang City, Vietnam: Challenge and Impacts*. International Journal of Innovative Interdisciplinary Research. vol. 2, 2013.
4. L. Rabiner, B. H. Juang. *Fundamental of speech recognition*. NXB Prentice-hall, 1993.
5. J. B. Degen, Wien, *Mechanismus der menschlichen Sprache nebst der Beschreibung seiner sprechenden Maschine* (Phương pháp tạo giọng nói và mô tả máy thực hiện). 1791.
6. *Microsoft reaches 'human parity' with new speech recognition system*. Tại trang <https://www.theverge.com/2016/10/18/13326434/microsoft-speech-recognition-human-parity>

E – LEARNING TRONG GIẢNG DẠY ĐẠI HỌC Ở VIỆT NAM TRƯỚC XU THẾ CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

NCS. Lê Thị Thanh Trà

Trường Đại học Kỹ thuật Y tế Hải Dương

Tóm tắt

Cùng với sự phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0, việc xây dựng môi trường học tập trực tuyến hiện đại, xây dựng các nội dung giảng dạy trực tuyến được phát triển theo hướng ngày càng tiếp cận gần hơn với người học. Người học có thể khai thác nội dung học tập trực tuyến từ thiết bị di động, hay học tập trong mô hình trường đại học ảo... Học tập trực tuyến và xây dựng môi trường học tập trực tuyến hiện đang được quan tâm chú ý và đưa vào triển khai trong nhiều trường đại học ở Việt Nam với phạm vi, mức độ khác nhau. E – learning là phương pháp giảng dạy có những yếu tố tiếp cận gần nhất với cuộc cách mạng 4.0. Chính vì vậy, trong bài viết này tác giả đã mô tả khái quát về cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và E – learning, ưu điểm khi triển khai giảng dạy E – learning ở các trường đại học, từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển phương pháp giảng dạy ở các trường đại học tại Việt Nam trước xu thế của cách mạng 4.0.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, E – LEARNING, giảng dạy.

Đặt vấn đề

Trường đại học là nơi dẫn dắt tư duy và tạo động lực cho sinh. Cần định vị cụ thể cách thức, phương pháp của đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo. Theo đó, sự thay đổi về quan niệm, tư duy của quá trình dạy và học là một trong những yếu tố then chốt để tiến tới đổi mới căn bản và toàn diện nền giáo dục nói chung và đổi mới theo hướng giáo dục 4.0 nói riêng. Việc tìm kiếm một phương pháp giảng dạy mới để nâng cao chất lượng giáo dục đại học trước sự đột phá của cách mạng 4.0 là một điều trăn trở của những con người quan tâm tới sự nghiệp giáo dục. Phát triển chương trình giáo dục tương thích với xã hội trong xu thế hiện nay là việc làm cấp bách đối với các trường đại học.

Nội dung

1. Vài nét về cuộc cách mạng công nghiệp và E – learning.

Các cuộc cách mạng công nghiệp trong lịch sử [6]

Nói đến cách mạng công nghiệp là nói đến sự thay đổi lớn lao mà nó mang lại trong các lĩnh vực kinh tế, văn hóa, xã hội, giáo dục, y tế... Nhìn lại lịch sử, con người đã trải qua nhiều cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật lớn. Mỗi cuộc cách mạng đều đặc trưng bằng sự thay đổi về bản chất của sản xuất và sự thay đổi này được tạo ra bởi các đột phá của khoa học và công nghệ.

- Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ Nhất từ khoảng năm 1784 sử dụng năng lượng nước và hơi nước để cơ giới hoá sản xuất. Cuộc CMCN lần thứ Nhất được bắt đầu bằng việc xây dựng các tuyến đường sắt và phát minh ra động cơ hơi nước. Phát minh này của James Watt, được công bố vào khoảng năm 1775, đã châm ngòi cho sự bùng nổ của công nghiệp thế kỷ 19 lan rộng từ Anh đến châu Âu và Hoa Kỳ. Cuộc CMCN đầu

tiên đã mở ra một kỷ nguyên mới trong lịch sử nhân loại - kỷ nguyên sản xuất cơ khí. Cuộc CMCN lần thứ nhất đã thay thế hệ thống kỹ thuật cũ có tính truyền thống của thời đại nông nghiệp (kéo dài 17 thế kỷ), chủ yếu dựa vào gỗ, sức mạnh cơ bắp (lao động thủ công), sức nước, sức gió và sức kéo động vật bằng một hệ thống kỹ thuật mới với nguồn động lực là máy hơi nước và nguồn nguyên, nhiên vật liệu và năng lượng mới là sắt và than đá. Nó khiến lực lượng sản xuất được thúc đẩy phát triển mạnh mẽ, tạo nên tình thế phát triển vượt bậc của nền công nghiệp và nền kinh tế. Để phục vụ cho cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất, chương trình giáo dục được phát triển trên cơ sở cung cấp càng nhiều kiến thức càng tốt [6].

- Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 2 từ khoảng năm 1870 đến khi Thế Chiến I nổ ra, sử dụng năng lượng điện để tạo nên nền sản xuất quy mô lớn. Cuộc CMCN lần thứ Hai diễn ra khi có sự phát triển của ngành điện, vận tải, hóa học, sản xuất thép, và đặc biệt là sản xuất và tiêu dùng hàng loạt. Cuộc CMCN lần thứ 2 đã tạo nên những tiền đề mới và cơ sở vững chắc để phát triển nền công nghiệp ở mức cao hơn nữa. Cuộc cách mạng này được chuẩn bị bằng quá trình phát triển 100 năm của các lực lượng sản xuất trên cơ sở của nền sản xuất đại cơ khí và bằng sự phát triển của khoa học trên cơ sở kỹ thuật. Yếu tố quyết định của cuộc cách mạng này là chuyển sang sản xuất trên cơ sở điện - cơ khí và sang giai đoạn tự động hoá 3 cục bộ trong sản xuất, tạo ra các ngành mới trên cơ sở khoa học thuần tuý, biến khoa học thành một ngành lao động đặc biệt. Cuộc cách mạng này đã mở ra kỷ nguyên sản xuất hàng loạt, được thúc đẩy bởi sự ra đời của điện và dây chuyền lắp ráp. Trong cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 2 này, chương trình giáo dục lấy mục tiêu làm cơ sở để phát triển, xác định trên 3 lĩnh vực: kiến thức, kỹ năng và thái độ[6].

- Cuộc CMCN lần thứ 3 xuất hiện vào khoảng từ 1969, với sự ra đời và lan tỏa của công nghệ thông tin (CNTT), sử dụng điện tử và công nghệ thông tin để tự động hoá sản xuất. Cuộc cách mạng này thường được gọi là cuộc cách mạng máy tính hay cách mạng số bởi vì nó được xúc tác bởi sự phát triển của chất bán dẫn, siêu máy tính, máy tính cá nhân (thập niên 1970 và 1980) và Internet (thập niên 1990). Cuộc CMCN lần thứ 3 được thúc đẩy nhờ Cách mạng KH&CN hiện đại. Trong giai đoạn này chương trình giáo dục lấy năng lực làm gốc[6].

- Cuộc CMCN lần thứ 4 (The Fourth Industrial Revolution) đang được hình thành trên nền tảng của CMCN lần thứ 3, đó là cuộc cách mạng số, đã bắt đầu xuất hiện từ giữa thế kỷ trước. Cuộc cách mạng này có đặc trưng là sự kết hợp các công nghệ giúp xóa nhòa ranh giới giữa các lĩnh vực vật lý, số hóa và sinh học. Chúng ta đang ở giai đoạn đầu của Cuộc CMCN lần thứ 4, đã bắt đầu vào thời điểm chuyển giao sang thế kỷ này và được xây dựng dựa trên cuộc cách mạng số, đặc trưng bởi Internet ngày càng phổ biến và di động, bởi các cảm biến nhỏ và mạnh hơn với giá thành rẻ hơn, bởi trí tuệ nhân tạo. Các công nghệ số với phần cứng máy tính, phần mềm và hệ thống mạng đang trở nên ngày càng phức tạp hơn, được tích hợp nhiều hơn và vì vậy đang làm biến đổi xã hội và nền kinh tế toàn cầu.

Như vậy, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư tác động mạnh mẽ trên nhiều lĩnh vực, với sự xuất hiện của robot có trí tuệ nhân tạo mang lại nhiều ứng dụng trong xã hội. Nhờ công nghệ AI, người máy làm việc càng thông minh, có khả năng ghi nhớ, học hỏi vô biên, trong khi khả năng đó ở con người càng già càng yếu đi.

So với các phương pháp giáo dục của các thế kỷ trước, cách mạng công nghiệp 4.0 chú trọng đến phương pháp giáo dục “ cá thể”, “ lấy người học làm trung tâm”. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã tác động mạnh mẽ và toàn diện đến giáo dục và đào tạo, sự liên

kết giữa các lĩnh vực lý – sinh, cơ – điện tử - sinh, hình thành những ngành nghề đào tạo mới, đặc biệt những ngành nghề liên quan đến sự tương tác giữa con người với máy. Khái niệm E-Learning sẽ trở thành xu hướng trong hoạt động giảng dạy ở các trường đại học.

E – learning

E-Learning (viết tắt của từ Electronic Learning) là thuật ngữ khá mới mẻ. Hiểu theo nghĩa rộng, E-Learning là một thuật ngữ dùng để mô tả việc học tập, đào tạo dựa trên công nghệ thông tin và truyền thông (CNTT&TT), đặc biệt là công nghệ thông tin.

Hiện nay, theo các quan điểm và dưới các hình thức khác nhau có rất nhiều cách hiểu về E-Learning. Sau đây là một số định nghĩa E-Learning đặc trưng nhất:

– E-Learning là sử dụng các công nghệ Web và Internet trong học tập (William Horton).

– E-Learning là một thuật ngữ dùng để mô tả việc học tập, đào tạo dựa trên công nghệ thông tin và truyền thông (Compare Infobase Inc).

– E-Learning nghĩa là việc học tập hay đào tạo được chuẩn bị, truyền tải hoặc quản lý sử dụng nhiều công cụ của công nghệ thông tin, truyền thông khác nhau và được thực hiện ở mức cục bộ hay toàn cục (MASIE Center).

Theo quan điểm hiện đại, E-Learning là sự phân phát các nội dung học sử dụng các công cụ điện tử hiện đại như máy tính, mạng vệ tinh, mạng Internet, Intranet,... trong đó nội dung học có thể thu được từ các website, đĩa CD, băng video, audio... thông qua một máy tính hay TV; người dạy và người học có thể giao tiếp với nhau qua mạng dưới các hình thức như : e-mail, thảo luận trực tuyến (chat), diễn đàn (forum), hội thảo video...

Có hai hình thức giao tiếp giữa người dạy và người học : giao tiếp đồng bộ (Synchronous) và giao tiếp không đồng bộ (Asynchronous). Giao tiếp đồng bộ là hình thức giao tiếp trong đó có nhiều người truy cập mạng tại cùng một thời điểm và trao đổi thông tin trực tiếp với nhau như: thảo luận trực tuyến, hội thảo video, nghe đài phát sóng trực tiếp, xem tivi phát sóng trực tiếp... Giao tiếp không đồng bộ là hình thức mà những người giao tiếp không nhất thiết phải truy cập mạng tại cùng một thời điểm, ví dụ : các khoá tự học qua Internet, CD-ROM, e-mail, diễn đàn. Đặc trưng của kiểu học này là giảng viên phải chuẩn bị tài liệu khoá học trước khi khoá học diễn ra. Học viên được tự do chọn lựa thời gian tham gia khoá học.

Ưu điểm của E – learning trong dạy học [7]

- E-Learning làm biến đổi cách học cũng như vai trò của người học, người học đóng vai trò trung tâm và chủ động của quá trình đào tạo, có thể học mọi lúc, mọi nơi nhờ có phương tiện trợ giúp việc học.

- Người học có thể học theo thời gian biểu cá nhân, với nhịp độ tùy theo khả năng và có thể chọn các nội dung học, do đó nó sẽ mở rộng đối tượng đào tạo rất nhiều. Tuy không thể hoàn toàn thay thế được phương thức đào tạo truyền thống, E-Learning cho phép giải quyết một vấn đề nan giải trong lĩnh vực giáo dục đó là nhu cầu đào tạo của người lao động và số lượng sinh viên tăng lên quá tải so với khả năng của các cơ sở đào tạo.

- E-Learning sẽ có sức lôi cuốn rất nhiều người học kể cả những người trước đây chưa bao giờ bị hấp dẫn bởi lối giáo dục kiểu cũ và rất phù hợp với hoàn cảnh của những người đang đi làm nhưng vẫn muốn nâng cao trình độ.

- Các chương trình đào tạo từ xa trên thế giới hiện nay đã đạt đến trình độ phong phú về giao diện, sử dụng rất nhiều hiệu ứng đa phương tiện như âm thanh, hình ảnh, hình ảnh động ba chiều, kĩ xảo hoạt hình,... có độ tương tác cao giữa người sử dụng và chương trình, đàm thoại trực tiếp qua mạng. Điều này đem đến cho học viên sự thú vị, say mê trong quá trình tiếp thu kiến thức cũng như hiệu quả trong học tập.

- E-Learning cho phép học viên làm chủ hoàn toàn quá trình học của bản thân, từ thời gian, lượng kiến thức cần học cũng như thứ tự học các bài, đặc biệt là cho phép tra cứu trực tuyến những kiến thức có liên quan đến bài học một cách tức thời, duyệt lại những phần đã học một cách nhanh chóng, tự do trao đổi mới những người cùng học hoặc giáo viên ngay trong quá trình học, những điều mà theo cách học truyền thống là không thể hoặc đòi hỏi chi phí quá cao.

Tuy vậy, hiện nay, E-Learning chưa có thể thay thế hoàn toàn phương pháp giảng dạy truyền thống bởi các lí do sau đây:

– Phương pháp dạy học truyền thống vẫn sẽ phải là phương thức chủ yếu và phổ biến bởi phù hợp với tất cả các người học và gắn liền với mỗi người học. Với cách học truyền thống, người học cảm thấy an toàn hơn khi được nghe giảng trực tiếp, được giải quyết vấn đề trực tiếp với giáo viên, phù hợp với nhiều đối tượng học viên khác nhau. Đối với những học viên không tự giác, không có thói quen tự làm việc hay chủ động làm việc thì cách học truyền thống ít nhiều cũng có tác động đến họ khi họ được học trực tiếp với giáo viên trên lớp. Giáo viên cũng có thể quan sát được thái độ học tập và khả năng học tập của mỗi học viên qua tiếp xúc trực tiếp. Trong khi đó, mô hình đào tạo trực tuyến không phải phù hợp với tất cả mọi người, nó chỉ phát huy hiệu quả khi người học có nhu cầu, có tính độc lập và tự giác cao.

– Đối với bài học, không phải bất kì nội dung học nào cũng dễ dàng chuyển đổi sang E-Learning, có rất nhiều môn học, ngành học phần nội dung có tính thực hành, tính thực tế cao thì khó có thể dùng E-Learning để giảng dạy, ví dụ: các ngành liên quan đến chế tạo, y khoa, múa, nhạc, hội họa...; nhưng đối với những môn học thiên về rèn luyện kĩ năng và hoạt động theo quy trình, có sự thay đổi nhanh về nội dung học tập, có yêu cầu cập nhật kịp thời, sẽ là những nội dung thích hợp của E-Learning.

E-Learning hiện nay và trong tương lai gần vẫn chưa thể thay thế hoàn toàn cách học truyền thống, mà cần phải có sự kết hợp với nhau để đem lại kết quả tốt nhất cho quá trình dạy – học. Một khoá học sử dụng thành công phương pháp dạy học E-Learning đòi hỏi người dạy phải biết kết hợp cả hai phương pháp: dạy học E-Learning và dạy học truyền thống để đem lại hiệu quả cao nhất cho người học.

2. E-learning trong giảng dạy ở Việt Nam

Trên thực tế, việc học trực tuyến đã không còn mới mẻ ở các nước trên thế giới. Song ở Việt Nam, nó mới chỉ bắt đầu phát triển một số năm gần đây, đồng thời với việc kết nối internet băng thông rộng được triển khai mạnh mẽ tới tất cả các trường học. Sự hữu ích, tiện lợi của E-learning thì đã rõ nhưng để đạt được thành công, các cấp quản lý cần có những quyết sách hợp lý.

CNTT đối với giáo dục Việt Nam phát triển mạnh mẽ khi bước vào thế kỉ 21. Chỉ thị 58 – CT/TW ngày 17/10/2000 của Bộ Chính trị về đẩy mạnh ứng dụng và phát triển CNTT phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, nêu rõ “Đẩy mạnh công nghệ thông tin trong công tác giáo dục và đào tạo ở các cấp học, bậc học, các ngành học.

Phát triển các hình thức đào tạo từ xa phục vụ cho nhu cầu học tập của toàn xã hội. Đặc biệt, tập trung phát triển mạng máy tính phục vụ cho giáo dục và đào tạo, kết nối mạng internet tất cả các cơ sở giáo dục và đào tạo”.

Thực hiện Chỉ thị số 29/2001/CT-BGDĐT của Bộ giáo dục và đào tạo về việc tăng cường giảng dạy, đào tạo và ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành giáo dục giai đoạn 2001 - 2005 và Chỉ thị số 55/2008/CT-BGDĐT của Bộ giáo dục và đào tạo về việc tăng cường giảng dạy, đào tạo và ứng dụng công nghệ thông tin trong giai đoạn ngành giáo dục 2008 – 2012, trong những năm qua, hạ tầng CNTT trong ngành giáo dục được đầu tư mạnh mẽ với việc hoàn thành “mạng giáo dục Edunet” năm 2010 (chương trình hợp tác giữa Bộ giáo dục và đào tạo với tập đoàn viễn thông quân đội Viettel), kết nối Internet băng thông rộng đến tất cả các cơ sở giáo dục từ mầm non đến đại học. Nhiều trường đại học, cao đẳng đã trang bị hạ tầng CNTT, thiết bị dạy học hiện đại và từng bước triển khai E-Learning. Một số khóa học trực tuyến, dạy học qua mạng được mở ra.

Chủ trương của Bộ giáo dục và Đào tạo trong giai đoạn tới là tích cực triển khai các hoạt động xây dựng một xã hội học tập mà ở đó mọi công dân (từ THPT, SV, các tầng lớp người lao động...) đều có cơ hội được học tập, bất cứ lúc nào (any time), bất cứ nơi đâu (any where) và học tập suốt đời (life long learning). Để thực hiện được mục tiêu trên, E-Learning có một vai trò chủ đạo trong việc tạo ra một môi trường học tập ảo.

Các trường đại học ở Việt Nam cũng bước đầu nghiên cứu và triển khai E – Learning. Một số đơn vị đã bước đầu triển khai các phần mềm hỗ trợ đào tạo và cho các kết quả khả quan: Đại học công nghệ - Đại học quốc gia Hà Nội, Viện CNTT – ĐHQGHN, Đại học Bách Khoa Hà Nội, ĐHQG TPHCM, Học viện Bưu chính viễn thông, Đại học Sư phạm Hà Nội... Bên cạnh đó, một số công ty phần mềm ở Việt Nam đã tung ra thị trường một số sản phẩm hỗ trợ đào tạo.

Tuy nhiên khi triển khai giảng dạy E – Learning ở Việt Nam gặp phải một số khó khăn.

Một là, về xây dựng nguồn tài nguyên bài giảng: Để soạn bài giảng E-Learning có chất lượng đòi hỏi tốn nhiều công sức của giảng viên. Hiện nay chế độ hỗ trợ chưa phù hợp với công sức bỏ ra để soạn bài giảng E- Learning, vì vậy chưa khuyến khích được giảng viên. Đời sống của giảng viên gặp nhiều khó khăn, áp lực thi cử, bệnh thành tích trong giáo dục... hậu quả là giảng viên không có thời gian đầu tư cho E-Learning. Nhiều giảng viên giỏi về chuyên môn và khả năng sư phạm, sử dụng phần công nghệ (ghi hình, thu âm, sử dụng phần mềm) còn hạn chế nên chưa phát huy được đội ngũ này.

Hai là, về phía người học: Học tập theo phương pháp E-Learning đòi hỏi người học phải có tinh thần tự học, do ảnh hưởng của cách học thụ động truyền thống, tâm lí học phải có thầy (không thầy đố mày làm nên), nội dung quá tải tại trường... dẫn đến việc tham gia học E-Learning chưa trở thành động lực học tập. Nhiều sinh viên nghèo, nhất là ở vùng sâu vùng xa, chưa thể trang bị máy vi tính kết nối Internet, nhiều thông tin trên mạng Internet dẫn đến gia đình lo lắng khi con em mình vào mạng cũng là lí do hạn chế E-Learning.

Ba là, về cơ sở vật chất: Đòi hỏi phải có hạ tầng CNTT đủ mạnh, có đường truyền cáp quang, xây dựng Website trường học và Website E-Learning hoàn chỉnh chi phí cao, nếu không tận dụng hết khả năng của Web sẽ gây lãng phí.

Bốn là, về nhân lực phục vụ Website E – Learning: Cần có cán bộ chuyên trách phục vụ sự hoạt động của hệ thống E-Learning. Tuy nhiên, theo quy định hiện tại chưa có cơ chế hoạt động này ở các trường.

3. Một số giải pháp phát triển E – learning trong giảng dạy tại một số trường đại học ở Việt Nam

Để phát huy những ưu điểm của E – learning và khắc phục những khó khăn, tác giả đưa ra một số giải pháp kiến nghị sau:

Một là, Tập huấn, bồi dưỡng năng lực dạy học qua E-learning cho GV

Thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng năng lực dạy học qua E-learning, đảm bảo mỗi GV có thể thực hành và ứng dụng trong thực tiễn dạy học môn học của mình đảm nhiệm giảng dạy. Qua đó giúp giảng viên nâng cao năng lực thiết kế, sắp xếp, tổ chức, giám sát, đánh giá các hoạt động học tập, thể hiện ở các kỹ năng:

- Xác định mục tiêu, nội dung cần phát triển cho người học;
- Thiết kế các hoạt động hướng dẫn học tập cụ thể trên nền tảng ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông;
- Tổ chức cho SV thực hiện các nhiệm vụ học tập, hướng dẫn cách thức hoàn thành, đề ra yêu cầu về sản phẩm hoạt động;
- Tổ chức tương tác thường xuyên giữa GV–SV, SV–SV thông qua diễn đàn trực tuyến, e-mail;
- Sử dụng các công cụ công nghệ thông tin và truyền thông giám sát, hỗ trợ thường xuyên trong quá trình SV thực hiện nhiệm vụ học tập;
- Thiết kế hệ thống câu hỏi, bài tập với tiêu chí cụ thể;
- Nhận xét, đánh giá kết quả tự học của SV;
- Rút kinh nghiệm thường xuyên, cải tiến việc tổ chức hoạt động, đảm bảo năng lực tự học được tạo điều kiện phát triển tốt nhất...

Hai là, Tập huấn, bồi dưỡng năng lực tự học qua E-learning cho SV

SV vừa là đối tượng, vừa là chủ thể tự phát triển. Các hoạt động của SV giữ vai trò quyết định đến sự phát triển năng lực tự học ở bản thân họ, do đó tính tự giác, tích cực, chủ động luôn phải được người học phát huy cao độ. Điều đó thể hiện trong các nội dung:

- Nhận nhiệm vụ, nghiên cứu yêu cầu học tập đề ra từ GV, xác định những cái đã biết, cái chưa biết để đề ra phương hướng giải quyết;
- Lên kế hoạch thực hiện các nhiệm vụ tự học, tìm kiếm tài liệu in hoặc các tài liệu điện tử có sẵn trong dữ liệu học tập trực tuyến hay các website khác;
- Thường xuyên tham gia hệ thống học tập trực tuyến để trao đổi, chia sẻ với GV và các thành viên khác về nội dung học tập;
- Chuyển sản phẩm học tập của mình vào kho dữ liệu điện tử;
- Tự đánh giá và đánh giá chéo kết quả học tập của mình và SV khác trên cơ sở các câu hỏi, bài tập tự kiểm tra, đánh giá có sẵn.

Các nghiên cứu trước đây cho thấy một trong những khó khăn của SV trong học tập với E-learning là khả năng sử dụng công nghệ chưa tốt. Hạn chế này gây ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình tiếp cận các hỗ trợ từ GV thông qua hệ thống các phương tiện công nghệ, đặc biệt là website. Biện pháp cần thiết là nhà trường, GV phải

dành thời gian tập huấn SV sử dụng website sau khi chuẩn bị đầy đủ về cơ sở vật chất và con người trong phát triển năng lực tự học qua E-learning. Tập huấn cho SV tập trung vào hướng dẫn cụ thể cách thức khai thác hiệu quả website tự học và tổ chức thực hành.

Ba là, Đổi mới, hoàn thiện cơ chế, chính sách, hệ thống pháp luật về E-learning phù hợp với thực tiễn đối với đội ngũ giáo viên, sinh viên, trường đại học, người lao động, doanh nghiệp tham gia đào tạo; hoàn thiện các cơ chế chính sách về phân bổ và sử dụng tài chính trong lĩnh vực giáo dục. Đầu tư trang thiết bị, hỗ trợ kinh phí, đào tạo, tập huấn, trao đổi kinh nghiệm sử dụng công nghệ mới cho đội ngũ giảng viên đáp ứng yêu cầu dạy học hiện đại nhất như có phương pháp, kỹ năng, khả năng ứng dụng CNTT vào dạy học, thiết kế bài giảng điện tử đạt chất lượng tốt, có khả năng sử dụng các phương tiện dạy học hiện đại và quan trọng hơn cả là có năng lực tự học, tự nghiên cứu khoa học.

Trong môi trường 4.0, phương pháp đào tạo cần phải thay đổi căn bản trên cơ sở lấy người học làm trung tâm, ứng dụng tối đa công nghệ thông tin trong thiết kế bài giảng và truyền đạt bài giảng. Cùng với đó là sự đổi mới căn bản hình thức và phương pháp thi, kiểm tra theo hướng đáp ứng năng lực làm việc và tính sáng tạo của sinh viên.

Bốn là, Nhà nước và các trường đại học cần đầu tư cơ sở kỹ thuật hiện đại, đồng bộ, đáp ứng được yêu cầu của CMCN 4.0 như: đường truyền Internet tốc độ cao, điện toán đám mây, máy tính, mạng nội bộ, phần mềm trí tuệ nhân tạo, phần mềm phục vụ E-learning, website, thư viện điện tử, hệ thống đào tạo trực tuyến, phòng học đa phương tiện, phòng chuyên môn hoá, hệ thống thiết bị ảo mô phỏng, thiết bị thực tế ảo, thiết bị dạy học thuật và các phần mềm ảo mô phỏng thiết bị dạy học thực tế.

Đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu ứng dụng, nghiên cứu công nghệ, phương tiện dạy học và ứng dụng công nghệ thông tin trong dạy học và quản lý đào tạo. Hướng dẫn Online hóa nhà trường học bao gồm cả Online về dạy học và Online về quản lý, điều hành tác nghiệp và hỗ trợ giảng viên, sinh viên.

Kết luận:

Hiện nay, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội trong đó có giáo dục - đào tạo. Vì vậy, việc nâng cao hiệu quả chất lượng giáo dục – đào tạo sẽ là nhân tố sống còn quyết định sự tồn tại và phát triển của mỗi quốc gia. Hơn nữa, việc học tập không chỉ bó gọn trong việc học phổ thông, học đại học mà là học suốt đời. E-Learning chính là một trong những phương pháp giảng dạy tiếp cận gần nhất với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Sự ra đời của E-Learning như là một hình thức học tập mới đã mang đến cho người học một môi trường học tập hiệu quả với tinh thần tự giác và tích cực. Phương pháp giảng dạy này đã được nhiều trường đại học ở Việt Nam áp dụng, tuy nhiên còn gặp phải những khó khăn, vì vậy, cần có những giải pháp hiệu quả để triển khai rộng rãi phương pháp giảng dạy này đáp ứng xu thế mới của thời đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2008), Chỉ thị 55/2008/CTBGDDĐT “Về tăng cường giảng dạy, đào tạo và ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành giáo dục giai đoạn 2008-2012”.
2. Horton, W., Horton, K.: E-learning tools and technologies. Indianapolis: Wiley, (2003).
3. Lê Huy Hoàng, Lê Xuân Quang (2011), E-learning và ứng dụng trong dạy và học. Trường Đại học Sư phạm Hà Nội.
4. Trịnh Văn Biều (2012), Một số vấn đề về đào tạo trực tuyến (e-learning), Tạp chí Khoa học ĐHSPTPHCM.
5. Trung tâm Thông tin thư viện – Viện khoa học Giáo dục Việt Nam (2017), Thông tin chuyên đề: Giáo dục Việt nam trước cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.
6. https://vi.wikipedia.org/wiki/cach_mang_cong_nghiep
7. <http://huc.edu.vn/e-learning-phuong-phap-day-va-hoc-hieu-qua-trong-thoi-dai-cong-nghe-so-1457-vi.htm>

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ THÀNH CÔNG CHO ĐÀO TẠO TRỰC TUYẾN Ở CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC VIỆT NAM

TS. Vũ Quốc Thông

Trường Đại học Mở TP. HCM

Tóm tắt

Bài viết khảo sát về tình hình đào tạo trực tuyến ở các trường Đại học Việt Nam giai đoạn 2011 -2018. Qua đó, tác giả hệ thống lại các hình thức đào tạo trực tuyến hiện nay. Để các hình thức triển khai đào tạo trực tuyến được thành công cho giáo dục Đại học thì cần chú ý những nhân tố nào? Từ những nghiên cứu đã qua, tác giả tiến hành phân nhóm bao gồm (1) sự quản lý và cơ sở đào tạo, (2) phương pháp truyền đạt, (3) kỹ thuật triển khai, (4) sự sẵn sàng cho triển khai, (5) hỗ trợ người học online và (6) hình thức đánh giá. Sau cùng, tác giả bài viết gợi ý những giải pháp nhằm hướng đến sự thành công cho đào tạo trực tuyến bậc Đại học ở Việt Nam trên cơ sở những nhóm nhân tố: phương pháp truyền đạt, sự sẵn sàng trong triển khai và kỹ thuật triển khai.

Từ khóa: Đào tạo trực tuyến; CMCN 4.0; Giáo dục 4.0.

1. Đào tạo trực tuyến tại các cơ sở giáo dục Đại học ở Việt Nam

Đào tạo trực tuyến (Online learning)

Gắn kết sự phát triển của CNTT với phương pháp giáo dục đào tạo, đào tạo trực tuyến đã bắt đầu hình thành và có ảnh hưởng sâu rộng, lan tỏa trong toàn xã hội. Đào tạo trực tuyến được xem là hình thức đào tạo có sử dụng kết nối mạng Internet để thực hiện việc học, trao đổi tài liệu học tập, giao tiếp giữa người học với nhau và với giảng viên...

Tập đoàn phần mềm nổi tiếng của Hoa Kỳ là Sun Microsystems định nghĩa: “Học tập và đào tạo trực tuyến là một quá trình trao đổi, truyền đạt kiến thức được phân phối và hỗ trợ thông qua môi trường ứng dụng công nghệ thông tin bao gồm mạng Internet, truyền hình số, các hệ thống giảng dạy tương tác trên máy tính”. Viện kỹ nghệ điện và điện tử IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) cho rằng hệ thống giáo dục, đào tạo trực tuyến là “một hệ thống hỗ trợ học tập có ứng dụng công nghệ thông qua việc sử dụng các trình duyệt web như một phương tiện chính yếu để tương tác giữa các học viên và giữa giảng viên với sinh viên”. Theo IEEE, những liên kết này nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc giảng dạy và học tập qua môi trường mạng Internet. Có thể nhận thấy rằng đào tạo trực tuyến là hình thức truyền tải nội dung giảng dạy bằng phương tiện điện tử qua trình duyệt web, ví dụ như Firefox, Google Chrome ... thông qua mạng Internet, hoặc có thể qua các hình thức khác như băng đĩa CD-ROM, DVD. Các phương tiện truyền tải này nhằm chuyển đến người học nội dung theo yêu cầu của khóa học hoặc hình thành lớp học ảo (virtual classrooms). Mặt khác, chúng ta nhận thấy rằng hình thức đào tạo trực tuyến là sự kết hợp của mạng Internet và các kỹ thuật công nghệ số góp phần tạo ra các mô hình đào tạo trong đó các kiến thức chuyên môn và sự lĩnh hội từ người học được thực hiện qua các máy tính, thiết bị di động nối mạng Internet.

Mặc dù có nhiều mô tả khác nhau về khái niệm đào tạo trực tuyến, chúng ta cần thừa nhận hai yếu tố cơ bản về đào tạo này. Thứ nhất, hiệu quả của giáo dục trực tuyến nếu như được đầu tư và triển khai thích hợp sẽ cao hơn so với phương thức đào tạo

truyền thông do tiết kiệm được thời gian di chuyển, chi phí thuê địa điểm giảng, trao đổi thông tin đa chiều trong hệ thống học tập cũng như bài giảng được cá nhân hóa nhằm nâng cao tính ứng dụng cho từng học viên theo nhu cầu kiến thức, kỹ năng cá nhân. Và thứ hai, đào tạo trực tuyến chắc chắn sẽ trở thành xu thế tất yếu trong thời gian tới do phù hợp với sự phát triển của ứng dụng CNTT trong thời CMCN 4.0. Điều này giúp cho việc tương tác với từng học viên trở nên dễ dàng trong không gian “tự học”.

Những năm gần đây, triển khai đào tạo trực tuyến đang được quan tâm và nhận được nhiều sự đầu tư đáng kể từ Nhà nước, các cơ sở đào tạo cùng với các doanh nghiệp nhiều nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam.

Ứng dụng Online learning tại các Đại học Việt Nam

Theo nhóm nghiên cứu We Are Social, trụ sở chính tại Anh Quốc thực hiện khảo sát về sử dụng Internet ở Đông Nam Á, cho đến tháng 1/2017 Việt Nam có 50,05 triệu người dùng Internet, chiếm 53% dân số. Mạng Internet là môi trường giúp thực hiện đào tạo và truyền tải kiến thức diện rộng. Ở Việt Nam, ứng dụng Online learning được đưa vào triển khai trong nhiều mô hình giảng dạy Đại học:

ĐH Kinh Tế Quốc Dân Hà Nội

Thực hiện chủ trương của Chính phủ về đẩy mạnh, nâng cao chất lượng các chương trình đào tạo từ xa nhằm đáp ứng nhu cầu của người học theo hướng mở, linh hoạt và đa dạng, Trường Đại học Kinh tế Quốc Dân đã quan tâm đến việc đầu tư, xây dựng chương trình, tuyển sinh và ứng dụng phương thức trực tuyến cho hệ đào tạo từ xa. Kết quả của việc phát triển Online learning trong mảng đào tạo từ xa góp phần đa dạng hóa phương thức đào tạo, đáp ứng nhu cầu học linh hoạt cho xã hội, cung cấp nguồn nhân lực phục vụ phát triển kinh tế - xã hội. Theo khảo sát quy mô tuyển sinh và đào tạo đại học từ xa của Trường giai đoạn 2012 – 2017, có 8.778 sinh viên tham gia chương trình theo phương thức đào tạo trực tuyến.

Viện ĐH Mở Hà Nội

Viện Đại học Mở Hà Nội là đơn vị đi đầu đã xây dựng hệ thống công nghệ Online learning, xây dựng bộ học liệu cho nhiều ngành, nhiều khóa đào tạo có mức độ tương tác cao. Từ năm 2013, Viện đã xây dựng và chủ động về hệ thống Online learning để triển khai đào tạo trực tuyến. Các ngành đào tạo trực tuyến gồm có Quản trị kinh doanh, Kế toán, Tài chính-Ngân hàng, Công nghệ thông tin, Luật kinh tế và Ngôn ngữ Anh. Mô hình đào tạo trực tuyến của Viện Đại học Mở Hà Nội có thể nói là một trong những mô hình Online learning có hàm lượng tương tác giảng viên - học viên cao nhất. Mô hình Online learning của Viện ĐH Mở Hà Nội dựa trên nhiều hệ thống tích hợp và hỗ trợ bao gồm: hệ thống quản lý học tập (LMS) được nâng cấp theo thời gian, hệ thống hỗ trợ và diễn đàn học tập môn học (Forum).

Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội

Năm 2010, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội tham gia dự án Đại học ảo Đông Nam Á (ACU Asean Cyber University) với mục tiêu tăng cường năng lực đào tạo và hội nhập quốc tế trong các nước thành viên ASEAN dưới sự bảo trợ của Chính phủ Hàn Quốc. Năm 2012, Trường bắt đầu triển khai các hoạt động Online learning và đã đem lại nhiều đổi mới trong đào tạo đại học. Dự án ACU đã giúp Trường xây dựng hạ tầng cho

phát triển học liệu: cơ sở vật chất (phòng ghi hình, máy chủ, máy trạm...) và đội ngũ kỹ thuật hỗ trợ giảng viên cho việc xây dựng các bài giảng trực tuyến. Trong báo cáo tổng kết hoạt động đào tạo trực tuyến, TS. Trần Hoàng Hải - Phó Giám đốc Trung tâm Mạng thông tin cho biết giai đoạn 2012 - 2017, Nhà trường đã phát triển 20 khóa học Online learning; riêng năm 2017 có 5 khóa học đang được phát triển; 79 lớp được mở với sự tham gia của 4.261 sinh viên.

ĐH Đà Nẵng

Ở khu vực miền Trung Việt Nam, đại học Đà Nẵng là một trong những đơn vị đi tiên phong trong lĩnh vực đào tạo trực tuyến. Từ năm 2003, với sự giúp đỡ của Đại học Texas Hoa Kỳ, chương trình đào tạo qua mạng đã được triển khai tại Trung tâm CCE thuộc Đại học Đà Nẵng. Cho đến nay, nhiều khoá học về phương pháp giảng dạy đại học trực tuyến do phía Hoa Kỳ tổ chức; các hoạt động tìm hiểu, nghiên cứu tại Việt Nam và Hoa Kỳ đã đem lại kết quả là chương trình đào tạo. Các công đoạn thực hiện chương trình, giáo trình trực tuyến, phòng thu studio đã được thành lập, các phần mềm tiện ích được thiết kế đã và đang giúp sinh viên học tập một cách hiệu quả thông qua môi trường mạng Internet. Đến tháng 10/2008, Cử nhân ngành biên dịch tiếng Anh được đào tạo hoàn toàn bằng phương thức trực tuyến đã ra đời với trên 1.500 sinh viên.

ĐH Mở TP. HCM

Năm 2016, Trung tâm đào tạo trực tuyến (<http://elo.edu.vn>) cũng được thành lập thuộc Trường Đại học Mở TP. HCM. Trung tâm đào tạo trực tuyến thuộc ĐH Mở TP. HCM cho biết có nhiều cách để triển khai phương thức đào tạo trực tuyến nhưng phần lớn quá trình học tập diễn ra trên hệ thống quản lý học tập (LMS) với các tài liệu học tập đa phương tiện. Trường ĐH Mở TP. HCM cung cấp các video bài giảng cùng các giáo trình và sinh viên phải thực hiện các hoạt động học tập trên LMS hằng tuần dưới sự giám sát và hỗ trợ của giảng viên. Các kiến thức của từng môn học được chia nhỏ theo từng chương, người học sẽ lên mạng học thông qua các bài giảng, làm bài tập và có thể biết ngay kết quả. Các nội dung học này được giới hạn trong một khoảng thời gian nhất định. Khi hoàn thành các bài tập và kiểm tra, sinh viên mới đủ điều kiện dự thi học kỳ. Toàn bộ quá trình lên mạng, làm bài tập của sinh viên đều được giám sát để đảm bảo sinh viên học đủ và hoàn thành khối lượng chương trình. Đó là cách để trường giám sát quá trình đào tạo, đảm bảo chất lượng theo chuẩn đầu ra từ Trung tâm đào tạo trực tuyến của Trường ĐH Mở TP. HCM.

ĐH Cần Thơ

Tính đến tháng 1/2017, bộ phận đào tạo trực tuyến tại Đại học Cần Thơ đã và đang hỗ trợ dạy và học cho 950 giảng viên và gần 50.000 học viên thuộc các hệ đào tạo trong toàn trường. Hệ thống Online learning của Đại học Cần Thơ có khoảng 1.600 khóa học được tạo ra nhằm hỗ trợ công tác giảng dạy của các giảng viên. Kết quả thực hiện công tác đào tạo cho thấy online learning hiện nay trở thành kênh hỗ trợ hiệu quả cho công tác giảng dạy của giảng viên và tự học của sinh viên theo học chế tín chỉ, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo của nhà Trường (Trần Thanh Điện và Nguyễn Thái Nghe, 2017).

Các nhà phân tích cho rằng thị trường đào tạo trực tuyến là một thị trường lớn. Tuy nhiên, những năm về trước do điều kiện về CNTT còn hạn chế, Online learning gặp

nhiều khó khăn. Nhưng bước sang thời kì CMCN 4.0 từ năm 2013, vai trò của đào tạo trực tuyến ngày càng rõ nét. Điều này có thể dự đoán đây là thời điểm “cắt cánh” của đào tạo trực tuyến.

Thời đại CMCN 4.0 với sự phát triển tốc độ của kĩ nguyên số hóa sẽ mang lại những kích tố nhất định thúc đẩy hoạt động đào tạo trực tuyến, phân tiếp sẽ hệ thống lại các hình thức triển khai đào tạo trực tuyến hiện nay.

2. Các hình thức của đào tạo trực tuyến

Việc triển khai đào tạo trực tuyến khá đa dạng. Triển khai đào tạo trực tuyến khởi đầu với hình thức giản đơn là cung cấp bài giảng điện tử trên đĩa CD hoặc DVD cho người học tự học trên máy tính. Với những tiến bộ của kỹ thuật công nghệ mạng Internet, triển khai đào tạo trực tuyến có thể tiến hóa phức tạp hơn thành những lớp học ảo được tổ chức trên Internet thông qua sự quản lý một cách có hệ thống. Hiện nay, đào tạo trực tuyến được triển khai dưới một số hình thức bao gồm (Malik et al., 2017):

- Đào tạo trực tuyến không đồng bộ (Asynchronous learning): việc dạy và học diễn ra không đồng thời. Giữa người dạy và người học không có sự tương tác trực tiếp với nhau. Người dạy chuẩn bị bài học trước khi khóa học diễn ra, còn người học có quyền quyết định khi họ muốn tham gia vào một khóa học. Đào tạo không đồng bộ có các hình thức như là tự học trên web online/ mạng Internet (đào tạo trên cơ sở Web) hoặc tự học qua băng đĩa CD/DVD (đào tạo dựa trên máy tính); học tập thông qua các đoạn video/youtube, hỏi đáp qua diễn đàn hoặc email.
- Đào tạo trực tuyến đồng bộ (Synchronous learning): việc học tập dưới sự hướng dẫn trực tiếp của người dạy, học viên tham gia học gần như cùng một thời điểm và trao đổi thông tin trực tiếp với nhau. Học tập diễn ra thông qua Internet, có sử dụng hệ thống quản lý học tập LMS. Đào tạo đồng bộ được thể hiện qua các hình thức; ví dụ: học qua chương trình truyền hình trực tiếp (video conference learning), hội thảo đối thoại qua điện thoại Internet (virtual meeting). Hình thức đào tạo này giúp cung cấp ngay những phản hồi về quá trình học tập, tương tác của người học; từ đó, người dạy và người học có những điều chỉnh cần thiết.
- Đào tạo kết hợp (Blended learning): là kết hợp cả hình thức đào tạo trực tuyến và đào tạo truyền thống nhằm mang lại sự linh hoạt cho người học. Các khóa học theo mô hình đào tạo kết hợp có một số nội dung giảng dạy trực tiếp trên lớp và một số được giảng qua hệ thống online với yêu cầu người học phải xem video giảng và làm bài tập online. Mô hình kết hợp này được cho là có khả năng tận dụng nhiều ưu điểm của hình thức đào tạo truyền thống và trực tuyến.

Ở Việt Nam hiện nay, trong điều kiện cơ sở mạng / máy tính chưa hoàn thiện cũng như thói quen về học tập trực tuyến của người học còn nhiều hạn chế thì mô hình đào tạo kết hợp là một lựa chọn thích hợp. Bắt đầu từ năm học 2016-2017, Đại học Mở TP. HCM đã áp dụng hình thức đào tạo Blended cho hệ Đại học chính quy. Kết quả

phản hồi từ sinh viên khá tích cực khi người học cảm thấy thích thú với hình thức học tập vừa trải nghiệm online, vừa có cơ hội trao đổi trực tiếp cùng giảng viên.

Đào tạo trực tuyến đã và đang tiếp tục lan tỏa trong giáo dục Đại học trên thế giới cũng như ở Việt Nam với nhiều hình thức triển khai đa dạng. Vấn đề đặt ra là có những nhân tố nào tác động đến sự thành công cho hoạt động đào tạo trực tuyến? Trong bối cảnh giáo dục bậc Đại học, các nghiên cứu đã qua tìm ra có các nhân tố tác động đến sự thành công cho đào tạo trực tuyến. Ở phần tiếp theo, tác giả trình bày các nhân tố tác động đến sự thành công cho đào tạo trực tuyến bằng cách phân nhóm.

3. Xác lập các nhân tố mang đến sự thành công cho đào tạo trực tuyến

Trên cơ sở thống kê từ những bài nghiên cứu lấy ngữ cảnh giáo dục Đại học giai đoạn 2000 - 2017, tác giả bài viết tổng hợp các nhân tố xác lập cho sự thành công của đào tạo trực tuyến.

Năm 2001, Khan khám phá các nhân tố góp phần tạo nên thành công cho môi trường đào tạo trực tuyến, các nhân tố được khám phá tựu thành các nhóm liên quan đến kỹ thuật, phương pháp truyền đạt, quản lý đào tạo trực tuyến, giao diện tương tác và hoạt động hỗ trợ học tập trực tuyến. Selim (2007) tiến hành phân loại các nhân tố tác động sự thành công của triển khai đào tạo trực tuyến bối cảnh giáo dục Đại học phân thành bốn nhóm chính bao gồm tính cách của sinh viên, tính cách giảng viên, cơ sở hạ tầng kỹ thuật và hỗ trợ học tập.

Với nghiên cứu khảo sát tại các Đại học Iran, Darab và Montazer (2011) cho rằng nhóm nhân tố sẵn sàng cho hoạt động đào tạo trực tuyến là quan trọng. Nhóm nhân tố sẵn sàng trong nghiên cứu của Darab và Montazer bao gồm sự sẵn sàng về các quy định, luật pháp và sự sẵn sàng từ phía các nhà quản lý giáo dục cho triển khai mô hình đào tạo trực tuyến.

Bhuasiri và cộng sự (2012) nghiên cứu về các nhân tố tác động đến sự thành công của hệ thống E-learning trong bối cảnh giáo dục Đại học ở các quốc gia đang phát triển. Kết quả nghiên cứu cho thấy có bốn nhóm nhân tố xác lập cho sự thành công của đào tạo trực tuyến bao gồm đề cương đào tạo trực tuyến, xác lập các hình thức đánh giá và những hiểu biết về công nghệ thông tin, động lực và thái độ của người học trực tuyến.

Năm 2014, Aguti và cộng sự lấy ngữ cảnh nghiên cứu triển khai đào tạo trực tuyến là các trường Đại học ở Úc và cho rằng những nhóm nhân tố thành công bao gồm nhóm nhân tố kỹ thuật (khả năng tiếp cận khóa học online, giao diện môn học, các tính năng tương tác với người học), nhóm nhân tố liên quan đến giảng viên (thái độ, khả năng kỹ thuật và các phương pháp tương tác online với sinh viên) và nhóm nhân tố về hình thức đánh giá trong đào tạo online.

Đến năm 2016, nhóm nghiên cứu của Basak và cộng sự vẫn tiếp tục tìm hiểu về các nhân tố xác lập sự thành công của việc triển khai đào tạo trực tuyến bậc giáo dục Đại học. Nhóm của Basak dựa trên mô hình lý thuyết sự chấp nhận về kỹ thuật (Technology Acceptance Model – TAM) của Davids (1989) đề xuất ra mô hình sự thành công của triển khai đào tạo trực tuyến bao gồm sáu nhân tố: kỹ thuật, nhà quản lý, cơ sở đào tạo, phương pháp sư phạm, nguồn lực đào tạo và tính tương tác. Mô hình đề xuất của Basak

và cộng sự cho thấy sự tác động của các nhân tố thành công đến cảm nhận về tính dễ sử dụng và sự hữu ích của đào tạo trực tuyến từ phía người học.

Nhằm xác lập các nhân tố mang đến sự thành công cho đào tạo trực tuyến, tác giả bài viết lập bảng phân nhóm nhân tố được đề cập trong các nghiên cứu đã qua.

Nhóm nhân tố	Sự quản lý và cơ sở sở đào tạo	Phương pháp truyền đạt	Kỹ thuật triển khai Online learning	Sự sẵn sàng cho triển khai *	Hỗ trợ người học online	Hình thức đánh giá
Các nghiên cứu						
Khan (2001)	✓	✓	✓		✓	
Selim (2007)		✓	✓		✓	
Darab và Montazer (2011)	✓			✓		
Bhuasiri và cộng sự (2012)				✓		✓
Aguti và cộng sự (2014)		✓	✓			✓
Basak và cộng sự (2016)	✓	✓	✓	✓	✓	

* *Sự sẵn sàng cho triển khai đào tạo trực tuyến* bao gồm sự sẵn sàng về các quy định của luật pháp, từ phía cơ sở đào tạo, người dạy và người học.

Dựa trên một số nghiên cứu điển hình, tác giả thống kê các nhóm nhân tố cần được chú trọng nhằm đảm bảo cho sự thành công khi triển khai các hình thức đào tạo trực tuyến. Các nhóm nhân tố được tìm thấy bao gồm:

- **Sự quản lý và cơ sở đào tạo:** liên quan đến những vấn đề quản lý và kiểm soát môi trường đào tạo trực tuyến từ phía cơ sở đào tạo. Việc thực hiện quản lý và tổ chức đào tạo có tác động đến online learning thông qua đội ngũ quản lý, quy trình tổ chức thực hiện đào tạo và sản phẩm đào tạo cụ thể qua từng khóa học trực tuyến (Khan, 2010; Basak et al., 2016)
- **Phương pháp truyền đạt:** nhóm nhân tố mà các giảng viên tham gia đào tạo trực tuyến cần phải xem xét khi lên kế hoạch giảng dạy. Phương thức truyền đạt được cụ thể thông qua cách thức giảng dạy, nội dung truyền đạt, phương tiện truyền thông và cách thức hỗ trợ, phản hồi cho người học online (Puri, 2012).
- **Kỹ thuật triển khai online learning:** những nghiên cứu đã qua nhấn mạnh về vai trò quan trọng của kỹ thuật triển khai ảnh hưởng đến sự thành công của đào tạo trực tuyến. Môi trường kỹ thuật – ví dụ: LMS, MOOC đóng vai trò liên kết

giúp truyền tải bài giảng, hỗ trợ tương tác trong môi trường học tập online (Selim, 2007).

- **Sự sẵn sàng cho việc triển khai:** nhóm nhân tố này có ảnh hưởng nhất định đến sự thành công của đào tạo trực tuyến bao gồm sự sẵn sàng về các quy định pháp lý cho giáo dục trực tuyến; ví dụ: ở Việt Nam, đề án phát triển giáo dục từ xa giai đoạn 2005-2010 theo Quyết định số 164/2005/QĐ-TTg có những quy định đề cập đến sự chuẩn bị chu đáo về các chương trình đào tạo trực tuyến từ phía các trường Đại học, kinh nghiệm làm việc, và trao đổi online của đối tượng người học.
- **Hỗ trợ người học online:** nhóm nhân tố này liên quan đến các dịch vụ trợ giúp học tập xuyên suốt quá trình đào tạo trực tuyến. Một chương trình trực tuyến sẽ không thể thành công, đạt được mục tiêu đào tạo nếu không có sự hỗ trợ, tư vấn học tập dành cho học viên từ phía cơ sở đào tạo (Cheawjindakarn et al., 2013).
- **Hình thức đánh giá:** liên quan đến các hoạt động đánh giá người học bao gồm đánh giá quá trình và đánh giá kết quả học tập thông qua những kỳ kiểm tra cố định. Bên cạnh đó là việc đánh giá các phản hồi, tương tác giữa giảng viên và học viên trong môi trường online (Bhuasiri et al., 2012; Aguti et al., 2014).

Gắn kết các nhóm nhân tố nêu trên vào môi trường giáo dục Đại học ở Việt Nam, tác giả khảo sát một số Đại học có ứng dụng đào tạo elearning. Cụ thể, Đại học Cần Thơ từ năm 2017 đã chính thức thành lập Bộ phận đào tạo trực tuyến nhằm **hỗ trợ cho người học online** về thao tác truy cập, đăng tải tài liệu trực tuyến và tương tác qua diễn đàn học tập. Tại Đại học Mở TP. HCM, trung tâm đào tạo trực tuyến thực hiện chia nhỏ nội dung môn học online theo từng chủ điểm và có giới hạn thời gian học tập, làm kiểm tra trực tuyến đối với học viên. Thêm vào đó, để quản lý chặt chẽ **hình thức đánh giá** quá trình đào tạo online, Đại học Mở TP. HCM tổ chức kỳ thi đánh giá hết môn đối với đào tạo elearning bằng hình thức thi tập trung trực tiếp. Đối với Đại học Đà Nẵng, thông qua việc liên kết với Đại học Texas, Hoa Kỳ đã định hình bài bản các **kỹ thuật triển khai online learning** bao gồm các giai đoạn quy chuẩn thực hiện giáo trình trực tuyến, lập phòng thu studio với đội ngũ đạo diễn và kỹ thuật viên chuyên nghiệp, đưa các phần mềm tiện ích nhằm tăng tính tương tác khi học tập online...

Dựa trên các nhóm nhân tố tác động đến sự thành công của đào tạo trực tuyến và khảo sát qua về biểu hiện của những nhóm nhân tố liên quan tại các trường Đại học ở Việt Nam, tác giả đề xuất một số giải pháp để mô hình đào tạo trực tuyến đạt được thành công khi triển khai đối với giáo dục Đại học Việt Nam.

4. Giải pháp cho đào tạo trực tuyến trong giáo dục Đại học ở Việt Nam

Từ các nhóm nhân tố được đúc kết, tác giả bài viết gợi ý một số giải pháp nhằm hướng đến sự thành công cho đào tạo trực tuyến bậc Đại học ở Việt Nam.

Đối với *phương pháp truyền đạt* trong môi trường đào tạo trực tuyến, tác giả cho rằng nên có các cách thức thực hiện nhằm tăng cường tính tương tác giữa giảng viên và học viên bao gồm:

- Thảo luận trên diễn đàn trực tuyến. Thảo luận là phương pháp giảng viên đặt ra những vấn đề, những tình huống và tổ chức cho sinh viên cùng nhau trao đổi, tranh luận, tìm lời giải đáp. Ưu điểm của phương pháp này là giúp người học trực tuyến có cơ hội ứng dụng những kiến thức lý thuyết mình đã học để chia sẻ cách thức giải quyết vấn đề. Trên diễn đàn, mọi thành viên có thể tham gia chia sẻ đóng góp ý kiến về một vấn đề thảo luận được nêu ra và giảng viên sẽ là người đúc kết.
- Đặt vấn đề trong nội dung bài giảng trực tuyến. Đối với phương pháp này, giảng viên tạo ra tình huống dẫn nhập có vấn đề, có mâu thuẫn gây cho sinh viên sự chú ý khi xem video bài giảng và đặt người học vào tâm thế phải tìm tòi khám phá dưới sự gợi mở của giảng viên. Sau cùng, cốt lõi lý thuyết của bài học được nêu ra. Cách thức triển khai bài giảng online kiểu quy nạp sẽ làm cho người học nhớ bài sâu ở phần cuối của một nội dung giảng online.

Để gia tăng *mức độ sẵn sàng cho hoạt động đào tạo trực tuyến*, Bộ Giáo dục và Đào tạo và các trường Đại học cần xác định online learning là một chiến lược giáo dục hướng đến toàn xã hội. Cần thiết phải có những chiến dịch tuyên truyền, nhân rộng hình thức đào tạo trực tuyến ở phạm vi toàn quốc. Để có thể thực hiện, Bộ Giáo dục và Đào tạo và các trường cần tăng cường hợp tác với khối doanh nghiệp trong việc xây dựng các website, hub thông tin nhằm truyền tải các khóa học trực tuyến cần thiết phân theo từng ngành, lĩnh vực cụ thể mà xã hội cần.

Và đối với *nhóm nhân tố kỹ thuật triển khai online learning*; nhấn mạnh đến môi trường kỹ thuật, các trường Đại học cần có kế hoạch phát triển cơ sở hạ tầng để phục vụ đào tạo trực tuyến như là đầu tư hệ thống máy chủ, công nghệ điện toán đám mây, băng thông đường truyền Internet chất lượng cao... Hiển nhiên, việc thực hiện nâng cấp này không thể diễn ra đồng loạt trong ngắn hạn. Các cơ sở đào tạo cần có sự phân bổ cụ thể về tài chính cũng như sắp xếp về thời gian để chuyển đổi hình thức đào tạo theo nền tảng cơ sở hạ tầng đã trang bị dần từ đào tạo kết hợp (Blended learning), đào tạo trực tuyến không đồng bộ (Asynchronous learning) đến đào tạo trực tuyến đồng bộ (Synchronous learning).

5. Kết luận:

Đào tạo trực tuyến là một giải pháp trong thời đại CMCN 4.0 nhằm tăng hiệu quả cho giáo dục bậc Đại học ở Việt Nam. Ứng dụng online learning được đưa vào triển khai trong giảng dạy Đại học trên toàn quốc và bước đầu thu được nhiều phản hồi tích cực từ phía người học. Có nhiều hình thức đào tạo trực tuyến được triển khai từ đào tạo kết hợp (Blended learning), đào tạo trực tuyến không đồng bộ (Asynchronous learning) đến đào tạo trực tuyến đồng bộ (Synchronous learning). Bài viết phân nhóm các nhân tố mang đến sự thành công cho triển khai đào tạo trực tuyến từ các nghiên cứu trước. Qua đó, tác giả đề xuất một số giải pháp với các nhà quản lý giáo dục nhằm đảm bảo sự thành công cho hoạt động đào tạo trực tuyến. Đây được xem là đóng góp cho lĩnh vực giáo dục Đại

học nhằm phát triển hình thức đào tạo mới, giúp người học có được môi trường học tập hữu ích.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chính phủ, Đề án “Phát triển Giáo dục từ xa giai đoạn 2005-2010” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo *Quyết định số 164/2005/QĐ-TTg* ngày 04/7/2005.
2. ĐH Đà Nẵng (2018). [accessed on 21/08/2018] < <http://elearning.due.udn.vn> >
3. ĐH Kinh Tế Quốc Dân Hà Nội (2018). [accessed on 14/08/2018] < <http://www.neu-edutop.edu.vn/article/c/gioi-thieu> >
4. ĐH Mở TP. HCM (2018). [accessed on 03/09/2018] < <http://elo.edu.vn> >
5. Trần Thanh Điện và Nguyễn Thái Nghe (2017). Các mô hình E-learning hỗ trợ dạy và học. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 2017, 103 – 111.
6. Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội (2018). [accessed on 18/08/2018] < <http://elearning.hust.edu.vn> >
7. Viện ĐH Mở Hà Nội (2018). [accessed on 17/08/2018] < <http://elc.ehou.edu.vn> >
8. Aguti, B., Walters, R. and Wills, G. (2014). *A framework for evaluating the effectiveness of blended e-learning within universities*. Proceedings of Society for Information Technology and Teacher Education International Conference 2014, 1982 – 1987.
9. Basak, S. K., Wotto, M. and Belanger, P. (2016). A framework on the critical success factors of e-learning implementation in higher education: a review of the literature. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 10 (7), 2335 – 2340.
10. Bhuasiri, W., Xaymoungkhoun, O., Zo, H., Rho, J.J. and Ciganek, A.P. (2012). Critical success factors for e-learning in developing countries: A comparative analysis between ICT experts and faculty. *Computers and Education Journal*, 58(2), 843 – 855.
11. Cheawjindakarn, B., Suwannatthachote, P., and Theeraroungchaisri, A. (2013). Critical success factors for online distance learning in higher education: a review of the literature. *Creative Education Journal*, 3 (8), 61 – 82.
12. Darab, B. and Montazer, G. A. (2011). An eclectic model for assessing e-learning readiness in the Iranian Universities. *Computers and Education Journal*, 56(3), 900 – 910.
13. Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly Journal*, 13(3), 319 – 339.
14. Institute of Electrical and Electronics Engineers – IEEE (2018). [accessed on 15/09/2018] < <http://sites.ieee.org/pes/elearning/> >
15. Khan, B. H. (2001). *A framework for web-based learning*. USA education technology publication – Englewood Cliffs, 75 – 98.
16. Malik, M., Fatima, G., Hussain, A., and Sarwar, A. (2017). E-Learning: Students' Perspectives about Asynchronous and Synchronous Resources at Higher Education Level. *Education and Research Journal*, 39 (2), 183 – 195.

17. Puri, G. (2012). Critical success factors in e-learning – An empirical study. *International Journal of Multidisciplinary research*, 2(1), 149 – 161.
18. Selim, H. M. (2007). Critical success factors for e-learning acceptance: Confirmatory factor models. *Computers and Education Journal*, 49(2), 396 – 413.
19. Sun Microsystems (2018). [accessed on 10/09/2018] < <https://www.trainup.com/SUN-Microsystems-Certified-Training/Online/2559> >
20. We are Social, UK (2017). [accessed on 14/05/2018] < <https://www.dammio.com/2017/07/17/cac-so-lieu-thong-ke-ve-internet-o-viet-nam-nam-2017> >

MỘT VÀI GIẢI PHÁP GÓP PHẦN NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO THEO PHƯƠNG THỨC E-LEARNING HIỆN NAY

ThS. Lê Thị Mỹ An
Trường Đại học An Giang

Tóm tắt:

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế số trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ngành giáo dục đại học đòi hỏi phải có những thay đổi căn bản về tư duy đào tạo, cách thức trao đổi và truyền thụ kiến thức. Để đáp ứng những nhu cầu về giáo dục đào tạo ngày càng phát triển đa dạng và phong phú thì cùng với sự phát triển của hệ thống giáo dục - đào tạo truyền thống, rất cần áp dụng và phát triển đào tạo từ xa - một phương thức đào tạo đang được các nước trên thế giới và trong khu vực áp dụng rất phổ biến và có hiệu quả, đó là E-Learning. Hiện nay với tốc độ thay đổi chóng mặt dưới tác động của nền kinh tế số thì E-Learning sẽ là một phương thức dạy và học rất phù hợp trong việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu xã hội. Với thực tế đó bài viết sẽ đi phân tích ưu, nhược điểm của E-Learning, thực trạng E-Learning tại Việt Nam và đề xuất giải pháp phát triển toàn diện E-Learning.

Từ khóa: cách mạng 4.0, đào tạo trực tuyến, E-learning, nền kinh tế số, số hóa...

1. Đặt vấn đề

Nền kinh tế thế giới đang thay đổi sâu rộng trước tác động của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0. Nền kinh tế Việt Nam cũng không ngoại lệ trước nhiều cơ hội và thách thức mới của xu hướng số hóa. Trước sự bùng nổ của cách mạng 4.0 sẽ kéo theo những yêu cầu mới về năng lực nhân sự, không chỉ với các công nhân ở trình độ thấp mà còn với cả những người có bằng cấp. Từ đó, đòi hỏi các trường đại học phải thay đổi chương trình đào tạo đem lại cho người học những kỹ năng, kiến thức cơ bản lẫn tư duy sáng tạo. Học tập để cạnh tranh chứ không phải để lấy bằng. Mục tiêu của giáo dục đại học phải là tạo ra lực lượng lao động có kiến thức, có kỹ năng thích ứng cao với sự biến đổi nhanh của nền kinh tế tri thức thế kỉ 21. E-Learning là một phương thức dạy học mới dựa trên công nghệ thông tin và truyền thông. Với E-Learning, việc học là linh hoạt mở. Người học có thể học bất cứ lúc nào, bất cứ ở đâu, với bất cứ ai, học những vấn đề bản thân quan tâm, phù hợp với năng lực và sở thích, phù hợp với yêu cầu công việc... mà chỉ cần có phương tiện là máy tính và mạng Internet.

2. Nội dung

2.1. E-learning

E-learning là chữ viết tắt của Electronic Learning, dịch ra tiếng Việt có nghĩa là học trực tuyến hay giáo dục trực tuyến. E-learning là phương thức học tập thông qua một thiết bị có kết nối mạng với một máy chủ ở nơi khác có lưu trữ sẵn các nội dung học tập dạng số và phần mềm cần thiết để có thể tương tác (hỏi/ yêu cầu/ ra đề) với học viên học trực tuyến từ xa. Giáo viên có thể truyền tải hình ảnh, âm thanh hoặc tài liệu tương tác qua đường truyền băng thông rộng hoặc kết nối không dây (WiFi, WiMAX), mạng nội bộ (LAN). (Đào Quốc Thiện, 2017)

Có thể hiểu đơn giản rằng, E-Learning là phương thức học tập ảo thông qua các thiết bị có kết nối Internet đối với một máy chủ ở nơi khác có lưu giữ sẵn bài giảng điện tử và phần mềm cần thiết để có thể hỏi đáp hay yêu cầu cho học viên học trực tuyến từ xa (UNESCO, 2009)

Ở một khía cạnh rộng hơn, E-learning được hiểu như là một môi trường học tập tổ hợp các công nghệ lưu trữ, mã hóa và truyền tải dữ liệu. Ở môi trường này, ngoài việc người học và giảng viên có thể tương tác với nhau, hoặc tương tác với hệ thống học trực tuyến. Người học còn có thể tự lựa chọn cho mình những phương thức học tập cũng như lựa chọn các công cụ hỗ trợ tiến trình học tập sao cho đạt hiệu quả cao nhất. Trong môi trường E-learning, đòi hỏi một tinh thần tự học, tự nghiên cứu rất cao của người học. Tuy nhiên, với các công cụ ngày càng nhiều được trang bị, tích hợp vào hệ thống E-learning, học viên có thể dễ dàng hơn trong việc tự học của mình như hệ thống lịch nhắc nhở học tập, làm bài kiểm tra, hệ thống đánh giá năng lực, hay hệ thống tự động thiết kế tiến trình học tập theo mục tiêu.

Theo Scott Winstead, từ khi ra đời cho đến nay cùng với những phát triển công nghệ thì E-Learning cũng đã trải qua nhiều giai đoạn:

- E-Learning 1.0 (1993 - 2000): Giai đoạn này hệ thống E-Learning chủ yếu cung cấp cho người học tài nguyên học tập dưới dạng các trang web tĩnh, và không có nhiều công cụ để hỗ trợ người học trong quá trình học tập.

- E-Learning 2.0 (2000 - 2010): Đây là giai đoạn mà các hệ thống E-Learning chỉ đơn thuần cung cấp cho người học một hệ thống nội dung học liệu dưới các hình thức text, video, và một kênh thảo luận nhóm dưới dạng text.

- E-Learning 3.0 - 4.0 (2010 - nay): Cùng với sự phát triển của các mạng ngữ nghĩa, phân tích hành vi, hệ thống E-Learning bắt đầu cung cấp cho người học các nội dung học tập một cách mềm dẻo, linh hoạt tùy theo hành vi tương tác của người học trên hệ thống, và hệ thống E-Learning cũng cung cấp cho người học nhiều công cụ hỗ trợ như chat, video conference, online-S, thực tại ảo... (Scott Winstead, 2016)

2.2. Ưu, nhược điểm của phương thức đào tạo E-learning

Theo đánh giá phân tích của tổ chức VVOB (Tổ chức Hợp tác Phát triển và Hỗ trợ kỹ thuật vùng Fla-măng, vương quốc Bỉ, tập trung vào lĩnh vực giáo dục) trên cơ sở so sánh giữa lớp học truyền thống thì E-Learning có những ưu điểm và hạn chế (VVOB, 2011):

a. Ưu điểm

- Không bị giới hạn bởi không gian và thời gian bởi sự phổ cập rộng rãi của internet đã dần xóa đi khoảng cách về thời gian và không gian cho E-Learning. Người học có thể chủ động học tập, thảo luận bất cứ lúc nào và bất cứ nơi đâu. Giới hạn địa lý không còn là vấn đề, và qua đó, người học có thể tiếp cận nhiều hơn với vô số các khóa học trên thế giới.

- Tính hấp dẫn trong quá trình học với sự hỗ trợ của công nghệ multimedia, những bài giảng tích hợp text, hình ảnh minh họa, âm thanh làm tăng thêm tính hấp dẫn của bài học. Thông qua đó sinh viên, người học được sự hỗ trợ nhanh chóng và đầy đủ từ đa dạng kênh, hệ thống tài liệu được lưu trữ trên hệ thống giúp học viên có thể truy xuất các thông tin hỗ trợ quá trình học một cách nhanh chóng và đầy đủ. Các chức năng trò

chuyện, tương tác với học viên, giảng viên và quản trị viên hệ thống giúp người học giải quyết các thắc mắc một cách nhanh chóng.

- Tính linh hoạt trong quá trình học, người học có thể tự điều chỉnh quá trình học, lựa chọn cách học phù hợp nhất với hoàn cảnh của mình. Lịch học với các chương trình đào tạo trực tuyến được thiết kế dựa vào tinh thần chủ động của sinh viên, họ chủ động sắp xếp thời gian học linh hoạt theo thời gian biểu cá nhân. Chủ động lựa chọn các chương trình đào tạo với các khóa học trực tuyến từ căn bản đến nâng cao, với đa dạng phân khúc kiến thức phục vụ người học, từ các chương trình trung học phổ thông đến cao đẳng, đại học; từ chuyên ngành kiến trúc đồ họa đến chuyên ngành công nghệ thông tin,... Với sự đa dạng đó người học có thể dễ dàng hơn trong việc lựa chọn các khóa học nâng cao kỹ năng, kiến thức còn thiếu hoặc muốn làm phong phú hơn cho cá nhân.

- Sự thoải mái, với E-Learning, người học có thể tự do học ở bất nơi nào vào bất kỳ thời điểm nào. Khác với môi trường học tập truyền thống, thay vì người học phải tham gia học tập tại các lớp học của trường hay trung tâm đào tạo, học viên học trực tuyến luôn linh hoạt học tập mọi lúc mọi nơi. Tất cả đều không bị gián đoạn bởi thời gian và không gian. Sự tự do, thoải mái trong cách ăn mặc, cùng với các hoạt động hàng ngày tại nhà luôn tạo cảm giác dễ dàng hơn cho việc tiếp cận việc học. Thay vì đó, để đến trường học, bạn phải ăn mặc đồng phục hoặc ít nhất có một sự lịch sự nhất định trong kiểu tóc, quần áo,... Đây là điểm thú vị không thể bỏ qua trong các lợi ích mà một chương trình học tập trực tuyến mang lại cho người học.

- Giảm chi phí học tập, tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại... thông qua E-Learning, người học hoàn toàn chủ động không phải mất các khoản chi phí phát sinh không cần thiết, vừa bảo vệ môi trường vừa nâng cao hiệu quả học tập.

- Các kỹ năng làm việc hợp tác, tự điều chỉnh để thích ứng của người học sẽ được hoàn thiện không ngừng. Do đó, khi đến với E-Learning, mọi thành phần, không phân biệt trình độ, giới tính tuổi tác đều có thể tìm cho mình một hướng tiếp cận khác nhau với vấn đề mà không bị ràng buộc trong một khuôn khổ cụ thể nào (cá nhân hoặc người học).

b. Nhược điểm

Tuy nhiên bên cạnh những ưu điểm, phương pháp E-Learning vẫn còn những điểm hạn chế:

- Sự tương tác giữa giảng viên và sinh viên vẫn bị hạn chế, đặc biệt đối với các môn học có nhiều khái niệm mới, đòi hỏi phải có sự giải thích từ phía giảng viên, cũng như tư duy logic từ phía sinh viên;

- Phương pháp học E-Learning cũng như phương pháp học truyền thống hiện nay ở Việt Nam đều thiếu học cụ giúp cho sinh viên có thể hình dung cụ thể thực tế vận hành như thế nào;

- E-Learning cho phép sinh viên hoàn toàn làm chủ quá trình học của bản thân, do vậy nếu nội dung bài học và các học cụ hỗ trợ (bài tập tình huống, bài kiểm tra, diễn đàn...) mà nội dung không hấp dẫn và phục vụ cho bản thân người học thì phương pháp học này sẽ không phát huy được hiệu quả.

2.3. Thực trạng phát triển đào tạo theo phương thức E-Learning ở Việt Nam

Trên thực tế, việc học trực tuyến đã không còn mới mẻ ở các nước trên thế giới. Song ở Việt Nam, nó mới chỉ bắt đầu phát triển một số năm gần đây, đồng thời với việc kết nối Internet băng thông rộng được triển khai mạnh mẽ tới tất cả các trường học. Nghị quyết chỉ thị 58-CT/TW “Về đẩy mạnh ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin phục vụ sự nghiệp CNH-HĐH” đã xác định: “...về giáo dục – đào tạo, ứng dụng công nghệ thông tin để đổi mới phương thức giáo dục từ truyền thụ kiến thức sang phát triển năng lực cá nhân; nâng cao sự bình đẳng về cơ hội trong giáo dục– đào tạo, ...” (BCHTW, 2000). Một vấn đề rất đáng khích lệ và có thể nghiên cứu áp dụng tại Việt Nam chính là việc triển khai thành công mô hình E-Learning, phổ cập về các vùng quê, vùng xa nhằm nâng cao chất lượng sống của người dân. E-Learning trở thành một phương thức đóng vai trò giải quyết vấn đề thiếu hụt giảng viên cho các vùng sâu, vùng xa cho hầu hết các quốc gia đang phát triển. Nhiều cơ sở đào tạo ở Việt Nam đã quyết định kết hợp công nghệ thông tin vào tất cả mọi cấp độ giáo dục nhằm đổi mới chất lượng học tập trong tất cả các môn học và trang bị cho lớp trẻ đầy đủ công cụ và kỹ năng cho kỷ nguyên công nghệ thông tin. Ngoài việc xây dựng thêm trường lớp phục vụ cho việc học tập theo phương thức truyền thống, nhiều cơ sở đào tạo đang tìm cách kết hợp hình thức đào tạo trực tuyến để cung cấp dịch vụ giáo dục đến với người dân. Đặc biệt, nhiều trường đại học trong cả nước đã mạnh dạn đưa phương thức đào tạo từ xa, phương thức E-Learning vào giảng dạy trong trường mình như: Đại học Kinh tế Quốc dân, Đại học Mở Hà Nội và Đại học Mở TPHCM, Đại học Thái Nguyên, Đại học Trà Vinh, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn Thông, Đại học Ngoại thương, ... nhiều trường đã kết hợp với doanh nghiệp chuyên cung cấp công nghệ đào tạo trực tuyến hàng đầu Đông Nam Á để giảng dạy.

Hiện nay, Việt Nam có thể coi là một quốc gia khá phát triển ở trong khu vực Châu Á về E-Learning, Việt Nam cũng đã đạt được một số kết quả nhất định. Theo University World News, Việt Nam đứng trong top 10 thị trường phát triển nhanh giáo dục trực tuyến, đứng thứ tư về tốc độ tăng trưởng E-Learning trong giai đoạn 2013-2018 với tốc độ tăng trưởng 40%/năm (Dũng Trí, 2018). Tuy nhiên, trước những sự thay đổi nhanh chóng của nền kinh tế số, Việt Nam cũng cần xem xét các xu hướng chung trên thế giới để có thể có những cải tiến nhằm duy trì các hoạt động này. Chủ trương của Bộ GD&ĐT trong giai đoạn tới là tích cực triển khai các hoạt động xây dựng một xã hội học tập, mà ở đây mọi công dân (từ học sinh phổ thông, sinh viên, các tầng lớp người lao động,...) đều có cơ hội được học tập, hướng tới việc: học bất kỳ thứ gì (any things), bất kỳ lúc nào (any time), bất kỳ nơi đâu (any where) và học tập suốt đời (life long learning). Để thực hiện được các mục tiêu nêu trên, E-Learning nên có một vai trò chủ đạo trong việc tạo ra một môi trường học tập ảo. Vài năm trở lại đây, mô hình giáo dục này đang được các doanh nghiệp và cả các trường đại học đầu tư phát triển mạnh mẽ, dần thu hút sự quan tâm của nhiều đối tượng học. Các đơn vị cung cấp E-Learning được nhiều người ở Việt Nam biết đến hiện nay: Tổ hợp Công nghệ giáo dục TOPICA, OnEdu của Công ty cổ phần phát triển dịch vụ học tập và giải trí trực tuyến (Net2E), Cleverlearn,... Không chỉ có các công ty tư nhân, nhiều trường đại học tại Việt Nam như Đại học Bách Khoa TPHCM, Đại học Ngoại Ngữ (ĐHQG Hà Nội), Viện đại học Mở,... cũng đã triển khai

khá thành công mô hình đào tạo E-Learning mà ở đó khung chương trình sẽ có các giờ học trực tuyến, người học dù bất kỳ đâu cũng có thể theo dõi bài giảng của giảng viên và trực tiếp thảo luận với tất cả thành viên trong hệ thống giống như họ có mặt trong một phòng học tập trung.

Trước đây, đào tạo trực tuyến thường chỉ được biết đến theo hình thức học thêm qua các file âm thanh, hình ảnh từ chiếc máy tính. Như vậy có nghĩa là người học sẽ được học theo cảm tính, thích thì học, không thích thì có thể bỏ. Điều này ảnh hưởng khá nhiều tới chất lượng học tập. Để khắc phục, hiện nay nhiều trường đã áp dụng công nghệ trực tuyến 3D để tăng cảm hứng cho người học bằng cách tạo ra một giảng đường ảo giống như ngoài đời thật để sinh viên có thể gặp nhau trao đổi và thảo luận mọi thứ về môn học. Với phương pháp này, các sinh viên có điều kiện vận dụng gần như ngay lập tức những kiến thức của mình và có thể thấy được kết quả rất nhanh sau đó.

Ngoài ra, để tăng tính tương tác giữa người dạy và học, nhiều trường đã kết hợp với các công ty cung cấp giải pháp về công nghệ đào tạo trực tuyến. Đơn cử như chương trình tiếng Anh trực tuyến Language School của Đại học Ngoại Ngữ kết hợp với Công ty cổ phần phát triển dịch vụ học tập và giải trí trực tuyến (Net2E). Tham gia chương trình này, học viên sẽ nhận được sự trợ giúp tối ưu của bộ phận chăm sóc khách hàng và các trợ giảng như khuyến khích và nhắc nhở tiến độ học tập, đánh giá năng lực học tập và giải đáp những thắc mắc trong suốt quá trình học tập. Hàng loạt e-learning web ra đời, với hàng loạt dịch vụ mới mẻ, với giá cả phải chăng, hình thức truyền tải mới mẻ, dễ cập nhật, học viên có thể download tài liệu tự học, tham gia học trực tuyến với các giảng viên từ Anh, Mỹ, Úc và Canada và được cấp chứng chỉ có giá trị được xã hội chấp nhận.

Tuy nhiên với tốc độ phát triển của xã hội dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 thực trạng đào tạo E-Learning ở Việt Nam cũng còn nhiều hạn chế:

Trước hết là về khoa học công nghệ, bởi công nghệ lạc hậu và thay đổi rất nhanh, thường chỉ sau vài ba năm là phải tìm cách đầu tư tiếp. Đây chỉ hạn chế mà còn thách thức rất lớn đối với các cơ sở giáo dục bởi sự phát triển của khoa học công nghệ là nền tảng, là tiền đề để giáo dục phát triển dẫn đến sự xuất hiện của phương thức E-Learning. Chúng ta muốn có môi trường đào tạo E-Learning tốt, hiện đại thì phải đầu tư cho khoa học công nghệ, nhất là trong cách mạng công nghiệp 4.0 khi mà trí tuệ nhân tạo, kỹ thuật số phát triển như vũ bão dẫn đến hạ tầng, cơ sở vật chất cho việc đào tạo E-Learning nhanh chóng trở lên lạc hậu hoặc không tương thích.

Với quy mô đào tạo nhỏ, lẻ, E-Learning ở Việt Nam chưa tạo được hệ thống phát triển đồng bộ và rộng rãi trong hệ thống giáo dục. Mô hình giáo dục chưa phong phú đa dạng chủ yếu vẫn tập trung vào đào tạo một số ngành cơ bản, các chứng chỉ ngoại ngữ, tin học, kỹ năng chứ chưa có đào tạo các ngành chuyên sâu. Đội ngũ giảng viên tham gia giảng dạy E-Learning vẫn còn rất hạn chế về cả số lượng lẫn chất lượng. Bên cạnh đó vì E-Learning yêu cầu việc học tập độc lập, chủ động và đòi hỏi phải hoàn thành rất nhiều các bài tập, nhiệm vụ và hoạt động tương tác khác nên người học với một động lực thấp sẽ phải đối mặt với cảm giác áp lực và khó có thể hoàn thành khóa học một cách hiệu quả. Thêm vào đó, nhiều người chưa có nhận thức phù hợp về tính hiệu quả của E-Learning và vẫn học tập chủ yếu theo các phương pháp truyền thống, từ đó làm gia tăng sự thiếu hứng thú và nhàm chán với các nội dung khóa học. Nhiều cơ sở giáo dục công lập trong nước vẫn chưa định hướng cho sự phát triển của E-Learning với sự thay đổi nhanh chóng của khoa học công nghệ dẫn đến hệ quả là ban hành các quy định liên quan đến phương thức đào tạo E-Learning chưa đúng, đầy đủ và kịp thời

đặc biệt là những ảnh hưởng của cách mạng công nghiệp 4.0 đến giáo dục nói chung và phương thức E-Learning nói riêng.

Ngoài ra, với xu hướng phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0, đào tạo trực tuyến E-Learning vẫn còn phải đối mặt với những thay đổi mạnh mẽ cả về tư duy, cơ cấu kiến thức, kỹ năng, phương pháp giảng dạy và tiếp thu kiến thức. Thế nên đòi hỏi E-Learning phải đem lại cho người học cả phương pháp tư duy lẫn những kiến thức, kỹ năng mới, khả năng sáng tạo, thích ứng với thách thức và những yêu cầu mới.

2.4. Một số giải pháp để nâng cao chất lượng đào tạo theo phương thức E-learning

Cách mạng công nghiệp 4.0 trong thời gian tới đây có thể thay đổi cục diện kinh tế - xã hội của tất cả các quốc gia trên thế giới. Việt Nam, đương nhiên, không phải là ngoại lệ. Với cuộc cách mạng này, sự thay thế về nhân lực bằng robot có thể phá vỡ những quy luật vốn có trên thị trường. Chính vì thế, mặc dù, cuộc cách mạng này có thể mang lại nhiều thuận lợi, nhưng thách thức mà các quốc gia phải đối mặt cũng không hề nhỏ. Trong bối cảnh đó, vai trò của giáo dục càng được đề cao hơn bao giờ hết, bởi việc giáo dục đào tạo ra những cán bộ, nhân công lành nghề có kỹ thuật và tay nghề cao chính là điểm mấu chốt sống còn trong thời kì kỉ nguyên số hóa. Mô hình đào tạo trực tuyến, vì vậy, cần có sự chuyển biến tích cực để tránh được những cú sốc do không kịp thích ứng với sự thay đổi quốc tế, đồng thời cung cấp cho xã hội đội ngũ nhân công với trình độ cao.

Trước hết giảng viên giảng dạy E-Learning cần phải có những phẩm chất và năng lực nhất định. Các phẩm chất và năng lực của giảng viên giảng dạy theo phương thức này cần đạt đến các yêu cầu sau đây:

- Am hiểu định dạng và đào tạo trực tuyến, hiểu rõ và xác định được thời gian và nỗ lực cần thiết cho một khóa học trực tuyến. Nắm được các nhiệm vụ căn bản của giảng viên trong lớp học trực tuyến để thúc đẩy quá trình học tập. Giảng viên trực tuyến cần có năng lực kết nối và tương tác với sinh viên. Đây là vấn đề rất căn bản để thực hiện giảng dạy E-Learning.

- Lượng kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn phong phú, dồi dào để trả lời cho những câu hỏi (kể cả những câu hỏi ngoài nội dung chương trình học) đòi hỏi giảng viên bên cạnh kiến thức chuyên môn học phần phụ trách phải có vốn kiến thức rộng, uyên bác. Có như vậy mới có thể điều hướng, chỉ dẫn và khai phóng được tư tưởng, lối tư duy của sinh viên. Bởi khác với lớp học E-learning người học tương tác với giáo viên để giải đáp những vấn đề chưa sáng tỏ, còn khúc mắc.

- Khả năng chia sẻ và thấu cảm vì tương tác giao tiếp ở đây là gián tiếp, chủ yếu thông qua “bàn phím” nên sinh viên rất khó hiểu được ý tưởng cũng như cảm xúc của giảng viên khi trao đổi cùng họ. Tính kiên trì và khả năng đọc suy nghĩ, cảm xúc người khác được đánh giá cao ở những giảng viên giảng dạy trực tuyến. Do đó giảng viên không ngừng sáng tạo và linh hoạt trong cách diễn đạt ngôn từ, hướng tới sự truyền đạt hiệu quả ý tưởng, khơi dậy cảm xúc cho người học.

- Thiết kế chương trình, tài liệu khóa học, xây dựng kịch bản khung khóa học, trong đó phải nêu được mục đích, mục tiêu của khóa học, các hoạt động trong khóa học, lịch trình cũng như nguyên tắc và phương pháp đánh giá kết quả học tập. Xây dựng kịch bản chi tiết cần đưa ra chỉ dẫn, hướng dẫn chi tiết, quy tắc đánh giá, quy định về thang điểm và thời gian tham gia lớp học, các tài liệu tham khảo thêm và thời hạn hoàn thành

các bài học. Nhưng đồng thời phải hết sức linh hoạt trong kế hoạch của mình để đáp ứng được những yêu cầu mà sinh viên, người học mong muốn khi tham gia các lớp trực tuyến.

- Kỹ năng sử dụng công nghệ và ngoại ngữ thành thạo là một yêu cầu tất yếu đối với giảng viên dạy E-learning. Nếu như giảng viên giảng dạy theo hình thức truyền thống chỉ cần am hiểu nắm bắt sử dụng công nghệ ở một mức tối thiểu nào đó là có thể hoàn thành nhiệm vụ thì giảng viên giảng dạy theo hình thức E-learning phải có kiến thức và kỹ năng về sử dụng công nghệ khá thuần thục (ít nhất là với hệ thống vận hành hiện tại). Hiểu rõ về hệ thống quản lý khóa học trực tuyến (Learning Management System), cách thức sử dụng và hạn chế của nó. Trong sự kết nối toàn cầu thì vấn đề ngoại ngữ ngày càng được nâng lên, thế nên đối với thể hệ đi đầu trong lĩnh vực giáo dục thì yêu cầu ngoại ngữ là điều hiển nhiên. Giảng viên tham gia giảng dạy E-Learning ngoài kiến thức chuyên môn và phương pháp dạy học tích cực, còn có kỹ năng giảng dạy từ xa, kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin trong môi trường giảng dạy trực tuyến và ngoài ra còn phải thực hiện các quy định trong giảng dạy trực tuyến, như trả lời giải đáp đúng hạn các câu hỏi của sinh viên, tham gia buổi lên lớp trực tuyến theo lịch, tổ chức cho sinh viên làm bài tập nhóm, bài tập tình huống...

- Ngoài ra, giảng viên giảng dạy theo hình thức E-Learning cần tuân thủ theo các nguyên tắc: Tạo môi trường khuyến khích sự tương tác giữa giảng viên và sinh viên; Khuyến khích trao đổi, chia sẻ thông tin giữa sinh viên; Luôn khích lệ sinh viên ứng dụng bài học vào thực tế công việc; Phản hồi tích cực và kịp thời tới từng sinh viên; Thường xuyên thông báo thời hạn của các hoạt động tới sinh viên, giúp học viên chủ động hoàn thành bài tập; Đưa kỳ vọng về mục đích và mục tiêu khóa học và cách thực đạt được mục tiêu; Tạo ra các hoạt động đa dạng trong lớp để thỏa mãn tất cả các phong cách học tập của sinh viên.

Thứ hai đối với người học, Học tập theo phương pháp E-Learning đòi hỏi người học phải có tinh thần tự học cao. Thế nên khi đã xác định đăng ký học các lớp E-learning thì phải tự chủ được bản thân trong khóa học, nếu không tích cực chủ động thì sẽ không đạt được hiệu quả và có khi còn là điểm nghẽn trong quá trình học.

- Lựa chọn đăng ký môn học thích hợp với năng lực, ngành nghề theo học của bản thân để vừa tiết kiệm được thời gian và chi phí qua đó hoàn thành chương trình học đúng kế hoạch học tập của mình.

- Cũng như giảng viên, sinh viên và người học cũng cần phải đáp ứng được kỹ năng về tin học và ngoại ngữ để đảm bảo khóa học E-learning đạt kết quả cao. Nếu đã học trực tuyến các gói tài liệu học tập không chỉ giới hạn trong những phiên bản tiếng Việt mà còn được mở rộng ra các trang web và tài liệu nước ngoài. Thế nên trao đổi và rèn luyện hai kỹ năng này là yêu cầu không thể thiếu khi học trực tuyến.

- Ngoài ra sinh viên còn phải rèn thêm các kỹ năng mềm như kỹ năng gợi vấn đề, giải quyết vấn đề, thảo luận nhóm, trình bày, thuyết trình

Thứ ba, đối với cơ sở giáo dục thì trước tiên, việc tăng cường hợp tác quốc tế và tiếp thu kinh nghiệm của các cơ sở giáo dục có uy tín trên thế giới để tạo thêm cơ hội học tập cho tất cả mọi đối tượng.

- Xây dựng, đảm bảo lộ trình học tập trực tuyến nghiêm túc, đảm bảo từ đầu vào cho tới đầu ra

- Mở các lớp học định kì với chi phí rẻ về phương pháp học tập cho sinh viên, học viên; hay các lớp nâng cao kĩ năng giảng dạy cho đội ngũ người hướng dẫn, nhằm hướng tới sự toàn diện cả về chất và lượng.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo trong các chương trình E-Learning. Việc sinh viên sử dụng dịch vụ E-Learning đôi khi có thể bị gián đoạn bởi những nguyên nhân khách quan như về đường truyền, lỗi âm thanh, lỗi slides... Công tác hỗ trợ, giải quyết các vấn đề xảy ra trong quá trình học cần được giải quyết nhanh chóng, kịp thời. Cần nâng cao trình độ nghiệp vụ cho bộ phận đảm nhận công tác hỗ trợ, đặc biệt là về hỗ trợ kĩ thuật. Nhà cung cấp dịch vụ cũng cần thường xuyên bảo trì, cải thiện hệ thống vận hành và quản lí để đảm bảo dịch vụ được cung cấp với chất lượng tốt nhất. Hạn chế tối đa những tình huống gây gián đoạn quá trình học của sinh viên, người học.

- Thực hiện các chiến dịch marketing cho các chương trình E-Learning cũng là biện pháp góp phần đưa E-Learning đến với tất cả các tầng lớp dân cư tại Việt Nam, từ đó khuyến khích tinh thần học tập cũng như rút ngắn những rào cản mà đào tạo truyền thống mang lại.

- Xây dựng quan hệ gắn kết chặt chẽ giữa trường đại học với doanh nghiệp; đồng thời cần đẩy mạnh việc hình thành các cơ sở đào tạo trong doanh nghiệp để chia sẻ các nguồn lực chung: cơ sở vật chất, tài chính, nhân lực, quan trọng hơn là rút ngắn thời gian chuyển giao từ kiến thức, kỹ năng vào thực tiễn cuộc sống. Tạo điều kiện thuận lợi về môi trường pháp lý và xã hội để các nhà đầu tư nước ngoài mở trường đại học (truyền thống và trực tuyến) đào tạo ngành luật và kinh tế chất lượng cao tại Việt Nam.

- Cuối cùng, việc phát triển cơ sở hạ tầng để phục vụ E-Learning cũng là điều cần thiết bởi nếu không có hệ thống tin học kết nối internet thì không thể diễn ra lớp học E-learning được.

3. Kết luận

Đào tạo trực tuyến E-learning là mô hình đào tạo thông minh đã áp dụng được sự phát triển của khoa học công nghệ vào đào tạo mang tính bức phá vượt trội trong giáo dục, rút ngắn thời gian học cho người học và mang tên giáo dục Việt Nam vượt ra ngoài thế giới. Đồng thời, là một phương thức giáo dục tiên tiến, kết hợp nhuần nhuyễn giữa khoa học công nghệ, phát triển khoa học kỹ thuật với người học nhằm đáp ứng được nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao cho nền kinh tế số hiện nay./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban chấp hành trung ương, (2000), Chỉ thị số 58-CT/TW ban hành ngày 17 tháng 10 năm 2000 Về đẩy mạnh ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin phục vụ sự nghiệp CNH-HĐH, Hà Nội.
2. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), Kỹ yếu Hội thảo nâng cao chất lượng đào tạo từ xa theo xu thế phát triển của khu vực và thế giới.
3. Bùi Thanh Giang (2004), Các công nghệ đào tạo từ xa và E-learning/ Bùi Thanh Giang, Chu Quang Toàn, Đào Quang Chiêu . – H.: Nxb Bru Điện.
4. Dũng Trí, (2018), fr.slideshare.net, truy cập từ-<https://fr.slideshare.net/tinhanhvy/th-trng-gio-dc-trc-tuyn-digital-activities-report-2014>.
5. Đào Quốc Thiện, (2017), Tài Nguyên giáo dục mở (oer) và Đào tạo trực tuyến (E-learning), Kỹ yếu hội thảo quốc gia Đào tạo trực tuyến trong thời kỳ Cách mạng Công nghiệp 4.0, Đại học kinh tế quốc dân, tr 98.
6. Lê Hiếu Học, Đào Trung Kiên (2016), Các nhân tố ảnh hưởng tới dự định sử dụng hệ thống E-Learning của sinh viên: Nghiên cứu trường hợp tại Trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 231, 78-86.
7. Nguyễn Thế Hùng (2002), Internet và đời sống – H.: Nxb Thống kê.
8. Nguyễn Quang Tấn (2002), Ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong giảng dạy các môn tự nhiên ở trường phổ thông/ Nguyễn Quang Tấn, Nguyễn Cam, Lê Nguyễn Trung Nguyên – H.: Nxb Đại học Sư phạm.
9. Phan Thế Công (2015), ‘Đánh giá các loại công nghệ đào tạo từ xa đáp ứng nhu cầu xã hội’, Kỹ yếu Hội thảo Dạy– Học – Chia sẻ: Hội nhập quốc tế, do Hội đồng quốc gia giáo dục và phát triển nhân lực kết hợp Bộ Giáo dục tổ chức, tháng 12/2015.
10. Scott Winstead, (2016), 'E-Learning 4.0: Prospects And Challenges', Tạp chí E-Learning Industry truy cập từ <https://elearningindustry.com/elearning-4-0-prospects-challenges>
11. UNESCO, 2009, Guide to measuring information and communication technologies (ICT) in education, s.l.: s.n
12. Vvob, (2011), E-Learning và ứng dụng trong dạy học, Hà Nội.
13. <http://www.elearning.com/>
14. <http://e-learning.hcmut.edu.vn/>

PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI SỐ CHO GIÁO DỤC MỞ VÀ ĐÀO TẠO TỪ XA TRỰC TUYẾN Ở VIỆT NAM: KHUNG TIẾP CẬN DỰA TRÊN PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN TOÀN DIỆN

ThS. Nguyễn Minh Đỗi

Trường Đại học Mở TP. HCM

Tóm tắt:

Cùng với quá trình số hoá mạnh mẽ hoạt động giáo dục và đào tạo trong cuộc cách mạng 4.0, E-learning đã và đang phát triển với tốc độ nhanh chóng trong các loại hình giáo dục, đào tạo khác nhau với sự mở rộng tham gia của nhiều bên liên quan. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều vấn đề trong quá trình áp dụng và phát triển các phương thức e-learning cho giáo dục mở và đào tạo từ xa ở Việt Nam cần được xác định và đánh giá một cách đầy đủ. Một trong những vấn đề chính là sự phức tạp trong việc xác định các thành phần của hệ thống và các mối quan hệ giữa các thành phần này với nhau để có thể ứng dụng phương thức học trực tuyến thành công. Tham luận này nhằm mục đích xây dựng một khung phân tích để phát triển hệ sinh thái số cho giáo dục mở và đào tạo từ xa. Dựa vào lý thuyết hệ sinh thái, tác giả tập trung phân tích ba nhóm thành phần gồm các đơn vị “sinh học”, các đơn vị “phi sinh học” và môi trường của hệ sinh thái. Khung phân tích này sẽ đóng góp cho việc hướng dẫn các nghiên cứu, hoạch định chiến lược, chính sách và định hướng phát triển cho E-learning ở cả cấp độ vĩ mô và vi mô.

Từ khóa: E-learning, giáo dục mở, MOOC, đào tạo từ xa, khung e-Learning

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh cuộc cách mạng khoa học công nghệ 4.0, phương thức học tập, đào tạo dựa trên công nghệ thông tin (E-learning) không chỉ đã và đang được ứng dụng mạnh mẽ trong loại hình giáo dục học trực tiếp truyền thống (face-to-face teaching), mà còn đặc biệt thích ứng với loại hình giáo dục mở (open education) và từ xa (long distance learning). Trong hai thập kỷ qua, chúng ta chứng kiến sự xuất hiện nhiều phương thức đào tạo mới, đã giúp cho triết lý về xã hội học tập và học tập suốt đời trở nên cụ thể cũng như gần gũi hơn bao giờ hết khi mà việc học có thể thực hiện ở bất kỳ nơi đâu và bất kỳ ai cũng có cơ hội được học tập thông qua Internet (García-Peñalvo & José, 2008; Bonk & ctg, 2015).

Quá trình toàn cầu hóa, quốc tế hóa, hội nhập và cạnh tranh quốc tế trong bối cảnh cách mạng 4.0 cũng đã và đang mở ra những cơ hội mới cho giáo dục Việt Nam. Với tỉ lệ ngân sách và chi tiêu của người dân là dành cho giáo dục rất lớn, và có hơn 67% người dân sử dụng Internet (WB, 2005; VNNIC, 2017) là những thông số cho thấy tiềm năng to lớn trong việc phát triển E-learning về mặt giáo dục công lập lẫn các nhà đầu tư tư nhân ở một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng thị trường giáo dục trực tuyến lớn nhất với 46%, vượt qua Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc (Adkins, 2014). Tuy nhiên, chúng ta đồng thời phải đối mặt với nhiều thách thức từ một hệ thống giáo dục thiếu tính mở và

hạn chế về nguồn lực dẫn đến chất lượng giáo dục đào tạo trực tuyến chưa đạt yêu cầu với yêu cầu thực tiễn.

Mục tiêu của tham luận này nhằm phân tích xu hướng trong việc ứng dụng các phương thức học trực tuyến mới trong loại hình giáo dục mở và từ xa và chỉ ra các vấn đề mà Việt Nam phải đối mặt trong quá trình này. Từ đó, tham luận đề xuất một khung phân tích toàn diện cho việc phát triển, đánh giá và xây dựng chiến lược cho phương thức học tập, đào tạo dựa trên công nghệ thông tin (E-learning) trong giáo dục đại học và đào tạo trực tuyến mở dành cho đại chúng (MOOCs).

2. Xu hướng phát triển của E-learning trong giáo dục mở và đào tạo từ xa

Giáo dục luôn là vấn đề trọng tâm trong sự phát triển của xã hội loài người. Đa dạng hoá các loại hình giáo dục được đánh dấu từ sự xuất hiện của loại hình đào tạo từ xa từ thế kỷ thứ 18 bằng hình thức thư tín vào năm 1728 khi Giáo sư Caleb Philipps lần đầu tiên đã đưa ra tài liệu và hướng dẫn học tập trên một trang quảng cáo của tờ Boston Gazette (Lorenzo García Aretio, 2001). Tuy nhiên, các bằng chứng khác cũng cho rằng một khóa học tương ứng như vậy cũng được tổ chức ở Anh vào năm 1840 khi Isaac Pitman bắt đầu một khóa học ngắn hạn. Như vậy, từ những giai đoạn đầu, các việc giảng dạy từ xa bằng thư tín đã xuất hiện tại Hoa Kỳ và các nước châu Âu khác. Vào những năm 1960, khi Đại học Mở ở Anh được thành lập (Aretio, 2001 trích dẫn bởi Alcalá), và chuyển các tài liệu in đã được chuyển sang audiotapes, băng video, và truyền tải chúng đến người học thông qua đài phát thanh, truyền hình phát sóng, điện thoại. Từ những năm 1980, sự xuất hiện của viễn thông hiện đại đã mở ra bối cảnh mới cho giáo dục từ xa. Đó chính là thời đại sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông vào học trực tuyến với lớp học ảo, giảng dạy ảo, mô hình học linh hoạt theo xu hướng tương tác hai chiều. Đặc biệt trong bối cảnh sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và truyền thông cũng như nhu cầu của giáo dục ngày càng tăng, E-Learning đã trở thành chủ đề nóng trong giai đoạn từ những năm 1990 cho đến nay.

Sự phát triển của E-Learning

E-Learning được hiểu và định nghĩa theo nhiều góc độ khác nhau tùy vào góc độ, mục tiêu và đối tượng tiếp cận. Dưới góc độ phương pháp học tập, theo báo cáo E-Content (2004), E-Learning “là một thuật ngữ bao quát mô tả bất kỳ kiểu học tập nào phụ thuộc hoặc tăng cường bằng giao tiếp điện tử sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông mới nhất (ICT)”. Nó cũng được định nghĩa là “thuật ngữ chung bao gồm một loạt các ứng dụng và quy trình dựa trên công nghệ ICT, bao gồm học tập dựa trên máy tính, học trên web, lớp học ảo, cộng tác kỹ thuật số và kết nối mạng” (Hambrecht, 2000; Kaplan-Leiserson’s online glossary), hoặc E-Learning là cách thức học mới qua mạng Internet, qua đó học viên có thể học mọi lúc, mọi nơi, học theo sở thích và học suốt đời (EDUSOFT LTD.). Dưới góc độ kỹ thuật, có một số tiếp cận đơn giản cho rằng E-learning là việc dạy và học được số hoá (Rosenberg, 200; Govindasamy, 2002; Garrison & Anderson, 2003). Dưới góc độ người học, eEurope cho rằng E-Learning là quá trình người học sử dụng các công nghệ đa phương tiện hiện đại và Internet, nhằm cải thiện chất lượng học tập bằng cách truy cập vào các nguồn lực và dịch vụ, cộng tác và trao đổi từ xa. Dưới góc độ nhà cung cấp dịch vụ, Khối Thịnh Vượng Chung (The Commonwealth) năm 1998 đã mô tả E-Learning là việc các cơ sở giáo dục ứng dụng

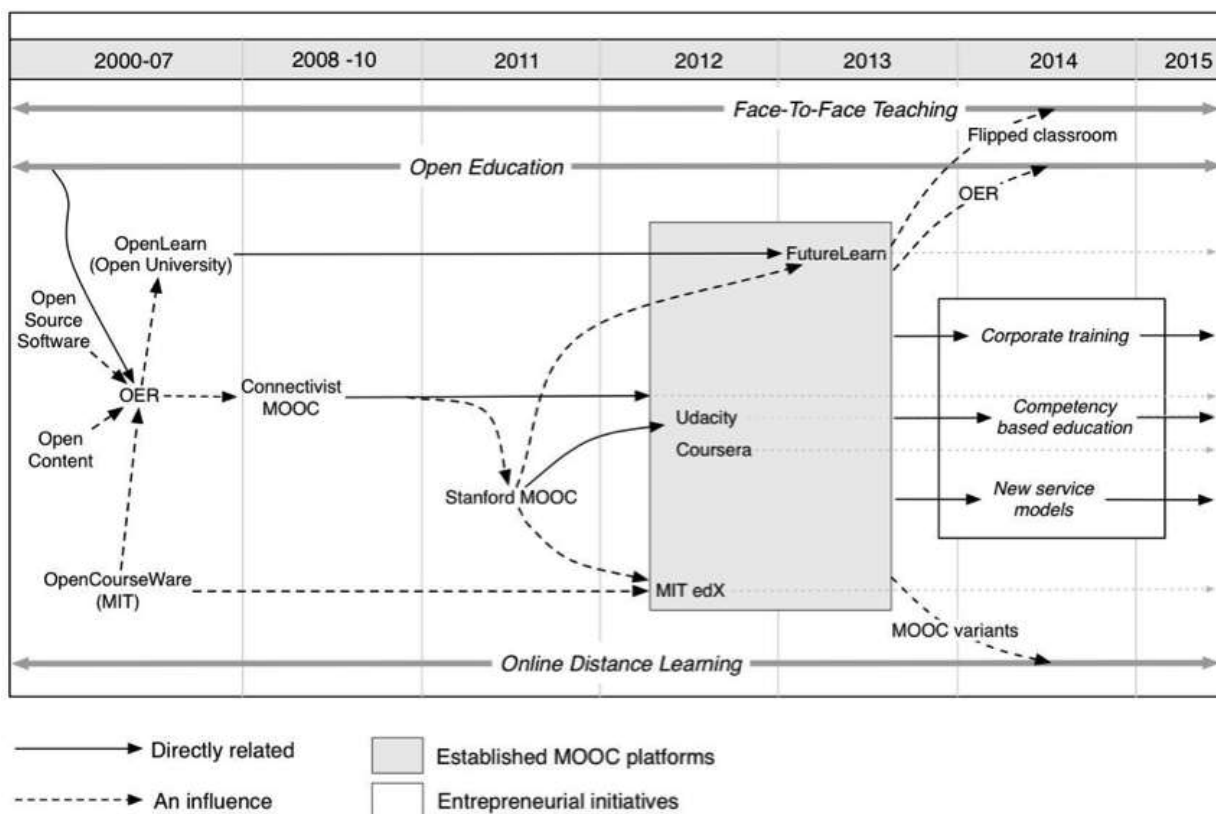
công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) vào các chức năng chính của mình như quản lý, phát triển và phân phối tài liệu, học phí và cung cấp dịch vụ học viên chẳng hạn như tư vấn, đánh giá học tập trước và lập kế hoạch chương trình. Dưới góc độ mục tiêu, “việc sử dụng công nghệ để tạo ra và đưa các dữ liệu có giá trị, thông tin, học tập và kiến thức với mục đích nâng cao hoạt động của tổ chức và phát triển khả năng cá nhân” (Lance Dublin).

Quá trình phát triển chính của E-learning luôn gắn với sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông. Khi công nghệ Web 2.0 ra đời và phát triển, các hệ thống E-learning cũng đi theo xu hướng với việc thêm các tính năng như diễn đàn (forum), chat, hay các hệ thống quản lý học viên (LMS – Learning Management System). Theo đó, nội dung và cách phân phối các nguồn tài nguyên học tập cũng dần trở nên đa dạng hơn thông qua các platform như YouTube, Facebook, iTunes, và webcast của các trường giúp tăng cường tính khả dụng cho những video bài giảng được ghi lại từ các lớp học truyền thống cho đến các nguồn tài nguyên cho phép người dùng tải về.

Thực tiễn cho thấy phương thức đào tạo và học tập trực tuyến có nhiều lợi ích như khả năng truy cập nội dung học tập từ một nơi ở xa và có thể phân phối cho nhiều nơi khác nhau cùng một thời điểm bằng nhiều công cụ và nền tảng khác nhau. Nội dung và phương pháp đào tạo có thể được thiết kế phù hợp với từng tình huống và từng cá nhân cụ thể. Một nội dung học tập được tạo ra có thể được sử dụng ở nhiều ứng dụng khác nhau và có thể sử dụng lại khi công nghệ thay đổi (nếu phát triển mang tính kế thừa). Bên cạnh đó, phương thức này còn giúp tăng hiệu quả học tập rõ rệt trong khi giảm thời gian và chi phí (Wayne Hodgins, 2000). Những lợi ích này là rất phù hợp và cung cấp những tiềm năng rất lớn cho loại hình giáo dục mở và đào tạo từ xa thông qua phương thức trực tuyến.

Đào tạo trực tuyến mở dành cho đại chúng (MOOC)

Hình 1. Tiến trình phát triển của MOOCs trong giáo dục mở và đào tạo từ xa



Nguồn: Li Yuan và Stephen Powell, 2015

Trải qua hơn một thập kỷ, E-learning đã dần trở nên phổ biến trong cung cấp các khóa học trực tuyến cho một lượng khán giả nhỏ và hạn chế. Dựa trên các nền tảng E-learning đã có, những mô hình mới bắt đầu xuất hiện. Năm 2011, Đại học Stanford cung cấp ba khóa học miễn phí cho công chúng với khóa học về trí tuệ nhân tạo, mỗi lần đăng ký thu hút khoảng 100.000 học viên trở lên. Sự ra mắt của ba khóa học này, được giảng dạy bởi Andrew Ng, Peter Norvig, Sebastian Thrun và Jennifer Widom, được cho là đã đánh dấu sự khởi đầu của MOOC (Massive Open Online Course) như một xu hướng mới trong đào tạo từ xa. Sau đó, mô hình này bùng nổ thành một trào lưu từ năm 2012 khi mà các platform lớn như Udacity, Coursera, edX hay FutureLearn được giới thiệu. Các tính năng như quản lý tiến độ khóa học, đánh giá hay quản lý việc cấp chứng chỉ cũng được phát triển tốt hơn để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng cao của người học. Hiện tại, một số khóa học trên các platform này đã cho phép đổi ra tín chỉ tương đương với các khóa học truyền thống ở một số trường Đại học.

Chia sẻ các giá trị của đào tạo từ xa, các khóa học MOOCs được triển khai và cung cấp qua Internet được kỳ vọng sẽ mở ra một cuộc cách mạng mới cho giáo dục mở và đào tạo từ xa. Một trong những yếu tố tạo nên sự khác biệt của MOOCs so với các khóa đào tạo từ xa truyền thống là số lượng người đăng kí có thể lên đến hàng ngàn người học và thường không giới hạn hay ràng buộc về điều kiện tham dự cũng như phí đăng kí. Bên cạnh việc cung cấp kiến thức đến cho học viên, các platform này thường có đi kèm chung là tranh thủ sự hỗ trợ và hợp tác từ các trường đại học cũng như giới học thuật, nhiều hoạt động hợp tác từ các platform này với các đối tác từ các trường Đại học cho đến các công ty, tổ chức lớn. Sự hợp tác này nhằm tối ưu hoá mô hình MOOCs thông qua việc tiếp cận nhiều sinh viên hơn cũng như cắt giảm chi phí đào tạo. Việc áp dụng mô hình này cũng

cho thấy với chi phí đào tạo dựa trên MOOCs thấp hơn đáng kể so với các chương trình đào tạo từ xa truyền thống.

Bảng 1. So sánh phương thức đào tạo từ xa trực tuyến và MOOCs

	Đào tạo trực tuyến	MOOCs
<i>Chi phí</i>	Học phí theo tính chỉ tương tự phương pháp học trực tiếp trên lớp	Một số platform miễn phí (đến thời điểm hiện tại)
<i>Chứng chỉ</i>	Tín chỉ cho chương trình đào tạo cử nhân (có thể hoặc không công nhận là một phần của chương trình học)	Giấy chứng nhận hoàn thành khoá học
<i>Tỉ lệ hoàn thành</i>	Tương tự với tỉ lệ của phương pháp học trực tiếp trên lớp	Rất thấp
<i>Quy mô khoá học</i>	Nhỏ - khoảng 20 người	Lớn (từ 100 - hơn 100,000 người)
<i>Người cung cấp</i>	Các trường đại học (phi lợi nhuận hoặc vì lợi nhuận)	Nhà cung cấp tư như Coursera, Udacity, ect.)
<i>Tương tác với người hướng dẫn</i>	Tương tác qua các cuộc thảo luận, giờ làm việc, email, hội thảo trên web, phản hồi bài tập	Rất ít tương tác với người hướng dẫn
<i>Tương tác với các sinh viên khác</i>	Đa dạng (nhóm làm việc, thảo luận, đồng đánh giá)	Đa dạng (đồng đánh giá, thảo luận và mạng xã hội)
<i>Đánh giá điểm</i>	Tiêu chuẩn điểm số	Giấy chứng nhận hoàn thành
<i>Thời gian khoá học</i>	Học kỳ hoặc quý như phương pháp học trực tiếp trên lớp	Linh động (từ 3 đến 6 tuần)

Nguồn: tác giả tổng hợp dựa trên các nghiên cứu của Jansen và ctg (2015); Bonk và ctg (2015).

Ứng dụng E-learning cho loại hình giáo dục mở và từ xa sẽ dừng lại ở MOOCs?

Hầu hết các platform lớn về MOOCs như Coursera, Udacity và edX, sau thành công bước đầu, họ điều phát triển tầm nhìn và chiến lược ở các giai đoạn tiếp theo để có thể mở rộng và học tập kết hợp (blended learning) giữa các hoạt động trực tuyến và việc giảng dạy truyền thống trong khuôn khổ các trường. Tuy vào những đặc trưng quốc gia, nhiều nước cũng đã vận dụng tinh thần và cơ chế hoạt động của MOOC vào điều kiện cụ thể của nước mình. Sau khi đưa platform MOOC vào sử dụng, Trung Quốc đã có chiến lược phát triển xa hơn cho mô hình này với phương thức “tích hợp và cải tiến” để sử dụng công nghệ mới khắc phục những khuyết điểm của MOOC trong hoạt động gắn lý thuyết và thực hành (Liu & Zhang, 2018). Hiện nay, đã bắt đầu có những sáng kiến về những mô hình mới như việc chuyển từ MOOCs sang MAITs (Massive Adaptive Interactive Text). Những điều này cho thấy rằng mô hình MOOCs vẫn đang không ngừng hoàn thiện và phát triển nhằm phù hợp với các điều kiện cụ thể.

Tuy nhiên, mô hình MOOC cũng bắt đầu cho thấy những bất cập của nó. Mặc dù nhiều tổ chức vẫn cho rằng MOOC là một cách rẽ tiền để làm giáo dục ở quy mô lớn. Tuy nhiên, nếu các khoá học không đạt được quy mô như mong muốn, thì chi phí đầu tư và duy trì hệ thống này là đáng kể. Theo thống kê năm 2013, chỉ có 10% số người đăng

ký ban đầu hoàn thành các khoá học của Udacity. Đến năm 2015, một số dự án MOOCs thậm chí đã bị “khai tử”. Điều này cho thấy rằng xu hướng phát triển của E-learning là khó dự đoán trong bối cảnh công nghệ thông tin lẫn công nghệ giáo dục biến đổi liên tục. Điều này tạo ra những rào cản trong việc xã hội hoá, tư nhân hoá mô hình giáo dục này. Do vậy, để có thể phát huy những lợi ích quan trọng của các mô hình e-learning mới trong việc tiếp cận số lượng lớn người dân đang sống ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa thì rõ ràng rất cần sự can thiệp và hỗ trợ từ nhà nước.

3. Các vấn đề trong phát triển giáo dục mở và từ xa trực tuyến ở Việt Nam hiện nay

Năm 2013, nghị quyết Hội nghị lần thứ 8, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khoá XI về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế đã có chỉ đạo về “Đổi mới hệ thống giáo dục theo hướng mở, linh hoạt, liên thông giữa các bậc học, trình độ, cũng như giữa các phương thức giáo dục và đào tạo. Chuẩn hoá, hiện đại hoá giáo dục và đào tạo”. Tuy nhiên, đến nay khái niệm về hệ thống giáo dục mở vẫn chưa được xác định đầy đủ và chính xác. Tính dự đoán và quy hoạch tổng thể nền giáo dục còn một số bất cập nhất là đối với phát triển giáo dục mở và từ xa trực tuyến.

Năm 2016, Bộ GD&ĐT đã ban hành thông tư số 12/2016/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 2 năm 2016 về quy định ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý, tổ chức, đào tạo qua mạng. Trong đó, quy định một số nội dung liên quan đến thiết kế web dạy trực tuyến đào tạo qua mạng, hệ thống máy chủ và hạ tầng kết nối mạng Internet, hệ thống quản lý học tập, hệ thống thiết kế website quản lý nội dung học tập, kho học liệu số, và đội ngũ nhân sự. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều vấn đề trong các hoạt động của E-learning hiện nay chưa có sự kiểm soát, đánh giá thường xuyên (và thiếu chặt chẽ) nên hậu quả là chất lượng không đáp ứng được yêu cầu.

Bên cạnh đó, nguồn lực đầu tư cho E-learning là một vấn đề quan trọng. Tuy nhiên, đầu tư cho công nghệ tốn kém và mang tính rủi ro cao bởi công nghệ nhanh lạc hậu và thường thay đổi. Hơn nữa, nhiều tập đoàn công nghệ lớn trên thế giới đã thất bại khi đầu tư cho đào tạo mở và từ xa trực tuyến. Những thất bại này có thể được lý giải bởi sự hiểu biết chỉ một phần trong sự phức tạp của giáo dục và công nghệ. Do đó, nếu chúng ta muốn phát triển giáo dục mở và đào tạo từ xa, các yếu tố liên quan đến E-learning và các mối liên hệ giữa chúng cần phải được đánh giá và phân tích một cách toàn diện.

4. Đề xuất khung tiếp cận để phát triển hệ sinh thái số cho giáo dục mở và đào tạo từ xa trực tuyến ở Việt Nam

Đã có rất nhiều các lý thuyết về xã hội, kinh tế, giáo dục được sử dụng trong nhiều nghiên cứu về đào tạo trực tuyến trên thế giới. Trong đó, lý thuyết về hệ sinh thái (Ecosystem) đã được chứng minh tiềm năng trong việc xác định những yếu tố cấu thành E-learning và mối quan hệ giữa chúng với nhau trong một môi trường tương tác chung. Lý thuyết này xuất phát từ ngành khoa học tự nhiên, nhưng đã và đang được áp dụng nhiều trong các lĩnh vực xã hội. Một hệ sinh thái là một đơn vị tự nhiên bao gồm tất cả các loài thực vật, động vật và vi sinh vật (các yếu tố sinh học) trong một khu vực hoạt động cùng với tất cả các yếu tố phi sinh vật (yếu tố phi sinh học) của môi trường (Christopherson). Trong lĩnh vực xã hội, lý thuyết hệ sinh thái có thể được áp dụng cho

các quá trình và cấu trúc hoạt động xã hội của con người để đánh giá một hệ thống đã có, cũng như đề xuất ra một hệ thống mới hiệu quả và phù hợp hơn. Nhiều nghiên cứu đã sử dụng lý thuyết này để phân tích E-Learning như mô hình của Chang và Guetl (2007) hoặc Uden và Damiani (2007) (Dewanti, 2016). Về cơ bản, một hệ thống sinh thái cho E-Learning sẽ bao gồm các đơn vị “sinh học”: người học và các đối tượng liên quan như giảng viên, sinh viên, người cung cấp nội dung, người thiết kế chương trình giảng dạy, chuyên gia giáo dục, v.v... được tập hợp trong các tổ chức như cơ quan quản lý, các đơn vị đào tạo, các doanh nghiệp, các đơn vị cung cấp dịch vụ. Theo đó, Các đơn vị phi sinh học bao gồm các phương tiện truyền thông, kỹ thuật, công cụ, hoạt động quản lý. Bao trùm cả hai đơn vị này chính là môi trường của hệ sinh thái bao gồm các ảnh hưởng bên trong và bên ngoài của các đơn vị sinh học và phi sinh học.

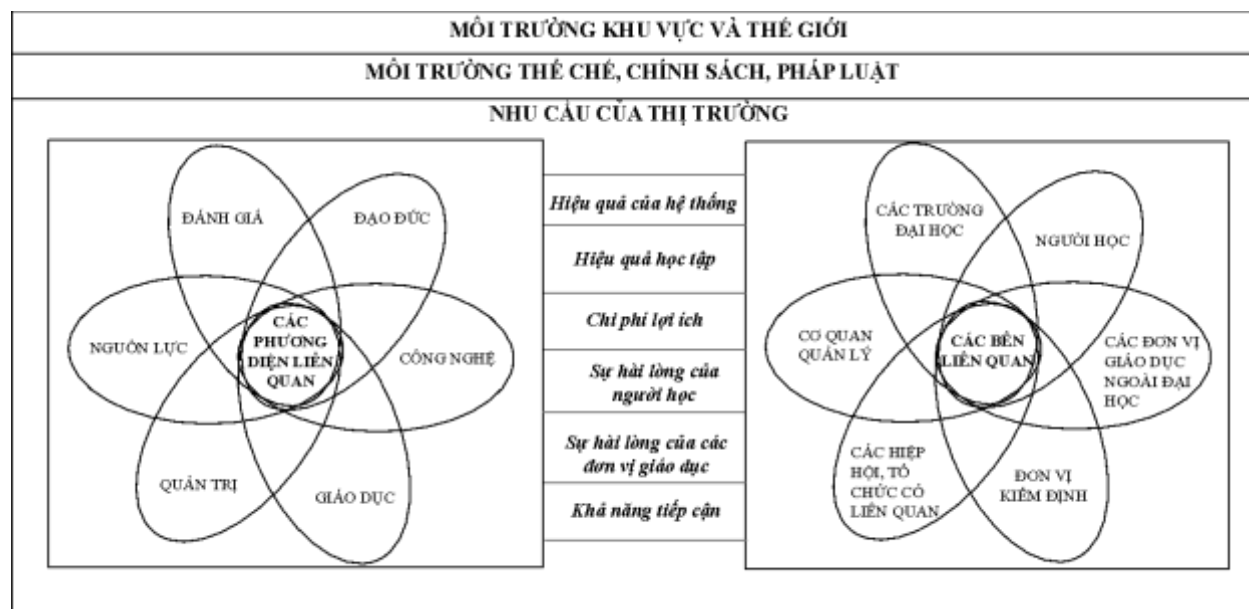
Để có thể hoàn thiện và chi tiết hoá các đơn vị và các thành tố của hệ sinh thái E-Learning, tham luận tiến hành đánh giá các nghiên cứu trên thế giới dựa trên phương pháp tiếp cận toàn diện. Khan (2005) cho rằng “Điều quan trọng là phải xác định tất cả các yếu tố sẽ xác định tất cả các yếu tố thành công của sự học tập điện tử. Trong mô hình của mình, Khan phát triển các yếu tố được chia thành ba lĩnh vực chính: thứ nhất là Giáo dục (1. Sư phạm, 2. Đạo đức, 3. Đánh giá), thứ hai là công nghệ (1. Công nghệ, 2. Thiết kế giao diện) và thứ ba là Quản lý (1. Thể chế, 2. Hỗ trợ tài nguyên, 3. Quản lý). (Kurti, 2008). Trong khung phân tích của mình Babagg (2005) đã tập trung vào ba nhóm chính bao gồm: thứ nhất là các mô hình hoặc kiến trúc giáo dục (gồm giáo dục mở/linh động, phân phối giáo dục, xây dựng cộng đồng tri thức), thứ hai là chiến lược cấu trúc (gồm cộng tác, kết nối, phản ánh, đóng vai, khám phá, giải quyết vấn đề), thứ ba là công nghệ (gồm công cụ giao tiếp, truyền thông đa phương tiện, công cụ Web, hệ thống quản lý khoá học). Aparico và ctg (2016) đã phát triển một khung lý thuyết hệ thống E-Learning bao gồm ba hệ thống con gồm hệ thống các bên liên quan đến E-learning, công nghệ E-learning, và các hoạt động E-learning. Trong hệ thống các bên liên quan, các tác giả nhấn mạnh các yếu tố khách hàng, nhà cung cấp, hội đồng giáo sư, sinh viên, đơn vị quản lý. Các yếu tố công nghệ liên quan đến số hoá nội dung đào tạo, cách thức giao tiếp và phương thức cộng tác giữa người dạy và người học. Hệ thống các hoạt động E-learning tập trung vào các mô hình giáo dục và các chiến lược cấu trúc.

Dựa trên phân tích và đánh giá các nghiên cứu trên, tham luận cho rằng hoạt động số hoá các hoạt động của giáo dục mở và đào tạo từ xa đã, đang và sẽ hình thành một hệ sinh thái có cấu trúc như sau: Thứ nhất, các đơn vị “sinh học” chính là các bên liên quan bao gồm các trường đại học (lãnh đạo, giảng viên, người cung cấp nội dung, người thiết kế chương trình giảng dạy, chuyên gia giáo dục, các khoa, các phòng ban có liên quan), người học, các đơn vị giáo dục ngoài các trường đại học (các trường cao đẳng, trung cấp, các doanh nghiệp giáo dục), các đơn vị kiểm định (trong và ngoài nước), các hiệp hội và tổ chức có liên quan khác (tổ chức nghề nghiệp, tổ chức quốc tế, tổ chức phi chính phủ). Thứ hai, các đơn vị “phi sinh học”: là môi trường của E-Learning bao gồm các phương diện liên quan đến công nghệ, giáo dục, quản trị, đạo đức, đánh giá, nguồn lực. Thứ ba, môi trường của hệ sinh thái bao gồm môi trường khu vực, thế giới; môi trường thể chế, chính sách và pháp luật, nhu cầu của thị trường.

Sự tương tác giữa các bên liên quan và các phương diện liên quan trong môi trường sinh thái này nhằm hướng đến mục tiêu cuối cùng là chất lượng giáo dục đào tạo dựa trên

phương thức trực tuyến. Yếu tố chất lượng có thể được quan sát và đánh giá thông qua hiệu quả của hệ thống giáo dục, hiệu quả học tập, chi phí lợi ích, sự hài lòng của người học, sự hài lòng của các đơn vị giáo dục và khả năng tiếp cận.

Hình 2. Khung tiếp cận để phát triển hệ sinh thái số cho giáo dục mở và đào tạo từ xa trực tuyến



5. Hàm ý chính sách cho phát triển E-learning trong giáo dục mở và từ xa trực tuyến ở Việt Nam hiện nay

Từ khung tiếp cận để phát triển hệ sinh thái số, cùng những phân tích về đặc thù của loại hình giáo dục mở và đào tạo từ xa trực tuyến, tham luận trình bày một số hàm ý chính sách để có thể hoàn thiện và phát huy hiệu quả của phương thức đào tạo trực tuyến cho giáo dục mở và đào tạo từ xa ở Việt Nam.

Thứ nhất, nghiên cứu và xây dựng chiến lược để phát triển cho đào tạo mở và từ xa trực tuyến trong ngắn, trung và dài hạn nhằm hướng tới xã hội học tập. Trong đó, cần chú ý các cơ chế, chính sách nhằm vận dụng có hiệu quả các xu hướng phát triển mới của phương thức E-learning vào điều kiện của nước ta một cách phù hợp cho toàn bộ hệ thống giáo dục, trong đó giáo dục đại học phải được đặt ở vị trí trung tâm. Quá trình hoàn thiện các cơ chế, chính sách, hệ thống pháp luật về E-learning phải phù hợp với thực tiễn đối với đội ngũ giáo viên, sinh viên, trường đại học, người lao động, doanh nghiệp tham gia đào tạo.

Thứ hai, cần chú ý đến các phương diện giáo dục trong môi trường 4.0, bởi vì cho dù áp dụng phương pháp đào tạo nào cũng cần phải lấy người học làm trung tâm trong giảng dạy và đánh giá chất lượng. Bên cạnh đó, trong điều kiện hiện nay cần đầu tư các giải pháp kết hợp việc sử dụng E-learning và phương thức giảng dạy truyền thống. Hai phương thức này phải được phối hợp song song và hỗ trợ lẫn nhau để khắc phục các nhược điểm của từng loại hình đào tạo, đặc biệt là giảng dạy và thực hành các kỹ năng gắn với công việc.

Thứ ba, về phương diện kỹ thuật, Nhà nước và các đơn vị đào tạo cần đầu tư cơ sở kỹ thuật hiện đại, đồng bộ, đáp ứng được yêu cầu của đào tạo trực tuyến trong bối cảnh

4.0 như đường truyền Internet tốc độ cao, điện toán đám mây, máy tính, mạng nội bộ, phần mềm trí tuệ nhân tạo, phần mềm phục vụ E-learning, website, thư viện điện tử, hệ thống đào tạo trực tuyến, phòng học đa phương tiện, phòng chuyên môn hoá, hệ thống thiết bị ảo mô phỏng, thiết bị thực tế ảo, thiết bị dạy học thuật và các phần mềm ảo mô phỏng thiết bị dạy học thực tế. Các trường đại học không muốn hay không tự tổ chức vận hành được toàn bộ hệ thống E-learning thì có thể hợp tác, thuê dịch vụ ngoài (outsourcing) hoặc liên kết với các đơn vị công nghệ để thực hiện.

Thứ tư, về phương diện nguồn lực, trên cơ sở hoàn thiện các cơ chế chính sách về phân bổ và sử dụng tài chính trong lĩnh vực giáo dục, nhà nước cần có các hỗ trợ tài chính để thí điểm và triển khai các phương thức như MOOCs cho một số đơn vị thực hiện nhằm mục tiêu dẫn dắt và định hướng thị trường cho loại hình giáo dục mở và từ xa trực tuyến. Trong điều kiện các nguồn lực công còn hạn chế, cần chú ý gắn kết chặt chẽ giữa trường đại học với doanh nghiệp để có thể chia sẻ các nguồn lực chung như cơ sở hạ tầng, tài chính, nhân lực, tài liệu học tập, quan trọng hơn là rút ngắn thời gian chuyển giao từ kiến thức, kỹ năng vào thực tiễn cuộc sống. Một trong những vấn đề quan trọng là phải tạo điều kiện cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước tham gia vào thị trường giáo dục trực tuyến để tăng tính cạnh tranh và sự lựa chọn cho người học, từ đó giảm áp lực đầu tư ngân sách nhà nước.

Thứ năm, cần đầu tư xây dựng hệ thống đánh giá, kiểm định chất lượng chuẩn quốc gia cho chương trình giáo dục mở và đào tạo từ xa trực tuyến có đủ độ tin cậy và tiệm cận với chuẩn khu vực và thế giới. Bên cạnh việc kiểm định trường, kiểm định ngành đào tạo, cần hướng đến thẩm định, đánh giá chất lượng của các khóa học và các video được cung cấp trên mạng. Việc này rất cần đến trách nhiệm của doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo về việc xây dựng khóa học trực tuyến, hoạt động này phải gắn với việc hình thành và xây dựng văn hoá chất lượng để người làm công tác đào tạo giáo dục phải có ý thức nâng cao chất lượng của loại hình đào tạo này.

Thứ sáu, về phương diện quản trị, ở cấp độ quản trị nhà nước về học trực tuyến, nhà nước cần hướng đến quản trị cộng tác để tạo cơ chế phối hợp giữa các trường đại học và doanh nghiệp, giữa các tổ chức trong nước với các tổ chức quốc tế nhằm khai thác nguồn lực tổng thể từ các bên liên quan. Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh tự chủ đại học để các cơ sở giáo dục đại học có thể chủ động trong quản trị nguồn nhân lực, tài chính và nội dung đào tạo. Ở cấp độ vi mô, các trường đại học cần đầu tư vào hoạt động quản trị cho các hoạt động E-learning ở cả không gian thực tế lẫn không gian mạng thông qua các bộ phận có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ tốt có thể đáp ứng được yêu cầu phát triển.

Thứ bảy, làm tốt công tác tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của người dân về giáo dục mở và đào tạo trực tuyến, góp phần thúc đẩy học tập độc lập và suốt đời gắn với Đề án “Xây dựng xã hội học tập giai đoạn 2012-2020”. Cũng cần chú ý đến tuyên truyền bên trong các đơn vị đào tạo, để tạo sự đồng thuận và phát huy tiềm lực bên trong các tổ chức. Bên cạnh đó, cần chú ý đến công tác tuyên dương, khen thưởng, nhân rộng điển hình, cùng với việc thường xuyên sơ kết, tổng kết, đánh giá, rút kinh nghiệm.

6. Kết luận

Việc số hóa giáo dục đào tạo đã và đang nhận được sự quan tâm rất lớn từ phía nhà nước, các trường đại học, các đơn vị giáo dục công lập lẫn tư nhân và các nhà đầu tư. Những mô hình đào tạo trực tuyến mới như MOOC đã và đang được ứng dụng rộng rãi trong loại hình giáo dục mở và đào tạo từ xa. Bên cạnh những điểm mạnh, các phương thức của E-learning vẫn còn nhiều điểm hạn chế cần được phân tích và đánh giá một cách toàn diện trước khi xây dựng và phát triển rộng khắp mô hình này. Từ quan điểm nay, tham luận đã dựa vào các lý thuyết và nghiên cứu đã có để tích hợp thành một khung tiếp cận để có thể phát triển một hệ sinh thái số cho giáo dục mở và đào tạo từ xa trực tuyến ở Việt Nam.

Trong phạm vi một tham luận, việc xây dựng khung tiếp cận không thể tránh khỏi những hạn chế chủ quan, cụ thể là vị trí và vai trò của các yếu tố liên quan đến E-learning, cũng như các mối liên hệ giữa các yếu tố dựa vào tổng hợp, đánh giá các nghiên cứu trước là chưa đủ sức thuyết phục, cần phải có khảo sát, sử dụng phương pháp chuyên gia để xác định các thành tố nào là quan trọng và cần thiết nhất. Dựa trên những điểm mạnh, hạn chế và các góp ý cho tham luận, tác giả sẽ tiến hành các bước nghiên cứu tiếp theo để cụ thể hoá khung tiếp cận này giúp nâng khả năng ứng dụng của nó không chỉ trong nghiên cứu, hoạch định chiến lược, chính sách và định hướng E-learning ở cả cấp độ vĩ mô, mà còn phát triển các mô hình ở cấp độ vi mô.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Adkins, Sam S. (2014). The 2013-2018 Asia Self-paced eLearning Market. *Ambient Insight Regional Report*. Truy cập ngày 16 tháng 09 năm 2018:
<http://www.ambientinsight.com/Resources/Documents/AmbientInsight-2013-2018-Asia-Self-paced-eLearning-Market-Executive-Overview.pdf>
2. Aparicio, M., Bacao, F., & Oliveira, T. (2016). An e-learning theoretical framework. *Journal of Educational Technology & Society*, 19(1), 292
3. Bonk, C. J., Lee, M. M., Reeves, T. C., & Reynolds, T. H. (Eds.). (2015). *MOOCs and open education around the world*. Routledge.
4. Cross, John A., Jay Cross, and Lance Dublin. *Implementing e-learning*. American Society for Training and Development, 2002.
5. Dewanti, P. (2016). "Linking National Standards of Distance Education With E-Learning Ecosystem". *Journal of Theoretical & Applied Information Technology*, 86(3).
6. García-Peñalvo, F. J. (Ed.). (2008). *Advances in E-Learning: Experiences and Methodologies: Experiences and Methodologies*. IGI Global.
7. Garrison, D. Randy. *E-learning in the 21st century: A framework for research and practice*. Taylor & Francis, 2011.
8. Govindasamy, Thavamalar. "Successful implementation of e-learning: Pedagogical considerations." *The internet and higher education* 4.3-4 (2001): 287-299.
9. Gyambrah, M. K. (2007). *E-Learning Technologies and Its Application in Higher Education: A Descriptive Comparison of Germany, United Kingdom and United States* (Doctoral dissertation, Imu).
10. Gyambrah, Martin K. *E-Learning Technologies and Its Application in Higher Education: A Descriptive Comparison of Germany, United Kingdom and United States*. Diss. Imu, 2007.
11. Hambrecht, W. R. "Corporate e-learning: Exploring a new frontier." *Retrieved July 23 (2000): 2005*.
12. Indira Gandhi National Open University (IGNOU).
13. Jansen, D., Schuwer, R., Teixeira, A., & Aydin, C. H. (2015). Comparing MOOC adoption strategies in Europe: Results from the HOME project survey. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 16(6).
14. Khan, B. H. (2004). The People -Process - Product Continuum in E-Learning: The E-Learning P3 Model. *Educational Technology*, 44(Issue of Educational Technology), 33-40.
15. Khan, B. H. (2005). Learning Features in an Open, Flexible, and Distributed Environment. *AACE Journal*, 13(2), 137-153.
16. Khan, B. H. (2006). *Flexible Learning in an Information Society* Information Science Publishing

17. Khan, B. H. (2009). E-Learning - The Global e-Learning Framework. In S. Mishra (Ed.), STRIDE Handbook 8 (Vol. 1, pp. 42-52). New Delhi-110 068, Maidan Garhi: The
18. Liu, J., & Zhang, H. (2018). MOOCs in Chinese Education. In Digital Transformation and Innovation in Chinese Education (pp. 39-58). IGI Global.
19. Ngân hàng thế giới (WB). (2005). *Việt Nam quản lý chi tiêu công để tăng trưởng và giảm nghèo. Báo cáo chung của ngân hàng thế giới và chính phủ*. Truy cập 20 tháng 09 năm 2018:
<http://siteresources.worldbank.org/INTVIETNAM/Resources/PERIFAVolume2FinalViet.pdf>
20. Rosenberg, Marc J. “E-learning: building successful online learning in your organization.” *McGrow Hill, New York, NY, USA* (2001).
21. Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC). (2018). Báo cáo tài nguyên Internet Việt Nam 2017. Nhà xuất bản Thông và Truyền thông.

NHỮNG YÊU CẦU VÀ KỸ NĂNG CƠ BẢN TRONG QUÁ TRÌNH GIẢNG DẠY CÁC MÔN LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ ĐỂ THÍCH ỨNG VỚI CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

PGS.TS. Trần Mai Ước

Chánh Văn phòng, trường Đại học Ngân hàng TP.HCM

Tóm tắt:

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư - còn được gọi là công nghiệp thế hệ 4.0 (CMCN 4.0) - đã, đang và sẽ tiếp tục tạo ra những biến động mạnh mẽ, gây ảnh hưởng đến mọi mặt của cuộc sống con người trong thế kỷ 21 nói chung, trong đó có giáo dục đại học nói riêng. Lý luận và thực tiễn đã chứng minh rằng, giảng dạy các môn Lý luận chính trị tại các trường đại học giữ và đóng một vị trí quan trọng trong việc cung cấp kiến thức, thế giới quan, phương pháp luận nền tảng cho sinh viên trong quá trình ngồi trên ghế giảng đường. Bài viết đi vào phân tích và làm rõ những yêu cầu và kỹ năng cơ bản trong quá trình giảng dạy các môn lý luận chính trị để thích ứng với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: *giảng dạy; lý luận; lý luận chính trị; e-learning; cách mạng; cách mạng công nghiệp 4.0.*

1. Dẫn nhập

Cách mạng Công nghiệp 4.0 là khái niệm lần đầu tiên được đưa ra tại Hội chợ Công nghệ Hannover ở Cộng hòa Liên bang Đức năm 2011. Khái niệm cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (FIR) lần đầu tiên được đề cập đến trong bản “*Kế hoạch hành động chiến lược công nghệ cao*” được Chính phủ Đức thông qua vào năm 2012. Đây là một chương trình hỗ trợ của Chính phủ Liên bang Đức hợp tác với giới nghiên cứu và các hiệp hội công nghiệp hàng đầu của Đức nhằm cải thiện quy trình quản lý và sản xuất trong các ngành chế tạo thông qua “điện toán hóa”. Từ đó đến nay, thuật ngữ “Công nghiệp 4.0” được sử dụng rộng rãi trên thế giới để mô tả cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Lịch sử đã ghi nhận 3 cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) chính thức, làm thay đổi toàn bộ nền sản xuất và các điều kiện kinh tế - xã hội của thế giới. *Cách mạng công nghiệp lần thứ nhất* được đánh dấu bằng sự ra đời của máy hơi nước. *Cuộc cách mạng thứ hai* là sự xuất hiện của điện năng, và *cách mạng thứ ba* là sự bùng nổ của tin học và tự động hóa. *Cách mạng công nghiệp lần thứ 4* là xu hướng tự động hóa và trao đổi dữ liệu trong công nghệ sản xuất. Bản chất của CMCN lần thứ 4 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,... CMCN lần thứ 4 bao gồm các hệ thống không gian mạng, Internet vạn vật và điện toán đám mây. Qua đó, người ta tạo ra những nhà máy thông minh với hệ thống máy móc tự kết nối với nhau, tự tổ chức và quản lý. Đây còn được gọi là cuộc cách mạng số, vì chúng ta sẽ được chứng kiến công cuộc “số hóa” thế giới thực thành thế giới ảo.

CMCN 4.0 vẫn đang diễn ra từng ngày, từng giờ và chắc chắn sẽ tác động tới giáo dục đại học cũng như các nhà tuyển dụng. Chính vì thế, các đại học càng không thể thỏa mãn với kết quả kiểm định đạt tiêu chuẩn của các tổ chức đã được Bộ Giáo dục & Đào

tạo cấp phép mà cần chủ động tiếp cận với những thực tiễn của CMCN 4.0 để luôn làm mới chính mình. Thực tiễn đã chứng minh rằng, CMCN 4.0 có ảnh hưởng trực tiếp, lớn nhất đến giáo dục - nơi trực tiếp đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho công nghiệp 4.0. Để đáp ứng nhu cầu nhân lực cho nền công nghiệp mới và đồng thời tận dụng thế mạnh của công nghệ thông tin (CNTT), nhiều trường đại học trên thế giới đã và đang đổi mới toàn diện và theo đó giáo dục 4.0 đang được đánh giá là mô hình phù hợp. Giáo dục 4.0 là một mô hình giáo dục thông minh, liên kết chủ yếu giữa các yếu tố nhà trường - nhà quản lý - nhà doanh nghiệp, tạo điều kiện cho việc đổi mới, sáng tạo và năng suất lao động trong xã hội tri thức.

Trước bối cảnh đó, đòi hỏi công tác giảng dạy các môn lý luận chính trị cần có tầm nhìn chiến lược cũng như có các yêu cầu và kỹ năng phù hợp để chuẩn bị cho những thay đổi lớn, đáp ứng yêu cầu của CMCN 4.0.

2. Nội dung

2.1. Những vấn đề cần quan tâm trong quá trình giảng dạy các môn lý luận chính trị để thích ứng với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Trước tác động của CMCN 4.0, việc đổi mới căn bản và toàn diện nói chung nền giáo dục quốc dân và các môn lý luận chính trị (LLCT) nói riêng là nhu cầu mang tính cấp thiết. Qua thực tiễn quản lý, nghiên cứu và giảng dạy các môn LLCT tại các hệ, các chương trình và nhiều trường trong thời gian vừa qua, theo quan điểm của chúng tôi, để nâng cao hơn nữa chất lượng giảng dạy các môn lý luận chính trị thích ứng với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, cần tập trung vào một số vấn đề cơ bản, có liên quan, thể hiện cụ thể qua một số điểm như sau:

Thứ nhất, triển khai ứng dụng e-learning trong hoạt động giảng dạy và học tập sẽ là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng dạy và học các môn LLCT trong cách mạng công nghiệp 4.0.

Giai đoạn hiện nay, hình thức ứng dụng CNTT trong dạy và học khá phổ biến đó chính là cách học “học dựa vào máy tính” gọi là E-learning (học dựa vào máy tính). E-learning là hình thức người học sử dụng máy tính để tự học các bài giảng mà người dạy đã soạn sẵn, hoặc xem các đoạn phim về các tiết dạy của người dạy, hoặc có thể trao đổi trực tuyến với người dạy thông mạng Internet. Điểm khác cơ bản của hình thức E-learning là lấy người học làm trung tâm, người học sẽ tự làm chủ quá trình học tập của mình, người dạy chỉ đóng vai trò hỗ trợ việc học tập cho người học.

E-learning (viết tắt của Electronic Learning) là thuật ngữ mới. Hiện nay, theo các quan điểm và dưới các hình thức khác nhau có rất nhiều cách hiểu về E-Learning. Hiểu theo nghĩa rộng, E-learning là một thuật ngữ dùng để mô tả việc học tập, đào tạo dựa trên công nghệ thông tin và truyền thông, đặc biệt là công nghệ thông tin. Theo quan điểm hiện đại, E-learning là sự phân phát các nội dung học sử dụng các công cụ điện tử hiện đại như máy tính, mạng vệ tinh, mạng Internet, Intranet,... trong đó nội dung học có thể thu được từ các website, đĩa CD, băng video, audio... thông qua một máy tính hay ti vi; người dạy và người học có thể giao tiếp với nhau qua mạng dưới các hình thức như: e-mail, diễn đàn (forum), hội thảo video, thảo luận trực tuyến (chat), face book...

Có hai hình thức giao tiếp giữa người dạy và người học: giao tiếp đồng bộ (Synchronous) và giao tiếp không đồng bộ (Asynchronous). Giao tiếp đồng bộ là hình thức giao tiếp trong đó có nhiều người truy cập mạng tại cùng một thời và trao đổi thông tin trực tiếp với nhau như: thảo luận trực tuyến, hội thảo video, nghe đài phát sóng trực

tiếp, xem tivi phát sóng trực tiếp... Giao tiếp không đồng bộ là hình thức mà những người giao tiếp không nhất thiết phải truy cập mạng tại cùng một thời điểm, ví dụ như: các khoá tự học qua Internet, CD-ROM, e-mail, diễn đàn. Đặc trưng của kiểu học này là giảng viên phải chuẩn bị tài liệu khoá học trước khi khoá học diễn ra. Người học được tự do chọn lựa thời gian tham gia khoá học.

Bối cảnh khi mà thế giới “*net*” đang trở nên phổ biến như hiện nay, thì cách học các môn lý luận chính trị theo hình thức trực tuyến E-Learning sẽ góp phần đáp ứng được những tiêu chí giáo dục mới: học mọi nơi, học mọi lúc, học theo sở thích, và học suốt đời (lifelong learning). Chúng tôi cho rằng, nếu đứng trên một góc độ nào đó, E-Learning sẽ bổ sung cho cách học tập truyền thống, góp phần nâng cao chất lượng việc dạy và học các môn lý luận chính trị, nhất là trong bối cảnh toàn cầu.

Thực tiễn nghiên cứu và áp dụng, chúng tôi nhận thấy rằng, việc dạy và học các môn lý luận chính trị bằng E-Learning có một số hình thức chủ yếu như:

+ Đào tạo từ xa (Distance Learning): Thuật ngữ này nói đến hình thức đào tạo trong đó người dạy và người học không ở cùng một chỗ, thậm chí không cùng một thời điểm. Ví dụ như việc đào tạo sử dụng công nghệ hội thảo cầu truyền hình hoặc công nghệ web;

+ Đào tạo dựa trên máy tính (CBT - Computer-Based Training). Hiểu theo nghĩa rộng, thuật ngữ này nói đến bất kỳ một hình thức đào tạo nào có sử dụng máy tính. Nhưng thông thường thuật ngữ này được hiểu theo nghĩa hẹp để nói đến các ứng dụng (phần mềm) đào tạo trên các đĩa CD-ROM hoặc cài trên các máy tính độc lập, không nối mạng, không có giao tiếp với thế giới bên ngoài. Thuật ngữ này được hiểu đồng nhất với thuật ngữ CD-ROM Based Training;

+ Đào tạo dựa trên web (WBT - Web-Based Training): là hình thức đào tạo sử dụng công nghệ web. Nội dung học, các thông tin quản lý khoá học, thông tin về người học được lưu trữ trên máy chủ và người dùng có thể dễ dàng truy nhập thông qua trình duyệt Web. Người học có thể giao tiếp với nhau và với giảng viên, sử dụng các chức năng trao đổi trực tiếp, diễn đàn, e-mail... thậm chí có thể nghe được giọng nói và nhìn thấy hình ảnh của người giao tiếp với mình;

+ Đào tạo trực tuyến (Online Learning/Training): là hình thức đào tạo có sử dụng kết nối mạng để thực hiện việc học: lấy tài liệu học, giao tiếp giữa người học với nhau và với giảng viên...;

+ Đào tạo dựa trên công nghệ (TBT - Technology-Based Training) là hình thức đào tạo có sự áp dụng công nghệ, đặc biệt là dựa trên công nghệ thông tin.

Như vậy, việc ứng dụng rộng rãi E-Learning vào việc dạy và học các môn LLCT, nhìn tổng quát sẽ có những “*tính trội*” như:

(i), tạo sự thuận lợi tối đa cho người học, giúp người học không bị hạn chế về mặt thời gian và địa điểm;

(ii), giáo dục trực tuyến kinh tế hơn so với các khóa học yêu cầu người học phải tham dự tại trường đại học hàng ngày. Điều này là bởi vì chi phí vận chuyển, cơ sở hạ tầng và chi phí học đại học là loại bỏ hoàn toàn. Ngoài ra, các giảng viên tốt nhất mà các trường đại học không thể đủ khả năng để sử dụng toàn bộ quỹ thời gian, có thể được thuê trong một số giờ lên lớp hạn chế, khác với giáo dục trực tuyến;

(iii), khóa học e-learning cho người học hoàn toàn tự do để tìm hiểu bất cứ lúc nào từ bất cứ nơi nào. Sự tự do sẽ cho bạn tự sắp xếp và quản lý thời gian;

(iv), trong khi theo học một trường đại học toàn thời gian, sinh viên hầu như không có được thời gian cho bất cứ điều gì khác. Nhưng nếu người học đang dùng một khóa học trực tuyến, thì họ có thể có cả ngày theo ý của mình và có thể làm bài tập, đề tài nghiên cứu quan tâm của bạn vào ban đêm hoặc bất cứ lúc nào khác. Đây là một trong những lợi thế tốt nhất của giáo dục trực tuyến. Đó là một cách tuyệt vời để học cho người học, những người không có lựa chọn nhưng sẽ tra khảo và tìm hiểu được;

(v), quá trình tham gia các khoa học trực tuyến sẽ giúp người học đạt được sự thành thạo trong việc sử dụng máy tính, Internet, cũng như các nhiều phần mềm có liên quan khác.

Tuy nhiên, ngoài những ưu điểm đã nêu và phân tích ở trên, việc sử dụng E-Learning vào dạy và học các môn LLCT cũng có một số hạn chế, tồn tại, cụ thể như sau:

+ E-Learning không phù hợp với các thành phần học viên lớn tuổi không thành thạo máy vi tính. Quá trình học, người học sẽ không có nhiều cơ hội học hỏi trao đổi thông tin với bạn bè cùng lớp, cùng khóa.

+ Môi trường học không kích thích được sự chủ động và sáng tạo, tích cực trao đổi, tranh luận ý kiến... của người học như các lớp học truyền thông. Chưa kể đến sự “hạ nhiệt” và “tắt lửa” ở một số giảng viên khi không có sự tương tác trực tiếp với người nghe giảng, người học trong quá trình giảng dạy.

Thứ hai, tiến hành đổi mới phương pháp giảng dạy và học môn các môn LLCT theo hướng mở, tranh luận và đối thoại.

Lý luận về giảng dạy đại học đã chỉ ra rằng, phương pháp dạy học tích cực là gắn truyền thụ kiến thức của người dạy với việc phát huy trí lực của người học chủ động hoạt động trí não ngay trong quá trình dạy - học và phương pháp nghiên cứu bài học. Do vậy, chúng tôi cho rằng, việc đổi mới phương pháp dạy học các môn lý luận chính trị cần dựa trên cơ sở xác định trung tâm của dạy học là người học, nên người dạy có thể sử dụng nhiều phương pháp dạy học trong một bài học, song phải luôn lưu ý để không quá lạm dụng một cách tùy tiện hoặc ôm đồm quá nhiều phương pháp. mà phải đi từ việc lựa chọn từ các phương pháp: Đặt vấn đề, thuyết trình, đối thoại, tranh luận, phản biện, phỏng vấn nhanh, hỏi đáp, chia nhóm, xử lý tình huống, sàng lọc... với việc sử dụng các phương tiện dạy học khác một cách có hiệu quả nhất. Việc sử dụng các phương pháp phải phù hợp với đối tượng người học, dung lượng bài giảng về lý luận và thực tiễn sao cho mỗi bài giảng phải có sự kết hợp được các phương pháp phù hợp tốt nhất cùng với kết hợp các phương tiện dạy học khác làm cho bài giảng phong phú và thiết thực.

Trong quá trình giảng dạy các môn lý luận chính trị, để tạo hứng thú hơn cho người học, cần chú trọng đổi mới theo hướng gợi mở, nêu vấn đề, rút bớt thời gian diễn giảng, tăng cường trao đổi, cùng thảo luận, cùng đối thoại với sinh viên. Để làm theo phương pháp này, đòi hỏi người dạy phải dày công nghiên cứu tài liệu, nắm vững hệ thống, tìm điểm mâu chốt để phân tích, trình bày, hướng dẫn sinh viên đọc tài liệu, tập phân tích, đánh giá, nêu ý kiến riêng về vấn đề mà tài liệu đề cập. Như thế, sinh viên tự mình nhận thức chứ không tiếp cận thụ động, một chiều, kích thích sự suy nghĩ, tập phê phán, phản biện có căn cứ khoa học chứ không thừa nhận một cách giản đơn .

Dạy theo phương pháp này, mỗi giờ giảng, mỗi buổi giảng, sinh viên phải cùng giảng viên giải quyết nhận thức chứ không đơn thuần chỉ có lao động của giảng viên. Phương pháp dạy này khuyến khích người học (sinh viên) nêu thắc mắc, nêu các vấn đề từ thực tiễn, phối hợp nỗ lực của tập thể (nhóm, tổ và cả lớp) cùng tìm tòi chân lý. Tạo ra bầu không khí thoải mái, không căng thẳng, dân chủ trong thảo luận, tranh luận, rèn cho người học (sinh viên) tự tin hơn trước đám đông, giúp người học rèn luyện kỹ năng trình bày, thuyết trình, tự điều khiển một thảo luận khoa học có sự hỗ trợ của giảng viên.

Hình thức hỏi và đáp là một trong những phương pháp cần áp dụng bởi tính thiết thực và bổ ích của nó trong việc rèn luyện tư duy. Người học có thể và cần phải tự mình nêu câu hỏi, đồng thời tự mình tìm ra lời giải đáp, không ỷ lại, lệ thuộc vào giảng viên, vào sách vở, giáo trình và vào người khác.

Như vậy, vấn đề đổi mới phương pháp dạy là hướng vào mục tiêu trau dồi tư duy khoa học cho sinh viên, góp phần cho sinh viên làm quen với cách học tập theo kiểu nghiên cứu. Tinh thần cơ bản của phương pháp dạy này là lý luận gắn liền với thực tiễn, dùng lý luận để soi sáng thực tiễn, dùng thực tiễn để kiểm chứng lý luận, học đi đôi với hành.

Thứ ba, chúng tôi cho rằng, trong bất cứ không gian, thời gian và môi trường, điều kiện, hoàn cảnh nào, tiền đề quan trọng nhất để góp phần nâng cao chất lượng dạy-học các môn LLCT, suy đến cùng đó là vấn đề con người. Con người ở đây được hiểu là chủ thể người dạy và người học. Do vậy, bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay, *tự bản thân giảng viên giảng các môn lý luận chính trị cần đặt ra cho mình một số yêu cầu* như sau:

+ Giảng viên nên có đề cương chi tiết cho sinh viên trước khi bắt đầu vào giảng dạy một chuyên đề hay bất cứ một bài nào đó. Trong đó có ghi rõ những phần học trên giảng đường, phần đọc sách, phần tự nghiên cứu và những phần yêu cầu sinh viên tự học ở nhà cũng như làm tiểu luận. Trong những chương, phần yêu cầu người học tự học giảng viên nên nêu rõ mục tiêu của chương, phần đó. Đặt ra các câu hỏi yêu cầu người học phải trả lời được sau khi học xong chương, phần đó.

+ Giảng viên cần hướng dẫn sinh viên cách lập kế hoạch học tập. Điều này sẽ giúp sinh viên có kế hoạch phân bổ thời gian cụ thể từng tuần, từng ngày dựa trên kế hoạch học tập của học kỳ, năm học để làm chủ được thời gian và không quên các việc sẽ phải làm, không bị động trước rất nhiều tài liệu cần phải đọc.

Giảng viên cũng nên “*quán triệt*” cho người học ngay từ đầu về tinh thần “tự lực cánh sinh” “tự lực tự cường”. Đây là liệu pháp tâm lý cần thiết để “*lên giấy cót*” cho sinh viên có thái độ tích cực hơn, chủ động hơn trong việc tự học.

+ Giảng viên cũng cần dành thời gian để hướng dẫn cho sinh viên cách nghe giảng, cách ghi bài trên lớp, cách học bài, nghiên cứu tài liệu... và một trong những kỹ năng mà đã là sinh viên thì nên cần phải có đó chính là kỹ năng đọc sách. Có thể khẳng định rằng, đây là một trong những vấn đề mà bất cứ bạn sinh viên nào cũng “*vướng*” vào những lỗi cơ bản, do vậy sẽ ảnh hưởng đến kết quả học tập của sinh viên trong quá trình học tập. Người viết (Trần Mai Ước (2013) Nâng cao hiệu quả giảng dạy môn học những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác Lênin (học phần 1) tại Trường Đại học Ngân hàng Tp.HCM, Tạp chí Giáo dục và Xã hội, Số 31 (92), tr 21)) cũng cho rằng: “Việc hướng dẫn sinh viên tìm nguồn sách, tài liệu là bước quan trọng đầu tiên khi đọc sách”. Giảng

viên đặt ra những yêu cầu về chủ đề, nội dung cần đọc cho sinh viên tìm nguồn sách, tài liệu phù hợp để đọc. Tùy vào nội dung, tính chất của cuốn sách và mục đích đọc mà hướng dẫn sinh viên lựa chọn cách đọc cho phù hợp. Song, khi đọc sách điều đầu tiên là hiểu và nắm vững nội dung đã đọc, tiếp đó là suy nghĩ về những điều đã đọc, ghi chép những điều cần ghi nhớ và xem cuốn sách vừa đọc có những điều gì mới.

+ Bản thân giảng viên phải lập kế hoạch và chuẩn bị môi trường lớp học, giảng dạy và trách nhiệm chuyên môn và quan trọng hơn là phải tạo không khí đối thoại giữa người học và người dạy.

+ Giảng viên cần hướng dẫn sinh viên cách tự học bài ở nhà. Chú trọng hướng dẫn sinh viên cách vận dụng, phân tích, tổng hợp và bình luận đánh giá kiến thức. Khi nghiên cứu một vấn đề, cần bắt đầu từ những khái niệm, các nội dung chính, từ đó đi vào những nội dung cụ thể. Song song với đó, tùy theo từng môn học, giảng viên nên hướng dẫn cho sinh viên cách học nhóm, cách quản lý và tổ chức một nhóm nhỏ học tập đến hội thảo đồng đẳng. Khi hướng dẫn học nhóm, giảng viên cần nêu cao tinh thần tự giác – lắng nghe – hợp tác.

Thứ tư, trong xu thế của cách mạng công nghiệp 4.0, cần nhấn mạnh vai trò tự học của người học là khâu then chốt cần có góp phần nâng cao chất lượng học tập các môn LLCT trong bối cảnh hội nhập.

Thực tiễn đã cho chúng ta thấy rằng, trong quá trình giảng dạy các môn lý luận chính trị, thời lượng dạy trên lớp là rất ngắn, trong khi nội dung tri thức cần truyền đạt thì quá nhiều. Do vậy, vấn đề được đặt ra là người học phải tự học bài và chuẩn bị bài trước giờ lên lớp là điều tất yếu.

Theo bản chất của lý luận dạy học, tự học của sinh viên bao gồm toàn bộ môi trường học tập được tổ chức bởi giáo viên với mục tiêu hướng đến tự đào tạo cho người học. Tự học là hoạt động học tập diễn ra mà không có sự tham gia trực tiếp của người dạy. Thời gian tự học ở nhà là rất quan trọng, đây là lúc người học có nhiều thời giờ suy ngẫm, đào sâu vấn đề, tiếp tục đề xuất những thắc mắc để thầy giải đáp, suy nghĩ liên hệ hoặc vận dụng vào thực tế. Đây cũng là cách để tri thức khắc sâu trong bộ óc, khó bị quên lãng và trở thành hữu ích. Việc tự học còn phải làm tốt việc chuẩn bị trước theo yêu cầu của từng bài giảng, mặt khác, trong quá trình học tập cũng như làm việc hãy tự đẩy mình vào tình thế không thể thoái lui, nhiệm vụ càng nặng nề càng phải cố gắng, cố gắng nhiều thì tiến bộ nhanh. Thói quen suy nghĩ và làm việc độc lập sẽ khiến cho người học và làm khoa học tự tin hơn khi đối diện với khó khăn. Chính khó khăn sẽ đưa đến khả năng tập trung tư tưởng cao độ. Nói chung, phát triển tư duy độc lập, tư duy phê phán, tự đặt mình vào những nhiệm vụ khó khăn rồi triệt đường thoái lui, đó là cách chúng ta có thể chuẩn bị đối diện với khó khăn. Ngoài ra, những người học biết cách học thông minh, chủ động chính là đã có một hành trang tốt để chuẩn bị trở thành người lao động sáng tạo giỏi trong tương lai. Tự học vừa mang nghĩa củng cố trau dồi tri thức và có ý nghĩa mở rộng hiểu biết. Tự học có nghĩa là sinh viên phải độc lập, tự xây dựng kế hoạch, phương pháp học tập cho mình, tự năng động tìm tòi, phân tích tài liệu, sách vở tiến tới làm chủ tri thức, kỹ năng. Nếu thiếu sự kiên trì, nhẫn nại và nghiêm túc của bản thân thì sinh viên không bao giờ thực hiện được kế hoạch học tập do chính mình đặt ra.

Có thể khẳng định rằng, trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, khi mà thế giới đang “phẳng” hơn, thông tin, tri thức luôn vận động và biến đổi đến chóng mặt thì tự học, tự nghiên cứu có ý nghĩa to lớn đối với bản thân sinh viên cũng như đối với chất

lượng, hiệu quả của quá trình dạy học – đào tạo trong nhà trường. Chúng tôi cho rằng, vai trò của tự học được “gom” lại ở các điểm chính như:

- Tự học là phương pháp, cách thức cơ bản để lĩnh hội kiến thức;
- Tự học giúp cho mọi người có thể chủ động học tập suốt đời;
- Tự học còn có vai trò to lớn trong việc giáo dục, hình thành nhân cách cho sinh viên.

a. Những gợi mở cụ thể...

Ngoài những điểm đã trình bày và phân tích ở trên, trong xu thế phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0, chúng tôi cho rằng, để nâng cao chất dạy học các môn lý luận chính trị tại các trường đại học, cao đẳng, việc tất cả các hoạt động của Nhà trường đều phải nhằm phục vụ tối đa cho nhu cầu học tập của sinh viên, học viên vì lợi ích, quyền lợi của sinh viên, học viên trong và sau khi học là điều cần thiết. Điều này phải được thể hiện qua cách thức giảng dạy, đánh giá sinh viên, về kết quả học tập sinh viên. Để làm được điều này, các cơ sở giáo dục đại học, cao đẳng cần tập trung vào một số điểm nhấn sau:

- ❖ Có kế hoạch sử dụng nguồn lực giảng viên cho phù hợp, chẳng hạn huy động giảng viên giàu kinh nghiệm, vững chuyên môn vào công việc nghiên cứu khoa học, viết tài liệu tham khảo môn học, viết báo cáo tham luận, báo cáo chuyên môn, viết bài đăng trên các Tạp chí khoa học chuyên ngành có chỉ số ISSN hoặc ISBN.
- ❖ Hoàn thiện hơn nữa quy trình⁶ kiểm tra các môn học (giữa kỳ, cuối kỳ), thống nhất các tiêu chí đánh giá sinh viên, thể hiện ở các điểm: chuyên cần, tích cực trong học tập, chủ động trong học tập, thảo luận...
- ❖ Kết quả kiểm tra được công bố trên website của Nhà trường và “nhánh” của Khoa, Bộ môn để sinh viên, học viên có thể dễ dàng xem và có thời gian để trao đổi với giảng viên phụ trách môn học về kết quả, hoặc khiếu nại (nếu có).
- ❖ Tạo điều kiện cho sinh viên, học viên được phản hồi, trao đổi, “chất vấn”, tranh luận về kết quả học tập với giảng viên phụ trách môn học.
- ❖ Tiếp tục khảo sát yêu cầu thực tế từ các nhà tuyển dụng để xây dựng mục tiêu và chuẩn đầu ra cho phù hợp với nhu cầu của thực tiễn.
- ❖ Rà soát lại các đề cương chi tiết môn học, xác định rõ mối tương quan giữa chuẩn đầu ra và môn học⁷.
- ❖ Cân đối và tiến hành rà soát lại việc phân bố các môn học trong từng học kỳ và trong suốt khóa học.
- ❖ Yêu cầu Khoa, Bộ môn chỉnh sửa và hoàn tất hệ thống tài liệu tham khảo môn học phục vụ học tập theo cách viết sinh viên tự học, thống nhất cách viết mỗi chương học,

⁶ Chúng tôi cho rằng, xét về bản chất, quá trình tự đánh giá là một chu trình khép kín tạo thành một vòng tròn PDCA gồm 4 bước: lên kế hoạch (P-Plan), thực hiện (D-Do), kiểm tra (C-check), hành động (A-Action), như vậy, muốn đảm bảo chất lượng nhất thiết cần phải liên tục cải tiến., cải tiến không ngừng để phù hợp với xu thế vận động của khách quan.

⁷ Giảng viên phụ trách môn học nhất thiết cần biết rõ môn học do mình phụ trách có đóng góp cụ thể gì cho chuẩn đầu ra của Nhà trường, của chương trình đào tạo.

trắc nghiệm, bài tập có lời giải, chuẩn hóa các chuyên đề thuyết trình cho từng môn học, bài tập nhóm, bài tập cá nhân cho từng môn học và công bố trên website của Nhà trường. (“nhánh“ của Khoa, Bộ môn).

- ❖ Kiến nghị với cơ quan các cấp để xây dựng một hệ thống giáo dục thúc đẩy đổi mới và sáng tạo, trong đó nhấn mạnh tầm quan trọng của việc học tập suốt đời và khả năng phát triển lâu dài của người học.

3. Thay lời kết

Chất lượng và hiệu quả của việc dạy và học các môn LLCT trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 như hiện nay phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố, cả nhân tố khách quan và chủ quan của quá trình giảng dạy, do nhiều nguyên nhân tác động. CMCN 4.0 là cuộc cách mạng về sản xuất thông minh dựa trên những đột phá công nghệ mới trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo, Robot, Internet of things (IoT), In 3D, công nghệ nano, công nghệ sinh học, khoa học vật liệu, lưu trữ năng lượng và tin học lượng tử...trên nền tảng cách mạng số. Mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, trong đó có hệ thống giáo dục, đào tạo sẽ chịu tác động mạnh mẽ và toàn diện trước sự phát triển của CMCN 4.0 là điều mang tính tất yếu khách quan. Bối cảnh đó đòi hỏi công tác giảng dạy các môn lý luận chính trị cũng cần có những thay đổi và tầm nhìn chiến lược để chuẩn bị cho những biến đổi lớn, đáp ứng yêu cầu của CMCN 4.0.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
3. Trần Mai Ước (2013) Nâng cao hiệu quả giảng dạy môn học những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác Lênin (học phần 1) tại Trường Đại học Ngân hàng Tp.HCM, *Tạp chí Giáo dục và Xã hội*, Số 31 (92), tr 21.
4. Trần Mai Ước (2014), Đảm bảo tính thực tiễn trong chương trình đào tạo ngành giáo dục chính trị tại các trường đại học, cao đẳng hiện nay, *Tạp chí Đại học Sài Gòn*, số 23.
5. <https://www.most.gov.vn/vn/tin-tuc/14524/doi-moi-de-thich-ung-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-4-0.aspx>, truy cập lúc 6:45 PM, ngày 03/10/2018.

GIÁO DỤC ĐẠI HỌC VIỆT NAM VỚI CÁCH MẠNG CÔNG NGHỆ 4.0

PGS.TS Mai Thị Hoàng Minh
Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

TS. Vũ Quốc Thông
Trường Đại học Mở TP. HCM

Tóm tắt

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) đang lan tỏa mọi nơi và Việt Nam cũng không ngoài tầm ảnh hưởng đó đến với nhiều lĩnh vực trong đó có giáo dục. Nhận định về cuộc đổi mới với những thuận lợi mang đến ra sao? Bài viết này sẽ khái lược từ phần mở đầu để làm cơ sở phân tích tác động của thời đại số hóa đến nhu cầu nhân lực và tác động đến giáo dục bậc Đại học. Nhằm so sánh giáo dục Đại học 4.0 với các nước trong khu vực và trên thế giới, tác giả tập trung tìm hiểu những biểu hiện ở Việt Nam từ quản lý vĩ mô đến việc thực hiện tại các cơ sở đào tạo. Từ đó, bài viết đưa ra gợi ý cho những thay đổi cần thiết cho giáo dục Đại học Việt Nam trong xu thế toàn cầu hóa.

Từ khóa: CMCN 4.0; Giáo dục 4.0; giáo dục Đại học.

Cách mạng công nghệ 4.0 với những thuận lợi

Thế giới đang bắt đầu vào cuộc **CMCN 4.0**, một cuộc cách mạng sản xuất mới gắn liền với những đột phá chưa từng có về công nghệ, liên quan đến kết nối Internet vạn vật (IoT), điện toán đám mây, in 3D, công nghệ cảm biến, thực tế ảo... (Prisecaru, 2017). Năm 2013, khái niệm CMCN 4.0 xuất hiện trong một báo cáo của Đức nhằm đề cập đến chiến lược công nghệ cao, điện toán hóa sản xuất mà không cần đến sự tham gia của con người. Theo ước tính của Rabel và cộng sự cho đến năm 2017, CMCN 4.0 đã vượt khỏi khuôn khổ dự án của nước Đức, lan rộng ra nhiều quốc gia và trở thành xu thế tất yếu của việc phát triển kinh tế, xã hội, giáo dục...

Cuộc cách mạng mới này được dự đoán sẽ tác động mạnh đến mọi quốc gia thể hiện ở nhiều cấp độ bao gồm các cơ quan chính quyền, doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo và người dân khắp năm châu. Kỷ nguyên số hóa trên nền tảng ứng dụng công nghệ thông tin đang làm thay đổi căn bản cách chúng ta sống, học tập, làm việc và sản xuất. Bản chất của CMCN 4.0 là dựa trên nền tảng công nghệ số cùng với việc tích hợp các công nghệ thông minh nhằm tối ưu hóa quy trình kinh doanh, phương thức sản xuất, mở ra nhiều phương thức truyền tải tri thức cho nhân loại. Kỷ nguyên mới của sự đầu tư, nâng cao năng suất và mức sống xã hội kỳ vọng được gia tăng là nhờ vào nền tảng của công nghệ. Điều này sẽ tác động đáng kể đến các hệ thống chính trị, kinh tế và giáo dục trên toàn thế giới (Magruk, 2016).

Nếu như trước đây, các nhà máy sản xuất được tập trung ở Trung Quốc, Ấn Độ hoặc các quốc gia phát triển với nguồn nhân lực giá rẻ và thị trường mua bán trực tiếp dồi dào. Xu hướng hiện nay, với sự tham gia của lực lượng người máy thông tin được điều khiển bởi những hệ thống thông tin kết nối, hệ thống chuyên gia hỗ trợ cho việc ra quyết định cộng thêm với sự lớn mạnh của kênh giao dịch thương mại trực tuyến thì các hoạt

động sản xuất, kinh doanh thương mại có thể linh động về vị trí mà vẫn đáp ứng được mục tiêu sản xuất, kinh doanh với chi phí hợp lý. Năm 2016 tại hội nghị Davos ở Thụy Sĩ, chủ tịch Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) – ông Klaus Schwab đã dự báo nhiều hạng mục công việc dành cho lao động truyền thống từ khâu sản xuất, bán hàng và khối văn phòng trong tương lai gần (đến 2025) sẽ phải nhường chỗ cho người máy, hệ thống bán hàng thông minh và những hệ thống hỗ trợ tự động hóa cho nghiệp vụ ở văn phòng.

Nếu như cuộc CMCN lần trước – CMCN 3.0 bắt đầu những năm 1954 là do sự bùng nổ của việc ứng dụng máy tính và tự động hóa máy móc trong sản xuất, thì cuộc CMCN 4.0 từ năm 2015 bùng phát mạnh mẽ do nhu cầu tìm kiếm phương thức sản xuất mới hiệu quả, bền vững hơn trước những thách thức như biến đổi khí hậu, già hóa dân số ngày càng gia tăng. CMCN 4.0 tập trung vào sự phát triển của các hệ thống thông tin liên kết giữa thế giới thật và ảo. Cuộc cách mạng này sẽ mang tới nhiều cơ hội phát triển, đồng thời cũng đặt ra nhiều thách thức với các nước đang phát triển bao gồm Việt Nam (Thai News service group, 2017).

Trong tương lai, sáng tạo công nghệ cũng sẽ dẫn đến sự thay đổi diệu kỳ từ phía nguồn cung, với những lợi ích lâu dài về hiệu quả và năng suất. Chi phí giao thông vận tải và thông tin liên lạc sẽ giảm xuống, hoạt động hậu cần với chuỗi cung ứng toàn cầu sẽ trở nên hiệu quả hơn, và các chi phí thương mại sẽ giảm. Tất cả những điều đó sẽ giúp mở rộng thị trường và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Người tiêu dùng dường như được hưởng lợi nhiều từ cuộc CMCN này. CMCN 4.0 đã tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới với chi phí không đáng kể phục vụ người tiêu dùng (Szozda, 2017), ví dụ dịch vụ đặt hàng qua mạng, dịch vụ tìm kiếm phương tiện vận tải, đặt lịch khám bệnh... Chỉ đơn giản với một thiết bị như máy tính bảng, mọi người có thể đọc sách, lướt web, trao đổi kiến thức và tiếp cận khối lượng thông tin liên lạc khổng lồ qua mạng Internet. Theo nhóm nghiên cứu We Are Social, trụ sở chính tại Anh Quốc thực hiện khảo sát về sử dụng Internet ở Đông Nam Á, cho đến tháng 1/2017 Việt Nam có 50,05 triệu người dùng Internet, chiếm 53% dân số. Mạng Internet là môi trường giúp khai thác thông tin quảng cáo, mua bán trực tuyến, chia sẻ thông tin giải trí, thực hiện đào tạo, truyền tải kiến thức...

Những trang bị cơ sở hạ tầng nền tảng được xem là cơ hội cho việc đào tạo nguồn nhân lực tham gia thị trường lao động số tại Việt Nam. Có thể thấy rằng muốn vận hành trơn tru mọi hoạt động xã hội với nhiều ứng dụng, dịch vụ kỹ thuật số thì cần thiết phải có lực lượng lao động được đào tạo cập nhật giúp tăng cường tính thích nghi khi tham gia thị trường lao động thời đại số - thời đại của sự kết nối thực và ảo thông qua kênh trực tuyến.

Nhu cầu về nguồn nhân lực

Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập vào nền kinh tế thế giới thông qua hoàn tất nhiều hiệp định thương mại quy mô như CPTPP, liên minh kinh tế Á – Âu, FTA với EU... Việc tiếp cận thành tựu cách mạng sản xuất, khoa học và kỹ thuật công nghệ sẽ tạo đà giúp chúng ta tham gia hiệu quả chuỗi giá trị toàn cầu và đẩy nhanh tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Bên cạnh đó, yêu cầu về đào tạo nguồn nhân

lực trong thời đại mới dưới áp lực của toàn cầu hóa cũng đặt cho Việt Nam nhiều thách thức.

Buổi hội thảo “CMCN 4.0 và chiến lược tăng trưởng cho doanh nghiệp Việt Nam” diễn ra vào ngày 16/9/2017 tại TP. HCM, ông Trần Đình Thiên, Viện trưởng Viện Kinh tế Việt Nam đưa ra quan ngại về nguy cơ liệu rằng Việt Nam có lỡ chuyến tàu CMCN 4.0 với một số minh chứng thu thập từ thực tế. Những minh chứng quan ngại có lưu ý rằng Việt Nam – một quốc gia vốn trông chờ vào gia công và xuất khẩu tài nguyên thì đến cuộc cách mạng này, với mức tự động hóa gia tăng từ việc áp dụng công nghệ sẽ khiến số lượng lớn người lao động mất việc. Quan ngại nêu trên về đáp ứng nhu cầu nhân lực trong thời đại mới phù hợp với nhận định từ Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) năm 2016 khi xếp Việt Nam vào nhóm chưa sẵn sàng cho CMCN 4.0. Các yếu tố về đổi mới sáng tạo công nghệ và giáo dục nhằm chuẩn bị trước CMCN 4.0 của Việt Nam đều đang ở mức thấp. Cụ thể, theo khảo sát trên 100 quốc gia của WEF, chúng ta chỉ xếp hạng 70/100 về Nguồn lực con người.

Nhu cầu về nguồn nhân lực trong thời đại ứng dụng công nghệ, kỹ thuật cao đã đặt lại yêu cầu về vấn đề giáo dục tại Việt Nam, đặc biệt là giáo dục bậc Đại học, bậc đào tạo nghề - những nơi được xem là điểm tiếp nối cho đầu ra về nhân lực tham gia lao động. Chuyên gia kinh tế Võ Trí Thành nhận định để bắt kịp được CMCN 4.0, một trong hai yếu tố cần thiết hàng đầu bao gồm thứ nhất (1) là thể chế và lãnh đạo, trong đó vai trò cùng với định hướng chỉ đạo của người đứng đầu rất quan trọng và thứ hai (2) là hệ thống giáo dục, đào tạo nhân lực số. Yếu tố về hệ thống giáo dục và đào tạo nhân lực đã được ông Thành nhấn mạnh. Theo quan điểm của ông, yếu tố chủ chốt trong cuộc CMCN 4.0 là xây dựng chiến lược chuyển đổi số và Việt Nam cần có nhân lực để triển khai đột phá cho các lĩnh vực: công nghệ thông tin, du lịch, nông nghiệp, tài chính-ngân hàng và cung ứng hậu cần. Để có thể đào tạo nhân lực cho những lĩnh vực nêu trên nhằm bắt kịp CMCN 4.0, một trong những nhiệm vụ chủ chốt là tập trung vào cải cách giáo dục phục vụ cho việc đào tạo nhân lực số.

Ứng dụng công nghệ trong kinh doanh là một trong những lý do giải thích tại sao doanh thu của một số ngành nghề truyền thống đã chững lại hoặc thậm chí sụt giảm. Nhìn ra thế giới, đối với phần lớn dân số ở các nước có thu nhập cao, nhu cầu lao động có tay nghề cao đã tăng; trong khi nhu cầu đối với người lao động ít được đào tạo về ứng dụng công nghệ đã giảm (World Bank, 2016). Theo báo cáo của Ngân hàng thương mại thế giới (2016), với sự phát triển về năng lực của máy tính kết hợp với khả năng thu thập dữ liệu nghiệp vụ đầy đủ từ hệ thống thông tin nối mạng, những công việc có thể thiết lập theo thao tác định sẵn như là kế toán tính lương, hoạt động ghi sổ vào tài khoản, điều khiển xe hơi, tàu điện hoặc dây chuyền sản xuất lắp ráp, sắp xếp hàng hóa vào kho và cập nhật giá trị tồn kho từ sản xuất hoàn toàn có thể tự động hóa bằng lực lượng người máy và ứng dụng hệ thống thông tin thông minh.

Trước cuộc CMCN 4.0, những yếu tố mà các nước như Việt Nam đã và đang tự coi là ưu thế như lực lượng lao động thủ công trẻ, dồi dào sẽ không còn là thế mạnh. Trong tương lai, người dân có thể gặp nhiều khó khăn tìm kiếm việc làm, bởi những lĩnh vực thao tác theo từng bước có thể định sẵn giờ đây máy móc, phần mềm đều có thể làm thay, thậm chí làm hiệu quả hơn. Điều này đòi hỏi người tham gia lao động cần

phải không ngừng trau dồi bản thân, cập nhật công nghệ, phần mềm liên quan đến chuyên ngành đào tạo nhằm có thể vận hành hệ thống thông tin, thiết bị máy móc thông minh thì mới tránh được nguy cơ bị thay thế.

Liệu rằng nguồn nhân lực được đào tạo ra từ các trường Đại học ở Việt Nam có đủ khả năng thích nghi với những việc làm đòi hỏi kỹ năng về công nghệ cao? Về những lưu ý cho mảng đào tạo, Tiến sĩ Nguyễn Bá Ân cho rằng CMCN 4.0 đang đặt ra thách thức mới đối với các nước đang phát triển như Việt Nam. Đó là thách thức về lao động chi phí thấp mất dần lợi thế, khoảng cách công nghệ và tri thức nói rộng hơn dẫn đến phân hóa xã hội sẽ sâu sắc... Do đó, chính phủ, các doanh nghiệp, các trung tâm nghiên cứu và cơ sở giáo dục tại Việt Nam cần phải nhận thức, phối hợp và sẵn sàng cho những thay đổi trong hoạt động đào tạo khi bước vào thời đại Internet vạn vật (IoT), thương mại điện tử (E-commerce), khai thác dữ liệu (data mining) kết nối thông minh qua hệ thống thông tin tích hợp diện rộng.

CMCN 4.0 được dự đoán sẽ làm thay đổi cách thức chúng ta làm kinh doanh, quản lý, trao đổi thông tin, vận chuyển, kể cả dịch vụ y tế và giáo dục. Tác động của cuộc cách mạng này lan tỏa đến nhiều lĩnh vực và phân thành những phiên bản 4.0 bao gồm đô thị 4.0, việc làm 4.0, y tế 4.0, giáo dục 4.0

Tác động CMCN 4.0 đến giáo dục Đại học

Nhiều nhà quản lý doanh nghiệp hiện nay cho rằng sinh viên tốt nghiệp bậc Đại học không đạt kỹ năng để ứng phó với những thay đổi trong môi trường làm việc khi phải thao tác trên các ứng dụng công nghệ, kỹ thuật cao (Sabharwal, 2016). Nhân tố công nghệ, kỹ thuật cao thông qua ứng dụng mạng Internet trên toàn cầu đã tạo nên những tác động đột phá trong kinh doanh và các ngành công nghiệp. Theo khảo sát của Eurostat (2014), những ứng dụng công nghệ kỹ thuật số có tác động đến kinh doanh mà các cơ sở giáo dục Đại học cần lưu ý đưa vào chương trình đào tạo gồm có ứng dụng website cho thương mại điện tử (E-commerce), quản lý chuỗi cung ứng (SCM), quản lý quan hệ khách hàng (CRM), ứng dụng điện toán đám mây (cloud computing), hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP) và ứng dụng công nghệ quản lý hàng hóa (RFID). 47% thị trường lao động Hoa Kỳ năm 2010 đang nắm giữ các công việc có nguy cơ bị thay thế bởi quá trình tự động hóa của người máy và hệ thống thông tin thông minh (World Bank, 2016). Nghiên cứu trong môi trường giáo dục Đại học ở Ấn Độ dưới tác động của CMCN 4.0, Sabharwal (2016) chỉ ra rằng nền giáo dục 4.0 cần phải có sự chuẩn bị và triển khai hướng đến việc liên kết 3 nội dung: kiến thức / kỹ năng đào tạo (education), những việc làm thời 4.0 (employment) và chỉ số sinh viên ra trường tìm được việc làm (employability). Thảo luận của Wallner và Wagner tại hội nghị giáo dục 4.0 (Academic Education 4.0) năm 2016 nêu lên một số đặc điểm của nền giáo dục chịu tác động từ kỹ thuật, công nghệ cao:

- Việc gia tăng tính tương tác, hội nhập của những sinh viên từ nhiều nền văn hóa, ngôn ngữ khác nhau trên môi trường học tập nối mạng;
- Sự hiện diện rộng khắp của thiết bị di động và khả năng kết nối mạng xã hội;
- Cách thiết kế bài giảng để truyền đạt kiến thức dưới nhiều định dạng hiện đại: học tập trực tuyến (e-learning), học tập kết hợp trên lớp và xem video bài giảng

(blended), thảo luận giữa giảng viên và nhóm sinh viên thông qua kết nối mạng xã hội (e-forum) ...

- Mô hình thực tập ảo trên máy tính được mô phỏng theo hoạt động của doanh nghiệp hoặc phòng thí nghiệm ảo (virtual working, e-laboratories...);
- Tri thức mới được cập nhật liên tục trên e-learning, website và lan tỏa nhanh chóng đến sinh viên thay cho phương thức tập, sách, tài liệu giấy in;
- Nhiều phương pháp đánh giá học tập, lập nhóm để thực hiện đồ án qua mạng và hệ thống hỗ trợ phân tích quá trình học, đánh giá thành quả học tập từ dữ liệu đào tạo tập trung (data mining).

Những thống kê về đặc điểm của ứng dụng kỹ thuật, công nghệ cao là biểu hiện của những phương cách trao đổi kiến thức, đánh giá bậc Đại học nhằm đáp ứng nhu cầu thay đổi từ công việc bên ngoài dưới tác động của CMCN 4.0.

Ông Heniro, giám đốc của Hiệp hội kế toán quản trị Hoa Kỳ CMA ở khu vực Đông Nam Á (2018) cho biết rằng CMCN 4.0 kết hợp với xu hướng toàn cầu hóa đã tạo nên những thay đổi đáng kể đến những ngành đào tạo chuyên nghiệp ở bậc Đại học bao gồm kế toán – một ngành nghề được xem là cần thiết để hỗ trợ việc quản lý số liệu nghiệp vụ trong tổ chức. Lý giải cho điều này, ông Heniro cho biết nghề kế toán tương lai với ứng dụng hệ thống ERP và công nghệ điện toán đám mây có thể tích hợp toàn bộ quy trình kinh doanh liên quan đến nghiệp vụ kế toán, và hệ thống có thể tự định khoản, ghi sổ, tính giá xuất/ nhập kho; từ đó kết xuất và gửi các báo cáo tài chính và báo cáo thuế quy chuẩn đến hệ thống thông tin của người dùng cũng như liên kết với cơ quan Thuế. Do đó, nghề kế toán dưới tác động của CMCN 4.0 đòi hỏi giáo dục bậc Đại học phải trang bị cho sinh viên ngoài kiến thức nền về quy trình kế toán là những kỹ năng khác bao gồm hiểu biết về mô hình kinh doanh, có ý niệm sử dụng hệ thống ERP để phối hợp làm việc giữa các phòng ban trên môi trường nối mạng và khả năng khai thác dữ liệu nhằm hỗ trợ cho nhà quản lý ra quyết định. Bên cạnh đó, là những kỹ năng tư vấn về hoạt động kiểm soát dòng số liệu tài chính trên hệ thống thông tin toàn doanh nghiệp...

Những thách thức về mặt đào tạo trong thời đại mới ở bậc Đại học không chỉ đơn thuần là sự giới thiệu về những ứng dụng kỹ thuật, công nghệ nhằm thay thế người giảng viên lên lớp thực hiện truyền tải kiến thức, hướng dẫn kỹ năng trực tiếp. Kinh nghiệm trong môi trường giáo dục 4.0 trên thế giới cho thấy vai trò của người giảng viên Đại học vẫn là trung tâm. Đối với nền giáo dục 4.0, kỹ thuật, công nghệ cao sẽ không thể thay thế người Thầy mà phải thừa nhận rằng chính những giảng viên có ứng dụng kỹ thuật, công nghệ sẽ thay thế nhóm giảng viên không thể sử dụng công nghệ cho hoạt động giảng dạy (Arias et al., 2014). Nhằm đáp ứng đòi hỏi thực tiễn từ môi trường việc làm 4.0, giảng viên Đại học cần phải trang bị những ứng dụng kỹ thuật, công nghệ chuyên dùng để đạt mục tiêu đào tạo nguồn sinh viên ra trường có kiến thức và kỹ năng chuyên môn phù hợp, khả năng thích nghi thời đại CMCN 4.0.

Những chuyển biến ở Việt Nam cho giáo dục Đại học

Với những tác động của kỹ thuật, công nghệ đến nhiều lĩnh vực trong xã hội bao gồm giáo dục Đại học, Thủ tướng chính phủ Nguyễn Xuân Phúc (2017) tại hội thảo “Định hình và phát triển nền sản xuất công nghiệp thông minh trong tương lai” cho rằng:

với sự phát triển bùng nổ của nền kinh tế số, CMCN 4.0 tạo ra cả cơ hội lẫn thách thức lớn đối với sự phát triển của từng quốc gia, mỗi cộng đồng, cá nhân và doanh nghiệp. Trên cơ sở của Chỉ thị 16/CT-TTg/2017 được Thủ tướng ban hành ngày 4/5/2017 về tăng cường năng lực tiếp cận CMCN 4.0. Trong đó đã nhấn mạnh để Việt Nam bắt nhịp với thế giới, cần thực hiện những giải pháp; trong đó nhấn mạnh việc các cơ sở đào tạo cần phối hợp với doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực nhằm đáp ứng yêu cầu kinh tế số. Cũng trong chỉ thị 16 (2017), Thủ tướng đã giao cho Bộ Giáo dục và Đào tạo (GD&ĐT) nhiệm vụ nâng cao năng lực nghiên cứu, giảng dạy trong các trường Đại học, tăng cường đào tạo những kỹ năng, kiến thức cơ bản, tư duy sáng tạo, khả năng thích nghi với những yêu cầu của cuộc CMCN lần thứ 4. Thủ tướng yêu cầu Bộ GD&ĐT nhanh chóng triển khai các ứng dụng công nghệ thông tin vào môi trường giáo dục bao gồm giáo dục bậc Đại học.

Phân tích về tính cấp bách của giáo dục Đại học thời đại mới, TS. Nguyễn Đức Hưng - Vụ trưởng Vụ GD&ĐT, Ban Tuyên giáo Trung ương cho rằng, muốn hòa nhập vào nền kinh tế số, yếu tố then chốt là nguồn nhân lực. Việt Nam cần cải cách hệ thống giáo dục, đào tạo để tạo ra công dân toàn cầu. Do đó, nền giáo dục Việt Nam nói chung và các trường Đại học, nơi cung cấp cho xã hội nguồn lực lao động sẽ phải đào tạo theo chuẩn giáo dục 4.0 với hướng bảo đảm kiến thức nền tảng và những kỹ năng cần thiết cho học sinh, sinh viên ra trường có thể làm việc trong môi trường công việc 4.0.

Nhận định vai trò của giáo dục 4.0, ông Jonhson Ong Chee Bin, chuyên gia kiểm định quốc tế thuộc mạng lưới các trường Đại học Đông Nam Á (AUN) đánh giá: giáo dục 4.0 là mô hình giáo dục thông minh, tạo ra liên kết giữa các yếu tố Nhà nước (chỉ đạo, định hướng), Nhà quản lý doanh nghiệp (đặt hàng yêu cầu đào tạo) và Nhà trường (thực hiện nhiệm vụ đào tạo). Việc liên kết 3 Nhà sẽ hình thành những đổi mới, sáng tạo và tăng năng suất lao động trong xã hội tri thức. Ưu điểm của mô hình liên kết này chính là thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp của người học; từ đó tạo nguồn nhân lực hiệu quả cho doanh nghiệp, góp phần hiện thực hóa định hướng của Nhà nước để đạt ổn định ở tầm vĩ mô, mở hướng hội nhập vào nền kinh tế thế giới.

Để đáp ứng nhu cầu nhân lực cho nền công nghiệp mới và đồng thời tận dụng thế mạnh của ứng dụng công nghệ thông tin, nhiều trường Đại học trên thế giới đã và đang đổi mới toàn diện. Cụ thể, các quốc gia trong khu vực như là Singapore, có 2 trường là Đại học Công nghệ Nanyang và Đại học quốc gia Singapore đã trở thành Đại học hàng đầu châu Á thông qua việc xây dựng mô hình nối mạng Internet kết hợp khai thác dữ liệu chung Big Data nhằm thiết kế chương trình đào tạo Đại học theo đặt hàng từ các doanh nghiệp công nghệ cao và các doanh nghiệp sáng tạo. Ngoài ra, Thái Lan hiện đang triển khai chiến lược Thai 4.0. Quốc gia này đã có 27 trường đại học được đầu tư để thực hiện kế hoạch First S-Curve bao gồm đầu tư công nghệ, kỹ thuật nhằm củng cố đào tạo cho các ngành công nghiệp truyền thống như ô tô, điện tử, du lịch; đồng thời phát triển đào tạo những ngành công nghiệp mới như robotics, hàng không, sinh học và y học.

Tại Việt Nam, để xúc tiến mô hình giáo dục 4.0, Bộ GD&ĐT dựa trên Nghị quyết Hội nghị Trung ương 8 khóa XI (ban hành 04/11/2013) về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục đã thành lập ban soạn thảo, nghiên cứu về mô hình Đại học 4.0 và nhanh chóng

triển khai để nâng cao chất lượng giáo dục Đại học, góp phần thực hiện mục tiêu đến năm 2025 Việt Nam trở thành quốc gia khởi nghiệp.

Những chuyển biến cho hoạt động đào tạo nhân lực thời kỹ thuật số đã được “lên khung” xuyên suốt từ chỉ đạo của Nhà nước, Bộ GD&ĐT cùng với sự tham gia triển khai tại các trường Đại học. Tập trung vào mô hình Đại học 4.0, cuộc cách mạng công nghệ toàn cầu lần này đang đặt ra những yêu cầu mới và cao hơn; đó là yêu cầu đào tạo người lao động tri thức phải có đủ kiến thức và kỹ năng để làm chủ được các công nghệ mới, trong môi trường làm việc 4.0. Kế tiếp, tác giả đề xuất một số khuyến nghị cho những thay đổi trong giáo dục Đại học trước CMCN 4.0.

Kiến nghị cho những thay đổi trong giáo dục Đại học

Nhằm đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, kỹ thuật vào giảng dạy và liên kết thực tiễn với doanh nghiệp trong thời đại mới, chúng ta nên xem xét đồng bộ các nội dung sau:

Thứ nhất, cập nhật chương trình đào tạo và việc cấp bằng. CMCN 4.0 tác động đến thực tế việc làm do đó ảnh hưởng đến các kiến thức và kỹ năng đào tạo. Các chương trình đào tạo bậc Đại học sẽ ứng dụng công nghệ trực tuyến để cập nhật thường xuyên liên tục các kiến thức mới, nên xem xét đưa vào các môn học mang tính ứng dụng mà doanh nghiệp bên ngoài yêu cầu ví dụ khai thác dữ liệu trên hệ thống thông tin toàn doanh nghiệp, kỹ năng lập báo cáo theo yêu cầu từng nhóm người dùng... Từ đó, chúng ta có thể gia tăng số môn tự chọn ở bậc Đại học cho sinh viên. Nhóm chuyên gia khác cho rằng việc cấp bằng Đại học khi hoàn thành hết chương trình học không còn phù hợp với đào tạo thực tiễn 4.0 (Enzo, 2017). Các cơ sở đào tạo có thể chia nhỏ các môn học Đại học theo từng nhóm có liên quan và cấp lần lượt các chứng chỉ nghề nghiệp nhằm đáp ứng với nhu cầu nghề nghiệp thực tiễn. Sau cùng, kết hợp những chứng chỉ liên quan để chứng nhận hoàn thành chương trình Cử nhân.

Thứ hai, về phương pháp đào tạo. Những kỹ thuật, công nghệ cao bao gồm thiết bị điện tử di động kết nối mạng xã hội và khối dữ liệu lớn trên nền tảng điện toán đám mây mở ra cơ hội để phát triển hệ thống học tập mở. Hệ thống học tập mở cho phép người học có thể sắp xếp lịch trình học tập theo thời khóa biểu cá nhân. Mỗi sinh viên có thể thiết kế kế hoạch học tập nhằm đáp ứng nhu cầu thực tiễn công việc. Thay thế phương pháp đào tạo truyền thống là tri thức chủ yếu được truyền tải từ bài giảng của giảng viên, người học có thể làm việc cùng nhau trong môi trường nối mạng, linh hoạt tham gia lớp học ảo, phòng thực hành mô phỏng trên mạng, trò chơi trực tuyến của môn học để lĩnh hội kiến thức. Như vậy, vai trò của người giảng viên sẽ là định hướng học tập và kiểm soát trao đổi, thảo luận giữa các học viên trên mạng học tập. Một hình thức sáng tạo trong giáo dục bậc Đại học đã được thử nghiệm tại các quốc gia như Hoa Kỳ, Đức và Áo là đào tạo sinh viên Đại học như những thực tập viên tại một doanh nghiệp thông qua môi trường kết nối học tập tại nhà máy ảo (Paravizo et al., 2018). Phương pháp đào tạo này mô phỏng hoạt động của doanh nghiệp bên ngoài thực tiễn và phân vai cho sinh viên tham gia làm việc. Các chuyên gia về giáo dục cũng đồng thuận nên thu gọn chương trình bậc Đại học đối với các mảng nội dung lý thuyết và đưa thêm những tình huống mô phỏng thực tiễn vào đào tạo có thể thông qua môi trường làm việc ảo (virtual working, e-office) để nâng cao tính phối hợp học tập, làm việc trong các dự án (Arias et al., 2014).

Thứ ba, mở rộng nội dung *đào tạo ngành*. Nội dung các học phần trong chương trình Đại học 4.0 không chỉ là những hướng dẫn thuần túy về kỹ thuật thực hiện của một ngành mà nên có sức lan tỏa rộng sang các ngành đào tạo gần để giúp sinh viên của một ngành cụ thể có cái nhìn tương tác, những kỹ năng làm việc ngoài ngành; từ đó có thể tham gia vào hoạt động của các phòng ban khác khi cùng các đồng nghiệp làm việc trên hệ thống thông tin toàn doanh nghiệp. Ví dụ, trong đào tạo ngành kế toán ngoài những hiểu biết cơ bản về ghi sổ tài khoản – sẽ được phần mềm hỗ trợ tự động thì sinh viên nên có kiến thức về cấu trúc các mô hình doanh nghiệp, hiểu được những tác vụ cơ bản của bộ phận mua hàng, bán hàng, hoạt động đặt lịch sản xuất, quản lý tại kho và phân phối hậu cần. Những kiến thức vừa nêu “lấn sân” sang ngành quản trị. Trên môi trường làm việc mà con người sẽ kiểm soát những tác vụ tự động hóa của máy móc thì người học cần được trang bị kỹ năng giao tiếp và phối hợp nhiệm vụ (communication and collaborative) trên cùng hệ thống thông tin tích hợp.

Và *thứ tư, ứng dụng phân tích dữ liệu học tập*. Một nhóm nghiên cứu thuộc dự án TU Graz của Áo (2018) cho rằng nếu giảng viên Đại học có thể phân tích dữ liệu học tập của sinh viên trên môi trường học tập có tương tác trực tuyến, họ có thể tiên đoán được sự thành công hay thất bại của mỗi sinh viên trên từng môn học. Từ đó, giảng viên phụ trách lớp có thể cảnh báo người học những “lỗ hổng” về kiến thức và gợi ý những bài đọc, bài tập thích hợp để sinh viên tiến bộ theo từng chủ đề học tập của mỗi môn học. Kết quả phân tích dữ liệu học tập của sinh viên thông qua trợ giúp của công cụ phân tích dữ liệu (data mining) giúp giảng viên theo dõi chính xác hơn kết quả học tập của sinh viên trong toàn môn học và có thể mở rộng theo dõi sinh viên ở toàn chương trình đào tạo.

Kết luận

Từ nhận định về CMCN 4.0 với những thuận lợi và phân tích những yêu cầu nguồn nhân lực trong thời đại mới, bài viết đã trình bày các tác động rõ nét của CMCN 4.0 đến giáo dục bậc Đại học. Ở góc độ là môi trường giáo dục Việt Nam, bài viết cho thấy đã có sự chuyển biến trong hoạt động đào tạo nhân lực. Nhằm mục đích đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, kỹ thuật vào giảng dạy và liên kết thực tiễn với doanh nghiệp, ...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Arias, O., Elena T., and Julián C. (2014). *The IDB and Technology in Education: How to Promote Effective Programs?* Washington, DC: Inter-American Development Bank.
2. Enzo, W. (2017). *Employment and the Welfare State in the Era of Digitalisation*. CESifo Forum, 4 Dec, 2017, 18, 22 – 27.
3. Heniro, J. (2018). *Technological impact on the future of the accounting profession*. CMA Workshop at HCMC 23 Apr, 2018.
4. Magruk, A. (2016). Uncertainty in the Sphere of the Industry 4.0 – Potential Areas to Research. *Journal of business, management and education*, 14 (2), 275 – 291.
5. Paravizo, E., Chaim, O. C., Braatz, D., Muschard, B., and Rozenfeld, H. (2018). *Exploring gamification to support manufacturing education on industry 4.0 as an enabler for innovation and sustainability*. Manufacturing Engineering Society International Conference, 28 – 30.
6. Prisecaru, P. (2017). *The Challenges of the Industry 4.0*. Institute of World Economy of the Romanian Academy, 13 (1), 56 – 72.
7. Rabeh, M, Husam A., and Saeed, M. (2017). The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0): A Social Innovation Perspective. *Technology Innovation Management Review Journal*, 7 (11), 12 – 19.
8. Sabharwal, M. (2016). *India Needs College 4.0: Reboot Higher Education*. Business Today, New Delhi, 17 Jan, 2016.
9. Schwab, K. (2016), *The fourth industrial revolution: what it means, how to respond*. World Economic Forum, Davos, 14 Jan 2016.
10. Szozda, N. (2017). Industry 4.0 and its impact on the functioning of supply chains. *Scientific Journal of Logistics*, 13 (4), 401-414.
11. Thai News service group (2017). *What does Industry 4.0 hold for Vietnam?* Asia News Monitor, Bangkok, 03 Aug 2017.
12. Wallner, T., and Wagner, G. (2016). *Academic education 4.0*. International Conference on Education and New Developments, 155 – 159.
13. World Bank (2016). *World development report: Digital dividends*.
14. Jonhson Ong Chee Bin (2017). Giáo dục 4.0: Góp phần hiện đại hoá căn bản giáo dục đại học. [truy cập ngày 14/05/2018] < <http://baochinhphu.vn/Giao-duc/Giao-duc-40-Gop-phan-hien-dai-hoa-can-ban-giao-duc-dai-hoc/308971.vgp> >
15. Nguyễn Xuân Phúc (2017). Định hình và phát triển nền sản xuất công nghiệp thông minh trong tương lai. [truy cập ngày 12/05/2018] < <http://genk.vn/thu-tuong-chi-ra-6-giai-phap-de-viet-nam-bat-kip-cach-mang-40-20171205160339673.chn> >
16. Nguyễn Đắc Hưng (2017). Giáo dục Việt Nam trước yêu cầu của cách mạng công nghiệp 4.0. [truy cập ngày 13/05/2018] < <http://baochinhphu.vn/Khoa-hoc-Cong-nghes/Giao-duc-Viet-Nam-truoc-yeu-cau-cua-cach-mang-cong-nghiep-40/308970.vgp> >

17. Trần Đình Thiên (2017). Nguy cơ Việt Nam lỡ chuyến tàu cách mạng 4.0. [truy cập ngày 15/05/2018] < <http://www.thesaigontimes.vn/164738/Nguy-co-Viet-Nam-lo-chuyen-tau-cach-mang-40.html>>
18. TU-GRAZ research project, Austria (2018). [accessed on 14/05/2018] < <https://www.tugraz.at/en/tu-graz/services/news-stories/tu-graz-news/research>>
19. Võ Trí Thành (2017). Cách mạng công nghiệp 4.0: Cơ hội và thách thức. [truy cập ngày 12/05/2018] < <https://baomoi.com/cach-mang-cong-nghiep-4-0-co-hoi-va-thach-thuc/c/23508186.epi>>
20. We are Social, UK (2017). [accessed on 14/05/2018] < <https://www.dammio.com/2017/07/17/cac-so-lieu-thong-ke-ve-internet-o-viet-nam-nam-2017>>

**KINH DOANH ĐIỆN TỬ, THƯƠNG
MẠI ĐIỆN TỬ, VÀ HỆ THỐNG
THÔNG TIN KINH DOANH**

CÔNG NGHỆ THÔNG TIN ẢNH HƯỞNG NHƯ THẾ NÀO ĐẾN CHỈ SỐ NĂNG LỰC CUNG CẤP THÔNG TIN CỦA HỆ THỐNG KẾ TOÁN

TS. Hà Thị Phương Dung

Viện Kế toán- Kiểm toán, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Tóm tắt:

Bài viết này tập trung nghiên cứu mối quan hệ giữa công nghệ thông tin và quản trị doanh nghiệp nói chung trong thời đại dữ liệu lớn (Big Data), đặc biệt là công nghệ thông tin có ảnh hưởng như thế nào đến chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán. Có nhiều cách để đánh giá hiệu quả của hệ thống thông tin kế toán, trong đó việc xem xét đánh giá chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán cũng là một phương thức quan trọng. Bài viết nghiên cứu cách đo lường chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán. Đồng thời bài viết cũng chỉ ra ảnh hưởng tích cực của công nghệ thông tin đến chỉ số này, đặc biệt qua 2 biến: sự tiến bộ của công nghệ thông tin áp dụng trong doanh nghiệp và am hiểu về công nghệ thông tin của Ban giám đốc.

Từ khóa: *Hệ thống thông tin kế toán; Yêu cầu cung cấp thông tin kế toán; Năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán; Chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán.*

1. Giới thiệu nghiên cứu

Hệ thống thông tin kế toán trong doanh nghiệp có vai trò rất quan trọng, đặc biệt trong thời đại công nghệ 4.0. Thông tin kế toán cung cấp sẽ ảnh hưởng đến các quyết định của nhà quản trị trong chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy tổ chức được một hệ thống thông tin kế toán hoạt động hiệu quả cũng là một yêu cầu đặt ra cho các doanh nghiệp. Có nhiều cách để đánh giá hiệu quả của một hệ thống thông tin kế toán, trong đó việc xem xét chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán cũng là một phương thức để đánh giá hiệu quả của một hệ thống thông tin kế toán. Chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán cao sẽ làm gia tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh của đơn vị. Nghiên cứu này tập trung vào việc đo lường chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán trong các doanh nghiệp. Tác giả sử dụng nghiên cứu định lượng, phần mềm SPSS 11 để xử lý thông tin thu thập được từ Bảng câu hỏi nhận về qua Email từ các đối tượng khảo sát. Qua khảo sát tác giả kiểm nghiệm giả thuyết ảnh hưởng của sự tiến bộ của công nghệ thông tin đến chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán.

2. Tổng quan nghiên cứu

Hệ thống thông tin kế toán (HTTTKT) bao gồm quá trình thu thập, ghi nhận, lưu trữ xử lý dữ liệu kế toán cũng như các dữ liệu khác có liên quan để tạo ra những thông tin

hữu ích cho người sử dụng thông tin trong quá trình lập kế hoạch, kiểm soát, phối hợp, phân tích và ra quyết định (Ismail NA, & King, M.,2006)

Hình 1 mô tả mô hình nghiên cứu, nơi các biến được xem là đo lường chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán: mức độ tiên tiến của công nghệ thông tin, sự am hiểu về công nghệ thông tin của Ban giám đốc.

Biến phụ thuộc là chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán. Các giả thuyết của mô hình này và biện minh cho phép đo của mỗi biến được thảo luận như sau:

Theo Ismail NA, & King, M(2006) việc sử dụng công nghệ thông tin tiên tiến dẫn đến nhiều thông tin sẵn có hơn và nhanh chóng được truy xuất bao gồm thông tin bên ngoài, thông tin nội bộ và do đó dẫn đến tăng khả năng truy cập thông tin.

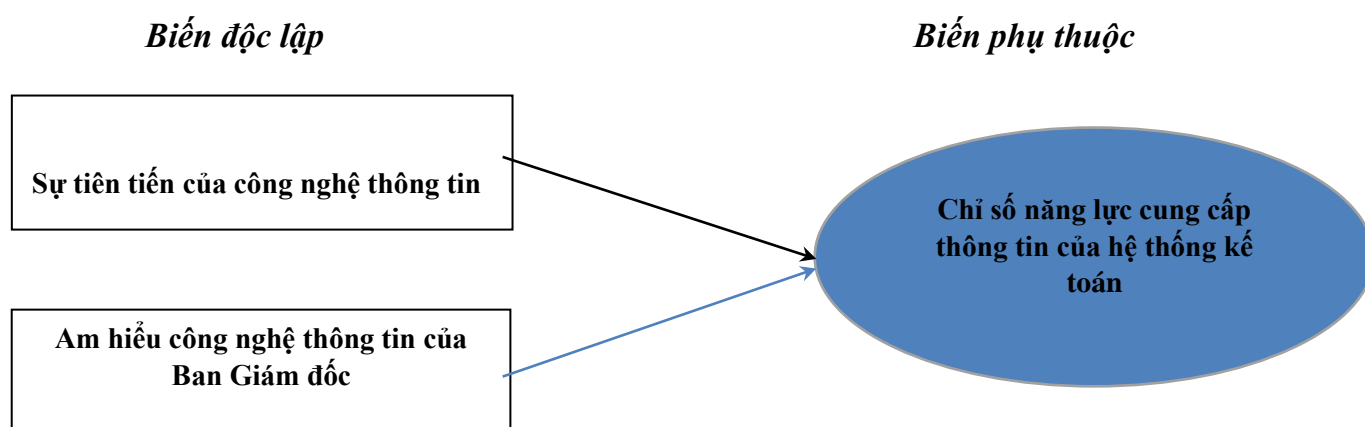
Chong và cộng sự (1997) đã phát hiện ra rằng mức độ tiên tiến của công nghệ thông tin có liên quan đến khả năng điều chỉnh chiến lược kinh doanh. Do đó, các doanh nghiệp có công nghệ thông tin tiên tiến hơn sẽ có chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán cao hơn

H1: Các doanh nghiệp có công nghệ thông tin tiên tiến hơn sẽ có chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán cao hơn.

Theo Hussin và các cộng sự (2002), kiến thức công nghệ thông tin của Ban giám đốc có thể xác định thành công hay thất bại của các dự án đổi mới công nghệ thông tin, nâng cao năng lực cung cấp thông tin bởi vì họ đóng vai trò chủ đạo trong các quyết định kinh doanh. Chính vì vậy nghiên cứu đưa ra giả thuyết các doanh nghiệp có Ban giám đốc am hiểu về công nghệ thông tin sẽ có chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán tốt hơn

H2: Các doanh nghiệp có Ban giám đốc am hiểu về công nghệ thông tin hơn sẽ có chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán cao hơn.

Hình 1: Nghiên cứu chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán



3. Phương pháp nghiên cứu

Các biến được mô tả và đo lường như sau:

3.1. Chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán

Về mặt đo lường, chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán được đo bằng câu hỏi được phát triển bởi Chenhall và Morris (1986)

Bảng câu hỏi Chenhall và Morris (1986) được coi là phù hợp để sử dụng trong doanh nghiệp vì nó đã áp dụng một định hướng khách quan hơn xác định các đặc điểm của cả yêu cầu và năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán. Công cụ này là phổ biến nhất và được áp dụng rộng rãi bởi các nhà nghiên cứu kế toán. Ban đầu nó được phát triển để sử dụng trong các doanh nghiệp có quy mô lớn, sau đó nó đã được sửa đổi và thử nghiệm trong bối cảnh cụ thể của doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ bởi Ismail và King (2005)

Theo Chenhall và Morris (1986), chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán được đo lường liên quan đến 19 đặc điểm thông tin kế toán sử dụng hai thang điểm năm riêng biệt (19 câu hỏi được trình bày trong Bảng số - Phụ lục).

3.2. Sự tiên tiến của công nghệ thông tin

Sự tiên tiến về công nghệ phản ánh sự đa dạng về số lượng công nghệ thông tin được sử dụng (Hussin và các cộng sự, 2002). Để thu thập thông tin về sự tiên tiến của công nghệ thông tin tác giả đưa ra các câu hỏi để người khảo sát lựa chọn (có thể chọn nhiều đáp án)

Sự tiên tiến của khoa học thông tin phản ánh số lượng hoặc tính đa dạng của công nghệ thông tin được sử dụng. Mặt khác sự tiên tiến của công nghệ thông tin còn được xem xét ở mức độ sử dụng để lập kế hoạch, kiểm soát và đánh giá các ứng dụng hiện tại và tương lai.

3.3. Am hiểu công nghệ thông tin của Ban giám đốc

Nghiên cứu đo lường mức độ am hiểu công nghệ thông tin của Ban giám đốc bằng cách sử dụng một danh sách bảy ứng dụng thường sử dụng trong doanh nghiệp với thang đo từ 1- không có kiến thức đến 5- kiến thức sâu rộng.

Người được khảo sát sẽ trả lời các câu hỏi về mức độ quen thuộc với xử lý văn bản, cơ sở dữ liệu, e-mail, Internet và quản lý sản xuất được hỗ trợ bởi máy tính cùng các ứng dụng.

4. Kết quả và thảo luận

Tác giả gửi E-mail trong đó có Bảng câu hỏi (Phụ lục) để thu thập dữ liệu từ các doanh nghiệp. Dữ liệu được thu thập về 19 đặc điểm thông tin kế toán đo lường chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán.

Đối tượng được khảo sát là kế toán trưởng, giám đốc điều hành, giám đốc tài chính, giám đốc doanh nghiệp, chuyên gia công nghệ thông tin của doanh nghiệp

Số Bảng câu hỏi nhận về là 82 được xử lý trên phần mềm SPSS 11.

Phân tích cụm được sử dụng để tìm hai nhóm: Nhóm 1- có chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán cao hơn; Nhóm 1 có chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán thấp hơn. Kỹ thuật này chia tách mẫu nghiên cứu thành các nhóm, nên việc so sánh và tương phản rất đem lại hiệu quả (Hussin và cộng sự, 2002)

Nghiên cứu sau đó đã điều tra một số yếu tố có thể liên quan đến chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán trong doanh nghiệp như: Sự tiên tiến của công

nghệ thông tin, Sự hiểu biết về công nghệ thông tin của Ban giám đốc. Những phát hiện từ nghiên cứu cho thấy chỉ số năng lực cung cấp thông tin kế toán có liên quan đến các đặc điểm của doanh nghiệp như: độ tiên tiến của công nghệ thông tin; mức độ hiểu biết của Ban giám đốc về công nghệ thông tin

Việc nghiên cứu các biến cụ thể như sau:

4.1. Chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán

Chỉ số năng lực cung cấp thông tin kế toán được đo bằng cách nhân mức đánh giá của mục yêu cầu cung cấp thông tin kế toán với mức đánh giá của mục năng lực cung cấp thông tin kế toán tương ứng. Nếu có xếp hạng cao cho mục yêu cầu cung cấp thông tin kế toán và xếp hạng cao cho mục năng lực cung cấp thông tin kế toán tương ứng sẽ dẫn đến chỉ số cao. Mặt khác, một đánh giá thấp cho một mục yêu cầu cung cấp thông tin kế toán và một đánh giá thấp cho mục năng lực cung cấp thông tin kế toán tương ứng sẽ cung cấp cho một chỉ số liên kết thấp.

Vì mỗi mục được đo bằng thang điểm năm, kết quả riêng lẻ của phép nhân sẽ dao động trong khoảng từ 1 đến 25 (Chong và cộng sự, 1997)

Kỹ thuật phân tích cụm thường được sử dụng để tạo các cụm hoặc nhóm các thực thể tương tự cao dựa trên một số biến được chỉ định

Trong bài viết này, phân tích cụm được sử dụng để xác định các nhóm tương tự dựa trên 19 đặc điểm thông tin kế toán. Kỹ thuật này có lợi thế là xác định sự giống nhau mà không áp đặt một mô hình cụ thể. Sự ổn định của phương pháp cụm đã được kiểm tra bằng cách tách dữ liệu thành một nửa. Mỗi nửa sau đó được phân tích một cách riêng biệt

Bài viết này sử dụng phân tích cụm trong SPSS 11. Dữ liệu trong Bảng 1 chỉ ra rằng doanh nghiệp trong nhóm 1 có chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán cao hơn so với các doanh nghiệp trong nhóm 2

Bảng 1 Chỉ số liên kết giữa yêu cầu và năng lực cung cấp thông tin kế toán

TT	Các đặc điểm kế toán	Nhóm 1	Nhóm 2
1	Tần suất báo cáo	14,54	10,61
2	Báo cáo tóm tắt toàn doanh nghiệp	13,98	9,51
3	Báo cáo tóm tắt từng bộ phận	14,33	8,77
4	Báo cáo bộ phận	14,08	8,87
5	Tốc độ báo cáo	14,53	9,24
6	Báo cáo theo kỳ kế toán	13,41	8,89
7	Sự kiện trong tương lai	14,31	9,26
8	Báo cáo tức thì	12,95	7,08
9	Thông tin phi tài chính liên quan đến sản xuất	11,75	6,87

10	Tự động cung cấp thông tin	11,84	7,02
11	Mô hình ra quyết định	12,23	6,54
12	Hiệu quả của doanh nghiệp	11,07	6,28
13	Chiến lược của doanh nghiệp	11,03	5,62
14	Thông tin phi tài chính liên quan đến thị trường	11,01	5,42
15	Ảnh hưởng của sự kiện lên các bộ phận chức năng	10,76	4,74
16	Tương tác giữa các bộ phận	9,91	4,16
17	Thông tin phi kinh tế	9,72	4,34
18	Báo cáo phân tích tình huống	9,65	3,88
19	Thông tin bên ngoài	8,96	3,70

Kết quả cho thấy đặc điểm thông tin kế toán có chỉ số năng lực cung cấp thông tin cao là: tần suất báo cáo; Báo cáo tóm tắt toàn doanh nghiệp; Báo cáo tóm tắt từng bộ phận; Báo cáo bộ phận; Tốc độ báo cáo; Báo cáo theo kỳ kế toán.

Các đặc điểm thông tin kế toán với chỉ số năng lực cung cấp thông tin thấp là: Thông tin bên ngoài; Báo cáo phân tích tình huống; Thông tin phi kinh tế; Tương tác giữa các bộ phận

4.2. Sự tiên tiến của công nghệ thông tin

Bảng tóm tắt sự tiên tiến của công nghệ thông tin bằng cách hiển thị tỷ lệ phần trăm của mỗi lựa chọn trong 9 công nghệ thông tin được đưa ra. Số lượng công nghệ được sử dụng trong mỗi công ty được tổng cộng, và sau đó tính trung bình trên mỗi nhóm sao cho một thử nghiệm T- test độc lập. Kết quả có nghĩa là hai nhóm không khác nhau về số lượng công nghệ được áp dụng

Bảng 2: Mối liên hệ giữa chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán và Sự tiên tiến của công nghệ thông tin

<i>Sự tiên tiến của công nghệ thông tin</i>	<i>Nhóm 1</i>	<i>Nhóm 2</i>	<i>Sig.</i>
Phần mềm soạn thảo, trình chiếu	81	79	0.501
Bảng tính	65	70	0.323
Cơ sở dữ liệu	52	62	0.098
Phần mềm kế toán	96	89	0.075
Phần mềm thiết kế	41	36	0.289
Phần mềm tự động quy trình sản xuất	25	31	0.345
Mạng thông tin nội bộ	16	13	0.245
Mạng thông tin bên ngoài	63	68	0.042*

Mức ý nghĩa 0.05

Kết quả cho thấy rằng việc sử dụng Mạng thông tin bên ngoài như: Internet có thể giúp công ty thu thập nhiều thông tin và do đó góp phần vào quá trình nâng cao chỉ số liên kết giữa yêu cầu và năng lực cung cấp thông tin kế toán

4.3. Am hiểu về công nghệ thông tin của Ban giám đốc

Kết quả điều tra cho thấy Ban giám đốc được tin là có kiến thức tốt về e-mail và Internet, cao hơn các ứng dụng công nghệ thông tin khác.

Bảng 3: Mối liên hệ giữa chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán và Am hiểu công nghệ thông tin của Ban giám đốc.

<i>Am hiểu công nghệ thông tin của Ban giám đốc</i>	<i>Nhóm 1</i>	<i>Nhóm 2</i>	<i>Sig.</i>
Phần mềm soạn thảo, trình chiếu	2.95	2.68	0.132
Bảng tính	3.01	2.98	0.301
Cơ sở dữ liệu	2.65	2.54	0.058
Phần mềm kế toán	2.75	2.44	0.011*
Phần mềm quản lý sản xuất	2.55	2.03	0.001*
E-mail	3.62	3.21	0.789
Internet	3.97	3.67	0.287

Mức ý nghĩa 0.05

Kết quả cho thấy có mối quan hệ giữa chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán với sự am hiểu về công nghệ thông tin của Ban giám đốc. Kiến thức công nghệ thông tin của Ban giám đốc có thể xác định thành công hay thất bại của các dự án đổi mới công nghệ thông tin, nâng cao năng lực cung cấp thông tin bởi vì họ đóng vai trò chủ đạo trong các quyết định kinh doanh.

5. Khuyến nghị giải pháp

Qua nghiên cứu tác giả thấy rằng chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán có liên quan đến sự trưởng thành, tiên tiến của công nghệ thông tin trong doanh nghiệp. Nghiên cứu chỉ ra rằng một số doanh nghiệp đã xây dựng nền tảng công nghệ thông tin trong những năm qua để đáp ứng nhu cầu cung cấp thông tin kế toán phục vụ quá trình ra quyết định. Nghiên cứu cho thấy rằng không dễ dàng đạt được chỉ số năng lực cung cấp thông tin cao nếu chỉ trông chờ vào sự tham gia của các chuyên gia công nghệ thông tin trong nội bộ doanh nghiệp mà còn phải sử dụng lực lượng chuyên gia bên ngoài như: nhà tư vấn và nhà cung cấp... Sự am hiểu về công nghệ thông tin của Ban giám đốc cũng là một nhân tố tích cực, quan trọng trong việc nâng cao chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán. Như vậy công nghệ thông tin có ảnh hưởng, tích cực đến chỉ số năng lực cung cấp thông tin của hệ thống kế toán. Do đó để giúp kế toán hoàn thành tốt vai trò cung cấp thông tin cho quản lý, Ban giám đốc cần đầu tư thích đáng cho công nghệ thông tin cả về sự tiên tiến của công nghệ, cả về kiến thức của Ban giám đốc và nhân viên trong doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chong, V.K. and Chong, K.M. (1997), 'Strategic choices, environmental uncertainty and SBU performance: a note on the intervening role of management accounting systems', *Accounting and Business Research*, 27(4), 268-276.
2. Cragg, P.B., King, M. and Hussin, H. (2002), 'IT alignment and firm performance in small manufacturing firms', *Journal of Strategic Information Systems*, 11(2), 109-132
3. Ismail, N.A. and King, M. (2005) 'Firm performance and AIS alignment in Malaysian SMEs', *International Journal of Accounting Information Systems*, 6(4), 241-259.
4. Ismail NA, & King, M. (2006). The alignment of accounting and information systems in SMEs in Malaysia. *Journal of Global Information Technology Management*, 9(3), 24-42.
5. Ismail, NA. & King, M. (2007), ' Factors influencing the alignment of accounting information systems in small and medium sized Malaysian manufacturing firms', *Journal of Information Systems and Small Business*, 1(1&2), 1- 20.
6. Thong, J.Y.L. (1999). An integrated model of information systems adoption in small business. *Journal of Management Information Systems*, 15(4).

BẢNG CÂU HỎI

Câu 1: Vui lòng khoanh tròn số thích hợp cho mỗi câu hỏi

Không Rất quan trọng quan trọng					Đặc điểm thông tin	Không Rất sẵn có sẵn có				
1	2	3	4	5	Thông tin liên quan đến các sự kiện có thể có trong tương lai như xu hướng trong tương lai về doanh thu, lợi nhuận, chi phí, dòng tiền ...	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Thông tin phi kinh tế như sở thích của khách hàng, thái độ của nhân viên, thái độ của chính phủ và cơ quan tiêu dùng, các mối đe dọa cạnh tranh ...	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Thông tin về các yếu tố rộng bên ngoài công ty của bạn như điều kiện kinh tế, tăng dân số, thay đổi công nghệ	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Thông tin phi tài chính liên quan đến sản xuất như tỷ lệ đầu ra, mức độ phế liệu, hiệu quả máy, sự vắng mặt của nhân viên ...	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Thông tin phi tài chính liên quan đến thị trường như quy mô thị trường, tỷ lệ tăng trưởng	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Báo cáo bộ phận : thông tin được cung cấp trên các phần khác nhau hoặc các khu chức năng trong công ty của bạn như tiếp thị và sản xuất, bán hàng, chi phí, trung tâm lợi nhuận	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Báo cáo theo kỳ : thông tin về ảnh hưởng của các sự kiện vào các khoảng thời gian cụ thể như tóm tắt hàng tháng / hàng quý / hàng năm, xu hướng, so sánh	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Ảnh hưởng của các sự kiện lên các bộ phận chức năng : thông tin đã được xử lý để hiển thị ảnh hưởng của các sự kiện trên các chức năng khác nhau như tiếp thị hoặc sản xuất liên quan đến các hoạt động hoặc nhiệm vụ cụ thể	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Mô hình ra quyết định : thông tin ở định dạng phù hợp để nhập vào các mô hình quyết định như phân tích dòng tiền chiết khấu, phân tích gia tăng hoặc cận biên, phân tích hàng tồn kho, phân tích chính sách tín dụng	1	2	3	4	5

1	2	3	4	5	Báo cáo so sánh: Thông tin dưới dạng cho phép bạn tiến hành phân tích "nếu-thì"	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Báo cáo tóm tắt của tổ chức, thông tin về tác động của các hoạt động của các phần khác nhau trên các báo cáo tóm tắt như lợi nhuận, chi phí, báo cáo doanh thu cho tổng thể công ty	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Tương tác giữa các bộ phận, thông tin về tác động mà quyết định sẽ có trong toàn công ty và ảnh hưởng của các quyết định của cá nhân khác đối với lĩnh vực trách nhiệm khác	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Chiến lược của công ty: cho các hoạt động của tất cả các bộ phận trong công ty	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Hiệu quả của tổ chức, thông tin liên quan đến tác động mà các quyết định đã có về hiệu suất tổng thể của công ty	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Tốc độ báo cáo, tức là thông tin được yêu cầu đến ngay lập tức theo yêu cầu	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Tự động cung cấp thông tin: tức là thông tin được cung cấp tự động khi nhận được thông tin vào hệ thống thông tin hoặc ngay khi quá trình xử lý hoàn tất	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Tần suất báo cáo: tức là báo cáo được cung cấp thường xuyên trên cơ sở có hệ thống, thường xuyên như báo cáo hàng ngày, báo cáo hàng tuần, v.v ...	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Báo cáo tức thì: tức là không có sự chậm trễ giữa sự kiện xảy ra và thông tin có liên quan được báo cáo	1	2	3	4	5

Câu 2: Vui lòng đánh dấu vào các công nghệ hiện đang được doanh nghiệp của bạn sử dụng. Bạn có thể đánh dấu vào một hoặc nhiều ô

- Phần mềm hỗ trợ văn phòng: Ứng dụng văn bản, đồ họa, thuyết trình
- Phần mềm hỗ trợ quyết định: Ứng dụng bảng tính và tương tự
- Hệ thống cơ sở dữ liệu: Ứng dụng về nhân sự và hệ thống ngoài kế toán
- Các phần mềm kế toán: Các ứng dụng này bao gồm bảng lương, các khoản phải thu, các khoản phải trả, sổ cái, nhập hàng và thanh toán

- Thiết kế hỗ trợ máy tính: để thuận lợi cho việc tạo lập và thao tác các bản vẽ công nghiệp
- Sản xuất được hỗ trợ bởi máy tính: Tự động hóa sản xuất bằng máy móc.
- Mạng cục bộ: Hệ thống liên lạc kết nối các máy tính trong một tổ chức như email, ứng dụng và chia sẻ dữ liệu cục bộ
- Mạng bên ngoài: Hệ thống truyền thông kết nối máy tính ở vị trí phân tán địa lý như Internet, trao đổi dữ liệu điện tử và nguồn dữ liệu ngoài

Câu 3: Vui lòng khoanh tròn số thích hợp cho mỗi câu hỏi

<i>Am hiểu công nghệ thông tin của Ban giám đốc</i>	Không có kiến thức				
	Kiến thức sâu rộng				
Phần mềm soạn thảo, trình chiếu	1	2	3	4	5
Bảng tính	1	2	3	4	5
Cơ sở dữ liệu	1	2	3	4	5
Phần mềm kế toán	1	2	3	4	5
Phần mềm thiết kế	1	2	3	4	5
Phần mềm quản lý sản xuất	1	2	3	4	5
E-mail	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

ThS. Trần Thị Hằng
TS. Trương Thanh Hằng
Trường Đại học công nghiệp Hà Nội

Tóm tắt

Cùng với xu hướng phát triển của cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0, thương mại điện tử (TMĐT) đang dần toàn cầu hóa, thị trường TMĐT được mở rộng và phát triển không ngừng. Thị trường TMĐT Việt Nam được nhận định là tiềm năng và sẽ bùng nổ trong thời gian tới. Tuy nhiên, trong bối cảnh CMCN 4.0, TMĐT Việt Nam còn đối mặt với không ít thách thức. Bài viết tập trung phân tích những cơ hội và thách thức cho TMĐT Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0. Từ đó, bài viết đưa ra một số khuyến nghị để TMĐT Việt Nam phát triển hơn trong thời gian tới.

Từ khóa: *Cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0), thương mại điện tử*

1. Tổng quan về thương mại điện tử và cách mạng công nghiệp 4.0

1.1. Tổng quan về thương mại điện tử

TMĐT còn gọi là e-commerce, e-comm hay EC, là sự mua bán sản phẩm hay dịch vụ trên các hệ thống điện tử như Internet và các mạng máy tính. TMĐT dựa trên một số công nghệ như chuyển tiền điện tử, quản lý chuỗi dây chuyền cung ứng, tiếp thị Internet, quá trình giao dịch trực tuyến, trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), các hệ thống quản lý hàng tồn kho và các hệ thống tự động thu thập dữ liệu.



Theo Ủy ban châu Âu: "Thương mại điện tử có thể định nghĩa chung là sự mua bán, trao đổi hàng hóa hay dịch vụ giữa các doanh nghiệp, gia đình, cá nhân, tổ chức tư nhân bằng các giao dịch điện tử thông qua mạng Internet hay các mạng máy tính trung gian (thông tin liên lạc trực tuyến). Thuật ngữ bao gồm việc đặt hàng và dịch thông qua mạng máy tính nhưng thanh toán và quá trình vận chuyển hàng hay dịch vụ cuối cùng có thể thực hiện trực tuyến hoặc bằng phương pháp thủ công"

Theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) "TMĐT bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng Internet nhưng được giao nhận một cách hữu hình, cả các sản phẩm giao nhận cũng như những thông tin số hoá thông qua mạng Internet".

Theo Ủy ban Thương mại điện tử của Tổ chức Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC) "Thương mại điện tử liên quan đến các giao dịch thương mại trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa các nhóm (cá nhân) mang tính điện tử chủ yếu thông qua các hệ thống có nền tảng dựa trên Internet."

TMĐT chỉ xảy ra trong môi trường kinh doanh mạng Internet và các phương tiện điện tử giữa các nhóm (cá nhân) với nhau thông qua các công cụ, kỹ thuật và công nghệ điện tử. TMĐT được tiến hành trên mạng nên không bị ảnh hưởng bởi khoảng cách địa lý, không phân biệt nhà cung cấp nhỏ hay lớn; hiện diện trên toàn cầu cho nhà cung cấp,

lựa chọn toàn cầu cho khách hàng. Vì vậy, TMĐT hiện là phương thức giao dịch nhanh nhất, hiệu quả nhất và tận dụng được tối đa mọi nguồn lực.

Các đối tượng tham gia TMĐT không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không đòi hỏi phải biết nhau từ trước. Căn cứ theo đối tượng tham gia TMĐT thì có 3 đối tượng chính gồm: chính phủ (G-Government), doanh nghiệp (B-Business) và khách hàng (C-Customer hay Consumer). Nếu kết hợp đôi một 3 đối tượng này sẽ có 9 hình thức theo đối tượng tham gia là: B2C, B2B, B2G, G2B, G2G, G2C, C2G, C2B, C2C. Cụ thể, các dạng hình thức chính của TMĐT gồm: doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B); doanh nghiệp với khách hàng (B2C); doanh nghiệp với nhân viên (B2E); doanh nghiệp với chính phủ (B2G); chính phủ với doanh nghiệp (G2B); chính phủ với chính phủ (G2G); chính phủ với công dân (G2C); khách hàng với khách hàng (C2C); khách hàng với doanh nghiệp (C2B).

Theo quy định tại Nghị định 52/2013/NĐ-CP, TMĐT hoạt động theo 4 nguyên tắc chính là: nguyên tắc tự do, tự nguyện thỏa thuận trong giao dịch TMĐT; nguyên tắc xác định phạm vi hoạt động kinh doanh trong TMĐT; nguyên tắc xác định nghĩa vụ về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong hoạt động TMĐT; nguyên tắc kinh doanh các hàng hóa, dịch vụ hạn chế kinh doanh hoặc hàng hóa, dịch vụ kinh doanh có điều kiện thông qua TMĐT.

Mạng máy tính và các loại dịch vụ Internet trên thế giới ngày càng bùng nổ. Nó là điều kiện thuận lợi cho TMĐT ngày càng phát triển. Với xu hướng toàn cầu hóa, TMĐT đang là lĩnh vực tiềm năng để các doanh nghiệp sinh lợi và phát triển, là cơ hội cho những người muốn khởi nghiệp kinh doanh theo mô hình mới. TMĐT được xem như một trong những giải pháp thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế quốc gia. Các công ty đại diện cho sự thành công trong lĩnh vực TMĐT trên thế giới năm 2018 có thể kể đến là Amazon, Ebay, Alibaba, Bestbuy, Walmart,...

1.2. Tổng quan về cách mạng công nghiệp 4.0

Ngày 20/01/2016, WEF lần thứ 46 chính thức khai mạc tại thành phố Davos – Klosters của Thụy Sĩ với chủ đề “Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0”. Khái niệm CMCN 4.0 đã được trình bày và làm rõ tại diễn đàn này. Theo Giáo sư Klaus Schwab, Chủ tịch WEF, CMCN 4.0 là một thuật ngữ bao gồm một loạt công nghệ tự động hóa hiện đại, trao đổi dữ liệu và chế tạo. Có thể hiểu đây là “*một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị*” đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, Internet kết nối vạn vật (IoT) và Internet của các dịch vụ (IoS).



CMCN 4.0 là cuộc cách mạng số, là xu hướng hiện thời trong việc tự động hóa và trao đổi dữ liệu trong công nghệ sản xuất, thông qua các công nghệ hiện đại như Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), tương tác thực tại ảo (AR), mạng xã hội, điện toán đám mây, di động, phân tích dữ liệu lớn (SMAC)... để chuyển hóa toàn bộ thế giới thực thành thế giới số. Cuộc cách mạng này diễn ra trên 4 lĩnh vực chính là: lĩnh vực kỹ thuật số (dữ liệu lớn, IoT, AI); lĩnh vực công nghệ sinh học (ứng dụng trong y dược, hóa học, chế biến thực phẩm, năng lượng tái tạo, ...); lĩnh vực vật lý (robot thế hệ mới, in 3D, xe tự lái, công nghệ nano, các vật liệu mới); lĩnh vực năng lượng tái tạo.

CMCN 4.0 có sự khác biệt với các cuộc CMCN trước đây ở tốc độ, quy mô và phạm vi tác động với các đặc trưng cơ bản sau:

Thứ nhất, CMCN 4.0 có sự kết hợp giữa các hệ thống ảo và thực thể.

Xu hướng kết hợp công nghệ cảm biến mới, phân tích dữ liệu lớn, điện toán đám mây với kết nối Internet vạn vật đang thúc đẩy phát triển máy móc tự động hóa và hệ thống sản xuất thông minh. Nhờ khả năng kết nối của hàng tỷ người trên thế giới thông qua các thiết bị di động và khả năng tiếp cận được với cơ sở dữ liệu lớn, những tính năng xử lý thông tin sẽ được nhân lên bởi những đột phá công nghệ trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo, công nghệ người máy, Internet kết nối vạn vật, xe tự lái, công nghệ in 3 chiều, công nghệ nano, công nghệ sinh học, khoa học vật liệu, lưu trữ năng lượng và tính toán lượng tử.

Thứ hai, cuộc CMCN 4.0 có tốc độ phát triển theo cấp số nhân.

So với các cuộc CMCN trước đây, CMCN 4.0 có tốc độ phát triển theo cấp số nhân. Thời gian từ khi manh nha ý tưởng về công nghệ kỹ thuật, hiện thực hóa các ý tưởng đó trong các phòng thí nghiệm đến khi ứng dụng vào thực tế được rút ngắn đáng kể. Những đột phá công nghệ diễn ra với tốc độ nhanh đã tạo nên sự biến đổi trong toàn bộ hệ thống sản xuất, quản lý, quản trị và đang tạo ra một thế giới được số hóa, tự động hóa.

Thứ ba, cuộc CMCN 4.0 có phạm vi ảnh hưởng lớn tới tất cả các lĩnh vực và các nền kinh tế trên thế giới.

Sự ra đời của công nghiệp 4.0 tại Đức đã thúc đẩy các nước tiên tiến khác như Mỹ, Nhật, Trung Quốc, Ấn Độ thúc đẩy phát triển các chương trình tương tự nhằm duy trì lợi thế cạnh tranh của mình. Hiện nay, công nghiệp 4.0 đã vượt ra khỏi khuôn khổ dự án của các nước phát triển và có sức lan tỏa rộng rãi đến nhiều nước trên thế giới. CMCN 4.0 có những tác động to lớn về kinh tế, xã hội và môi trường ở tất cả các cấp toàn cầu, khu vực và trong từng quốc gia.

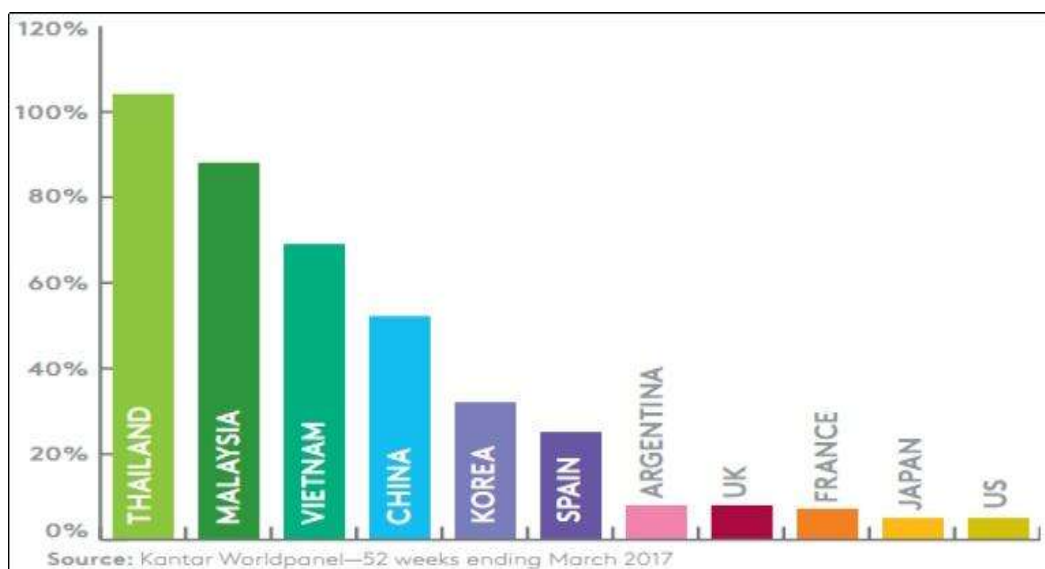
Thứ tư, cuộc CMCN 4.0 đánh dấu sự phát triển vượt bậc của trí tuệ nhân tạo và đã tạo ra kỷ nguyên mới trong công nghệ robot.

Công nghệ robot đã xuất hiện ở nhiều lĩnh vực trong đời sống xã hội, sản xuất, thay con người trong dây chuyền sản xuất như lắp ráp ô tô, tham gia vào quá trình tự động hóa trong các nhà máy,... Trí tuệ nhân tạo đang hiện diện xung quanh chúng ta, từ xe tự lái, máy bay không người lái đến trợ lý ảo, các phần mềm dịch thuật hoặc tư vấn tài chính. Trong những năm gần đây, loài người đã đạt được tiến bộ đáng kể trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo nhờ vào sự gia tăng năng lực điện toán và khối lượng dữ liệu lưu trữ.

2. Thực trạng thương mại điện tử Việt Nam hiện nay

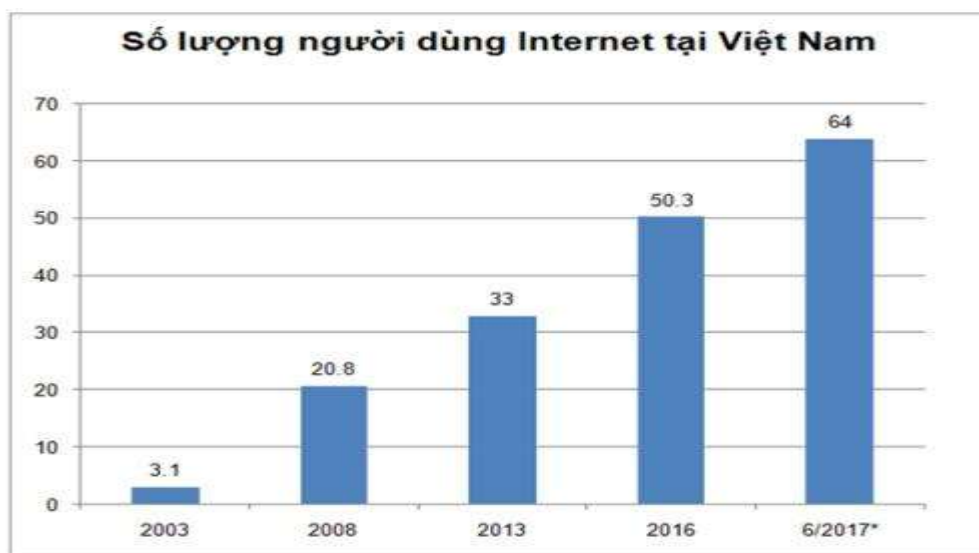
Việt Nam đang trong nền kinh tế số và TMĐT Việt Nam được các chuyên gia nhận định là lĩnh vực đầy tiềm năng và dự đoán sẽ bùng nổ trong thời gian tới. Thực tế cho thấy, tiềm năng tăng trưởng của TMĐT Việt Nam là rất lớn.

Theo kết quả khảo sát 4.147 doanh nghiệp trên cả nước của Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM) trong Báo cáo chỉ số TMĐT Việt Nam năm 2018 cho thấy, tốc độ tăng trưởng về TMĐT của Việt Nam năm 2017 ước tính tăng trên 25% so với năm trước. Tốc độ tăng trưởng trong một số lĩnh vực cụ thể rất ngoạn mục. Với lĩnh vực bán lẻ trực tuyến, thông tin từ hàng nghìn website TMĐT cho thấy, tỷ lệ tăng trưởng doanh thu năm 2017 tăng 35%. Với lĩnh vực thanh toán, theo thông tin từ Công ty cổ phần thanh toán quốc gia Việt Nam (NAPAS), năm 2017 tăng trưởng số lượng giao dịch trực tuyến thẻ nội địa tăng khoảng 50% so với năm 2016 trong khi giá trị giao dịch tăng trưởng tới 75%. Trong lĩnh vực tiếp thị trực tuyến, một số công ty tiếp thị liên kết (affiliate marketing) có tốc độ tăng trưởng năm 2017 đạt 100% đến 200%. Theo một báo cáo của diễn đàn TheLEADER vào tháng 11/2017, Việt Nam lọt vào top 3 thị trường TMĐT có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất thế giới.



Hình 1: Việt Nam lọt vào top 3 thị trường TMĐT tăng trưởng nhanh nhất thế giới
(Nguồn: <https://websolutions.com.vn>)

Kết quả khảo sát năm 2018 của Hội doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao cho thấy, số người tiêu dùng chọn mua online đã tăng gấp ba lần (2,7%) so với năm 2017 (0,9%). Theo Internetworldstats - một website chuyên thống kê lượng người dùng Internet của các quốc gia trên toàn thế giới, tính tới giữa năm 2017, Việt Nam đã có 64 triệu người dùng Internet, tương ứng với 67% dân số cả nước. Với con số này, Việt Nam là quốc gia có lượng người dùng Internet cao thứ 12 trên thế giới và đứng thứ 6 trong tổng số 35 quốc gia/vùng lãnh thổ khu vực châu Á. Số lượng người sử dụng Internet tăng cùng với sự tăng trưởng nhanh chóng của các thiết bị kết nối đặc biệt là smartphone và máy tính bảng sẽ giúp người tiêu dùng Việt Nam tiếp cận gần hơn với TMĐT.



Đơn vị tính: Triệu người. Nguồn: Bộ TT&TT
 (*) - Số liệu từ Internetworldstats

Hình 2: Số lượng người dùng Internet tại Việt Nam

(Nguồn: <https://http://wcag.mic.gov.vn>)

Bên cạnh đó, với sự ra đời của hàng loạt các website TMĐT như Lazada, Shopee, Sendo, Adayroi,..., việc mua sắm online đã quen thuộc hơn với người tiêu dùng Việt Nam. Thị trường mua sắm trực tuyến trở nên sôi động hơn khi ngày càng có nhiều người tiêu dùng trẻ hưởng ứng tham gia việc mua bán trên mạng xã hội.



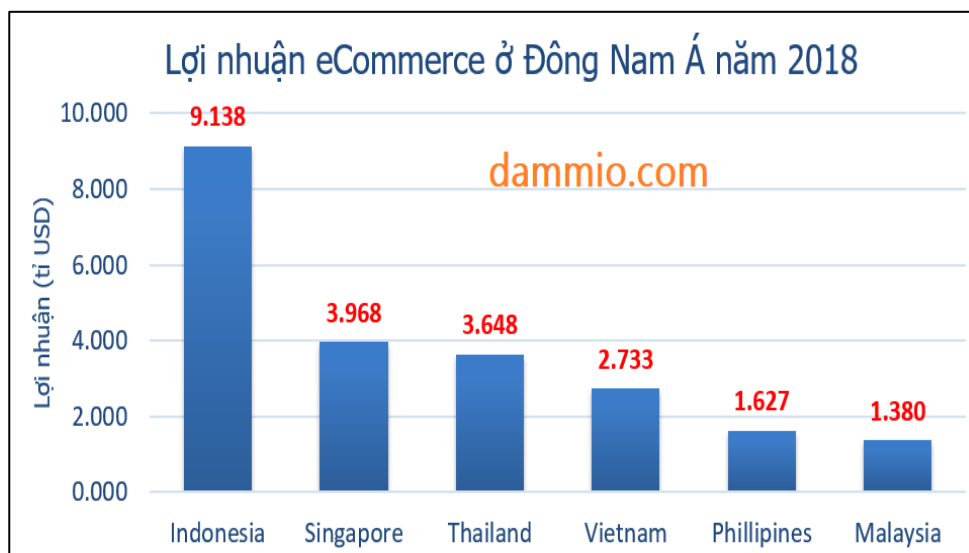
Hình 3: Những doanh nghiệp lớn trong cuộc đua TMĐT ở Việt Nam

(Nguồn: <https://forbesvietnam.com.vn>)

Tiềm năng của TMĐT Việt Nam là không thể phủ nhận. Tuy nhiên, thực tế cũng cho thấy sự phát triển của TMĐT Việt Nam hiện đang thiếu sự bền vững. Người tiêu dùng Việt Nam đặc biệt là thế hệ người tiêu dùng trẻ còn khá nghi ngại về thông tin cũng như chất lượng sản phẩm trên các website TMĐT Việt Nam trong khi khá ưa chuộng mua hàng qua các website TMĐT nước ngoài như Amazon, eBay... Theo VECOM, nguyên nhân là do hàng hóa của nước ngoài phong phú, đa dạng và phù hợp với người tiêu dùng hơn, các nhà bán hàng trực tuyến toàn cầu có uy tín cao, chi phí hoàn tất đơn hàng đối với các hợp đồng mua hàng trực tuyến từ nước ngoài thấp hơn,... Ngoài ra,

VECOM còn phân tích: “Phần lớn doanh nghiệp Việt, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa đầu tư đúng mức cho hoạt động nghiên cứu, tìm hiểu thị hiếu khách hàng nước ngoài để bán hàng trực tiếp, không qua các nhà phân phối trung gian”.

Lợi nhuận thu được từ thị trường TMĐT Việt Nam năm 2018 đang là một con số khiêm tốn so với các quốc gia dẫn đầu trên thế giới. Cụ thể, năm 2018 Việt Nam chỉ đạt lợi nhuận hơn 2,7 tỉ USD từ các hoạt động kinh doanh trực tuyến trên Internet. So với các quốc gia ở Đông Nam Á, lợi nhuận TMĐT Việt Nam xếp thứ 4 trong khu vực.



Hình 4: Lợi nhuận của thị trường TMĐT ở Đông Nam Á năm 2018

(Nguồn: <http://vmcg.vn/chi-so-thuong-mai-dien-tu-o-viet-nam-nam-2018>)

So với các nước phát triển, lợi nhuận TMĐT của Việt Nam còn thua kém rất nhiều, chỉ bằng 0,4% thị trường Hoa Kỳ và 0,5% thị trường Trung Quốc. Sự chênh lệch này cho thấy khoảng trống để TMĐT Việt Nam phát triển còn rất lớn.

3. Cơ hội và thách thức cho thương mại điện tử Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0

3.1. Cơ hội cho thương mại điện tử Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0

CMCN 4.0 với sự hỗ trợ của sức mạnh số hóa và công nghệ thông tin (CNTT) đã tạo nên những thay đổi đột phá, các chuỗi cung ứng truyền thống dần trở thành chuỗi cung ứng thông minh, đem lại hiệu quả cho nền kinh tế số nói chung cũng như TMĐT nói riêng. Cuộc CMCN 4.0 thông qua các công nghệ Internet vạn vật, trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo (VR), điện toán đám mây, dữ liệu lớn,... để chuyên hóa thế giới thực thành thế giới số sẽ thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển nền kinh tế số và lĩnh vực TMĐT.

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, CMCN 4.0 sẽ tạo nên những thay đổi lớn trong sản xuất kinh doanh. Đây cũng là cơ hội thuận lợi cho các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam phát triển và mở rộng kinh doanh. Đặc biệt, CMCN 4.0 sẽ giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu thuận tiện hơn, đồng thời giảm thiểu chi phí hậu cần và giao dịch. Sự phát triển của công nghệ thông tin sẽ giúp doanh nghiệp tìm kiếm thị trường, bán hàng và xuất khẩu trực tuyến một cách hiệu quả hơn. Đồng thời, nó sẽ giúp tiết kiệm thời gian, chi phí cho doanh nghiệp và khách hàng, giúp việc mua bán hàng hóa trở nên dễ dàng và thuận lợi hơn.

Theo bà Lại Việt Anh, Phó Cục trưởng - Cục TMĐT và Công nghệ thông tin, Bộ Công Thương cho rằng, đặc trưng lớn nhất của kinh tế số là tính kết nối giữa các chủ thể và chu trình kinh tế nhờ vào sự phát triển của hạ tầng CNTT và Internet, mà đỉnh cao là

mạng lưới vạn vật kết nối. Tính kết nối cao sẽ giúp tối ưu hóa các nguồn lực để sản xuất ra những sản phẩm đáp ứng tốt nhất với nhu cầu của thị trường, giúp lược bỏ nhiều khâu trung gian trong dây chuyền cung ứng và tăng cơ hội tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu cho các chủ thể của nền kinh tế. Nó chính là mô hình kinh tế chia sẻ (sharing economy). Mô hình này sẽ là mô hình tiêu biểu của nền kinh tế số và sẽ đem lại nhiều lợi ích cho lĩnh vực TMĐT.

Ngoài ra, CMCN 4.0 xuất hiện đúng vào thời kỳ Việt Nam có dân số vàng nên các doanh nghiệp Việt Nam đang có cơ hội xây dựng một dữ liệu lớn làm nền tảng phát triển TMĐT, phục vụ việc tối ưu hóa hiệu quả quảng cáo, chăm sóc khách hàng. Ở Việt Nam hiện nay, dữ liệu lớn chủ yếu được sử dụng bởi các doanh nghiệp TMĐT, dịch vụ, truyền thông, gồm: FPT Telecom, Viettel, VnExpress, Zalo, Lazada,...

3.2. Thách thức cho thương mại điện tử Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0

Hiện nay, lĩnh vực TMĐT ở Việt Nam được đánh giá là rất tiềm năng. Tuy nhiên, trong bối cảnh CMCN 4.0, lĩnh vực này còn đối mặt với không ít thách thức. Có thể kể đến một số thách thức lớn là:

Thứ nhất, thách thức về thị trường TMĐT

Những năm gần đây, thị trường TMĐT Việt Nam nở rộ với hàng loạt các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vốn vào Việt Nam. Tháng 3/2018 “gã khổng lồ” Amazon chính thức đổ bộ vào khai thác thị trường TMĐT Việt Nam. Trước đó, Alibaba của tỷ phú Jack Ma đã thâm nhập vào Việt Nam thông qua việc mua lại Lazada (trang TMĐT đang chiếm 1/3 thị phần TMĐT ở Việt Nam). Thị trường TMĐT Việt Nam cũng đã đón nhận dòng vốn đầu tư của 3 doanh nghiệp đến từ Nhật Bản (SBI Holdings, Econtext ASIA, BEENOS) khi nắm giữ 33% cổ phần tại Công ty CP Sen Đỏ (Sendo), doanh nghiệp trực thuộc Tập đoàn FPT. Nhiều doanh nghiệp nước ngoài hiện đã chiếm lĩnh được thị trường TMĐT ở Việt Nam. Hai trang TMĐT dẫn đầu ở Việt Nam là Lazada thuộc quyền kiểm soát của tập đoàn Alibaba (Trung Quốc) và Shopee của SEA Ltd (Singapore). Trong Top 10 doanh nghiệp TMĐT có lượng truy cập lớn nhất Việt Nam, chỉ có Thế giới di động, Điện máy xanh, Adayroi là những cái tên “thuần Việt”. Đứng trước thực tế này, nếu các doanh nghiệp Việt Nam không thể nắm bắt được xu thế kinh doanh trong bối cảnh CMCN 4.0 thì rất có khả năng thua cuộc trên chính “sân nhà” hoặc lùi dần xuống những bậc thấp hơn, ít lợi nhuận hơn của các chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng toàn cầu.

Thứ hai, thiếu hụt nhân lực công nghệ thông tin và TMĐT

Sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT Việt Nam những năm gần đây khiến cho nhu cầu nhân lực CNTT và TMĐT tăng cao. Theo khảo sát của VietnamWorks, trong 3 năm qua số lượng công việc ngành CNTT đã tăng trung bình 47% mỗi năm trong khi số lượng nhân sự ngành này lại chỉ tăng ở mức trung bình 8%. Theo các chuyên gia ước tính nếu nhân lực ngành CNTT tiếp tục tăng trưởng ở mức trung bình 8%, Việt Nam sẽ thiếu hụt khoảng 78.000 nhân lực CNTT mỗi năm và đến năm 2020 sẽ thiếu hơn 500.000 nhân lực CNTT. Nguồn nhân lực CNTT thiếu hụt trong khi các doanh nghiệp hiện đang rất chú trọng tuyển dụng lao động chuyên trách về TMĐT. Điều này đã tạo ra khó khăn không nhỏ cho các doanh nghiệp trong việc tuyển dụng nhân sự TMĐT. Theo VECOM khảo sát qua các năm cho thấy, tỷ lệ doanh nghiệp gặp khó khăn trong tuyển dụng nhân lực CNTT và TMĐT có xu hướng tăng lên, điển hình năm 2015 có 24% doanh nghiệp gặp khó khăn, năm 2016 có 29% và năm 2017 có tới 31% doanh nghiệp gặp khó khăn trong vấn đề tuyển dụng.

Thứ ba, hạ tầng công nghệ thông tin và hạ tầng an toàn an ninh thông tin còn bộc lộ nhiều hạn chế

Hạ tầng công nghệ thông tin hiện là một trong những rào cản đáng lo ngại nhất trong việc phát triển TMĐT ở Việt Nam, đặc biệt là sự cố đứt cáp quang AAG. Sự cố này đã ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh của nhiều doanh nghiệp TMĐT. Tại diễn đàn toàn cảnh TMĐT Việt Nam 2017, ông Phạm Thông, Giám đốc Marketing của Lazada cho biết mỗi lần đứt cáp quang kết nối Internet, Lazada bị giảm 30% doanh thu. Nhiều doanh nghiệp TMĐT và cá nhân kinh doanh online cũng chập vọt trong thời điểm cáp quang bị đứt. Hạ tầng công nghệ thông tin chưa đảm bảo làm cho TMĐT Việt Nam khó cạnh tranh với các quốc gia khác trên thế giới. Đồng thời, nó còn làm cho lĩnh vực TMĐT đối mặt với các sự cố không mong muốn hoặc các thách thức về an ninh mạng.

Nền kinh tế số dựa trên nền tảng Internet vẫn chứa đựng nhiều nguy cơ về bảo mật, an toàn thông tin, tính riêng tư của dữ liệu. Nhiều website và hệ thống mạng chưa được xây dựng theo một tiêu chuẩn thống nhất, thiếu sự kiểm định về an ninh thông tin, an ninh mạng; các phần mềm và thiết bị phần cứng tồn tại lỗ hổng bảo mật nhưng chưa được khắc phục kịp thời; tình trạng sử dụng phần mềm không có bản quyền còn phổ biến. Sự việc trang mua bán trực tuyến eBay với hàng trăm triệu người dùng trên toàn cầu bị lỗ hổng dữ liệu lớn làm ảnh hưởng đến 145 triệu thành viên đăng ký trên khắp thế giới, sau khi cơ sở dữ liệu của trang web này bị tấn công là một ví dụ điển hình cho sự mất an toàn an ninh thông tin trong TMĐT.

4. Khuyến nghị

Trên cơ sở nhận thức những cơ hội và thách thức cho TMĐT Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0, chúng ta cần chú trọng một số nội dung sau để TMĐT Việt Nam phát triển hơn trong thời gian tới:

Thứ nhất: Đẩy mạnh đào tạo và phát triển nhân lực CNTT và TMĐT

Để phát triển TMĐT trong bối cảnh CMCN 4.0, Việt Nam cần có đội ngũ CNTT và TMĐT mạnh cả về số lượng và chất lượng. Đội ngũ này cần mạnh về tin học, giỏi về ngoại ngữ, có khả năng cập nhật các thành tựu CNTT mới nhất để vận dụng vào thực tiễn và có khả năng thiết kế các phần mềm đáp ứng các nhu cầu của nền kinh tế số. Để có thể làm được điều này cần có sự kết hợp của các bên gồm Nhà nước, các cơ sở đào tạo nhân lực CNTT, TMĐT và các doanh nghiệp TMĐT. Bên cạnh đó, Nhà nước cần phổ biến rộng rãi kiến thức về tin học và TMĐT vì để tham gia TMĐT cần phải có khả năng sử dụng máy tính và những kiến thức cơ bản về TMĐT để trao đổi thông tin trên mạng.

Thứ hai: Hoàn thiện hạ tầng công nghệ thông tin và đảm bảo an toàn an ninh thông tin cho các giao dịch TMĐT.

Hạ tầng công nghệ thông tin là một trong ba điều kiện tiên quyết bảo đảm các dịch vụ thích hợp để phát triển TMĐT. Vì vậy, để phát triển TMĐT trong bối cảnh CMCN 4.0, hoàn thiện hạ tầng công nghệ thông tin là điều tất yếu. Cụ thể, chúng ta cần đảm bảo kết nối cho toàn bộ các thành phần máy móc, thiết bị với dữ liệu, các quy trình cũng như con người; có chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư phát triển, kinh doanh những công nghệ mới như 5G; có chính sách đặc biệt khuyến khích doanh nghiệp đầu tư xây dựng trung tâm dữ liệu phục vụ nhu cầu trong nước; có chính sách thiết thực về tài chính để doanh nghiệp ứng dụng CNTT và đổi mới công nghệ.

Hạ tầng an toàn, an ninh thông tin cho TMĐT cần được củng cố với việc thiết lập các hệ thống quản lý, giám sát giao dịch TMĐT; đánh giá tín nhiệm website TMĐT và chứng thực chứng từ điện tử; các cơ chế giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm trong TMĐT. Bên cạnh đó, phải tiếp tục hoàn thiện hệ thống thanh toán TMĐT quốc gia cũng như tích hợp các giải pháp thanh toán đảm bảo để sử dụng rộng rãi cho các mô hình TMĐT.

Thứ ba: Nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về vai trò của TMĐT

Theo báo cáo của Phòng thương mại và công nghệ Việt Nam (VCCI) tại diễn đàn “Doanh nghiệp trong nền kinh tế số” cho thấy một tỷ lệ lớn khoảng 30% số doanh nghiệp không biết CMCN 4.0 là gì. Đặc biệt, để đón CMCN 4.0, chỉ có 6,6% doanh nghiệp cho rằng đủ nguồn lực để thay đổi hoàn toàn từ hệ thống công nghệ cũ sang hệ thống công nghệ mới; 34,6% doanh nghiệp sẽ thay đổi từng bước do không đủ nguồn lực; 27,5% doanh nghiệp đang trong quá trình chuẩn bị nguồn vốn và nguồn nhân lực và có tới 31,1% doanh nghiệp vẫn chưa làm gì để theo kịp CMCN 4.0. Vì vậy, Nhà nước cần nâng cao nhận thức về vai trò của TMĐT trong bối cảnh CMCN 4.0 và hướng tới xây dựng một mô hình kinh doanh TMĐT hiệu quả. Ngoài ra, cần tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp, phát triển chuỗi cung ứng thông minh, là cơ sở để tăng năng suất lao động, củng cố lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

5. Kết luận

Các số liệu thống kê cho thấy TMĐT Việt Nam đã bắt nhịp được với xu hướng phát triển của TMĐT thế giới trong nền kinh tế số. Tuy nhiên, các hạ tầng cho kinh tế số như hạ tầng công nghệ thông tin, hạ tầng thanh toán điện tử, nhân lực CNTT và TMĐT, hạ tầng an toàn an ninh thông tin còn bộc lộ nhiều hạn chế. Vì vậy, để TMĐT có thể phát triển thuận lợi trong bối cảnh CMCN 4.0, Việt Nam cần sự đầu tư lớn về vốn, công nghệ và nhân lực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Đình Luận, Tổng quan về thương mại điện tử ở Việt Nam, Tạp chí tài chính, số tháng 8/2015.
2. Tổng quan thực trạng tình hình thương mại điện tử ở Việt Nam năm 2017, tháng 9/2017, Webico
3. Cách mạng công nghiệp 4.0: cơ hội và thách thức, trang tin điện tử, tháng 6/2017.
4. Thương mại điện tử với cách mạng công nghiệp 4.0, Bộ khoa học và công nghệ, Cục thông tin khoa học và công nghệ quốc gia, tháng 11/2017.
5. <http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/phat-trien-thuong-mai-dien-tu-o-viet-nam-trong-boi-can-h-kinh-te-so-138944.html>
6. <https://vov.vn/kinh-te/doanh-nghiep/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-co-day-song-sau-cuoc-do-bo-cua-amazon-739157.vov>
7. <http://vmcg.vn/chi-so-thuong-mai-dien-tu-o-viet-nam-nam-2018/>
8. <https://vieclamit.careerbuilder.vn/advice/ha-tang-an-toan-an-ninh-thong-tin-thuong-mai-dien-tu-con-nhieu-han-che.35A53ADC.html>
9. <https://softdreams.vn/neu-khong-bat-nhip-voi-cmcn-4-0-doanh-nghiep-viet-se-thua-tren-san-nha>
10. <http://enternews.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-tiem-nang-va-thach-thuc-107099.html>

BÀN VỀ ỨNG DỤNG 4.0 TRONG TỐI ƯU HOÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LOGISTICS DỰA TRÊN MÔ HÌNH GAP

Hoàng Thu Hằng

Thái Bội Linh

Khoa Kinh doanh quốc tế - Marketing

Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

Tóm lược

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang ảnh hưởng mạnh mẽ tới hầu hết các ngành, lĩnh vực sản xuất và dịch vụ khác nhau, bao gồm cả dịch vụ logistics. Đây vừa là thách thức cũng là cơ hội rất lớn nếu các doanh nghiệp biết cách tận dụng lợi thế mà những giải pháp 4.0 mang lại. Dựa trên mô hình lý thuyết “Khoảng cách dịch vụ” của Parasuraman và cộng sự (1985), bài viết muốn chỉ ra một số hạn chế còn tồn tại trong chất lượng dịch vụ logistics mà các doanh nghiệp Việt Nam hiện đang cung cấp, khiến khách hàng thường xuyên rơi vào trạng thái chưa thực sự hài lòng. Điều này sẽ làm giảm lòng tin của khách hàng, từ đó tác động tiêu cực đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt so với các nhà cung cấp dịch vụ logistics quốc tế.

Chính vì thực trạng trên, các doanh nghiệp cần nhanh chóng tìm ra các giải pháp công nghệ tích hợp, góp phần tăng hiệu quả vận hành và năng lực cạnh tranh, cũng như nâng tầm dịch vụ mà doanh nghiệp có thể cung cấp. Bài viết sử dụng phương pháp thống kê mô tả, kết hợp với phân tích các tình huống điển hình và phỏng vấn chuyên sâu doanh nghiệp, nhằm giới thiệu cho doanh nghiệp logistics hiểu biết hơn về một số giải pháp 4.0 hiện nay đã được thử nghiệm hoặc áp dụng trong thực tế ở các quốc gia phát triển, nhằm giúp doanh nghiệp vượt qua những “khoảng cách dịch vụ” đã được xác định ở trên. Từ đó, doanh nghiệp có thể cân nhắc lựa chọn và tích hợp vào chiến lược dài hạn của mình.

Tuy vậy, bài toán khó giải nhất không chỉ là lựa chọn ứng dụng giải pháp 4.0 nào, mà còn phải cân nhắc chi phí phù hợp để phát huy được hiệu quả trong điều kiện thực tiễn của doanh nghiệp. Hướng nghiên cứu tiếp theo của bài viết này sẽ nhằm giải quyết câu hỏi đặt ra là làm sao doanh nghiệp có thể lựa chọn các giải pháp vừa túi tiền lại phát huy hiệu quả cao nhất trong điều kiện cho phép của mình?

Từ khóa: *chất lượng dịch vụ; logistics; khoảng cách dịch vụ; cách mạng công nghiệp 4.0*

1. Lời mở đầu

Sự xuất hiện của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã thổi một luồng gió mới và tác động mạnh mẽ đến nhiều lĩnh vực trong kinh tế, đặc biệt là ngành dịch vụ với sự xuất hiện của công nghệ điện toán đám mây, dữ liệu lớn, Internet vạn vật... Ngày nay, khi đời sống con người được nâng cao, nhu cầu của mỗi người không còn dừng lại ở việc được đáp ứng đủ mà còn là được phục vụ một cách phù hợp và thoải mái nhất. Trên nền tảng của sự tích hợp giữa thế giới thực và thế giới kỹ thuật số, khách hàng (KH) sẽ trở nên ngày càng hiểu biết hơn, có nhiều lựa chọn hơn và tinh khôn trong việc lựa chọn sản phẩm, dịch vụ thích hợp với mình. Và cũng vì thế, sự kỳ vọng của họ đối với chất lượng dịch vụ (DV) cũng như chính bản thân doanh nghiệp (DN) cung cấp dịch vụ đó càng trở nên khó tính vô cùng. Người tiêu dùng không chỉ mong muốn được phục vụ tốt và nhanh chóng nhất mà ngoài ra, họ còn thích được là chính linh hồn của dịch vụ đó, hay nói đúng hơn là dịch vụ đó được sinh ra chỉ dành riêng cho họ.

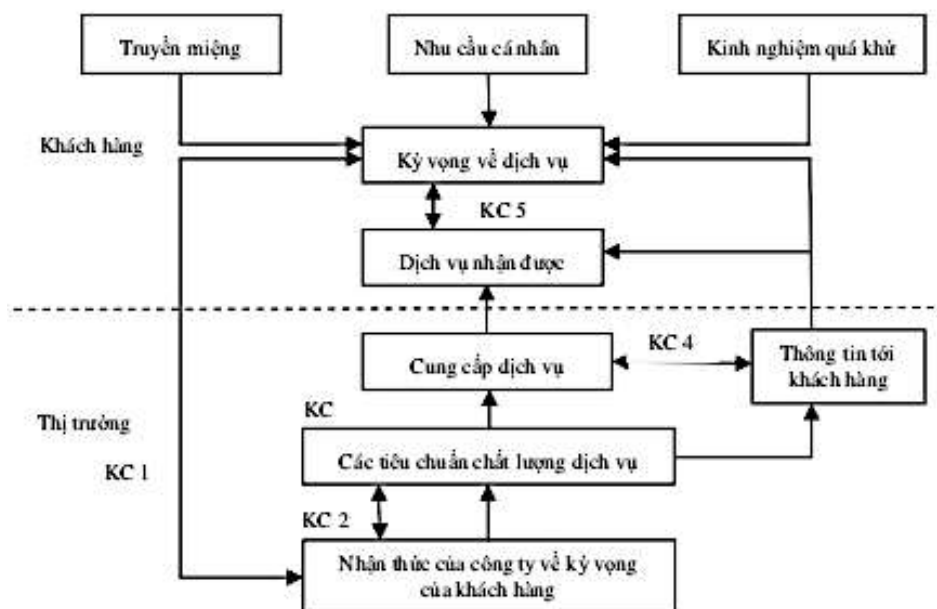
Nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, cụ thể đối với các doanh nghiệp logistics tại Việt Nam, DN cần hiểu rõ mình đang ở đâu và có những giải pháp tương lai nào có thể giúp DN nâng cao CLDV của mình.

2. Mô hình khoảng cách trong chất lượng dịch vụ - GAP model

Trong kinh doanh, đặc biệt đối với các doanh nghiệp dịch vụ (bao gồm cả dịch vụ logistics), chất lượng dịch vụ (CLDV) (service quality) được xem là yếu tố cốt lõi trong vận hành của doanh nghiệp, và đảm bảo duy trì mức chất lượng dịch vụ hoàn hảo chính là chiến lược cạnh tranh bền vững và lợi hại nhất nhằm giúp chiếm được sự hài lòng của khách hàng (customer satisfaction), từ đó có thể tối đa lợi nhuận và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (Arun Kumar G., 2012).

Có rất nhiều mô hình lý thuyết được xây dựng nhằm giúp đo lường và đánh giá chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp, có thể kể đến như mô hình đánh giá kỹ thuật/chức năng của Gronroos (1984), mô hình tổng hợp chất lượng dịch vụ của Brogowicz và cộng sự (1990), mô hình đánh giá dựa trên kết quả thực hiện (SERVPERF) của Cronin và Taylor (1992)... Nổi bật trong số các công trình nghiên cứu về CLDV, mô hình khoảng cách dịch vụ - mô hình GAP – của nhóm tác giả Parasuraman, Zeithaml and Berry công bố năm 1985 và được xem là tiền đề cho mô hình nổi tiếng SERQUAL (1988) cũng như nhiều nghiên cứu liên quan sau này.

Mô hình tập trung làm rõ năm vấn đề chính phát sinh trong quá trình cung cấp dịch vụ, hay còn gọi là 5 yếu tố khoảng cách, dựa trên nhận định cho rằng: “Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi (kỳ vọng) của khách hàng và nhận thức (cảm nhận) của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ” (Phan, Nguyễn, & Nguyễn, 2013).



Hình 1: Mô hình khoảng cách trong CLDV của Parasuraman và cộng sự (1985)

Nguồn: (Phan, Nguyễn, & Nguyễn, 2013)

Năm khoảng cách dịch vụ được hiểu một cách đơn giản như sau:

GAP1 – “khoảng cách trong nhận thức”: là khoảng cách khác biệt trong nhận thức của DN về kỳ vọng của khách hàng và kỳ vọng thực sự của khách hàng.

Khoảng cách này phát sinh khi bản thân DN không hiểu đúng đâu thực sự là điều khách hàng mong muốn từ DN.

Những nguyên nhân chính tạo nên khoảng cách này bao gồm: nghiên cứu thị trường chưa đầy đủ; hiểu sai hoặc diễn đạt sai kỳ vọng khách hàng (do không lắng nghe ý kiến khiếu nại của khách hàng); cách thức giao tiếp trong DN kém hiệu quả (chủ yếu giữa bộ phận giao dịch với khách hàng và các phòng ban khác)...

GAP2 – “khoảng cách trong chính sách”: là khoảng cách khác biệt giữa nhận thức của DN về kỳ vọng của khách hàng và việc chuyển hoá những kỳ vọng này thành các tiêu chuẩn CLDV của DN.

Khoảng cách này phát sinh khi DN mặc dù có thể đã nhận thức chính xác về mong muốn của khách hàng, nhưng lại chưa thể hoàn thiện các tiêu chuẩn về CLDV của ngành hoặc của DN để đáp ứng được kỳ vọng đó. Những nguyên nhân chính tạo nên khoảng cách này bao gồm: quy trình không theo hệ thống chuẩn hoá, DN không có bộ tiêu chuẩn CLDV cụ thể, không kịp thời cập nhật nâng cấp tiêu chuẩn phục vụ...

GAP3 – “khoảng cách trong năng lực cung cấp dịch vụ”: là khoảng cách giữa tiêu chuẩn CLDV được xây dựng và thực tế CLDV mà DN cung cấp cho khách hàng.

Khoảng cách này sẽ phát sinh trong quá trình cung cấp dịch vụ thực tế của DN, phục vụ nhiều vào yếu tố con người trong cung cấp DV, cũng như hạn chế trong năng lực phục vụ của chính DN. Những nguyên nhân chính tạo nên khoảng cách này bao gồm: chính sách tuyển dụng và đào tạo nhân sự không hiệu quả; thiếu vắng hệ thống quản trị chất lượng & giám sát kiểm soát; yếu kém trong khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường...

GAP4 – “khoảng cách trong truyền đạt”: là khoảng cách khác biệt giữa CLDV thực sự và CLDV được thông tin đến cho khách hàng (qua quảng cáo, giới thiệu, tư vấn...).

Khách hàng sẽ càng kỳ vọng nhiều hơn từ DN nếu trong quá trình truyền đạt thông tin đến họ DN chỉ ca ngợi hoặc thậm chí quảng cáo quá lớn. Kỳ vọng càng cao, thất vọng càng nhiều nếu DN không thực sự đáp ứng được nhu cầu KH như đã nói. Nguyên nhân chủ yếu thường phát sinh từ quảng cáo quá mức, thiếu trung thực; năng lực cung cấp DV không như cam kết...

GAP5 – “khoảng cách kỳ vọng”: là khoảng cách phát sinh trong chính kỳ vọng và nhận thức của bản thân khách hàng khi tiếp nhận dịch vụ.

Rất nhiều DN không thực sự nhận thức được loại khoảng cách này, có thể do chính khách hàng không hiểu hoặc hiểu sai về lợi ích dịch vụ của DN, dẫn đến kỳ vọng sai lầm và từ đó thất vọng với DV mà DN cung cấp. Theo chính các tác giả của mô hình, cách duy nhất để triệt tiêu khoảng cách này là giải quyết cả 4 khoảng cách trước đó (GAP 1-4).

Việc hiểu được mô hình GAP bao gồm ý nghĩa của các khoảng cách trong CLDV cung cấp và nguyên nhân của chúng là cơ sở để DN có thể điều chỉnh và hoàn thiện quy trình cung cấp dịch vụ của mình, giúp tăng cường sự hài lòng của khách hàng, từ đó mang lại lợi nhuận bền vững cho DN.

3. Cách mạng công nghiệp 4.0 và những ứng dụng

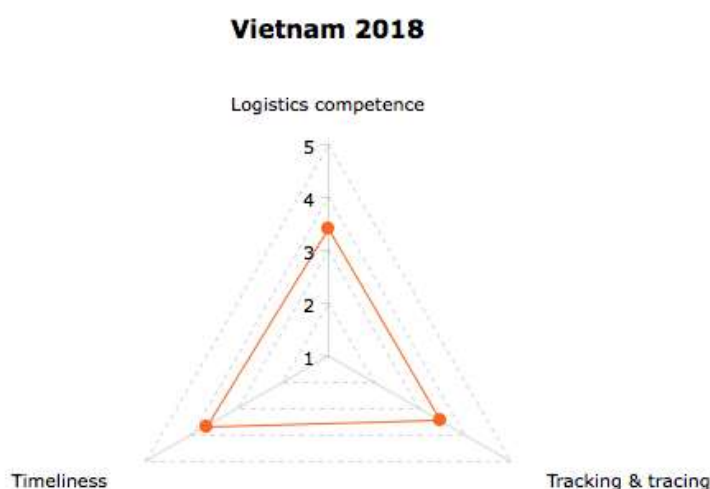
Theo tạp chí Forbes (tháng 9/2018), tiếp nối sự xuất hiện của máy tính làm thay đổi thế giới, thời đại công nghiệp 4.0 là kỷ nguyên mà tất cả máy móc thông minh (*'smart machines'*) từ khắp nơi được kết nối với nhau, tạo ra và chia sẻ thông tin cho nhau, từ đó tự mình đưa ra quyết định mà không cần có sự can thiệp của con người. Thời đại 4.0 là thời đại hứa hẹn cho những thay đổi đột phá của cả sản xuất hàng hoá và cung cấp dịch vụ, khi mà những sai sót từ yếu tố 'con người' có thể được giảm thiểu, hạn chế lãng phí, tối ưu hiệu năng và hiệu quả của DN.

Một số ứng dụng tiêu biểu trong thời đại công nghiệp 4.0 bao gồm:

- Nền tảng blockchain
- Robot tự chủ (autonomous robotics)
- Công nghệ in 3D
- Internet kết nối vạn vật (IoT) và điện toán đám mây (cloud computing)
- Dữ liệu lớn (Big Data)
- Trí tuệ nhân tạo (AI) và Máy học (Machine learning)
- Thực tế tăng cường & thực tế ảo (Augmented reality, Virtual reality...)
- và nhiều nữa...

4. Thực trạng chất lượng dịch vụ logistics Việt Nam & những lỗ hổng

Dựa trên điểm số đánh giá Năng lực logistics Việt Nam 2018 do World Bank công bố (World Bank, 2018), năng lực dịch vụ của ngành logistics Việt Nam nói chung đạt ngưỡng trung bình so với thế giới. Tuy nhiên, cũng nhận thấy được là năng lực logistics của ngành đã cải thiện đáng kể qua các năm, đặc biệt ở ba trọng tâm mà nhóm tác giả muốn tập trung khai thác bao gồm: năng lực dịch vụ của bản thân các DN logistics tại Việt Nam, khả năng theo dõi và giám sát hàng vận chuyển (track & trace), và khả năng giao hàng đúng hạn.



Nguồn: (World Bank, 2018)

Hình 2: Điểm số LPI 2018 của ngành logistics Việt Nam

Kết hợp với thông tin đánh giá từ Báo cáo Logistics Việt Nam (2017) của Bộ Công thương, cũng như dữ liệu sơ cấp từ phỏng vấn chuyên sâu với đại diện một số

doanh nghiệp Logistics tại Việt Nam đến từ Hiệp hội Logistics (VLA), nhóm tác giả xin tóm tắt lại 5 vấn đề khoảng cách dịch vụ (lỗ hổng) chính liên quan đến mô hình GAP đã đề cập ở trên, bao gồm:

a. GAP1 - Khoảng cách trong nhận thức:

Theo bà Tuyết Minh, giám đốc công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Palm Logistics Việt Nam cho rằng về chất lượng dịch vụ thì thật ra DN Việt Nam có lợi thế hơn so với các công ty toàn cầu ở chỗ nắm rõ thị hiếu và tâm lý của khách hàng hơn. Cũng cùng quan điểm với bà Minh, ông Huỳnh Song Kha đến từ Công ty TNHH Giao nhận Rhenus của Đức chi nhánh Việt Nam cho rằng các tập đoàn nước ngoài tuy lớn về quy mô và vốn nhưng vẫn phải e ngại các doanh nghiệp nội địa ở khoản hiểu rõ tâm lý khách hàng trong nước. Nhưng có một thực tế ai cũng phải thừa nhận là doanh nghiệp Việt đang bị các công ty toàn cầu như DHL, Maersk giành lấy miếng bánh trên thị trường. Nguyên do chủ yếu từ hạn chế trong hệ thống công nghệ thông tin của một số doanh nghiệp chưa có sự kết nối, chưa đồng bộ vào việc quản lý và thiếu nhiều ứng dụng, tiện ích giúp kết nối và hiểu rõ nhu cầu của khách hàng. Việc liên lạc với khách hàng vẫn còn thủ công và thụ động, do phần lớn nguồn dữ liệu đơn lẻ được thu thập từ hệ thống CRM và những bảng khảo sát khách hàng... Vì vậy ngay cả khi KH không tiếp tục chọn lựa DN, DN cũng không biết vì sao và làm gì để điều chỉnh CLDV của mình.

b. GAP 2 - Khoảng cách trong chính sách:

Có thể thấy luật pháp liên quan điều chỉnh logistics nhìn chung còn khá phức tạp, cộng thêm thủ tục hành chính công còn rườm rà, hoặc cải tiến không đồng bộ gây ảnh hưởng tới ‘khả năng đúng hạn’ của DN. Thật ra, luật pháp điều chỉnh các hoạt động logistics tại Việt Nam hiện nay tương đối đầy đủ, ngoài quy định Dịch vụ logistics (bảng 8 điều) trong Luật Thương mại 2005, còn có các luật khác như Luật Hàng hải, Luật Hàng Không Dân dụng, Luật Giao thông Đường bộ, Luật Đường sắt...) (*xem Phụ lục 1*), các văn bản quy phạm pháp luật có tính chất định hướng như chiến lược phát triển liên quan đến ngành logistics cho các thời kỳ 2020, tầm nhìn 2030 ngày càng hoàn chỉnh; tuy vậy, qua thời gian hội nhập khu vực và quốc tế một số các quy định pháp luật về logistics hiện nay đã không còn phù hợp, thiếu cập nhật các định chế cần thiết trong lĩnh vực logistics quốc tế (xuyên biên giới)... dẫn đến chưa tạo thị trường dịch vụ logistics minh bạch, cạnh tranh lành mạnh, tạo điều kiện phát triển bền vững. Tuy logistics được xem là “yếu tố then chốt” phát triển sản xuất, thúc đẩy phát triển các ngành dịch vụ khác (QĐ 175/QĐ-TT ngày 27/1/2011), nhưng đến nay chưa được quản lý vào một đầu mối thống nhất, chưa có vị trí tương xứng trong bộ máy tổ chức của Bộ Giao thông Vận tải cũng như Bộ Công thương. Sự không thống nhất trong quy định về cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền liên quan đến hoạt động quản lý nhà nước về logistics, cụ thể tại Nghị định 87/2009/NĐ-CP và Nghị định 89/2011/NĐ-CP (sửa đổi Nghị định 87/2009/NĐ-CP), Bộ Giao thông Vận tải được quy định là cơ quan cấp giấy phép kinh doanh vận tải đa phương thức - một hoạt động quan trọng của dịch vụ logistics, trong khi theo quy định của Luật Thương mại, 2005, Bộ Công thương là cơ quan quản lý nhà nước về logistics và việc đăng ký kinh doanh logistics lại do Sở Kế hoạch & Đầu tư thực hiện. Về *điều kiện đăng ký kinh doanh logistics và kinh doanh vận tải đa phương thức* còn chưa thống nhất, việc kiểm tra sau khi đã cấp phép hoạt động còn buông lỏng... Ngoài ra, chính sách *quản lý hạ tầng logistics* cũng tạo ra nhiều trở ngại cho DN muốn mở rộng quy mô và hiệu quả hoạt động của mình, đặc biệt trong kinh doanh dịch vụ logistics và *tiếp cận đất đai trong logistics tại các thành phố lớn* như Hà Nội hay TPHCM (VnEconomy, 2018). Rất nhiều DN kiến nghị cần có chính sách cụ thể hóa luật pháp và quyết định của Chính phủ về

phát triển dịch vụ logistics trên địa bàn thành phố, cũng như những chính sách ưu tiên phát triển kết cấu hạ tầng logistics, như ICD và các trung tâm dịch vụ logistics của thành phố (dành quỹ đất, ưu đãi về thuế thu nhập và thuế thiết bị). Hay từ một góc độ khác, đề cập đến một trong số các tiêu chí đánh giá LPI của World Bank là *quy trình thông quan*, theo Nghị định số 87/2012/NĐ-CP ngày 23/10/2012 về thủ tục hải quan điện tử được áp dụng chính thức từ 2013, cùng lộ trình Một cửa quốc gia ASEAN từ 2016, phản hồi của Hiệp hội Logistics Việt Nam (VLA) cho biết mặc dù có cải thiện nhưng do chưa có kết nối đồng bộ giữa các khâu liên quan nên thực tế cho thấy quy trình điện tử chậm hơn nhiều so với việc DN tự mình trực tiếp làm thủ tục hồ sơ (theo World Bank, thời gian DN dành hoàn thiện thủ tục cho thông quan chiếm đến 76% tổng thời gian nhập khẩu hàng hóa). Cũng theo tính toán của WB, trong năm 2016, doanh nghiệp Việt Nam chịu giám sát của 346 văn bản quy phạm pháp luật khi thông quan nên dễ phát sinh vi phạm, chủ yếu là do công tác kiểm tra chuyên ngành chưa thực sự tuân thủ theo tinh thần Nghị quyết số 19 của Chính phủ về cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia (theo Cafef.vn). Chặng đường tương lai trong quy hoạch chính sách phục vụ phát triển Logistics theo tinh thần của Quyết định số 200/QĐ-TTg ngày 14/02/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ logistics Việt Nam đến năm 2025 sẽ còn nhiều khó khăn và chông gai.

Bên cạnh đó, phần lớn các DN logistics nội địa do những hạn chế về quy mô, vốn, kinh nghiệm, trình độ quản lý, khả năng áp dụng công nghệ thông tin cũng như trình độ nguồn nhân lực, đã chưa thể xây dựng được một quy trình dịch vụ chuẩn hoá, thiếu sự kết nối giữa các khâu liên quan. Khi tiến hành phỏng vấn một số DN logistics (như Palm Logistics, Thăng Long, Rhenus...) đều đồng tình rằng doanh nghiệp nội địa không hề thua kém nhiều về công nghệ so với các công ty toàn cầu. Điểm yếu lớn nhất chính là vốn và lợi thế cạnh tranh bao gồm quy mô, giá cả, năng lực nhân sự. Các công ty toàn cầu như DHL đã có tiềm lực sẵn như quy mô, mạng lưới rộng lớn, vốn mạnh dẫn đến bỏ xa về năng lực quản trị chuỗi cung ứng.

Ngoài ra, một trong những vấn đề nhức nhối hiện nay là chi phí logistics của các doanh nghiệp Việt khá cao so với các công ty toàn cầu dẫn đến bất cập vì theo tâm lý thì khách hàng thường chuộng giá rẻ hơn. Sở dĩ chi phí cao như vậy là do hai nguyên nhân chính. Đầu tiên là, các công ty logistics nội địa chủ yếu dựa vào các hãng tàu, hãng hàng không để vận chuyển các container xuất khẩu sang các nước nhưng chưa có đủ điều kiện để bố trí mạng lưới đại lý ở các nước dẫn tới việc phát sinh nhiều chi phí. Nguyên nhân thứ 2 là nằm ở việc các thủ tục, chính sách chưa hợp lý của chính phủ. Thủ tục hiện nay được cho là còn khá phức tạp gây khó khăn cho các doanh nghiệp, làm chậm trễ thời gian giao nhận.

c. GAP 3 – Khoảng cách trong năng lực DV:

Phần lớn các nhân viên nghiệp vụ tốt nghiệp đại học nhưng vẫn chưa được đào tạo chuyên sâu, thiếu kinh nghiệm, kém hiểu biết về luật pháp quốc tế. Thực tế có khoảng 53,3% doanh nghiệp logistics thiếu đội ngũ nhân viên có trình độ, 30% các doanh nghiệp phải đào tạo lại nhân viên và chỉ có 6,7% trong tổng số các doanh nghiệp logistics hài lòng với trình độ chuyên môn của nhân viên trong công ty của mình (Huỳnh và các cộng sự, 2018)

Bên cạnh đó, theo Báo cáo của Ngân hàng thế giới tháng 4/2013 thì lý do chính tại sao các hoạt động logistics tại Việt Nam tương đối thiếu hiệu quả hơn so với các nước

khác là do thiếu độ tin cậy xuyên suốt trong chuỗi cung ứng kết nối Việt Nam với phần còn lại của thế giới. Nhiều tập đoàn logistics lớn trên thế giới đang từng bước xâm nhập vào thị trường nước ta bằng việc cung cấp đầy đủ các loại hình dịch vụ logistics cùng với các lợi thế về tiềm lực tài chính và hệ thống thông tin hiện đại. Trong khi đó, các doanh nghiệp logistics Việt Nam chỉ thực hiện được một phần trong chuỗi các hoạt động logistics, dịch vụ mang lại còn đơn lẻ, chưa có sự liên kết, tích hợp. Ngoài ra, cũng từ hạn chế trong tài nguyên vốn và năng lực cạnh tranh đã được đề cập ở GAP3, điều này làm cho xuất hiện khoảng cách khá lớn giữa chất lượng dịch vụ được kỳ vọng và thực tế.

d. GAP 4 – Khoảng cách trong truyền đạt:

Có thể thấy, một số lượng không hề nhỏ các doanh nghiệp logistics nội địa cung cấp dịch vụ giao nhận chạy đua về giá, nhưng lại không đảm bảo được chất lượng đã cam kết dẫn đến việc giao hàng không đúng tiến độ, chất lượng, làm giảm niềm tin của khách hàng, thậm chí có thể làm ảnh hưởng tiêu cực đến lòng tin của KH khi lựa chọn bất kỳ một DN logistics nội địa nào.

GAP4 còn thể hiện ở hệ thống giám sát hàng hoá của DN không chính xác theo thời gian thực, dẫn tới trường hợp thông tin gửi đến khách hàng là một đằng, thực tế là một nẻo.

Bên cạnh đó, ông Nguyễn Văn Thanh, Chủ tịch Hiệp hội Vận tải Ô tô Việt Nam, cho hay vấn nạn "chi phí đen", "chi phí ngầm" đang diễn ra phổ biến càng khiến cho doanh nghiệp vận tải và doanh nghiệp logistics kém sức cạnh tranh, làm ảnh hưởng đến thời gian vận chuyển, giá, chất lượng dịch vụ và độ tin cậy dịch vụ của doanh nghiệp ngày càng kém hơn. Những chi phí phát sinh này còn làm cho GAP4 càng rộng vì không lường trước được chi phí ngầm, tạo ra sự bất nhất trong giao tiếp với KH.

e. GAP 5 – Khoảng cách trong kỳ vọng khách hàng:

Khi các DN đưa ra quyết định lựa chọn đơn vị cung cấp DV logistics, họ thường dựa vào kinh nghiệm đã sử dụng các dịch vụ logistics ở nước ngoài. Khi KH chọn sử dụng DV của một DN nội địa, tự bản thân khách hàng đã đặt ra những kỳ vọng quá cao áp lên DN nội địa. Tuy vậy, với thực trạng hạ tầng logistics trong nước vẫn còn nhiều bất cập, ví dụ như hạ tầng giao thông (bến cảng, kho bãi, đường xá...) đang là vấn đề gây cản trở cho DN logistics, làm cho giá thành dịch vụ này tại Việt Nam cao hơn so với các nước trong khu vực. Các chính sách kiểm soát tải trọng, hạn chế tốc độ đưa ra đã "làm khó" doanh nghiệp. Chưa kể, những hạn chế về hạ tầng pháp lý, như thủ tục thông quan điện tử hiện cũng đang "có vấn đề" khi cơ quan này áp dụng phần mềm thông quan tự động mới, song còn rất nhiều những văn bản pháp luật trước đó chưa thay đổi, như vấn đề giám sát... đã làm thông quan điện tử chậm lại, ảnh hưởng đến hoạt động logistics. Những vấn nạn này nằm ngoài tầm kiểm soát của DN, nhưng khách hàng đôi khi lại không hiểu rõ và đánh giá thiếu công bằng về chất lượng DV của DN.

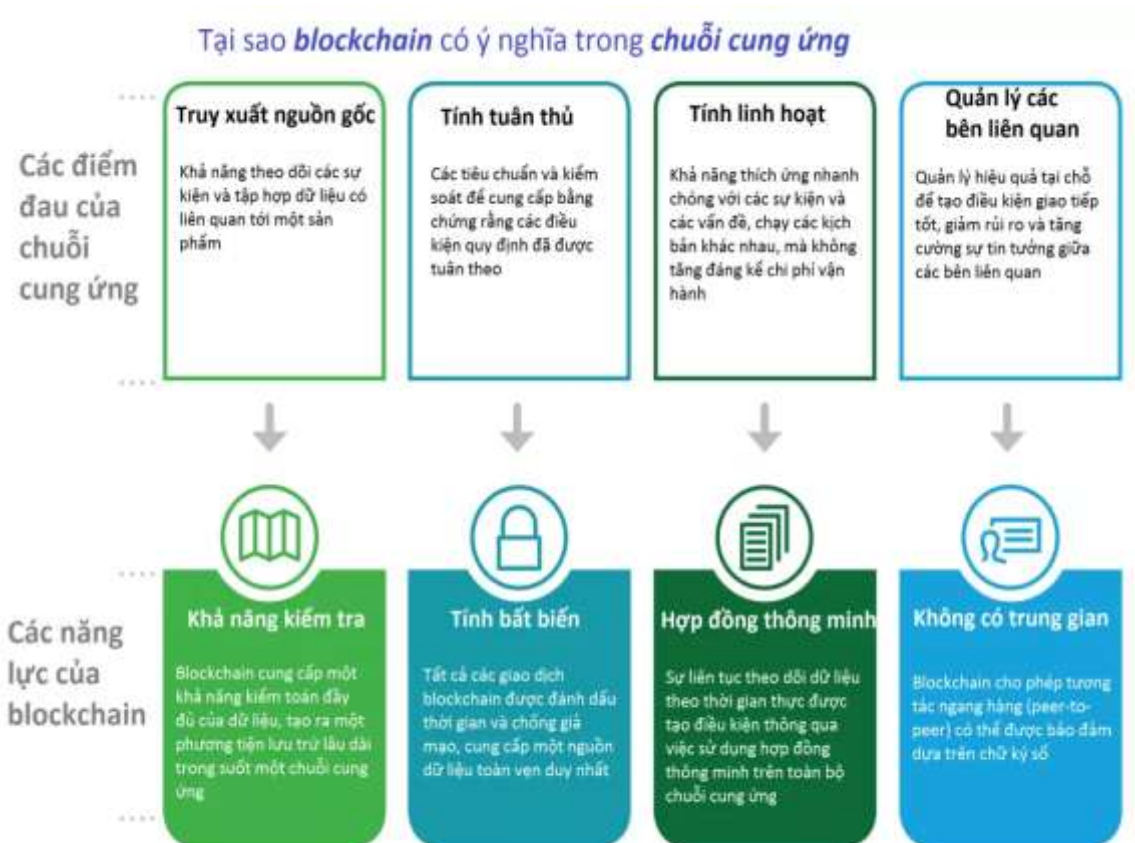
5. Giải pháp 4.0 giúp cải thiện khoảng cách dịch vụ cho DN logistics Việt Nam

a. Công nghệ Blockchain

Tính minh bạch, an toàn và khả năng giám sát được hàng hoá là ba đặc tính cốt lõi cho một quy trình logistics hiệu quả. Hàng loạt kẻ khổng lồ của ngành dịch vụ Logistics như Maersk kết hợp cùng IBM (dự án TradeLens) hay UPS vừa công bố những dự tính của mình với Blockchain trong thời gian sắp tới. Blockchain có thể tạo ra một "danh tính số" cho từng mục hoặc lô hàng, sử dụng các mã nhận dạng mật mã như các thẻ bảo mật

Graphene được sơn 2-D, có thể dễ dàng đọc bằng điện thoại thông minh, hoặc các số series. Khi các mặt hàng di chuyển dọc theo chuỗi cung ứng – từ nguyên liệu, đến các linh kiện, hàng lắp ráp, đến thành phẩm, đến phân phối khách hàng cuối cùng – những thẻ này có thể được theo dõi để xác định xuất xứ và tính xác thực. Ngoài ra, Blockchain còn tích hợp số cái giúp mọi người có thể tìm ra từng sản phẩm với tận nguồn gốc của nguyên vật liệu được sử dụng. Dữ liệu quan trọng có thể được cập nhật theo thời gian thực làm giảm nhu cầu đối chiếu với hồ sơ nội bộ của mỗi bên và cho phép mỗi bên trong hệ thống mạng lưới cung ứng có được khả năng hiển thị chi tiết về các di chuyển và tình trạng của sản phẩm. Cụ thể như, FedEx tin rằng sử dụng Blockchain giúp cơ sở dữ liệu của họ cung cấp một bản ghi duy nhất, an toàn và minh bạch về thông tin lô hàng, cho phép khách hàng và nhà cung cấp kiểm tra, thay đổi, giám sát được mọi thông tin của hàng hóa mọi lúc với sự cho phép (Huỳnh và các cộng sự, 2018). Hiện nay tại Việt Nam, Infinity Blockchain Lab là nhà cung cấp giải pháp blockchain với chi phí khá hợp lý mà DN có thể tham khảo.

=> GAP 2, 3, 4 được giải quyết!



Nguồn: Gosmartlog.com (2018)

Hình 3: Ứng dụng Blockchain trong Logistics

b. Tiền mã hoá (Cryptocurrency)

Cryptocurrency (tiền mã hoá) là một giao thức mật mã hay một hệ thống mã hoá phức tạp dùng để chuyển hoá dữ liệu nhạy cảm nhằm bảo tồn giá trị của các đơn vị trao đổi, khiến cấu trúc của nó không thể bị phá vỡ từ đó ngăn ngừa tình trạng giả mạo hay

gian lận. Giao thức này cũng che dấu thông tin chi tiết giao dịch của người sử dụng Cryptocurrency.

Các loại tiền Cryptocurrency vừa mở rộng địa hạt của mình sang việc thanh toán chi phí Container. Theo Vilas, vận tải trên nền tảng trực tuyến 45HC.COM vừa trở thành công ty vận tải đầu tiên chấp nhận hình thức thanh toán bằng tiền điện tử cho việc vận chuyển hàng hoá bằng Container. Theo đó, đồng CXO là mệnh giá được công nhận khi thanh toán cho dịch vụ vận chuyển hàng hoá của công ty.

Việc áp dụng đồng tiền ảo giúp tránh được nạn chi phí ngầm, giải quyết được bài toán khoảng cách giữa dịch vụ thực tế và lời hứa từ doanh nghiệp.

=> GAP 4 được giải quyết!

c. Dữ liệu lớn (Big Data) và Điện toán đám mây (cloud computing)

Ngành logistics là ngành liên quan tới vận tải, xuất nhập khẩu, hải quan, sản xuất và cung ứng,... nên có rất nhiều khâu cần quản lý như các hàng hóa xuất khẩu, phương thức vận tải, các giao dịch, tình hình nhập xuất của kho bãi,... mỗi mảng này đều chứa rất nhiều thông tin, dữ liệu quan trọng chính vì vậy các thiết bị bộ nhớ vật lý không thể đủ để có thể chứa hết những thông tin này. Sử dụng Dữ liệu lớn và Điện toán đám mây chính là cứu tinh của logistics nói riêng và các ngành khác nói chung. UPS sử dụng các công nghệ trên để nắm bắt được các dữ liệu quan trọng như tuyến đường nào thông thoáng nhất, ít ùn tắc giao thông nhất, giới hạn tốc độ cao nhất, hay đơn giản là ngắn nhất. Công nghệ viễn thông đường dài và các thuật toán cao cấp giúp đội vận chuyển của UPS tìm ra hành trình tối ưu, giảm thời gian dừng xe và tiến hành bảo dưỡng có dự đoán (Libied, 2017).

Trong khi điện toán đám mây giúp giảm chi phí cơ sở hạ tầng, có khả năng mở rộng và phục hồi nguồn tài nguyên nhằm giúp quản lý vận chuyển, triển khai ở kho và thực hiện vận chuyển, thì Dữ liệu lớn hỗ trợ DN thu thập được đánh giá phản hồi của khách hàng từ nhiều nguồn khác nhau. Điển hình như trên mạng xã hội và trên các diễn đàn thảo luận, mọi người dưới những tài khoản ẩn danh thường rất cởi mở chia sẻ kinh nghiệm dịch vụ mà họ đã sử dụng. Các kỹ thuật phân tích Big Data như Text mining và Semantic analytics còn cho phép tự động hoá thu thập thông tin về nguyện vọng tình cảm của khách hàng từ các kho văn bản và audio.

=> GAP 1 và 2 được giải quyết!

d. Internet kết nối vạn vật (IoT)

Internet vạn vật (IoT) cung cấp vô số cách cho các nhà quản lý chuỗi cung ứng để đạt được hiệu quả. Áp dụng cho nhiều thiết bị, từ pallet đến xe tải sẽ có cảm biến để truyền tải trạng thái và dữ liệu về hiệu suất. Các thiết bị và đồ vật được trang bị cảm biến, thẻ RFID, nhãn có hỗ trợ wifi và ăng-ten có thể gửi thông tin về vị trí của chúng, điều kiện thời tiết và các biến khác về các hệ thống được lưu trữ an toàn trong đám mây. IoT có thể được tích hợp trong kho bãi thông qua các cảm biến cài đặt tại các kệ, hàng hóa. Thông tin về vị trí, tình trạng đơn hàng, khối lượng sẽ được cập nhật theo thời gian thực từ các pallet (tấm kê hàng), gửi tới hệ thống quản lý kho bãi (WMS), giúp giảm nhẹ các công việc tiêu tốn nhiều thời gian như kiểm đếm. Các máy quay gắn ở công có thể được dùng để phát hiện các hỏng hóc, theo dõi lỗi hàng, hay thậm chí là giám sát an ninh và phòng chống cháy nổ. Sau đó, hệ thống phân tích tiên tiến sử dụng các dữ liệu này để tìm ra các xu hướng chung, từ đó cải tiến hiệu suất và giảm chi phí.

Một trường hợp khác sử dụng IoT khác chính là khả năng cho phép giao hàng linh hoạt. Khách hàng của DHL tại một số khu vực có thể dễ dàng thay đổi địa chỉ nhận hàng khi đã đặt hàng trước đó thông qua các bưu kiện được gắn thẻ. Ứng dụng này còn có thể dựa vào lịch sử dùng điện thoại di động của khách hàng đặt hàng để dự báo vị trí giao hàng dự kiến thuận tiện nhất cho khách hàng; đồng thời cũng giúp cắt giảm đến 70% chi phí hoạt động thông qua tuyến đường tối ưu hóa và giao hàng lần đầu thành công (DHL, 2015).

IoT cũng mang lại giải pháp tốt hơn trong việc quản lý đội xe giao hàng bằng cách tối ưu hóa thời gian trống của xe hoặc đưa ra các dự báo bảo trì xe tự động dựa trên các cập nhật từ cảm biến gắn trên xe. IoT đem tới một giải pháp giao hàng toàn diện cho người tiêu dùng thông qua năng lực giao hàng thông minh, ví dụ như trường hợp giao hàng tới tận cửa xe của khách hàng thông qua mã code mã hóa hoặc khóa thông minh của Amazon. Gần đây, có một startup Việt là công ty Abivin đã phát triển được một thuật toán mới giúp chức năng track & trace dễ dàng hơn bao giờ hết.

=> GAP 1, 2, 3, 4 được giải quyết!

e. Trí tuệ nhân tạo (AI)

Logistics có xu hướng trở thành một ngành công nghiệp bị phân mảnh. AI là công nghệ phù hợp và thực tiễn nhất nhằm giúp tối ưu các lĩnh vực sau của logistics:

- Xử lý và phân tích Big data: Nhiều công ty logistics vẫn dựa vào bảng tính và quản lý nhiều hệ thống đã lỗi thời và tất cả đều góp phần khiến họ phải vật lộn với big data. Công nghệ AI sẽ đơn giản hóa và chuẩn hóa các phương pháp trao đổi dữ liệu theo thời gian thực (real-time data) cho toàn bộ vòng đời của lô hàng. Các nền tảng được xây dựng trên AI có thể cung cấp một nguồn duy nhất của quản lý dữ liệu và lưu lượng dữ liệu trong khi cũng tự động hoá các quy trình kinh doanh thủ công và dư thừa. Ngoài ra, khả năng tự động nhập, lưu trữ và truy xuất thông tin qua tương tác bằng giọng nói, loại bỏ thời gian và sự phức tạp từ các nhiệm vụ yêu cầu nhập dữ liệu bằng tay hoặc tra cứu thông tin.

- Tư vấn thông minh: Các nền tảng AI được tích hợp BI (business intelligence) và tư vấn chuyên nghiệp (consulting intelligent – CI) theo từng lĩnh vực cụ thể mang lại cái nhìn sâu sắc về khách hàng, nhà vận tải và hoạt động vận hành. Những trí tuệ (AI, BI, CI) khả thi này cho phép đưa ra nhiều quyết định dựa trên tình huống và kịch bản trong tất cả các đơn vị kinh doanh, các phòng ban và hệ thống một cách tập trung và gắn kết mà con người không thể làm được. Ví dụ như Chatbot được kích hoạt bằng trí tuệ nhân tạo hoạt động theo nguyên tắc bắt chước các cuộc hội thoại của con người nhằm đưa ra những tư vấn phù hợp và chia sẻ thông tin chính xác tới khách hàng, giúp tăng tương tác với KH, hiểu họ tốt hơn và điều chỉnh dịch vụ cho phù hợp với họ hơn.

- Hành động thông minh, chủ động: Các nền tảng AI cao cấp nhất không chỉ phân tích và đưa ra lời khuyên mà còn thực hiện dựa trên trí thông minh này. AI sẽ thiết lập một tiêu chuẩn mới về năng lực cốt lõi trên tất cả các nền tảng công nghiệp truyền thống để tất cả chúng trở thành các hệ thống “chuyên gia” thông minh cho phép các tổ chức chủ động giải quyết các rủi ro, thực hiện hành động khắc phục và giảm thiểu sự chậm trễ trong vận hành. Ví dụ như UPS đã kết hợp chatbot AI với chức năng UPS My Choice hay DHL với Alexa cho phép khách hàng theo dõi việc giao hàng mà không cần số theo dõi.

=> GAP 1, 2, 3, 4 được giải quyết!

Khi các GAP dần được cải thiện thu hẹp và xoá bỏ, GAP5 cũng sẽ tự động triệt tiêu. Từ đó, DN logistics có thể hoàn toàn tự tin vào năng lực và CLDV của mình sẽ giữ chân được khách hàng.

6. Kết luận chung và những lưu ý

Công nghiệp 4.0 trong logistics về cơ bản là một kế hoạch chi tiết cho việc số hóa chuỗi giá trị từ nhà máy đến khách hàng. Nó kết hợp các hoạt động logistics, sản xuất, công nghệ thông tin, kỹ thuật... để từ đó số hóa các hoạt động kinh doanh. Hiện nay, tất cả các công ty trên thế giới và cả Việt Nam đều hướng tới việc sử dụng những ứng dụng của công nghệ 4.0 như: Internet vạn vật (IoT), Big Data, Blockchain, Trí tuệ nhân tạo (AI),... vào việc vận hành và quản lý doanh nghiệp của họ. Có thể kể đến một số doanh nghiệp tiêu biểu trên thế giới đã và đang sử dụng hiệu quả công nghệ 4.0 như DHL, UPS, FedEx,... và một số doanh nghiệp logistics Việt Nam đang từng bước bắt kịp xu hướng này như Tân Cảng Saigon, Star Links...

Tuy nhiên, đa số các công ty logistics nội địa chưa thể đáp ứng tốt nguyện vọng do hạn chế về quy mô, vốn cũng như hạ tầng thông tin, đặc biệt còn thiếu nhiều ứng dụng chuyên ngành, đặc biệt là cho logistics. Mặc dù như vậy, DN logistics nội địa cũng không nên đầu hàng, bỏ qua xu thế thời đại và nhường lại sân chơi độc tôn cho các DN logistics quốc tế. Nói cách khác, hiện nay doanh nghiệp nào tận dụng được lợi thế của công nghệ 4.0, doanh nghiệp đó sẽ tiến xa hơn, và có khả năng thành công cao hơn. Vì thế, việc nghiên cứu để hiểu rõ những lỗ hổng trong CLDV của các doanh nghiệp logistics nội địa và đề xuất một số giải pháp ứng dụng 4.0 hợp lí là yêu cầu cấp thiết hiện nay.

Để lựa chọn được giải pháp phù hợp cho mình, DN cần lưu ý xác định rõ mục tiêu và chiến lược cạnh tranh của mình, để xác định công cụ nào là hữu hiệu và phù hợp nhất. Sau khi chọn được giải pháp, DN cũng cần đảm bảo sự phối hợp đồng bộ trong quy trình triển khai và thông suốt tư tưởng cho toàn thể bộ máy vận hành, tránh trường hợp xem công cụ là gánh nặng cho nhân viên, cho tổ chức, dẫn đến lãng phí tài nguyên của DN. Cũng cần nhấn mạnh thêm rằng, đào tạo chất lượng nhân sự đóng vai trò chủ đạo cho sự thành công của DN dù lựa chọn bất kỳ giải pháp nào. Vì cuối cùng, máy móc và công nghệ vẫn chỉ là công cụ phục vụ cho quyết định của con người.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. AD 2018, FedEx thông báo sử dụng blockchain để theo dõi các lô hàng của mình, Clix5.com, <https://clix5.com/fedex-thong-bao-y-dinh-su-dung-blockchain-de-theo-doi-cac-lo-hang-cua-minh/>, truy cập ngày 23 tháng 09 năm 2018
2. Arun Kumar G., M. S. (2012). A study of retail service quality in organized retailing. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 3(3), 370-372.
3. CafeF.vn (26/06/2017), “WB: Sẽ có một khoản tài trợ Việt Nam về các vấn đề liên quan đến logistics và một cửa quốc gia”, truy cập tại: <http://cafef.vn/wb-se-co-mot-khoan-tai-tro-viet-nam-ve-cac-van-de-lien-quan-den-logistics-va-mot-cua-quoc-gia-2017062614551925.chn>
4. DHL Customer Solutions & Innovation (2015), “Internet Of Things In Logistics”, Represented by Matthias Heutger, Germany.
5. Diez, V., Arriola, A., Val, I. & Velez, M. (2017). Validation of RF Communication Systems for Industry 4.0 through Channel Modeling and Emulation. In *IEEE International Workshop of Electronics Control Measurement Signals and Their Application to Mechatronics*, 24-26 May 2017. Donostia-San, Spain. ISSN 2379-5662.
6. Elizabeth Landrum (2017), “UPS incorporates AI in package tracking”, <https://www.americanshipper.com/main/news/ups-incorporates-ai-in-package-tracking-67551.aspx>, Accessed May 16th 2017
7. Forbes. (2018, Tháng 9). Đã truy lục Tháng 9 2018, từ *What is Industry 4.0? Here's A Super Easy Explanation For Anyone*: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/09/02/what-is-industry-4-0-heres-a-super-easy-explanation-for-anyone/#22cf7e9f9788>
8. Gosmartlog.com. (2018). Được truy lục từ Blockchain giải quyết vấn nạn chuỗi cung ứng: <https://gosmartlog.com/tin-tuc/dieu-gi-xay-ra-khi-chuoi-cung-ung-gap-blockchain/>
9. Hirata, E. (2017). “Contestability of Container Liner Shipping Market in Alliance Era”, *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, Volume 33, Issue 1, March 2017, Pages 27-32.
10. Huỳnh, T., Lê, K., Mai, N., Nguyễn, P., & Phan, V. (2018). *Quản trị dịch vụ khách hàng trong bối cảnh công nghiệp 4.0: Bài học cho doanh nghiệp Logistics Việt Nam*. TP.HCM: Đề tài NCKH Sinh viên Khoa KQM - UEH.
11. IBM. (2016). Đã truy lục September 2018, từ *Blockchain for Supply chain*: <https://www.ibm.com/blockchain/industries/supply-chain>
12. *International Conference on Intelligent Computing and Internet of Things*, 17-18 January 2015 (pp. 135-140). Harbin, China. ISBN 978-1-4799-7534-1.
13. Bukova, B.; Cerna, L., Brumercikova, E. & Drozdziel, P. (2018), “The Position of Industry 4.0 in the Worldwide Logistics Chains”, *Journal of Shipping and Logistics*, 33(1), pp. 27-32.
14. Lebed, M. (2017), “5 Examples of How Big Data in Logistics Can Transform The Supply Chain”, *datapine.com*, <https://www.datapine.com/blog/how-big-data-logistics-transform-supply-chain/>, Accessed April 5th 2017

15. *iScoop* (2018), “Logistics 4.0 and smart supply chain management in Industry 4.0”, Retrieved February 5, 2018, from <https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/supply-chain-management-scm-logistics/>
16. Neradilova, H. & Fedorko, G. (2017). “Simulation of the supply of workplaces by the AGV in the digital factory”, 12th International Scientific Conference of Young Scientists on Sustainable, Modern and Safe Transport, Book Series: Procedia Engineering, 192, May-02 June 2017 (pp. 638-643). High Tatras, Slovakia. DOI: 10.1016/j.proeng.2017.06.110.
17. Parasuraman, A. Z. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50.
18. Petro, V. (2017). *Industry 4.0 and Information Communication Technologies*. In *IEEE 2nd International Conference on Information and Telecommunication Technologies and Radio Electronics (UkrMiCo2017)*, 11-15 September 2017. Odessa, Ukraine. ISBN 978-1-5386-1056-5.
19. Phan, A. C., Nguyễn, H. T., & Nguyễn, M. H. (2013). Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ. *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh*, 29(1), 11-22.
20. Schlingensiepen, J., Nemtanu, F., Mehmood, R. & McCluskey, L. (2016). “Autonomic Transport Management Systems-Enabler for Smart Cities, Personalized Medicine, Participation and Industry Grid/Industry 4.0. *Intelligent Transportation Systems - Problems and Perspectives*”, 32, 3-35. DOI: 10.1007/978-3-319-19150-8_1.
21. Sekulová, J., & Nedeliak, I. (December 2013). Utilization of GAP MODEL in providing of services in the railway freight transport. *Journal of Economic Logistics*, Number 4, Volume VIII.
22. *VnEconomy* (05/11/2018), “Chúng ta đang làm logistics 4.0 với hạ tầng truyền thống”, truy cập tại: <http://vneconomy.vn/chung-ta-dang-lam-logistics-40-voi-ha-tang-truyen-thong-20181104235929557.htm>
23. Wan, J.F., Cai, H. & Zhou, K.L. (2015). *Industrie 4.0: Enabling Technologies*. In *IEEE*,
24. *World Bank*. (2018). Đã truy lục Tháng 9 2018, từ *Logistics Performance Index*: <https://lpi.worldbank.org>
25. *Vilas.edu.vn*. (2018). Được truy lục từ Cryptocurrency ứng dụng trong logistics: <https://vilas.edu.vn/cryptocurrency-duoc-chap-nhan-trong-thanh-toan-khi-van-chuyen-bang-container.html>
26. <https://deloitte.wsj.com/cmo/2017/09/13/industry-4-0-engages-customers/>
27. <https://www.paconsulting.com/insights/2017/the-customer-led-revolution/>
28. <https://vilas.edu.vn/blockchain-trong-chuoi-cung-ung.html>
29. <http://www.vlr.vn/vn/news/img/nghien-cuu-ung-dung/2040/dien-toan-dam-may-tao-nen-su-khac-biet-trong-logistics.vlr>
30. <https://vicloud.vn/community/quan-ly-logistics-tren-nen-dien-toan-dam-may-va-nhung-hieu-qua-khong-tuong-593.html>
31. <http://www.ipcs.vn/vn/doanh-nghiep-logistics-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap-W473.htm>

PHỤ LỤC 1: Tổng hợp các văn bản pháp luật liên quan đến Quản lý hoạt động Logistics tại Việt Nam

Loại hình	Luật	Nghị định	Quyết định, Thông tư và văn bản khác
Dịch vụ vận tải đa phương thức		Nghị định số 87/2009/NĐ-CP ngày 19/10/2009 về vận tải đa phương thức Nghị định số 89/2011/NĐ-CP ngày 10/10/2011 về bổ sung một số điều của Nghị định 87/2009/NĐ-CP về vận tải đa phương thức	
Dịch vụ vận tải hàng hải	Bộ luật Hàng hải 2005 Bộ luật Hàng hải 2015 mới có hiệu lực từ ngày 01/01/2017 Luật Biển Việt Nam 2013	Nghị định số 30/2014/NĐ-CP ngày 14/4/2014 về điều kiện kinh doanh vận tải biển và dịch vụ hỗ trợ vận tải biển	Quyết định số 2190/QĐ-TTg ngày 24/12/2009 về việc phê duyệt quy hoạch phát triển hệ thống cảng biển Việt Nam ngày 12/11/2014 đến năm 2020 và định hướng 2030. Thông tư số 66/2014/TT-BGTVT quy định về vận tải hành khách, hành lý, bao gửi bằng tàu khách cao tốc giữa các cảng, bến, vùng nước thuộc nội thủy Việt Nam và qua biên giới
Dịch vụ vận tải đường thủy nội địa	Luật Giao thông đường thủy nội địa 2004 Luật Giao thông đường thủy nội địa sửa đổi năm 2014	Nghị định số 110/2014/NĐ-CP ngày 20/11/2014 Quy định điều kiện kinh doanh vận tải đường thủy nội địa	Văn bản hợp nhất số 13/VBHN-BGTVT ngày 28/12/2015 quy định về vận tải hành khách, hành lý, bao gửi trên đường thủy nội địa
Dịch vụ vận tải hàng không	Luật Hàng không dân dụng Việt Nam	Nghị định số 30/2013/NĐ-CP ngày 8/4/2013 về kinh	Thông tư 81/2014/TT-BGTVT ngày 30/12/2014 quy định về việc vận

	năm 2006; Luật sửa đổi Luật Hàng không dân dụng năm 2014	doanh vận chuyển hàng không và hoạt động hàng không chung	chuyển hàng không và hoạt động hàng không chung Quyết định 43/2017/QĐ- TTg ngày 26/19/2017 về quy định trách nhiệm thực hiện thủ tục đối với tàu bay xuất cảnh, nhập cảnh, quá cảnh thông qua Cơ chế một cửa quốc gia
Dịch vụ vận tải đường sắt	Luật Đường sắt 2005	Nghị định 14/2015/NĐ-CP ngày 13/2/2015 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của luật đường sắt	Thông tư 78/2014/TT- BGTVT ngày 24/12/2014 quy định về việc vận tải hành khách, hành lý, bao gửi trên đường sắt quốc gia
Dịch vụ vận tải đường bộ	Luật Giao thông đường bộ 2008	Nghị định 86/2014/NĐ-CP ngày 10/9/2014 về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô	Thông tư 63/2014/TT- BGTVT ngày 7/11/2014 quy định về tổ chức, quản lý hoạt động vận tải bằng xe ô tô và dịch vụ hỗ trợ vận tải đường bộ Thông tư 60/2015/TT- BGTVT ngày 02/11/2015 về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của thông tư số 63/2014/TT-BGTVT về tổ chức, quản lý hoạt động kinh doanh vận tải bằng xe ô tô và dịch vụ hỗ trợ vận tải đường bộ
Quản lý kho bãi		Nghị định số 68/2016/NĐ-CP ngày 01/07/2016 quy định về điều kiện kinh doanh hàng miễn thuế, kho bãi, địa điểm làm thủ tục hải quan, tập kết, kiểm tra, giám sát hải quan	Thông tư 84/2017/TT-BTC ngày 15/8/2017 hướng dẫn thực hiện Nghị định số 68/2016/NĐ-CP Quyết định 2061/QĐ-BTC ngày 13/10/2017 về áp dụng thí điểm quản lý, giám sát hải quan tự động đối với hàng hóa xuất, nhập khẩu (XNK), quá cảnh tại cảng hàng không quốc tế Nội Bài (cảng Nội Bài).
Hệ thống kho tại biên			Quyết định 229/QĐ-BCT ngày 23 tháng 01 năm

giới			<p>2017 phê duyệt đề án "Quy hoạch phát triển hệ thống kho hàng hóa tại các cửa khẩu khu vực biên giới Việt Nam - Lào và biên giới Việt Nam - Campuchia đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035".</p> <p>Quyết định 1093/QĐ-BCT ngày 3 tháng 2 năm 2015 phê duyệt Quy hoạch phát triển kho hàng hóa tại các cửa khẩu khu vực biên giới Việt Nam - Trung Quốc đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035</p>
Cảng cạn (ICD)			<p>Quyết định số 2223/QĐ-TTG ngày 13 tháng 12 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển hệ thống cảng cạn Việt Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030</p>

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp)

PHỤ LỤC 2: Danh mục thông tin DN tham gia phỏng vấn chuyên sâu (20/09/2018)

1. Bà Nguyễn Thị Tuyết Minh

- Giám đốc Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Palm Logistics Việt Nam
- Số điện thoại: 0902939255
- Mail: angela@palmlogvn.com

2. Ông Huỳnh Song Kha

- Giám đốc Sales và Marketing Công ty TNHH Giao nhận Rhenus Việt Nam
- Sáng lập Học viện S.O.C
- Số điện thoại: 0986307567
- Mail: songkha.huynh@gmail.com

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI TPHCM: MỘT GÓC NHÌN VỀ MỐI QUAN HỆ GIỮA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ, NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH VÀ HỘI NHẬP QUỐC TẾ

Nguyễn Ngọc Anh Thu

Viện Nghiên cứu Phát triển TP. HCM

Tóm tắt:

Thương mại điện tử Việt Nam nói chung và TPHCM nói riêng đang ở trong giai đoạn vàng rực rỡ. Cùng với sức hấp dẫn từ thị trường là những vấn đề phát sinh trong quá trình quản lý, hoạch định chính sách có liên quan. Một cách đơn giản để phân tích các vấn đề phát sinh trong quá trình phát triển thương mại điện tử hướng tới mục tiêu phát triển bền vững nền kinh tế là đặt thương mại điện tử và các chỉ số trong mối tương quan với năng lực cạnh tranh và các chỉ số của phát triển, đặc biệt xem xét trong mối quan hệ với toàn cầu hóa. Qua đó, có thể xem xét các giải pháp khả thi để tác động và thúc đẩy thương mại điện tử phát triển một cách bền vững. Kết quả cho thấy thương mại điện tử, nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập quốc tế (đặc biệt là du lịch) trên địa bàn TPHCM có mối quan hệ chặt chẽ gắn bó qua lại với nhau, đồng thời cũng cho thấy vai trò quan trọng của TPHCM trong phát triển hạ tầng thông tin của cả nước, từ đó bài viết đề xuất một số giải pháp tạo điều kiện phát triển đồng thời cả ba khía cạnh này của tăng trưởng kinh tế và phát huy vai trò đầu tàu của TPHCM.

Từ khoá: thương mại điện tử TPHCM, năng lực cạnh tranh và TMĐT, hội nhập quốc tế

1. Dẫn luận

Thương mại điện tử Việt Nam đang ở trong giai đoạn “bình minh rực rỡ”. Theo dự đoán, thương mại điện tử Việt Nam sẽ phát triển 30-50% mỗi năm. Năm 2017, Việt Nam có 53,86 triệu người sử dụng Internet. Các dự đoán cho biết con số này đạt đến gần 60 triệu trong vòng 4 năm tới.⁸ Hiện quy mô thị trường TMĐT Việt Nam đạt khoảng 5 tỷ USD. Trong 4 năm tới, con số này được dự đoán có thể đạt tới 10 tỷ USD.⁹

Cùng với sức hấp dẫn từ thị trường là những vấn đề phát sinh trong quá trình quản lý, hoạch định chính sách có liên quan. Một cách đơn giản để phân tích các vấn đề phát sinh trong quá trình phát triển thương mại điện tử hướng tới mục tiêu phát triển bền vững nền kinh tế là đặt thương mại điện tử và các chỉ số trong mối tương quan với năng lực cạnh tranh và các chỉ số của phát triển, đặc biệt xem xét trong mối quan hệ với toàn cầu hóa. Qua đó, có thể xem xét các giải pháp khả thi để tác động và thúc đẩy thương mại điện tử phát triển một cách bền vững.

2. Mối quan hệ giữa hội nhập và thương mại điện tử

Toàn cầu hoá, hay hội nhập quốc tế, vừa là mục tiêu vừa là động lực của thương mại điện tử. Trong bối cảnh toàn cầu hoá hay hội nhập quốc tế, các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiến hành hoạt động thương mại điện tử để khai phá những mô hình kinh doanh tạo giá trị thặng dư, dịch vụ mới, phát triển những chiến lược thương mại điện tử để phát

⁸ VNExpress lược dịch từ Forbes, “Thương mại điện tử Việt Nam đang ở bình minh rực rỡ”, tin ngày 2/4/2018

⁹ VOV, “Thương mại điện tử Việt Nam có thể đạt 10 tỷ USD trong 10 năm tới”, tin ngày 06/04/2018

triển doanh nghiệp, tham gia vào mối quan hệ qua mạng với những công ty có thể trở thành khách hàng, nhà cung ứng hay đối tác tiềm năng (Savrula et al, 2014). Trong quá trình hội nhập, các cơ chế giải quyết tranh chấp, quản lý thông thường dựa trên tính địa phương hoá sẽ là không phù hợp. Trong quá trình đó, 3 quá trình phù hợp là việc giải quyết tranh chấp qua mạng (ODR); nguyên tắc quản trị doanh nghiệp trên internet; và khái niệm đồng quản lý. (AntonisPatrikios, 2008).

Thương mại điện tử và hội nhập quốc tế có tác động tương hỗ qua lại. Trong điều kiện toàn cầu hoá, các quá trình kinh doanh của các công ty khác nhau cần được tích hợp với nhau để phù hợp với điều kiện thay đổi thường xuyên của môi trường, và để trở nên thực sự cạnh tranh trong môi trường quốc tế. Ngày càng nhiều nghiên cứu, tiêu chuẩn kinh doanh và qui định để thúc đẩy các quá trình kinh doanh thành những quá trình kinh doanh kết nối với nhau và hỗ trợ nhau cùng phát triển. (Liu C et al, 2009)

Thương mại điện tử cũng vừa tạo động lực vừa là chất xúc tác của hội nhập quốc tế. Trong lĩnh vực môi giới bán lẻ, thương mại điện tử khiến cho các công ty này ngày càng tham gia sâu rộng vào quá trình toàn cầu hoá. Bằng cách phân tích sâu hơn những thành phần khác nhau của chuỗi cung ứng, ta có thể phân tích được những ảnh hưởng của cuộc cách mạng công nghệ thông tin – truyền thông (ICT) trong mỗi phân khúc của chuỗi cung ứng. Những đổi mới sáng tạo trong thương mại điện tử thúc đẩy đồng thời cả việc đồng bộ hoá và đa dạng hoá trong cùng một ngành công nghiệp (Globerman, S., Roehl, T. & Standifird, 2001)

3. Mối quan hệ giữa toàn cầu hóa, phát triển kinh tế và TMĐT TPHCM qua phân tích các chỉ số

a. Các đại lượng được phân tích

Các đại lượng và giá trị được phân tích bao gồm chỉ số phát triển CNTT và truyền thông Việt Nam (IDI), chỉ số thương mại điện tử Việt Nam, chỉ số TMĐT TPHCM và các chỉ số thành phần, xếp hạng năng lực cạnh tranh của TPHCM, doanh thu của toàn ngành du lịch TPHCM và FDI lũy kế của TPHCM.

Các chỉ tiêu đại diện cho toàn cầu hoá tại TPHCM bao gồm FDI thành phố, doanh thu ngành du lịch thành phố. Trong đó, du lịch được lựa chọn làm một trong những chỉ tiêu đại diện cho toàn cầu hoá hay hội nhập thành phố do du lịch là một trong những dấu ấn đặc trưng của toàn cầu hoá (Appadurai (1996), Moriarty M (2015)). Hoạt động du lịch vừa là nguyên nhân vừa là hiệu quả của quá trình tăng tốc toàn cầu hoá (Fayos-Solà, E, 2002).

Các chỉ số đại diện cho thương mại điện tử bao gồm chỉ số thương mại điện tử và các chỉ số thành phần (B2B, B2C, B2G) đo lường tại báo cáo Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam của Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (VECOM).

Các chỉ số đại diện cho mức độ phát triển của nền kinh tế bao gồm thứ hạng năng lực cạnh tranh, chỉ số phát triển CNTT và truyền thông, chỉ số nhân lực hạ tầng công nghệ thông tin.

Các đại lượng phân tích và giá trị phân tích như bên dưới:

<i>Tên biến</i>	<i>Tên chỉ số</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>
IDI	<i>Chỉ số phát triển CNTT và truyền thông Việt Nam</i>	3,65	3,8	3,94	4,09	4,28
TMDT_VN	<i>chỉ số TMDT VN</i>			55,7	56,5	
TMDT_TP	<i>chỉ số TMDT TP.HCM</i>		64,5	68,4	72,5	

NLHT_TP	<i>chỉ số nhân lực, hạ tầng CNTT Tp.HCM</i>		71	73,9	77,6	80,3
B2B_TP	<i>chỉ số B2B Tp.HCM</i>		68,4	71,7	76,8	67,8
B2G_TP	<i>chỉ số B2G Tp.HCM</i>		68	72,1	72,8	77,8
B2C_TP	<i>chỉ số B2C Tp.HCM</i>		53,8	58,9	64,7	70,2
NLCT_TP	<i>Xếp hạng năng lực cạnh tranh của Tp.HCM</i>	20	13	10	4	
DL_TP	<i>Doanh thu của toàn ngành du lịch TP.HCM (tỉ đồng)</i>	16939	19083	20737	22739	25809
FDI_TP	<i>FDI lũy kế của TP HCM (triệu USD)</i>	2824	541	1125	3476	3041

Nguồn số liệu: Tác giả xử lý từ số liệu của Cục thống kê TP và VECOM

b. Kết quả phân tích tương quan

Bảng 1. Tương quan giữa các chỉ số về TMDT, toàn cầu hóa và năng lực cạnh tranh TPHCM

		TMDT_TP	NLHT_TP	B2B_TP	B2G_TP	B2C_TP	FDI_TP	NLCT_TP ¹⁰	DL_TP
TMDT_TP	Pearson Correlation	1	.998*	.994	.920	1.000*	.949	-.985	.999*
	Sig. (2-tailed)		.035	.069	.256	.014	.204	.112	.026
	N	3	3	3	3	3	3	3	3
NLHT_TP	Pearson Correlation	.998*	1	.144	.950*	.999**	.913	-.993	.984*
	Sig. (2-tailed)	.035		.856	.050	.001	.087	.077	.016
	N	3	4	4	4	4	4	3	4
B2B_TP	Pearson Correlation	.994	.144	1	-.079	.098	.473	-.998*	-.035
	Sig. (2-tailed)	.069	.856		.921	.902	.527	.043	.965
	N	3	4	4	4	4	4	3	4
B2G_TP	Pearson Correlation	.920	.950*	-.079	1	.963*	.744	-.837	.974*
	Sig. (2-tailed)	.256	.050	.921		.037	.256	.368	.026
	N	3	4	4	4	4	4	3	4
B2C_TP	Pearson Correlation	1.000*	.999**	.098	.963*	1	.892	-.988	.991**
	Sig. (2-tailed)	.014	.001	.902	.037		.108	.097	.009
	N	3	4	4	4	4	4	3	4
FDI_TP	Pearson Correlation	.949	.913	.473	.744	.892	1	-.179	.410
	Sig. (2-tailed)	.204	.087	.527	.256	.108		.821	.493
	N	3	4	4	4	4	5	4	5
NLCT_TP	Pearson Correlation	-.985	-.993	-.998*	-.837	-.988	-.179	1	-.995**
	Sig. (2-tailed)	.112	.077	.043	.368	.097	.821		.005
	N	3	3	3	3	3	4	4	4
DL_TP	Pearson Correlation	.999*	.984*	-.035	.974*	.991**	.410	-.995**	1
	Sig. (2-tailed)	.026	.016	.965	.026	.009	.493	.005	
	N	3	4	4	4	4	5	4	5

* Quan hệ ý nghĩa ở mức 5% (2-tailed). **. Quan hệ ý nghĩa ở mức 1% (2-tailed).

¹⁰ Biến NLCT_TP đo bằng thứ hạng của thành phố so với các tỉnh thành về năng lực cạnh tranh. Tương quan âm thể hiện càng tăng các chỉ số tương quan thì thứ hạng càng cao.

Kết quả phân tích tại bảng 1 cho thấy chỉ số thương mại điện tử TPHCM có mối quan hệ cùng chiều ở mức ý nghĩa 5% với chỉ số về nhân lực – hạ tầng TPHCM, chỉ số thương mại điện tử doanh nghiệp – người tiêu dùng B2C và doanh thu của ngành du lịch TPHCM. Trong đó, chỉ số nhân lực – hạ tầng TPHCM lại có mối quan hệ ở mức ý nghĩa 10% với tổng giá trị FDI lũy kế của TPHCM. Điều này cho thấy mối quan hệ gắn bó, tích cực giữa thương mại điện tử và hội nhập hay toàn cầu hoá tại TPHCM. Hai quá trình này là hai quá trình cần được tiến hành song song, có tác dụng thúc đẩy nhau cùng phát triển với mối quan hệ tương hỗ.

Kết quả cũng cho thấy mối quan hệ tương hỗ, với dấu dương giữa chỉ số B2G (thương mại điện tử doanh nghiệp – chính phủ) và B2C (thương mại điện tử doanh nghiệp – người tiêu dùng) với chỉ số nhân lực – hạ tầng TPHCM cũng như doanh thu của ngành du lịch thành phố. Qua đó, cho thấy tầm quan trọng của chính sách phát triển kinh tế và hội nhập trong việc tạo môi trường liên kết về thương mại, kinh tế giữa 3 bên (người dân – doanh nghiệp – chính phủ).

Về chính sách phát triển kinh tế, kết quả cho thấy thứ hạng của TPHCM trong bảng xếp hạng năng lực cạnh tranh các tỉnh thành càng cao khi doanh thu du lịch càng cao (mức ý nghĩa 1%) hoặc chỉ số thương mại điện tử B2B (doanh nghiệp – doanh nghiệp) càng cao (mức ý nghĩa 5%). Điều này cho thấy mối quan hệ giữa 3 vấn đề: phát triển kinh tế hay nâng cao năng lực cạnh tranh của TPHCM, hội nhập quốc tế hay toàn cầu hoá và việc tạo môi trường kinh doanh TMĐT thông thoáng cho các doanh nghiệp phát triển sôi động. Theo đó, nâng cao năng lực cạnh tranh, hội nhập quốc tế và thương mại điện tử có mối liên hệ tích cực, tương hỗ, tạo động lực để cùng nhau phát triển.

4. Mối quan hệ giữa thương mại điện tử TpHCM và chỉ số phát triển hạ tầng thông tin Việt Nam

Bảng 2. Tương quan giữa các chỉ số TMDT TP.HCM với chỉ số IDI của Việt Nam

		TMDT_TP	NLHT_TP	B2B_TP	B2G_TP	NLCT_TP ¹¹	IDI
TMDT_TP	Pearson Correlation	1	.998*	.994	.920	-.985	1.000**
	Sig. (2-tailed)		.035	.069	.256	.112	.003
	N	3	3	3	3	3	3
NLHT_TP	Pearson Correlation	.998*	1	.144	.950*	-.993	.994**
	Sig. (2-tailed)	.035		.856	.050	.077	.006
	N	3	4	4	4	3	4
B2B_TP	Pearson Correlation	.994	.144	1	-.079	-.998*	.033
	Sig. (2-tailed)	.069	.856		.921	.043	.967
	N	3	4	4	4	3	4
B2G_TP	Pearson Correlation	.920	.950*	-.079	1	-.837	.973*
	Sig. (2-tailed)	.256	.050	.921		.368	.027
	N	3	4	4	4	3	4
NLCT_TP	Pearson Correlation	-.985	-.993	-.998*	-.837	1	-.992**
	Sig. (2-tailed)	.112	.077	.043	.368		.008
	N	3	3	3	3	4	4
IDI	Pearson Correlation	1.000**	.994**	.033	.973*	-.992**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.006	.967	.027	.008	
	N	3	4	4	4	4	5
*. Quan hệ có ý nghĩa ở mức 5% (2-tailed).							
**. Quan hệ có ý nghĩa ở mức 1% (2-tailed).							

Nguồn số liệu: Tác giả xử lý

Kết quả phân tích bảng 2 cho thấy mối quan hệ tương hỗ giữa nâng cao năng lực cạnh tranh TPHCM (NLCT_TP), phát triển thương mại điện tử và ứng dụng CNTT trong dịch vụ công (TMDT_TP, B2G_TP), nâng cao chất lượng nhân lực, hạ tầng TP (NLHT_TP) với chỉ số phát triển hạ tầng thông tin Việt Nam (IDI). Điều này cho thấy sự gắn bó chặt chẽ giữa nâng cao năng lực cạnh tranh của TPHCM, phát triển nguồn nhân lực – hạ tầng của TPHCM việc thúc đẩy phát triển hạ tầng thông tin Việt Nam nói chung.

Suy rộng ra, có thể thấy vai trò quan trọng của TPHCM trong việc thúc đẩy phát triển hạ tầng thông tin của cả nước nói chung, với việc càng củng cố các nguồn lực của TPHCM thì chất lượng hạ tầng thông tin cả nước nói chung càng được củng cố. Qua đó, cũng cho thấy mối liên hệ chặt chẽ và tầm ảnh hưởng giữa chất lượng phát triển và năng lực cạnh tranh của TPHCM đối với cả nước. Đồng thời, có thể thấy ý nghĩa của việc tập trung nguồn lực cho thành phố Hồ Chí Minh đối với việc phát triển hạ tầng thông tin của cả nước nói chung.

5. Thảo luận và hàm ý chính sách

Các kết quả cho thấy mối quan hệ gắn bó chặt chẽ giữa hội nhập quốc tế, thương mại điện tử và nâng cao năng lực cạnh tranh của TPHCM. Điều này cho thấy

¹¹ Biến NLCT_TP đo bằng thứ hạng của thành phố so với các tỉnh thành về năng lực cạnh tranh. Tương quan âm thể hiện càng tăng các chỉ số tương quan thì thứ hạng cạnh tranh cấp tỉnh càng cao.

đề thương mại điện tử TPHCM phát triển một cách bền vững, cần có chính sách tác động đồng thời đến cả 3 mặt của việc phát triển TMĐT là thúc đẩy và tạo điều kiện thuận lợi cho hội nhập và nâng cao năng lực cạnh tranh của TPHCM.

Một số giải pháp có thể đề xuất như sau:

- Tích cực thực hiện cải cách hành chính: Cải cách thủ tục hành chính, thay đổi nhận thức về cơ quan nhà nước và doanh nghiệp, xây dựng Quy chế phối hợp trong quản lý doanh nghiệp sau đăng ký kinh doanh, xác định qui mô hoạt động phù hợp với năng lực quản trị và xây dựng mô hình quản lý chuyên nghiệp. Tích cực thực hiện cải cách hành chính theo hướng công khai, minh bạch quá trình xử lý giải quyết hồ sơ và các thông tin cần thiết cho người dân, tăng cường công tác thông tin tuyên truyền đến với người dân về thành phần hồ sơ, mức phí/lệ phí, qui trình và thời hạn giải quyết thủ tục hành chính. Xây dựng kế hoạch ứng dụng công nghệ thông tin trong cải cách hành chính, giải pháp tích hợp vào hệ thống đô thị thông minh.
- Tích cực thực hiện liên kết vùng, liên kết quốc tế và thúc đẩy hình thành các định chế phối hợp liên kết vùng, liên kết quốc tế cùng phát triển.
- Cần nâng cao khả năng quản trị DN thông qua hợp tác và tăng sức cạnh tranh. Các DN cần nghĩ đến phương án xây dựng mối quan hệ cộng sinh cho riêng mình, hợp tác để đáp ứng từng phần trong quy trình thương mại điện tử, tránh tự trói chính mình trong sợi dây áp lực “tự thực hiện”.
- Đẩy mạnh đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Muốn phát triển thương mại điện tử, ngoài việc đòi hỏi phải có một đội ngũ chuyên gia tin học mạnh, thường xuyên bắt kịp các thành tựu công nghệ thông tin mới phát sinh, có khả năng thiết kế các phần mềm đáp ứng các nhu cầu của kinh tế số hóa, cũng đòi hỏi mỗi người tham gia thương mại điện tử phải có khả năng sử dụng máy tính, có thể trao đổi thông tin một cách thành thạo trên mạng, có những hiểu biết cần thiết về thương mại, luật pháp... Bởi vậy, cần đào tạo các chuyên gia tin học và phổ cập kiến thức về thương mại điện tử không những cho các DN, các cán bộ quản lý của nhà nước mà cho cả mọi người dân.
- Chủ động hợp tác về thương mại điện tử với các quốc gia và các tổ chức quốc tế thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới và thương mại phi giấy tờ. Nhằm phát huy hơn nữa động lực tăng trưởng của thương mại điện tử xuyên biên giới, đóng góp tích cực cho liên kết thương mại và kinh tế khu vực, Việt Nam cần phối hợp với các thành viên APEC hoàn thiện và hài hòa hóa khung pháp lý thương mại điện tử của các nền kinh tế APEC nhằm tạo thuận lợi cho thương mại điện tử xuyên biên giới trong khu vực; tăng cường xây dựng năng lực để các nền kinh tế APEC có thể hỗ trợ các DN vừa, nhỏ và siêu nhỏ tham gia vào thị trường thương mại điện tử xuyên biên giới trong khu vực và trên toàn thế giới; giải quyết những vấn đề mới và liên quan đến nhiều bên trong thương mại điện tử xuyên biên giới...
- Cần có đánh giá đúng đắn hơn nữa về vai trò, ý nghĩa của ngành du lịch đối với TPHCM. Qua các phân tích tương quan cho thấy doanh thu của ngành du lịch có tác dụng tích cực hỗ trợ việc nâng cao thứ hạng năng lực cạnh tranh của TP trên bảng xếp hạng cả nước, thúc đẩy phát triển các chỉ số con của thương mại điện tử và tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại điện tử phát triển. Phát triển các mô hình kinh tế số, ứng dụng thương mại điện tử trong ngành du lịch cũng là một trong những điểm mới và đi theo xu thế chung của thời đại.

- Các kết quả cũng cho thấy vai trò đầy ý nghĩa của TPHCM trong việc là đầu tàu thúc đẩy chất lượng hạ tầng thông tin của cả nước nói chung. Điều này cho thấy, ở tầm chính sách quốc gia về thương mại điện tử nói riêng và phát triển cơ sở hạ tầng thông tin nói chung, cần có qui hoạch và định hướng phát triển theo mô hình “đàn sếu bay” đối với các địa phương, theo đó có những thành phố trực thuộc Trung ương được tạo điều kiện thu hút nguồn lực, phát triển thành những mũi nhọn để đột phá trong tăng trưởng kinh tế, từ đó cũng có tác dụng lan toả, phát triển những vùng, địa phương xung quanh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Máiréad Moriarty (2015), Globalizing Language Policy and Planning, chapter 7, University of Limerick, Ireland
2. Fayos-Solà, E. (2002). GLOBALIZATION, TOURISM POLICY AND TOURISM EDUCATION. *Acta Turistica*, 14(1), 5-12
3. Globerman, S., Roehl, T. & Standifird (2001), S. J Int Bus Stud (2001) 32: 749
4. Chengfei Liu, Qing Li, Xiaohui Zhao (2009), Challenges and opportunities in collaborative business process management: Overview of recent advances and introduction to the special issue, *Information system Frontiers*, 7/2009, Vol.11 (3)
5. AntonisPatrikios (2008), The role of transnational online arbitration in regulating cross – border ebusiness, *Computer Law & Security Review*, Volume 24, Issue 1, 2008, Pages 66-76
6. Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2012, 2013, 2014, 2015 của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM)
7. Báo cáo của Cục thống kê TPHCM, 2016
8. VNExpress lược dịch từ Forbes, “Thương mại điện tử Việt Nam đang ở bình minh rực rỡ”, tin ngày 2/4/2018
9. VOV, “Thương mại điện tử Việt Nam có thể đạt 10 tỷ USD trong 10 năm tới”, tin ngày 06/04/2018
10. Trần Anh Thư & Lương Thị Minh Phương, “Phát triển thương mại điện tử ở Việt Nam trong bối cảnh kinh tế số”, Tạp chí tài chính ngày 08/04/2018.

TÁC ĐỘNG CỦA ĐẶC ĐIỂM QUẢN TRỊ CÔNG TY ĐẾN CHU KỲ LUÂN CHUYỂN TIỀN MẶT CỦA CÁC CÔNG TY NIÊM YẾT TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN VIỆT NAM

Từ Đức Xuân

Võ Văn Dứt

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

Tóm tắt

Bài viết này nghiên cứu tác động của các đặc điểm quản trị công ty đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt của các công ty niêm yết trên thị trường giao dịch chứng khoán Việt Nam. Dựa vào Lý thuyết đại diện và Lý thuyết quản lý, nghiên cứu giả thuyết rằng quy mô hội đồng quản trị, thành viên độc lập, quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ, thâm niên CEO và CEO kiêm nhiệm có mối quan hệ nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu từ 270 công ty niêm yết trên 2 Sở giao dịch chứng khoán là HOSE và HNX. Kết quả cho thấy, quy mô hội đồng quản trị và quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ có mối quan hệ nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt, trong khi đó thành viên độc lập có mối quan hệ thuận chiều. Nghiên cứu không tìm thấy tác động của thâm niên CEO và CEO kiêm nhiệm đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt.

***Từ khóa:** chu kỳ luân chuyển tiền mặt, HOSE, HNX, quản trị công ty.*

1. Đặt vấn đề

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh thì mục tiêu đầu tiên của các công ty chính là lợi nhuận, bởi vì lợi nhuận là nhân tố quyết định sự tồn tại và phát triển của các công ty. Để các công ty có thể hoạt động một cách trơn tru và mang lại hiệu quả đòi hỏi phải có một cơ cấu quản trị hợp lý với những quyết định đúng đắn. Ngoài ra, các công ty còn phải có các chiến lược tài chính hiệu quả, đặc biệt là chiến lược quản trị vốn luân chuyển như thế nào để duy trì hoạt động liên tục, đảm bảo khả năng thanh khoản và gia tăng khả năng sinh lợi vẫn là vấn đề cần được ưu tiên hàng đầu của các công ty. Một cơ cấu quản trị hiệu quả kết hợp với các quyết định quản trị tài chính hiệu quả về quản trị vốn luân chuyển phù hợp sẽ dẫn dắt công ty đi đến những thành công cũng như tối đa hóa lợi ích cho chủ công ty, ngược lại một quyết định sai lầm về quản trị vốn luân chuyển sẽ khiến công ty trả giá rất đắt, thậm chí có thể bị phá sản hay phải bán các tài sản của mình để cơ cấu lại hoạt động. Do đó, việc xác định xu hướng tác động của đặc điểm quản trị công ty đến việc quản lý vốn luân chuyển, đặc biệt là chu kỳ luân chuyển tiền mặt là vấn đề rất quan trọng để các công ty có thể xác định hướng đi tương lai trong bối cảnh toàn cầu hóa như hiện nay.

Ở Việt Nam, đã có những nghiên cứu về quản trị công ty, tuy nhiên các nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào phân tích mối quan hệ giữa các yếu tố quản trị công ty và hiệu quả hoạt động (Vo & Phan, 2013a, b, c, d; Vo & Nguyen, 2014), cơ cấu vốn (Do & Wu,

2013) mà chưa xem xét đến mối quan hệ giữa quản trị công ty và vốn luân chuyển. Hơn nữa đã có nhiều nghiên cứu ở Việt Nam chứng minh rằng chu kỳ luân chuyển tiền mặt và lợi nhuận có mối quan hệ nghịch chiều tại các công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán ở Việt Nam (Huynh & Su, 2010; Từ Thị Kim Thoa và Nguyễn Thị Uyên Uyên, 2014; Phan Thị Hằng Nga, 2015). Điều này cho thấy các công ty có thể thông qua việc quản lý hiệu quả chu kỳ luân chuyển tiền mặt để gia tăng thêm lợi nhuận. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện để xem xét tác động của các đặc điểm quản trị công ty đến việc quản lý vốn luân chuyển, cụ thể là chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Thông qua kết quả nghiên cứu này, các công ty, nhà doanh nghiệp sẽ có thêm cơ sở để đưa ra các quyết định kinh doanh trong thời gian sắp tới.

2. Lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Tác động của các đặc điểm quản trị công ty đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam có thể được giải thích thông qua 2 lý thuyết là Lý thuyết đại diện của Jensen & Meckling (1976) và Lý thuyết quản lý của Donaldson & Davis (1991). Theo Lý thuyết đại diện, các vấn đề đại diện phát sinh là do HĐQT và CEO trong quá trình xây dựng và thực hiện các chiến lược, kế hoạch hoạt động thì HĐQT và CEO có thể sẽ can thiệp vào việc quản lý các thành phần của chu kỳ luân chuyển tiền mặt nhằm đạt được các mục đích cá nhân, từ đó kéo dài chu kỳ luân chuyển tiền mặt dẫn đến làm tăng rủi ro thanh khoản và giảm đi các cơ hội tái đầu tư của công ty.

Trái ngược với quan điểm của Lý thuyết đại diện, việc xây dựng và thực hiện các chiến lược, kế hoạch hoạt động làm rút ngắn chu kỳ luân chuyển tiền mặt thì phù hợp với quan điểm của Lý thuyết quản lý rằng lợi ích của các thành viên HĐQT và CEO trong trường hợp này thì thống nhất với lợi ích của công ty, do đó họ sẽ tìm cách đưa ra các chiến lược, kế hoạch hoạt động nhằm rút ngắn chu kỳ luân chuyển tiền mặt nhằm giảm rủi ro thanh khoản, gia tăng cơ hội tái đầu tư để tối đa hóa lợi nhuận của công ty. Trong trường hợp của nghiên cứu này thì HĐQT và CEO với vai trò là người quản lý công ty sẽ tìm cách để quản lý hiệu quả chu kỳ luân chuyển tiền mặt của công ty để tối đa hóa lợi nhuận cho công ty và cũng là để tối đa hóa lợi ích cho bản thân.

Quy mô hội đồng quản trị và chu kỳ luân chuyển tiền mặt

Hội đồng quản trị là cơ quan cao nhất của một công ty chịu trách nhiệm quản lý hoạt động của công ty. Hội đồng quản trị đóng một vai trò quan trọng trong việc quyết định và đề ra các chính sách tối ưu cho công ty. Kỳ thu tiền bình quân, kỳ luân chuyển hàng tồn kho, kỳ thanh toán bình quân là những thành phần của chu kỳ luân chuyển tiền mặt bị ảnh hưởng bởi các quyết định và chính sách của HĐQT. Theo Lý thuyết đại diện, vai trò chính của HĐQT là kỷ luật và giám sát (Pieper & cộng sự, 2008). Do đó, quy mô HĐQT lớn sẽ có nhiều thành viên chịu trách nhiệm giám sát, chỉ đạo các nhà quản lý hơn, qua đó giúp công ty giảm thiểu các vấn đề đại diện và chi phí đại diện. Ngoài ra, một HĐQT có quy mô lớn thì sẽ cung cấp nhiều nguồn lực, thông tin cần thiết để HĐQT

có thể đưa ra các quyết định có hiệu quả. Ngược lại, Lý thuyết quản lý thì cho rằng quy mô HĐQT lớn có tác động tiêu cực đến hoạt động của công ty, lập luận này được giải thích quy mô HĐQT lớn thì các nhà quản lý sẽ phải chịu nhiều sự giám sát và kiểm soát hơn, điều này sẽ hạn chế thẩm quyền và sự tự do của các nhà quản lý trong việc thực hiện các công việc của mình, từ đó ảnh hưởng đến kết quả hoạt động công ty. Thực tế một số nghiên cứu gần đây đã chứng minh lập luận của Lý thuyết đại diện về mối quan hệ giữa quy mô HĐQT và chu kỳ luân chuyển tiền mặt là phù hợp với nghiên cứu này như nghiên cứu của Azam (2016) đã chứng minh có mối quan hệ nghịch chiều giữa quy mô HĐQT và chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Do đó, nghiên cứu đưa ra giả thuyết như sau:

Giả thuyết 1: Quy mô hội đồng quản trị lớn có tác động nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt.

Thành viên độc lập và chu kỳ luân chuyển tiền mặt

Thành viên độc lập trong HĐQT có vai trò quan trọng trong việc giám sát hoạt động của ban điều hành và cố vấn chiến lược, hỗ trợ kinh nghiệm cho ban điều hành của công ty. Cả hai vai trò này đều góp phần cải thiện chu kỳ luân chuyển tiền mặt cả trong Lý thuyết đại diện và Lý thuyết quản lý. Theo Lý thuyết đại diện thì thành viên độc lập có vai trò giám sát hành vi của đội ngũ quản lý để đối phó với các vấn đề đại diện và giảm chi phí đại diện trong việc quản lý các thành phần của chu kỳ luân chuyển tiền mặt, qua đó rút ngắn chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Theo Lý thuyết quản lý thì thành viên độc lập trong trường hợp này chủ yếu là đóng vai trò tư vấn, hỗ trợ cho các nhà quản lý và HĐQT trong việc ra quyết định. Thành viên độc lập trong trường hợp này sẽ cung cấp thông tin, đưa ra các lời khuyên hữu ích cho các nhà quản lý góp phần cải thiện chu kỳ luân chuyển tiền mặt của công ty. Nghiên cứu của Fish & Slezak (2008), Lajili & Zéghal (2010) đã phát hiện tỷ lệ phần trăm của các thành viên độc lập trong cơ cấu HĐQT có ảnh hưởng tích cực đến tình hình tài chính của công ty. Gần đây, nghiên cứu của Obradovich và cộng sự (2014) đã chứng minh được sự hiện diện của các thành viên độc lập trong HĐQT có tác động nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt của các công ty sản xuất tại Mỹ. Từ những lập luận trên, nghiên cứu này đề nghị giả thuyết như sau:

Giả thuyết 2: Thành viên độc lập trong hội đồng quản trị có tác động nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt.

Quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ và chu kỳ luân chuyển tiền mặt

Ủy ban kiểm toán nội bộ là một trong những yếu tố quan trọng của quản trị công ty. Theo Saad (2010), HĐQT cần phải thành lập một ủy ban kiểm toán nội bộ để giám sát quá trình kế toán, báo cáo và kiểm toán báo cáo tài chính nhằm hạn chế các vấn đề đại diện, bởi vì vai trò của ủy ban kiểm toán nội bộ là thay mặt các cổ đông trong việc theo dõi và kiểm soát các nguồn lực của công ty. Tuy nhiên để làm được điều này thì ủy ban kiểm toán nội bộ phải duy trì được sự độc lập của mình. Coleman (2007) cho thấy rằng các ủy ban kiểm toán nội bộ phải có một kích thước tối thiểu là ba thành viên để tăng cường sự độc lập. Theo Lý thuyết đại diện, quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ sẽ giúp cải thiện chu kỳ luân chuyển tiền mặt và giảm thiểu các vấn đề đại diện và chi phí đại diện

thông qua việc kiểm toán các tài khoản tiền mặt, các khoản phải thu, các khoản phải trả, và các tài khoản hàng tồn kho (Henry, 2013). Từ những lập luận trên, nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

Giả thuyết 3: quy mô ủy ban kiểm toán có tác động nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt.

Thâm niên CEO và chu kỳ luân chuyển tiền mặt

Thâm niên CEO là một yếu tố quan trọng trong quản trị công ty, Thâm niên CEO phản ánh mức độ quen thuộc và ảnh hưởng của CEO đối với HĐQT và công việc trong công ty. Theo Lý thuyết đại diện thì một CEO có thâm niên dài có thể ảnh hưởng không tốt cho công ty (Shen, 2003). Khi CEO làm việc tại công ty trong thời gian dài thì CEO có thể xây dựng các mối quan hệ với HĐQT, gia tăng ảnh hưởng lên của mình lên HĐQT thông qua đề cử của một số các thành viên khi bầu HĐQT mới, có thể kiểm soát hệ thống thông tin trong công ty, qua đó làm suy yếu sự giám sát của HĐQT và làm phát sinh các vấn đề đại diện. Ngược lại, Lý thuyết quản lý cho rằng với thâm niên càng dài thì CEO có thể có cam kết mạnh hơn và cụ thể hóa chuyên môn, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của công ty. Ngoài ra, Lý thuyết quản lý còn cho rằng CEO có thâm niên dài là những người đã cống hiến sự nghiệp của mình để hình thành và phát triển công ty, họ đã đồng nhất sự thành công và sự hài lòng của cá nhân của họ với sự thành công của công ty (Donaldson và Davis, 1991). Trong thời gian gần đây một số nghiên cứu đã chứng minh rằng lập luận của Lý thuyết quản lý là phù hợp hơn trong nghiên cứu này như các nghiên cứu của Coleman (2007), Gill & Shah (2012), Mansour & cộng sự (2015), Azam (2016) đã phát hiện rằng thâm niên CEO dài có các tác động làm rút ngắn chu kỳ luân chuyển tiền mặt của công ty. Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết như sau:

Giả thuyết 4: Thâm niên CEO dài có tác động nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt.

CEO kiêm nhiệm và chu kỳ luân chuyển tiền mặt

Cấu trúc vai trò lãnh đạo phản ánh vị trí, vai trò của chủ tịch HĐQT và CEO đã được đề cập trong nhiều lý thuyết. Trong đó, Lý thuyết đại diện và Lý thuyết quản lý là phổ biến nhất. Lý thuyết đại diện thì ủng hộ quan điểm nên tách biệt vai trò CEO và chủ tịch HĐQT bởi vì CEO kiêm nhiệm có quá nhiều quyền lực và có thể làm suy yếu sự giám sát của HĐQT đến đội ngũ quản lý, từ đó sẽ làm phát sinh các vấn đề đại diện gây ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động của công ty. Ngược lại, Lý thuyết quản lý lại ủng hộ sự hợp nhất vai trò CEO và chủ tịch HĐQT bởi vì khi CEO và chủ tịch HĐQT là cùng một người thì sẽ tạo nên sự thống nhất giữa người quản lý và người sở hữu về mục đích và phương thức hoạt động, trong trường hợp này CEO kiêm nhiệm sẽ có động lực để hoàn thành các công việc và giảm thiểu tối đa các hành vi gây bất lợi cho công ty. Trong thực tế, các nghiên cứu gần đây đã chứng minh lập luận của Lý thuyết quản lý là phù hợp hơn như nghiên cứu của Gill & Biger (2013), Mansour & cộng sự (2015) đã chứng minh CEO kiêm nhiệm có tác động làm rút ngắn chu kỳ luân chuyển tiền mặt thông qua việc cải thiện hiệu quả các khoản phải thu và các khoản phải trả. Do đó, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết như sau:

Giả thuyết 5: CEO kiêm nhiệm có tác động nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1 Dữ liệu sử dụng

Dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu này là bộ cơ sở dữ liệu được tổng hợp từ dữ liệu của 270 công ty niêm yết trên 2 sàn giao dịch chứng khoán là HOSE và HNX. Dữ liệu được thu thập trong vòng 7 năm từ 2009 đến 2015, tạo thành cơ sở dữ liệu bảng (panel data) gồm 1.890 quan sát là các báo cáo tài chính của các công ty.

3.2 Định nghĩa và đo lường các biến trong mô hình nghiên cứu

+ **Biến phụ thuộc (CCC)**: là chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Biến này được đo lường theo Gill & Biger (2013), cụ thể như sau:

Chu kỳ luân chuyển tiền mặt = Kỳ thu tiền bình quân (AR) + Kỳ luân chuyển hàng tồn kho (IC) – Kỳ thanh toán các khoản phải trả (AP)

+ **Biến độc lập**

Thành viên độc lập trong HĐQT (ID): đo lường bằng số thành viên độc lập trong HĐQT trong thời gian nghiên cứu.

Quy mô HĐQT (BS): đo lường bằng số lượng thành viên trong HĐQT trong thời gian nghiên cứu.

Thâm niên CEO (CT): thâm niên giám đốc điều hành được tính bằng số năm CEO giữ chức trong công ty tính đến thời điểm nghiên cứu.

CEO kiêm nhiệm (CD): Trong cơ cấu tổ chức HĐQT thì vị trí giám đốc điều hành và chủ tịch HĐQT có thể do cùng một người đảm nhiệm, cũng có thể tách biệt hai vị trí này do hai người đảm nhiệm. Do đó, biến giám đốc điều hành kiêm chủ tịch HĐQT được đo lường bằng biến giả là 1 nếu giám đốc điều hành kiêm chủ tịch HĐQT, là 0 nếu giám đốc điều hành và chủ tịch HĐQT là hai người khác nhau.

Quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ (AC): được đo lường bằng số thành viên nằm trong ủy ban kiểm toán nội bộ công ty trong thời gian nghiên cứu.

Bảng 1 Tổng hợp các biến trong mô hình nghiên cứu

Tên biến	Ký hiệu	Đvt	Đo lường
Biến phụ thuộc			
Kỳ luân chuyển tiền mặt	CCC	Ngày	Kỳ thu tiền bình quân + Kỳ luân chuyển hàng tồn kho – Kỳ thanh toán bình quân
Biến độc lập			
Thành viên độc lập trong HĐQT	ID	Số người	Số thành viên độc lập trong HĐQT
Quy mô HĐQT	BS	Số người	Số lượng thành viên trong HĐQT
CEO kiêm chủ tịch HĐQT	CD	1 hoặc 0	Biến nhận giá trị 1 nếu CEO đồng thời là chủ tịch HĐQT và bằng 0 khi CEO không phải là chủ tịch HĐQT

Thâm niên Giám đốc điều hành	CT	Số năm	Số năm làm việc trong công ty với vai trò là giám đốc điều hành
Quy mô ủy ban kiểm toán	AC	Số người	Số lượng thành viên ủy ban kiểm toán
Các biến kiểm soát			
Quy mô Công ty	FS	NVD	logarit tự nhiên của tài sản bình quân
Tốc độ tăng trưởng doanh thu	SG	%	(Doanh thu năm hiện tại- doanh thu năm trước)/doanh thu năm trước
Tỷ số lợi nhuận trên doanh thu	ROS	X	Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu

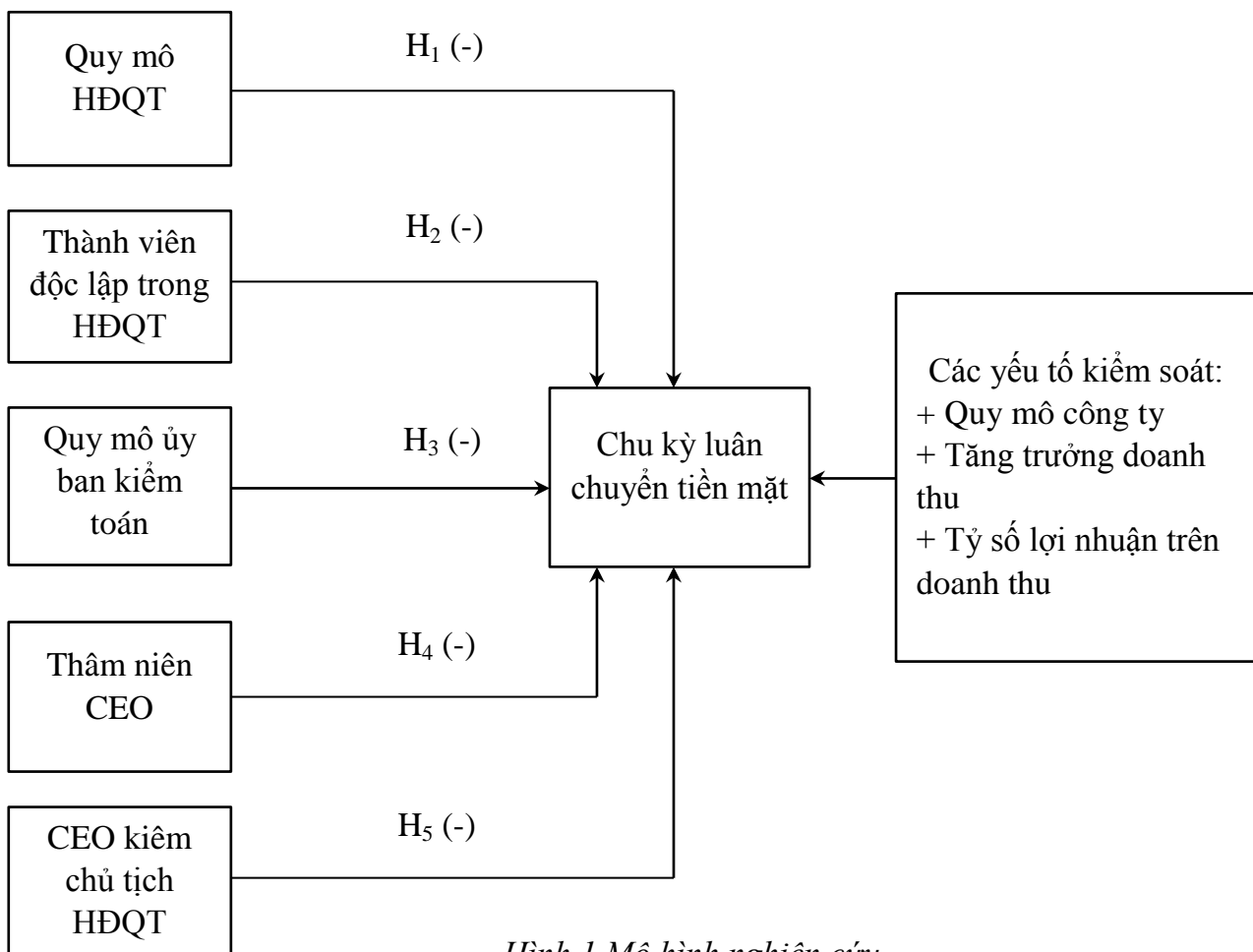
Nguồn: tác giả tổng hợp và đề xuất

Các biến kiểm soát

Tốc độ tăng trưởng doanh thu (SG): được đo lường bằng công thức như sau: (Doanh thu năm hiện tại- doanh thu năm trước)/doanh thu năm trước.

Tỷ số lợi nhuận trên doanh thu (ROS): được đo lường bằng công thức như sau: Lợi nhuận sau thuế/Doanh thu.

Quy mô công ty (FS): được đo lường bằng logarit tự nhiên của tổng tài sản bình quân. Sau đây là bảng tổng hợp các biến được sử dụng trong mô hình nghiên cứu.



Hình 1 Mô hình nghiên cứu

3.3 Phương pháp ước lượng

Để xem xét tác động của các đặc điểm quản trị công ty đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt tại các công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng phương pháp ước lượng GLS cho dữ liệu bảng. Phương trình được thể hiện như sau:

$$CCC_{it}^* = \beta_0^* + \beta_1^*ROS_{it}^* + \beta_2^*SG_{it}^* + \beta_3^*FS_{it}^* + \mu_{it}^* \quad (1)$$

$$CCC_{it}^* = \beta_0^* + \beta_1^*BS_{it}^* + \beta_2^*ROS_{it}^* + \beta_3^*SG_{it}^* + \beta_4^*FS_{it}^* + \mu_{it}^* \quad (2)$$

$$CCC_{it}^* = \beta_0^* + \beta_1^*ID_{it}^* + \beta_2^*ROS_{it}^* + \beta_3^*SG_{it}^* + \beta_4^*FS_{it}^* + \mu_{it}^* \quad (3)$$

$$CCC_{it}^* = \beta_0^* + \beta_1^*AC_{it}^* + \beta_2^*ROS_{it}^* + \beta_3^*SG_{it}^* + \beta_4^*FS_{it}^* + \mu_{it}^* \quad (4)$$

$$CCC_{it}^* = \beta_0^* + \beta_1^*CT_{it}^* + \beta_2^*ROS_{it}^* + \beta_3^*SG_{it}^* + \beta_4^*FS_{it}^* + \mu_{it}^* \quad (5)$$

$$CCC_{it}^* = \beta_0^* + \beta_1^*CD_{it}^* + \beta_2^*ROS_{it}^* + \beta_3^*SG_{it}^* + \beta_4^*FS_{it}^* + \mu_{it}^* \quad (6)$$

$$CCC_{it}^* = \beta_0^* + \beta_1^*BS_{it}^* + \beta_2^*ID_{it}^* + \beta_3^*AC_{it}^* + \beta_4^*CT_{it}^* + \beta_5^*CD_{it}^* + \beta_6^*ROS_{it}^* + \beta_7^*SG_{it}^* + \beta_8^*FS_{it}^* + \mu_{it}^* \quad (7)$$

Trong đó, β_0^* là hệ số chặn của mô hình (giá trị của biến phụ thuộc khi tất cả giá trị biến độc lập là 0). $\beta_1^* - \beta_5^*$ hệ số ước lượng của các biến độc lập, $\beta_6^* - \beta_8^*$ là hệ số ước lượng của các biến kiểm soát, μ_{it}^* là sai số của mô hình hồi quy. Các giá trị i, t là công ty thứ i tại thời điểm t .

Các phương trình trên đều được biến đổi từ phương pháp ước lượng OLS sang GLS. Do các kiểm định khuyết tật dữ liệu cho kết quả là mô hình nghiên cứu không có hiện tượng đa cộng tuyến, nhưng lại có hiện tượng là tương quan và phương sai sai số thay đổi. Do đó, tác giả sử dụng phương pháp ước lượng GLS để khắc phục vấn đề này.

4. Kết quả thảo luận

4.1 Thống kê mô tả và ma trận tự tương quan

Bảng 2 thể hiện giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, hệ số phóng đại phương sai (Variance inflation factor – VIF) và mối tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu. Kết quả phân tích ma trận tương quan ở bảng 2 cho thấy thấy hệ số tương quan giữa các biến độc lập trong mô hình đều thấp, trong đó hệ số tương quan giữa biến thâm niên CEO (CT) và biến CEO kiêm nhiệm (CD) có tương quan lớn nhất là 0,385 ($< 0,8$). Từ đó có thể kết luận không có sự tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu.

Đối với mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu, qua bảng 2 ta có thể thấy biến thành viên độc lập có mối tương quan dương với biến phụ thuộc là chu kỳ luân chuyển tiền mặt, còn các biến độc lập còn lại đều có mối tương quan âm với biến phụ thuộc.

Các biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn	VIF	CCC	BS	ID	AC	CT	CD	ROS	SG	FS
CCC	148,47	150,18	1,02	1,000								
BS	5,58	1,13	1,01	-0,068***	1,000							
ID	0,61	0,83	1,14	0,057**	0,272***	1,000						
AC	0,62	1,22	1,16	-0,106***	0,087***	0,051**	1,000					
CT	6,59	5,20	1,10	-0,021	0,100***	0,087***	0,060***	1,000				
CD	0,38	0,49	1,02	-0,028	-0,018	0,044*	0,060***	0,385***	1,000			
ROS	7,56	12,18	1,22	0,163***	0,086***	0,096***	-0,009	0,038*	-0,036	1,000		
SG	12,54	32,09	1,21	-0,197***	0,058**	0,070***	0,012	-0,029	-0,024	0,017	1,000	
FS	13,05	1,39	1,02	0,117***	0,277***	0,165***	0,092	0,101***	-0,107***	0,094***	0,092***	1,000

Bảng 2 Giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và tương quan giữa các biến trong mô hình nghiên cứu

Ghi chú: (***), (**) và (*) lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%.

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu trên Stata)

4.2 Thảo luận kết quả

Nghiên cứu sử dụng tất cả 7 mô hình với mô hình chính là mô hình 7 bao gồm tất cả các biến. Mô hình 1 chỉ xem xét tác động của các yếu tố kiểm soát, các mô hình 2, 3, 4, 5, 6 lần lượt xem xét tác động của từng biến độc lập riêng biệt và mô hình 7 xem xét tác động của tất cả các biến đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Kết quả ước lượng mô hình theo phương pháp GLS được trình bày trong bảng 3.

Quy mô hội đồng quản trị: Theo kết quả từ bảng 3, giả thuyết 1 được chấp nhận. Quy mô HĐQT có tác động nghịch chiều chu kỳ luân chuyển tiền mặt với mức ý nghĩa thống kê tại 5% ($\beta_1 = -2,604$; $p < 0,05$), điều này có nghĩa khi thành viên HĐQT tăng thêm 1 người thì chu kỳ luân chuyển tiền mặt sẽ rút ngắn tương đương 3 ngày. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Azam (2016) là quy mô HĐQT lớn sẽ làm rút ngắn chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Kết quả này góp phần bổ sung vào việc củng cố quan điểm của Lý thuyết đại diện rằng quy mô HĐQT lớn sẽ có nhiều thành viên chịu trách nhiệm giám sát, chỉ đạo các nhà quản lý hơn, qua đó góp phần rút ngắn chu kỳ luân chuyển tiền mặt trong công ty.

Thành viên độc lập: Qua kết quả từ bảng 3, thành viên độc lập có tác động thuận chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt với mức ý nghĩa là 5% ($\beta_2 = 3,548$; $p < 0,05$), điều này trái ngược với giả thuyết 2 ban đầu nên giả thuyết 2 bị bác bỏ. Kết quả này có thể được hiểu là khi mà thành viên độc lập trong HĐQT tăng thêm 1 người thì chu kỳ luân chuyển tiền mặt sẽ kéo dài thêm tương đương 4 ngày. Kết quả này hoàn toàn trái ngược với các nghiên cứu của Obradovich và cộng sự (2014) đã chứng minh được sự hiện diện của các thành viên độc lập trong HĐQT có tác động tích cực đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt của các công ty sản xuất tại Mỹ. Tuy nhiên, kết quả này lại phù hợp với quan điểm của Lý thuyết đại diện về tác động tiêu cực của thành viên độc lập đối với công ty khi không còn giữ được tính khách quan và độc lập khi thời gian làm việc tại công ty càng dài (Dalton, 1998; O'Sullivan & Wong, 1999; Arosa & cộng sự, 2010). Điều này có thể lý giải bởi tình trạng khó khăn trong tìm kiếm thành viên độc lập nên nhiều công ty không có điều kiện luân chuyển thành viên độc lập trong quá trình hoạt động, dẫn đến thực trạng là đa phần thành viên độc lập thường gắn bó lâu dài với công ty mình đang hoạt động. Điều này sẽ làm giảm tính độc lập và khách quan của các thành viên độc lập khi mà khi làm việc tại HĐQT càng dài. Từ đó ảnh hưởng đến vai trò giám sát của thành viên độc lập đến đội ngũ quản lý trong việc quản lý chu kỳ luân chuyển tiền mặt.

Quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ: Từ kết quả ở bảng 3, quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ có tác động âm đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt tại mức ý nghĩa 5% ($\beta_3 = -3,061$; $p < 0,05$), điều này hoàn toàn phù hợp với giả thuyết 3 nên giả thuyết 3 được chấp nhận. Kết quả này cho thấy khi thành viên kiểm toán nội bộ tăng thêm 1 người thì chu kỳ luân chuyển tiền mặt sẽ rút ngắn được tương đương 4 ngày. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với các quan điểm của Lý thuyết đại diện về vai trò của ủy ban kiểm toán nội bộ và phù hợp với các nghiên cứu trước đó của Beasley & cộng sự (2009) và Henry (2013) là quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ sẽ làm cải thiện chu kỳ luân chuyển tiền mặt thông qua việc kiểm toán các tài khoản tiền mặt, các khoản phải thu, các khoản phải trả, và các tài khoản hàng tồn kho trong công ty.

Thâm niên CEO: Kết quả từ bảng 3 cho thấy thâm niên CEO không có tác động rõ ràng đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt ở bất kỳ mức ý nghĩa nào ($\beta_4 = 0,068$; $p > 0,1$), do đó giả thuyết 4 không được chấp nhận trong nghiên cứu này. Điều này nghĩa là thâm niên CEO dài hay ngắn đều không có tác động đáng kể đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt đối với các công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Việt Nam. Kết quả hoàn toàn không phù hợp giả thuyết H_4 đặt ra ban đầu và các nghiên cứu gần đây của Coleman (2007), Gill & Shah (2012), Mansour & cộng sự (2015), Azam (2016) là thâm niên CEO dài có ảnh hưởng tích cực đến việc cải thiện chu kỳ luân chuyển tiền mặt của các công ty.

CEO kiêm nhiệm: Từ kết quả bảng 3 ta có thể kết luận giả thuyết 5 không được ủng hộ trong nghiên cứu này. Điều này thể hiện qua CEO kiêm nhiệm không có tác động rõ ràng đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt ở bất kỳ mức ý nghĩa nào ($\beta_5 = -0,441$; $p > 0,1$), nghĩa là sự tách biệt hay hợp nhất vai trò của CEO và chủ tịch HĐQT đều không có ảnh hưởng đáng kể đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt trong các công ty niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán Việt Nam. Kết quả này không phù hợp với giả thuyết H_5 ban đầu và các kết quả nghiên cứu của Gill & Biger (2013), Mansour & cộng sự (2015) là CEO kiêm nhiệm có tác động tích cực đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt.

Tỷ số lợi nhuận trên doanh thu: Kết quả 3 cho ta thấy tỷ số lợi nhuận trên doanh thu có mối quan hệ tương quan âm với chu kỳ luân chuyển tiền mặt nhưng không có ý nghĩa ở bất kỳ mức ý nghĩa nào ($\beta_6 = -0,164$; $p > 0,1$). Điều này có nghĩa là sự tăng hay giảm của tỷ số lợi nhuận trên doanh thu đều không ảnh hưởng đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt của công ty trong nghiên cứu này.

Bảng 3 Kết quả ước lượng mô hình theo phương pháp GLS

	Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình 4	Mô hình 5	Mô hình 6	Mô hình 7
	CCC	CCC	CCC	CCC	CCC	CCC	CCC
ROS	-0,115 (-0,71)	-0,162 (-0,99)	-0,133 (-0,81)	-0,083 (-0,49)	-0,115 (-0,70)	-0,115 (-0,70)	-0,164 (-0,99)
SG	-0,514*** (-21,39)	-0,512*** (-20,88)	-0,515*** (-21,31)	-0,516*** (13,33)	-0,514*** (-13,30)	-0,514*** (-13,31)	-0,514*** (-13,29)
FS	12,39*** (7,51)	12,67*** (7,81)	12,27*** (7,43)	12,28*** (7,73)	12,31*** (7,55)	12,37*** (7,47)	12,52*** (7,77)
BS		-1,876* (-1,69)					-2,604** (-2,17)
ID			2,190* (1,71)				3,548** (2,50)
AC				--2,810**			-3,061**

				(-1,97)			(-2,08)
CT					0,058 (0,30)		0,068 (0,30)
CD						-0,081 (-0,04)	-0,441 (-0,18)
_cons	-36,83* (-1,75)	-29,00 (-1,39)	-36,51* (-1,73)	-33,06 (-1,63)	-35,94* (-1,72)	-36,47* (-1,72)	-23,20 (-1,12)
N	1.890	1.890	1.890	1.890	1.890	1.890	1.890

Ghi chú: (***), (**) và (*) lần lượt biểu diễn các mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%.

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phân tích dữ liệu trên Stata)

Tốc độ tăng trưởng doanh thu: Thông qua kết quả từ bảng 3, ta có thể kết luận tốc độ tăng trưởng doanh thu có mối quan hệ âm với chu kỳ luân chuyển tiền mặt tại mức ý nghĩa 1% ($\beta_7 = -0,514$; $p < 0,1$). Kết quả này cho thấy, khi tốc độ tăng trưởng doanh thu tăng lên 1 đơn vị thì chu kỳ luân chuyển tiền mặt sẽ rút ngắn tương đương 1 ngày. Điều này cho thấy công ty có tốc độ tăng trưởng doanh thu càng cao thì chu kỳ luân chuyển tiền mặt của công ty đó càng ngắn.

Quy mô công ty: Quy mô công ty càng lớn thì càng kéo dài chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Điều này được thể hiện qua kết quả từ bảng 3, quy mô công ty có mối tương quan dương với chu kỳ luân chuyển tiền mặt tại mức ý nghĩa 1% ($\beta_8 = 12,52$; $p < 0,1$). Kết quả này có thể hiểu là quy mô công ty tăng thêm 1 đơn vị sẽ kéo dài chu kỳ luân chuyển tiền mặt tương đương 13 ngày.

5 KẾT LUẬN, HÀM Ý VÀ HẠN CHẾ

Nghiên cứu này kế thừa Lý thuyết đại diện và Lý thuyết quản đê xem xét tác động của đặc điểm quản trị công ty đến chu kỳ luân chuyển tiền mặt của các công ty niêm yết trên thị trường giao dịch chứng khoán Việt Nam. Kết quả ước lượng theo phương pháp GLS cho thấy, quy mô hội đồng quản trị và quy mô ủy ban kiểm toán nội bộ có mối quan hệ nghịch chiều với chu kỳ luân chuyển tiền mặt, trong khi đó thành viên độc lập có mối quan hệ thuận chiều. Kết quả này hàm ý rằng các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam có thể tối ưu hóa chu kỳ luân chuyển tiền mặt bằng các cách sau. Thứ nhất, các công ty có thể xem xét việc bổ sung thêm thành viên nội bộ hay thành viên không điều hành vào HĐQT. Thứ hai, các công ty cần bổ sung thành viên độc lập vào HĐQT để tuân thủ Luật Doanh Nghiệp 2014, duy trì số thành viên độc lập là 20% trong HĐQT và hạn chế tăng thêm thành viên độc lập. Cuối cùng, các công ty cần phải thành lập bộ phận kiểm toán nội bộ đối với các công ty chưa có, các công ty đã có bộ phận kiểm toán nội bộ thì cần xem xét việc tăng thêm thành viên trong phạm vi cho phép của công ty mình.

Quản trị công ty chịu sự ảnh hưởng của các mối quan hệ giữa các bên tham gia vào hệ thống quản trị bao gồm: Đại hội đồng cổ đông, HĐQT, ban giám đốc và các bên có lợi ích liên quan. Do đó, quản trị công ty được cấu thành bởi nhiều đặc điểm khác nhau. Trong bài nghiên cứu này tác giả chỉ chọn ra một số đặc điểm quản trị công ty để tiến hành xem xét bao gồm: Thành viên độc lập trong HĐQT, quy mô HĐQT, CEO kiêm nhiệm, thâm niên CEO và quy mô kiểm toán nội bộ. Do đó, những nghiên cứu sau có thể lựa chọn các đặc điểm quản trị khác để xem xét mối quan hệ giữa các đặc điểm này với chu kỳ luân chuyển tiền mặt. Ngoài ra về mặt dữ liệu, các nghiên cứu sau cũng có thể áp dụng mô hình nghiên cứu trong bài viết này cho những sản phẩm dịch vụ chứng khoán khác.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Arosa, B., Iturralde, T., and Maseda, A., 2010. Outsiders on the board of directors and firm performance: Evidence from Spanish non-listed family firms. *Journal of Family Business Strategy*, 01(4): 236–245.
2. Azam, S. Z., 2016. The Impact of Corporate Governance on Cash Management Efficiency in the Industry of Machinery and Equipment. *International Journal of Scientific Management and Development*, 4(4): 126-130.
3. Beasley, M.S., Carcello, J. V., Hermanson, D. R., Neal, T.L., 2009. The audit committee oversight process. *Contemporary Accounting Research*, 26: 65-122.
4. Boling, J. R., Pieper, T. M. and Covin, J. G., 2015. CEO Tenure and Entrepreneurial Orientation Within Family and Nonfamily Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40: 891-913.
5. Coleman-Kyereboah, A. 2007. Corporate governance and firm performance in Africa: a dynamic panel data analysis. *a paper prepared for the “International Conference on Corporate Governance in Emerging Markets”*.
6. Dalton, DR, Daily, CM, Ellstrand, AE và Johnson, JL, 1998. Meta-Analytic Reviews of Board Composition, Leadership Structure, and Financial Performance, *Strategic Management Journal*, 19, 269-290
7. Do, X. Q and Wu, Z. X., 2013. Impact of Ownership Structure and Corporate Governance on Capital Structure: The case of Vietnamese Firms. *Australian Journal of Business and Management Research*, 03(3):11-19
8. Donaldson, L., and Davis, J. H. (1991). The need for theoretical coherence and intellectual rigour in corporate governance research: Reply to critics of Donaldson and Davis. *Australian Journal of Management*, 18(2): 213-225.
9. Fish, E. M., and Slezak, S. L., 2008. Can corporate governance save distressed firms from bankruptcy? An empirical analysis. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 30(2): 225–251.
10. Gill, A., and Biger, N., 2013. The impact of corporate governance on working capital management efficiency of American manufacturing firms. *Managerial Finance*, 39(2): 116–132.
11. Gill, A. and Shah, C., 2012. Determinants of corporate cash holdings: evidence from Canada. *International Journal of Economics and Finance*, 4(1): 70-79.
12. Henry, K. K., 2013. The effect of corporate governance on working capital of manufacturing firms listed at the nairobi. *A research project submitted in partial fulfillment of the requirements for the award of masters degree in business administration (MBA)*, university of Nairobi securities exchange
13. Huynh, P. D and Su, J., 2010. The Relationship between Working Capital Management and Profitability: A Vietnam Case. *International Research Journal of Finance and Economics*, 49: 59-67
14. Jensen, M. C., and Meckling, W., 1976. Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4): 305–360.

15. Lajili, K., and Zéghal, D., 2010. Corporate governance and bankruptcy filing decisions. *Journal of General Management*, 35(4): 3–26.
16. Mansour, A., Seid, M. K. M. and Rahmatollah, M., 2015. Examining the Effect of Corporate Governance Mechanisms on Working Capital Management Efficiency of Corporations Accepted In Tehran Stock Exchange. *International Journal of Review in Life Sciences*, 5(8): 63-73.
17. Obradovich, J., Gill, A., and Biger, N. (2014). The Impact of Independent Directors on the Cash Conversion Cycle of American Manufacturing Firms. *International Journal of Economics and Finance*, 7(1): 87-96
18. O'Sullivan, N and Wong, P, 1999. Board Composition, Ownership Structure and Hostile Take-Over: Some UK Evidence. *Accounting and Business Research*, 29: 139-155.
19. Phan Thị Hằng Nga, 2015. Thấy gì từ hoạt động quản lý vốn của các Doanh nghiệp niêm yết. *Tạp chí tài chính*, số tháng 9: 25-27.
20. Quốc Hội, 2014. Luật số: 68/2014/QH13, Luật Doanh Nghiệp. Hà Nội, ngày 26 tháng 11 năm 2014.
21. Saad, N., 2010. Corporate Governance Compliance and the Effects to Capital Structure in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 2: 105-114.
22. Shen, W., 2003. The Dynamics of the CEO-Board Relationship: An Evolutionary Perspective. *The Academy of Management Review*, 28(3): 466-476.
23. Từ Thị Kim Thoa & Nguyễn Thị Uyên Uyên, 2014. Mối quan hệ giữa quản trị vốn luân chuyển và khả năng sinh lợi: Bằng chứng thực nghiệm ở VN. *Tạp chí Phát triển & Hội nhập Số 14 (24)*: 62-70
24. Vo, H. D., and Phan, B. G. T, 2013a. Corporate governance and firm performance: empirical evidence from Vietnam. *UEH Journal of Economic Development*, 275: 1–15
25. Vo, H. D., and Phan, B. G. T., 2013b. Woman member in board of directors and firm performance: Empirical evidence from Vietnam. *Banking Journal*, 85: 21–30.
26. Vo, H. D., and Phan, B. G. T., 2013c. The role of CEO duality, experience of board and growth opportunity on firm performance. *Open University Journal*, 3(31): 52–65.
27. Vo, H. D., and Phan, B. G. T., 2013d. The relationship between corporate governance and firm performance. *Unpublished paper*, Ho Chi Minh City Open University.
28. Vo, D., and Nguyen, T., 2014. The Impact of Corporate Governance on Firm Performance: Empirical Study in Vietnam. *International Journal of Economics and Finance*, 6(6):1-13.

BÀN VỀ MÔ HÌNH PHÁP LÝ CHO DOANH NGHIỆP ĐIỆN TỬ

TS. Trần Văn Long

Khoa Luật, Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

Tóm tắt

Trong nền kinh tế số, mô hình doanh nghiệp điện tử (e-enterprise) ngày càng trở nên phổ biến, và cũng từ đó đặt ra hàng loạt vấn đề pháp lý cần được giải quyết. Nền tảng pháp luật ban đầu cho môi trường khởi nghiệp điện tử cho đến quản trị doanh nghiệp điện tử đã được thiết lập, tuy nhiên đã thật sự có hiệu quả hay an toàn hay chưa là vấn đề mà bài viết này tập trung làm rõ. Qua nghiên cứu định tính trên thực trạng chính sách, tác giả chỉ ra những vấn đề pháp lý còn bỏ trống, những rủi ro pháp lý có thể phát sinh từ mô hình mới mẻ này, từ đó xây dựng những gợi ý chính sách điều chỉnh mô hình này sao cho hiệu quả hơn, và ít rủi ro hơn.

Từ khóa: doanh nghiệp điện tử, quản trị điện tử, khởi nghiệp điện tử, trách nhiệm

1. Từ thương mại điện tử đến doanh nghiệp điện tử

Trước hết, bài viết này đang nói đến thực trạng các doanh nghiệp đang hình thành và phát triển trên cơ sở của kỹ thuật số và môi trường điện tử, gọi là doanh nghiệp điện tử (e-enterprise), theo xu thế chung của những chính phủ điện tử, ngân hàng điện tử, hải quan điện tử..., chứ không phải là doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực điện tử khi việc sử dụng danh từ này có thể gây hiểu nhầm.

Cho đến khi Luật Giao dịch điện tử ra đời năm 2006 thì thực tiễn thế giới đã trải qua hai cuộc cách mạng công nghệ liên quan trực tiếp đến những phát minh của máy tính, cách mạng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo và Internet of things¹². Hẳn nhiên, những thành tựu ấy được nhanh chóng áp dụng trong các lĩnh vực khác nhau của thương mại, hình thành nên những ứng dụng tuyệt vời của cái gọi là thương mại điện tử (e-commerce)¹³.

Sở dĩ gọi là một phương thức kinh doanh tuyệt vời vì các thương nhân nhanh chóng tìm thấy và khai thác những hữu ích, những lợi thế tuyệt đối của thương mại điện tử khi so sánh với thương mại truyền thống, từ rất sớm khi nền kinh tế số còn sơ khai. Theo một điều tra ở các doanh nghiệp thuộc nhiều lĩnh vực công nghiệp khác nhau tiến hành tại Hoa Kỳ năm 1999, do tổ chức nghiên cứu AMA của Ernst & Young tiến hành năm 1999 thì có đến 50,9% các doanh nghiệp được khảo sát cho biết họ có sử dụng các hình thức điện tử khác nhau trong hoạt động thương mại, bao gồm quản trị chuỗi cung

¹²

Theo

http://www.bbc.co.uk/history/scottishhistory/enlightenment/features_enlightenment_industry.shtml, ở đây chỉ đề cập đến cách mạng công nghiệp liên quan đến những phát minh và phát triển của nền công nghiệp số, được đánh dấu từ việc ra đời của những máy tính cá nhân đầu tiên, vào những năm 1970 (truy cập ngày 20/09/2018)

¹³ Theo Luật mẫu của UNCITRAL về thương mại điện tử, bất kỳ loại thông tin dưới dạng của một thông điệp dữ liệu được sử dụng trong các hoạt động thương mại nào thì được coi là thương mại điện tử. Trong khi đó, Điều 3 Khoản 1 Nghị định 53/2013 của Chính phủ thì “Hoạt động thương mại điện tử là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác.”. Tác giả cho rằng, cách tiếp cận theo pháp luật Việt Nam có xu hướng thu hẹp lại khái niệm thương mại điện tử.

ứng, thu mua hàng cho đến các hoạt động đấu giá, đặt hàng và giao kết hợp đồng phi văn bản cho đến việc chấp nhận các yêu cầu của khách hàng dưới dạng thức của thông điệp dữ liệu... Trên hết, có 92,3% doanh nghiệp công nhận rằng thương mại điện tử làm thay đổi hiệu suất kinh doanh, với mức doanh thu tăng bình quân là 15,1% hằng năm trong số các doanh nghiệp có tương tác thương mại điện tử được khảo sát.¹⁴

Không riêng trong lĩnh vực kinh doanh thương mại, sự bùng nổ kể trên dẫn đến hệ quả là một hệ thống các thứ điện tử hóa (e-everything) ra đời, từ chính phủ điện tử (e-government) đến nền dân chủ điện tử (e-democracy), từ hải quan điện tử (e-custom) đến ngân hàng điện tử (e-banking), và dường như tất cả các mô thức tương tác truyền thống trong bất kỳ lĩnh vực nào cũng sản sinh ra phiên bản điện tử của nó. Trong nền kinh tế, các khái niệm điện tử có liên quan hết sức phong phú và có khi bị nhầm lẫn với nhau. Ví dụ, kinh doanh điện tử (e-business) và thương mại điện tử (e-commerce). Sự nhầm lẫn này có nguyên nhân là vì khuynh hướng đồng nhất hai khái niệm này với nhau. Chẳng hạn các quy định pháp luật ở nước ta hiện nay chỉ có khái niệm “thương mại”¹⁵ mà không tồn tại khái niệm “kinh doanh”¹⁶, hay nói cách khác, hai khái niệm đồng nhất với nhau. Trên thực tế, khái niệm kinh doanh phải hiểu theo nghĩa rộng hơn khái niệm thương mại. Thương mại hướng đến các khía cạnh cung ứng đầu ra của doanh nghiệp bao gồm các cách thức để tiêu thụ hàng hóa dịch vụ và tăng lợi nhuận. Trong khi đó, kinh doanh lại bao gồm các thể thức của thương mại kể trên cùng với các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp, như đầu tư cho dây chuyền sản xuất, quản trị nhân sự, quản trị nội bộ công ty, quản trị sản xuất...¹⁷ Và như vậy, kinh doanh điện tử và thương mại điện tử phải hiểu ở các góc độ khác nhau, mà khái niệm doanh nghiệp điện tử thực chất là một công đoạn của kinh doanh điện tử, chứ không phải thương mại điện tử. König, W., & Weitzel, T. (2005) làm rõ sự khác biệt này, và đồng thời đưa ra khái niệm doanh nghiệp điện tử như sau:

Kinh doanh điện tử bao gồm các giao dịch kinh doanh tìm kiếm lợi nhuận mà trong đó các bên tham gia tương tác với nhau bằng phương tiện điện tử. Khác biệt với thương mại điện tử vốn chỉ tập trung chủ yếu vào các mối quan hệ với khách hàng theo kiểu Business-to-Consumer (B2C), và theo cách tiếp cận đó, doanh nghiệp điện tử bao gồm tất cả các tương tác điện tử trong nội bộ một doanh nghiệp hoặc giữa các doanh nghiệp với nhau.¹⁸

Trong bài viết này, tác giả sử dụng khái niệm doanh nghiệp điện tử (e-business) theo cách như vậy.

¹⁴ Hoque, F. (2000). *e-Enterprise: business models, architecture, and components* (Vol. 2). Cambridge University Press, trang 4

¹⁵ Điều 3 Luật Thương mại 2005, “*Hoạt động thương mại là hoạt động nhằm mục đích sinh lợi, bao gồm mua bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ, đầu tư, xúc tiến thương mại và các hoạt động nhằm mục đích sinh lợi khác*”.

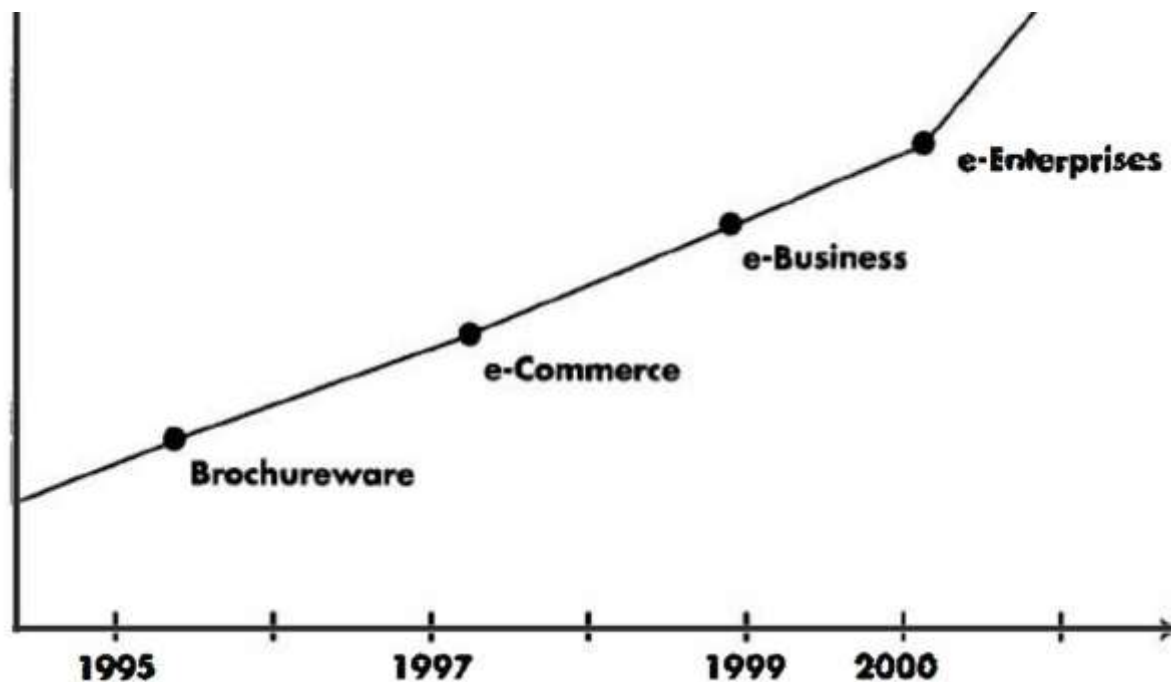
¹⁶ Trước đây đã từng có định nghĩa về kinh doanh, cụ thể là Điều 3 Luật Công ty 1990 quy định “*Kinh doanh là việc thực hiện một, một số hay tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc thực hiện dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích kiếm lời*”. Có lẽ do yếu tố tìm kiếm lợi nhuận là sự tương đồng giữa “thương mại” và “kinh doanh”, khái niệm, nên sau đó khái niệm “kinh doanh” không còn thấy trong luật nữa.

¹⁷ Xem thêm Lucking-Reiley, D., & Spulber, D. F. (2001). Business-to-business electronic commerce. *Journal of Economic Perspectives*, 15(1), 55-68.

¹⁸ König, W., & Weitzel, T. (2005). Towards the E-Enterprise: standards, networks and co-operation strategies. In *The Practical Real-Time Enterprise* (pp. 359-384). Springer, Berlin, Heidelberg.

2. Mô hình pháp lý cho doanh nghiệp điện tử

Trong tác phẩm của mình, Hoque, F. (2000)¹⁹ đã chứng minh rằng doanh nghiệp điện tử là hình thái e-everything ra đời muộn màng nhất trong môi trường kinh doanh. Nếu như những tiếp cận ban đầu của thương mại điện tử (brochureware) đã xuất hiện từ những năm đầu của thập kỷ 90, thì các hình thái của doanh nghiệp điện tử chỉ xuất hiện từ những năm 2000, theo biểu đồ kèm theo đây:



Biểu đồ 1. Ứng dụng điện tử trong môi trường kinh doanh

(Theo Hoque, F. (2000). *e-Enterprise: business models, architecture, and components* (Vol. 2). Cambridge University Press)

Như biểu đồ trên, các doanh nghiệp áp dụng công nghệ điện tử, từ việc thành lập, tổ chức kinh doanh, quản trị nhân sự hay tương tác giữa các bộ máy quản trị hoàn toàn bằng các thông điệp dữ liệu, gặp gỡ giao kết hợp đồng với các đối tác cũng với hình thức electronic, thì được gọi là doanh nghiệp điện tử, vốn chỉ xuất hiện từ những năm 2000, như kết quả cuối cùng của thang phát triển e-application.²⁰ Điều này có nghĩa là doanh nghiệp điện tử vốn không mới trong thực tiễn kinh doanh, nhưng khái niệm của nó vẫn còn rất mơ hồ trong bối cảnh định nghĩa pháp lý hay mô hình pháp lý của nó vẫn còn là một khoảng trống. Bài viết này sẽ bàn về các hướng luật hóa những vấn đề liên quan

¹⁹ Sđd 3, trang 8

²⁰ Sđd 7, trang 8

3. Khởi nghiệp điện tử (e- entrepreneurship)

Khởi nghiệp điện tử hiểu một cách đơn giản là khởi sự kinh doanh hoàn toàn trên môi trường điện tử, toàn bộ các quá trình triển khai các ý tưởng kinh doanh cho đến thành lập cơ sở kinh doanh đều dựa trên các tương tác kỹ thuật số. Theo Kollmann, T. (2006)²¹, khởi nghiệp điện tử được hiểu như sau:

Khởi nghiệp điện tử là việc thiết lập một công ty mới dựa trên những ý tưởng kinh doanh được hiện thực hóa trong nền kinh tế số, mà ở đó, tất cả các vấn đề từ cơ sở dữ liệu, cung cấp hàng hóa dịch vụ cho đến quản trị công ty đều dựa trên nền tảng của công nghệ thông tin và phụ thuộc vào kết quả của cách mạng công nghiệp thông tin.

Hẳn nhiên, công nghệ thực tế ảo cũng như nền tảng pháp lý hiện nay chưa cho phép hình thành những công ty ảo, và hoàn toàn ảo, nghĩa là không có gì là thật. Công ty bản thân nó là một cấu trúc phức tạp đi kèm với những ràng buộc trách nhiệm pháp lý. Vấn đề là có thể ảo đến đâu? Trong giới hạn nào? Để có thể tránh nguy cơ sự hình thành của những công ty ma với “tư cách pháp nhân ma”. Nhà làm luật không thể phớt lờ đi sự hình thành của những dạng công ty số, và trong tương lai, sẽ rất nhiều các nhà khởi nghiệp sẽ khai thác các tiện ích của công nghệ thông tin mà tối ưu hóa lợi nhuận của họ²². Những công ty số (smart company) sẽ là lựa chọn tốt cho các nhà khởi nghiệp của thời đại công nghệ 4.0. Theo ông Vũ Ngọc Anh, - Giám đốc điều hành Hội các nhà khoa học và chuyên gia Việt Nam toàn cầu (AVSE Global) cho rằng, cần có cách tiếp cận về 4.0 và ứng dụng công nghệ số gần gũi, thiết thực hơn cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, các nhà khởi nghiệp²³. Cách tiếp cận 4.0 về vấn đề khởi nghiệp trước hết là tiếp cận về mặt pháp lý.

Đăng ký kinh doanh trực tuyến:

Sau năm 2010²⁴, việc đăng ký kinh doanh đã trở nên dễ dàng hơn thông qua việc vận hàng trang đăng ký kinh doanh trực tuyến (dangkykinhdoanh.gov.vn). Người thành lập doanh nghiệp giờ đây có thể nộp hồ sơ thành lập doanh nghiệp vào bất kỳ thời điểm nào, trên cơ sở thông tin trao đổi hai chiều giữa người nộp đơn và cơ quan đăng ký kinh doanh sẽ chủ yếu diễn ra trên môi trường điện tử. Về nguyên tắc, người nộp đơn không cần thiết phải đến trực tiếp cơ quan đăng ký kinh doanh để nộp hồ sơ hay nhận kết quả, vì chỉ cần có chữ ký số công cộng hoặc tài khoản đăng ký kinh doanh. Người nộp đơn sẽ scan file hồ sơ thành dạng file pdf và gửi trực tuyến thông qua trang đăng ký kinh doanh, và sau khi thanh toán (cũng trực tuyến) sẽ nhận được biên nhận và giấy hẹn nhận hồ sơ. Thế nhưng, vấn đề là đương sự sau đó vẫn phải đến nộp hồ sơ bản giấy trực tiếp tại cơ quan đăng ký kinh doanh, theo lịch hẹn, dù cho pháp luật có quy định “*Thông tin trong thông điệp dữ liệu không bị phủ nhận giá trị pháp lý chỉ vì thông tin đó được thể hiện dưới dạng thông điệp dữ liệu*”²⁵.

²¹ Kollmann, T. (2006). What is e-entrepreneurship?—fundamentals of company founding in the net economy. *International Journal of Technology Management*, 33(4), 322-340.

²² Như trên, trang 339

²³ Theo Viễn Thông lược ghi, Vnexpress (21/09/2018), “Doanh nghiệp nhỏ lo hụt hơi chạy theo 4.0”, tại <https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/vi-mo/doanh-nghiep-nho-lo-hut-hoi-chay-theo-4-0-3812620.html> (truy cập ngày 24/09/2018)

²⁴ Tính theo thời điểm Nghị định số 43/2010/NĐ-CP ngày 15/14/2010 của Chính phủ về đăng ký doanh nghiệp

²⁵ Điều 11, Luật Giao dịch điện tử 2006

Vậy rốt cuộc thì thủ tục đăng ký kinh doanh trực tuyến chỉ có thể giúp người đăng ký kinh doanh có thể ở nhà, tìm hiểu thủ tục hồ sơ, và gửi trước bản điện tử các loại giấy tờ cần thiết. Điều này chỉ mang lại tiện lợi cho công tác lưu trữ hồ sơ của cơ quan đăng ký kinh doanh, thực tế thì người thành lập doanh nghiệp vẫn phải, ít nhất một lần, trực tiếp đến nơi đăng ký kinh doanh. Chất lượng dịch vụ công có vẻ được cải thiện theo hướng hiện đại hơn, nhưng chưa mang lại sự thuận tiện hơn. Cơ quan đăng ký kinh doanh trong sự thận trọng cần thiết, không sẵn lòng chấp nhận các tài liệu điện tử với giá trị pháp lý tương đương với giấy tờ bản gốc. Cuối cùng, với mã số doanh nghiệp, việc số hóa trong quản lý doanh nghiệp cũng đã có một bước phát triển dài so với việc quản lý thủ công trước đây.

Trụ sở ảo và văn phòng ảo (i-office)

Theo thông lệ quốc tế, trụ sở của doanh nghiệp được xem là căn cứ xác định quốc tịch của doanh nghiệp. Tuy nhiên, pháp luật Việt Nam lại có khuynh hướng xem nơi hình thành của pháp nhân là nơi xác định quốc tịch của pháp nhân²⁶. Điều này có nghĩa là không quan trọng địa chỉ trụ sở chính của doanh nghiệp ở đâu, miễn thành lập theo pháp luật Việt Nam thì đương nhiên mang quốc tịch Việt Nam. Theo điều 43 Luật doanh nghiệp 2014, thì:

Trụ sở chính của doanh nghiệp là địa điểm liên lạc của doanh nghiệp trên lãnh thổ Việt Nam, có địa chỉ được xác định gồm số nhà, ngách, hẻm, ngõ phố, phố, đường hoặc thôn, xóm, ấp, xã, phường, thị trấn, huyện, quận, thị xã, thành phố thuộc tỉnh, tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương; số điện thoại, số fax và thư điện tử (nếu có).

Không có yêu cầu cụ thể về diện tích tối thiểu, hay các trang thiết bị cần thiết, ngoài việc quy định tại trụ sở phải có gắn bảng tên doanh nghiệp²⁷. Dứt khoát đó phải là địa chỉ có thật, dù trên thực tế nhiều doanh nghiệp sử dụng địa chỉ không tồn tại để đăng ký mà cơ quan đăng ký kinh doanh vẫn không thể phát hiện được. Trước đây, hồ sơ đăng ký kinh doanh thường phải có giấy chứng nhận quyền sở hữu nhà ở, hoặc hợp đồng thuê nhà để chứng minh về sự tồn tại của địa chỉ trụ sở. Hiện nay quy định này đã bị bãi bỏ, doanh nghiệp chỉ phải công bố công khai trên trang đăng ký kinh doanh của mình. Trong thực tế việc tiếp nhận một ngày lên đến cả ngàn hồ sơ đăng ký kinh doanh, như trường hợp tại TPHCM, thì việc kiểm soát vấn đề đó là không thể, ngay cả khi nghi ngờ địa chỉ ma thì cán bộ tiếp nhận hồ sơ cũng không có quyền bắt đương sự phải chứng minh²⁸.

Địa chỉ trụ sở không thể là một e-mail, một hộp thư bưu điện, cũng không thể là địa chỉ của một căn hộ chung cư²⁹, mà phải là một địa chỉ có thật, và cụ thể. Điều này

²⁶ Điều 8 Bộ Luật Dân sự 2015 “Pháp nhân được thành lập theo pháp luật Việt Nam là pháp nhân Việt Nam”

²⁷ Điều 40, 41 Luật doanh nghiệp 2014

²⁸ Xem thêm, Đời sống và pháp lý (01/12/2016), “TP HCM: Nhiều doanh nghiệp dùng địa chỉ 'ma' để buôn lậu”, tại <https://vietnammoi.vn/tp-hcm-nhieu-doanh-nghiep-dung-dia-chi-ma-de-buon-lau-12107.html> (truy cập ngày 28/09/2018)

²⁹ Khoản 7 Điều 80 Nghị định số 99/2015/NĐ-CP ngày 20/10/2015 của chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật nhà ở: “*Trường hợp trong giấy tờ đăng ký kinh doanh do cơ quan có thẩm quyền cấp có ghi sử dụng căn hộ chung cư làm địa điểm kinh doanh trước ngày Luật Nhà ở có hiệu lực thi hành thì tổ chức, hộ gia đình, cá nhân được cấp giấy tờ đăng ký kinh doanh này phải chuyển hoạt động kinh doanh sang địa điểm khác không phải là căn hộ chung cư trong thời hạn sáu tháng, kể từ ngày Nghị định này có hiệu lực thi hành; cơ quan có thẩm quyền cấp giấy tờ đăng ký kinh doanh phải làm thủ tục điều chỉnh lại địa điểm*

cũng phù hợp với pháp luật của các nước, địa chỉ trụ sở doanh nghiệp phải là một nơi mà nhân viên bưu tá của bưu điện có thể đến để giao nhận bưu phẩm trực tiếp từ người của công ty³⁰. Do vậy, người khởi nghiệp, để tiết kiệm chi phí, có thể nghĩ đến dịch vụ thuê văn phòng ảo (i-office) đang nở rộ hiện nay. Với văn phòng ảo, địa chỉ trụ sở doanh nghiệp sẽ xuất hiện hoành tráng tại một cao ốc văn phòng nào đấy, và có đội ngũ công ty dịch vụ sẽ làm luôn các công việc của các doanh nghiệp như tiếp khách, trực điện thoại và chuyển phát thư tín. Gọi là ảo, vì thật ra chẳng có đại diện doanh nghiệp nào làm việc thường trực ở đó, khi họ có thể ủy thác mọi thứ giao dịch đơn giản cho công ty dịch vụ, và mỗi khi cần tiếp khách, chỉ việc thuê những phòng tiếp khách được sử dụng chung. Và như thế, chỉ vài trăm ngàn/ tháng³¹, bạn có thể sở hữu một địa chỉ doanh nghiệp hoành tráng, dù chỉ là mang tính biểu tượng, nhưng quan trọng nhất là luật không cấm.

Vấn đề pháp lý đặt ra ở đây là, Luật doanh nghiệp 2014 hoàn toàn không xác định sự tồn tại của loại e-office (hay i-office) kiểu như thế. Trong quan hệ với khách hàng, với đối tác của doanh nghiệp, những người cứ mặc định rằng những ai tiếp đón họ ở văn phòng ảo ấy đều là người có thẩm quyền của công ty, và khi những người này thực hiện một giao dịch mà không có ủy quyền của doanh nghiệp mà gây thiệt hại cho khách hàng, thì họ có chịu trách nhiệm bồi thường trực tiếp cho khách hàng không? Phân định trách nhiệm giữa hai bên trong hoạt động của doanh nghiệp thế nào? Các công ty dịch vụ có chịu trách nhiệm gì không khi cung cấp dịch vụ cho các doanh nghiệp mà, vốn dĩ chỉ dùng tư cách pháp nhân để lừa đảo hoặc buôn lậu? Đây là một khoảng trống của pháp luật, dù rằng có lợi cho người khởi nghiệp, nhưng đồng thời lại là rủi ro cho việc quản lý nhà nước, rủi ro cho chính khách hàng và đối tác của doanh nghiệp.

Vốn ảo và vốn điện tử (e-capital): Tại sao không?

Vốn ảo (e-capital)³² ở đây được hiểu là người khởi nghiệp bỏ vốn đầu tư cũng như huy động vốn góp từ các loại tài sản ảo, mà đặc biệt là tiền ảo (e-money, ví dụ Bitcoin), từ các tài sản trong các thể loại game online, cũng như vô vàn các loại tài sản ảo khác trong thế giới mạng, như một tài khoản facebook hay một kênh youtube. Vì đều có thể được định giá bằng tiền, có thể quy ra tiền, tài sản ảo được hiểu một cách chung nhất là những thứ do tài nguyên mạng máy tính mang lại, có thể được định giá bằng tiền, có thể là đối tượng chuyên giao trong các hợp đồng dân sự³³.

Tài sản là ảo nhưng sự tồn tại của nó là thật, giá trị của nó là thật, và nó cũng là đối tượng của rất nhiều tranh chấp trong thời gian gần đây. Pháp luật của các nước bắt đầu tìm kiếm các mô hình pháp lý điều chỉnh các quan hệ xoay quanh đối tượng này, ví dụ, Liên minh châu Âu đã ban hành Chỉ thị về quản lý, giám sát đối với các tổ chức phát

kinh doanh ghi trong giấy tờ đăng ký kinh doanh đã cấp cho tổ chức, hộ gia đình, cá nhân sang địa điểm khác trong thời hạn quy định tại Khoản này; quá thời hạn quy định tại Khoản này thì tổ chức, hộ gia đình, cá nhân không được kinh doanh tại căn hộ chung cư.”

³⁰ Ví dụ, xem The Companies (Address of Registered Office) Regulations 2016 của Anh Quốc, tại <https://www.legislation.gov.uk/ukdsi/2016/978011143360> (truy cập ngày 28/09/2018)

³¹ Xem thêm chi tiết dịch vụ văn phòng ảo tại <https://i-office.com.vn/goi-dich-vu-i-office/>

³² Theo Brynjolfsson, E., Hitt, L. M., & Yang, S. (2002). Intangible assets: *Computers and organizational capital*. *Brookings papers on economic activity*, 2002(1), 137-181.

³³ Theo TS. Trần Lê Hồng (2007), “Tài sản ảo- Từ nhận thức đến bảo hộ”, *Tạp chí Luật học số* 7/2007

hành tiền điện tử từ năm 2009³⁴. Tiếc rằng, sau nhiều tranh luận, Bộ Luật Dân sự 2015 vẫn còn bỏ ngõ vấn đề này. Hơn thế, Ngân hàng nhà nước còn ra một loạt văn bản ngăn cấm việc sử dụng tiền ảo nói riêng, tài sản ảo nói chung như một phương tiện thanh toán, mà việc vi phạm quy định có khả năng bị truy cứu hình sự³⁵. Tuy nhiên, do thừa nhận về tầm quan trọng của việc cần có một khung pháp lý cho giao dịch liên quan đến tài sản, quan điểm của Chính phủ cũng nhận thức được tầm quan trọng phải luật hóa lĩnh vực này. Cụ thể, theo Chỉ thị 10 CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 11/04/2018 về tăng cường quản lý các hoạt động liên quan tới Bitcoin và các loại tiền ảo khác³⁶, Chính phủ đã giao cho Bộ Tài chính hai nhiệm vụ, sau đây:

Chỉ đạo các công ty đại chúng, công ty chứng khoán, công ty quản lý quỹ, các quỹ đầu tư chứng khoán không được thực hiện các hoạt động phát hành, giao dịch và môi giới giao dịch liên quan tới tiền ảo trái pháp luật, tuân thủ các quy định pháp luật về phòng chống rửa tiền.

Nghiên cứu thực tiễn và kinh nghiệm quốc tế để đề xuất biện pháp đối với hoạt động huy động vốn qua phát hành tiền ảo (ICO).

Tác giả cho rằng chỉ đạo của Chính phủ có vẻ mâu thuẫn nhau, một mặt là tăng cường quản lý, nhưng theo lập luận logic thì chúng ta không thể quản lý thứ mà chúng ta không thừa nhận. Xét thấy thực trạng những bất ổn do loại tài sản này gây ra đối với hệ lụy xã hội, điển hình như vụ lừa đảo 15000 tỉ đồng thông qua mô hình kinh doanh tiền ảo đa cấp³⁷, Chính phủ thấy rằng cần thiết phải xiết chặt vấn đề quản lý nhà nước, thông qua việc “*chỉ đạo các tổ chức tín dụng, tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán không được thực hiện các giao dịch liên quan đến tiền ảo trái pháp luật*”, cũng như “*phát hiện, xử lý các hành vi sử dụng tiền ảo làm tiền tệ, phương tiện thanh toán trái pháp luật*”³⁸.

Thái độ lưỡng cực trong quản lý nhà nước, cấm là vậy, nhưng trên thực tế nhà nước cũng không thể phủ nhận hiệu quả kinh tế to lớn mà tiền ảo và tài sản ảo mang lại, đặc biệt trong bối cảnh khởi nghiệp 4.0, đặc biệt là với hoạt động huy động vốn qua phát hành tiền ảo (ICO). Tại Việt Nam, nhiều chuyên gia đã chỉ ra rằng start-up gọi vốn qua ICO đã tạo cơ hội tiếp cận dễ dàng đến nguồn vốn đầu tư quốc tế với con số gọi vốn cho các start-up blockchain có thể lên đến vài triệu đến hàng chục triệu USD trong một thời gian ngắn³⁹.

³⁴ Bản đầy đủ tại: https://ec.europa.eu/info/law/e-money-directive-2009-110-ec_en (truy cập ngày 28/09/2018)

³⁵ Nghị định 80/2016/NĐ-CP về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 101/2014/NĐ-CP về thanh toán không dùng tiền mặt

³⁶ Xem toàn văn tại <https://luatvietnam.vn/tai-chinh/chi-thi-10-ct-ttg-2018-quan-ly-hoat-dong-lien-quan-toi-bitcoin-va-cac-loai-tien-ao-161676-d1.html>

³⁷ Chi tiết tại Báo điện tử Dân Trí (09/04/2018), “Vụ lừa đảo tiền ảo hơn 15 nghìn tỷ đồng: Vì sao lại quá dễ dàng?” <https://dantri.com.vn/suc-manh-so/vu-lua-dao-tien-ao-hon-15-nghin-ty-dong-vi-sao-lai-qua-de-dang-20180409080158734.htm> (truy cập ngày 28/09/2018)

³⁸ Tlđđ 25

³⁹ Theo Báo Đầu Tư (15/03/2018), “Huy động vốn bằng tiền ảo để khởi nghiệp: Dễ có triệu USD nhưng khó “nuốt” <https://baodautu.vn/huy-dong-von-bang-tien-ao-de-khoi-nghiep-de-co-trieu-usd-nhung-kho-nuot-d78294.html> (truy cập ngày 28/09/2018)

“Khó nuốt” cho nhà khởi nghiệp là vì sự thiếu vắng khung pháp lý cho giao dịch bằng tiền ảo, tài sản ảo, và rồi những tranh chấp không thể được giải quyết bằng tòa án, bằng pháp luật. Trong khi những giao dịch kiểu như vậy đôi khi có giá trị rất lớn, như Công ty An ninh mạng Bkav đã bỏ ra 2,3 tỷ đồng để mua lại tên miền Bkav.com; hay Giám đốc Công ty kinh doanh đồ ảo Market4gamer mạnh tay chi 1,8 tỷ đồng mua lại 02 tài khoản game của game thủ⁴⁰.

Vậy câu hỏi đặt ra là: Tại sao lại hạn chế quyền tiếp cận vốn điện tử của các nhà khởi nghiệp điện tử chỉ vì chưa tìm ra mô hình pháp lý phù hợp để quản lý vốn ảo và tài sản ảo? Được biết, Chính phủ cũng đã thống nhất giao cho Bộ Tư pháp khẩn trương đề xuất xây dựng khung pháp lý về quản lý, xử lý đối với tiền ảo, tài sản ảo đầu năm nay cho thấy tín hiệu lạc quan trong một tương lai gần chúng ta luật hóa việc này. Tuy nhiên, Bộ Luật dân sự 2015, luật gốc về chế định tài sản, vẫn chưa thừa nhận loại tài sản này thì việc cho ra đời cơ chế pháp lý cho việc góp vốn bằng tiền ảo xem ra vẫn còn khá xa vời.

4. Quản trị doanh nghiệp điện tử (e-management)

Cấu trúc quản lý của một công ty từ đơn giản đến phức tạp tùy thuộc vào mô hình doanh nghiệp, quy mô thành viên hay cơ cấu vốn. Về tổng thể, một công ty cần phải có ít nhất là một đại diện theo pháp luật (thường được biết với chức danh giám đốc)⁴¹, và thực hiện quyền của chủ sở hữu thông qua cơ chế hoạt động của các hội đồng, như hội đồng thành viên hay hội đồng quản trị. Vậy trong cơ chế vận hành ấy, mức độ điện tử hóa của một doanh nghiệp điện tử có thể đến đâu?

Từ chữ ký điện tử đến hóa đơn điện tử

Chữ ký số hay chữ ký điện tử vốn “*được tạo lập dưới dạng từ, chữ, số, ký hiệu, âm thanh hoặc các hình thức khác bằng phương tiện điện tử, gắn liền hoặc kết hợp một cách lô gíc với thông điệp dữ liệu, có khả năng xác nhận người ký thông điệp dữ liệu và xác nhận sự chấp thuận của người đó đối với nội dung thông điệp dữ liệu được ký*”⁴². Để đảm bảo giá trị pháp lý, chữ ký điện tử phải được tạo lập và được xác nhận theo những điều kiện do pháp luật quy định. Cụ thể, (1) phương pháp tạo chữ ký điện tử cho phép xác minh được người ký và, (2) chứng tỏ được sự chấp thuận của người ký đối với nội dung thông điệp dữ liệu⁴³. Công nghệ xác thực này đang ngày càng được các doanh nghiệp ưa chuộng, và được coi như một cơ chế đảm bảo an toàn cho các giao dịch trên mạng, không chỉ thương mại điện tử mà còn là các giao dịch với các cơ quan quản lý nhà nước, ví dụ cơ quan thuế hay hải quan⁴⁴. Hiện nay, sau hơn 4 năm triển khai kê khai thuế qua mạng, tại TPHCM có khoảng 40% các doanh nghiệp đã sử dụng chữ ký số công cộng để tiến hành kê khai nộp thuế điện tử⁴⁵. Từ chữ ký số, giá trị pháp lý của hóa đơn điện tử cũng chính thức được luật hóa bởi Nghị định 119/2018 ngày 12/09/2018 về hóa đơn điện

⁴⁰ Báo Pháp luật Việt Nam (26/01/2015) “Cần luật hóa vấn đề “tài sản ảo”
<http://baophapluat.vn/tu-phap/can-luat-hoa-van-de-tai-san-ao-207671.html>

⁴¹ Luật doanh nghiệp 2014 đã có những bước tiến đáng kể, như việc quy định công ty có nhiều hơn một đại diện theo pháp luật, và người đại diện ấy không nhất thiết phải là giám đốc.

⁴² Khoản 1 Điều 21 Luật Giao dịch điện tử 2006

⁴³ Khoản 1 Điều 24 Luật Giao dịch điện tử 2006

⁴⁴ E-tax, e-custom

⁴⁵ Báo cáo của Tổng cục Thuế cũng cho thấy chữ ký điện tử thật ra lại là rào cản của việc kê khai nộp thuế qua mạng, khi văn bản pháp luật bắt buộc người nộp thuế phải có chữ ký số, trong khi nhiều doanh nghiệp lại không mặn mà việc này, xem thêm Báo Hải quan (21/04/2013) “Kê khai thuế điện tử, Rào cản từ chữ ký số”

từ khi bán hàng hóa và cung cấp dịch vụ⁴⁶. Theo đó, hóa đơn điện tử gắn liền với chữ ký điện tử của người bán hoặc người cung cấp dịch vụ có giá trị pháp lý và được chấp nhận như hóa đơn truyền thống.

Như vậy, chữ ký số là phương thức giúp doanh nghiệp hiện đại hóa các công tác văn thư lưu trữ cho đến các việc kế toán của mình, giúp doanh nghiệp dễ dàng tương tác với một hệ thống đang ngày càng hoàn thiện bao gồm hải quan điện tử, thuế điện tử cho đến ngân hàng điện tử. Doanh nghiệp cũng sẽ an tâm hơn trong các giao dịch khi chữ ký số là bằng chứng xác thực nội dung thông điệp có sự trung gian của bên thứ ba (bên cung cấp dịch vụ chữ ký số hay hóa đơn điện tử). Doanh nghiệp sẽ giảm thiểu các chi phí hành chính văn phòng, chi phí nhân sự khi quen với việc dùng chữ ký số. Thuận lợi là vậy, đa dụng là vậy, và chính sách nhà nước cũng đẩy mạnh về việc dùng chữ ký số, nhưng trên thực tế vẫn còn nhiều doanh nghiệp chưa quen với việc sử dụng chữ ký số trong giao dịch của mình, đặc biệt là các giao dịch vừa và nhỏ. Chữ ký số ngày càng trở nên quan trọng hơn trong bối cảnh Luật doanh nghiệp 2014 gần như không còn xem trọng giá trị hình thức của con dấu doanh nghiệp nữa⁴⁷.

Trong bối cảnh công nghiệp 4.0, mỗi giám đốc, hay người đại diện theo pháp luật, hay bất cứ người có thẩm quyền cụ thể nào trong doanh nghiệp nói chung cũng nên có cho mình chữ ký số. Việc số hóa vai trò hay vị trí của một giám đốc là điều viễn tưởng, ví dụ như khái niệm e-director hay giám đốc người máy chẳng hạn có thể là chuyện trong tương lai, còn pháp luật thực định của bất kỳ quốc gia nào cũng gắn liền vị trí quản lý công ty với trách nhiệm pháp lý của thể nhân. Tuy nhiên, những người giữ chức vụ quản lý hoàn toàn có thể số hóa các giao dịch của mình, số hóa các hành vi thực hiện theo thẩm quyền của mình. Hình ảnh một ông giám đốc trịnh trọng đến một nơi nào đó để ký hợp đồng, hay một cô kế toán đang lo lắng tìm cách liên lạc trực tiếp với giám đốc để ký tá các thể loại giấy tờ dần dần trở nên xưa cũ. Với chữ ký số, giám đốc và bất kỳ các chức danh người quản lý doanh nghiệp⁴⁸ nào hoàn toàn có thể ở ngay tại nhà riêng và xử lý tất cả các công việc của công ty.

Số hóa các hoạt động quản trị

Quản trị công ty ở đây được hiểu là các cách thức để phân phối và kiểm soát quyền lực cũng như trách nhiệm của các thành tố trong cấu trúc bộ máy của một công ty, thường liên quan đến các quy định của pháp luật và điều lệ công ty điều chỉnh quyền lực và trách nhiệm của những hội đồng quản trị, hội đồng cổ đông, ban kiểm soát hay giám đốc⁴⁹. Khái niệm quản trị công ty bàn đến ở đây không bao gồm các hoạt động hướng

⁴⁶ Có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 11 năm 2018.

⁴⁷ Theo điều 44 Luật Doanh nghiệp, Doanh nghiệp có quyền quyết định về hình thức, số lượng và nội dung con dấu của doanh nghiệp miễn là con dấu phải thể hiện tên doanh nghiệp và mã số doanh nghiệp. Doanh nghiệp chỉ cần thông báo đến cơ quan đăng ký kinh doanh và đăng tải công khai trên Cổng thông tin quốc gia về đăng ký doanh nghiệp

⁴⁸ Theo điều 4 Luật doanh nghiệp, “*Người quản lý doanh nghiệp là người quản lý công ty và người quản lý doanh nghiệp tư nhân, bao gồm chủ doanh nghiệp tư nhân, thành viên hợp danh, Chủ tịch Hội đồng thành viên, thành viên Hội đồng thành viên, Chủ tịch công ty, Chủ tịch Hội đồng quản trị, thành viên Hội đồng quản trị, Giám đốc hoặc Tổng giám đốc và cá nhân giữ chức danh quản lý khác có thẩm quyền nhân danh công ty ký kết giao dịch của công ty theo quy định tại Điều lệ công ty.*”

⁴⁹ Theo cách tiếp cận định nghĩa của OECD OECD (1999, 2004), *Principles of Corporate Governance, Paris: OECD.*

đến việc quản trị kinh doanh, tăng lợi nhuận và giảm chi phí, vốn là các khía cạnh của thương mại điện tử.

Đối với doanh nghiệp điện tử thì hoạt động của những cơ quan quản lý ấy có thể số hóa đến đâu? Pháp luật liệu có công nhận một cuộc họp hội đồng cổ đông được tiến hành qua chức năng hội nghị của những Viber, hay Hangout, hay Skype? Một nghị quyết của một cuộc họp hội đồng quản trị mà đó là kết quả của cuộc đàm thoại trực tuyến thông qua một tập hợp các tin nhắn facebook messenger, được xác nhận bằng các chữ ký điện tử của các thành viên, liệu có được công nhận? Các tòa án liệu có sẵn lòng chấp nhận những chứng cứ điện tử kiểu như thế trong giải quyết tranh chấp hay không? Rõ ràng, thực tế đang đặt ra một loạt những vấn đề pháp lý.

Hình dung rằng mức độ số hóa các hoạt động quản trị sẽ giúp doanh nghiệp tiết giảm biết bao nhiêu thứ chi phí, chẳng cần in ấn máy móc tốn kém, cũng không cần những trụ sở công ty mà mỗi vị quản lý là một khu vực làm việc riêng, đề rồi quản lý theo kiểu hành chính ngày làm đủ 8 tiếng. Từ các chủ sở hữu có thể thực hiện quyền sở hữu chủ một cách trực tuyến, cho đến các chức vụ quản lý xử lý toàn bộ công việc ở nhà, mà môi trường mạng (cyber) chính là không gian làm việc chính. Xét ở khía cạnh thực tiễn của công nghệ thông tin hiện nay thì một doanh nghiệp điện tử hoạt động quản lý trên môi trường mạng là điều hoàn toàn có thể, Uber hay Grab đang tiến tới những mô hình công ty ảo kiểu như vậy.

Tuy nhiên, mức độ ảo có thể ảo đến đâu thì trách nhiệm pháp lý vẫn là thực, từ trách nhiệm của chính công ty với tư cách pháp nhân thương mại cho đến trách nhiệm của những người có thẩm quyền của công ty. Một ông giám đốc có thể ngồi ở nhà làm việc, quản lý từ công việc kinh doanh đến nhân sự thông qua môi trường tương tác không gian mạng, thì ông vẫn là, bắt buộc phải là một thể nhân có thật, bằng xương bằng thịt, có đủ năng lực hành vi, được bổ nhiệm hợp pháp. Thậm chí, ông giám đốc còn phải có năng lực chuyên môn và kinh nghiệm quản lý như tiêu chuẩn luật định⁵⁰. Giám đốc, hay người giữ chức danh quản lý, dù cho tiến hành các hoạt động thuần túy là tương tác điện tử, vẫn phải gánh chịu các trách nhiệm pháp lý trước công ty, ví dụ như bốn phạm “duty of care⁵¹”. Hiển nhiên là, giám đốc hay người quản lý có thể điện tử hóa toàn bộ hoạt động của mình, nhưng một công ty không thể thuê một robot làm công việc của một giám đốc, không một hệ thống pháp luật nào trên thế giới cho phép điều đó.

Nếu các văn bản quan trọng của công ty, như Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông hay Hội đồng quản trị, hay Hội đồng thành viên có thể được lưu trữ như ở dạng tài liệu điện tử, chẳng hạn Điều 146 khoản 1 Luật doanh nghiệp: “*Cuộc họp Đại hội đồng cổ đông phải được ghi biên bản và có thể ghi âm hoặc ghi và lưu giữ dưới hình thức điện tử khác*”. Trên nguyên tắc “*thông tin trong thông điệp dữ liệu không bị phủ nhận giá trị pháp lý chỉ vì thông tin đó được thể hiện dưới dạng thông điệp dữ liệu*⁵²”. Phải nói rằng Luật doanh nghiệp hiện nay đã thông thoáng mở đường cho việc số hóa các cuộc họp kiểu như vậy. Doanh nghiệp điện tử sẽ không cần thuê những khuôn viên đất tiền để tổ

⁵⁰ Điều 65 Luật doanh nghiệp 2014, tác giả cho rằng việc quy định tiêu chuẩn giám đốc như trên là rất thừa thãi và cảm tính

⁵¹ Thuật ngữ xuất hiện nhiều trong Luật công ty của các nước, mô tả một người quản lý công ty phải trung thực và cẩn trọng cần thiết trong tất cả hoạt động của mình, trung thành với công ty và mọi hành vi quản lý phải vì lợi ích của công ty. Điều này cũng được luật hóa trong điều 71 Luật doanh nghiệp 2014 (đối với công ty TNHH), điều 160 (đối với công ty cổ phần)

⁵² Điều 11 Luật giao dịch điện tử 2006

chức các cuộc họp đại hội đồng cổ đông hoành tráng và tốn kém, khi mà các cổ đông hoàn toàn có thể “*tham dự và biểu quyết thông qua hội nghị trực tuyến, bỏ phiếu điện tử hoặc hình thức điện tử khác*”⁵³. Tương tự, các thành viên hội đồng quản trị có thể tiến hành cuộc họp khi mà mỗi thành viên ở mỗi địa điểm khác nhau, thông qua hội nghị trực tuyến, và khi đó địa điểm cuộc họp được xác định là nơi chủ tọa chủ trì⁵⁴. Cách tiếp cận trong trường hợp này cũng như trường hợp vai trò của người quản lý công ty: Họp có thể ảo, biên bản cho đến nghị quyết của cuộc họp có thể là tài liệu điện tử, nhưng trách nhiệm hữu hạn của các cổ đông, trách nhiệm cá nhân của các thành viên hội đồng quản trị, trách nhiệm pháp lý của công ty trước các cổ đông cũng như đối tác trong hoạt động quản lý của mình, là thật.

Liệu những người góp vốn vào một doanh nghiệp điện tử có an tâm về sự an toàn trong các khoản đầu tư của mình hay không? Liệu các đối tác, các khách hàng có đủ tin cậy vào một công ty mà thậm chí chưa một lần được thấy mặt ông giám đốc? Thái độ của nhà nước và thái độ của xã hội thế nào trong cái ranh giới mong manh giữa công ty ảo và công ty ma? Luật pháp thừa nhận giao dịch điện tử, giấy tờ điện tử có giá trị như giao dịch trực tiếp hay giấy tờ bản cứng, thì địa vị lẫn trách nhiệm pháp lý của doanh nghiệp điện tử thì cũng chẳng khác gì doanh nghiệp truyền thống. Tuy nhiên, làm cách nào để truy trách nhiệm của một doanh nghiệp điện tử, một người quản lý trong doanh nghiệp điện tử từ những tài liệu điện tử hay giao dịch điện tử? Các tòa án có cảm thấy sẵn lòng xem xét xử lý một yêu cầu hủy bỏ hoặc công nhận một Nghị quyết của Đại hội đồng cổ đông theo điều 147 Luật doanh nghiệp, khi mà Nghị quyết đó là kết quả của một cuộc họp trực tuyến và xác nhận bằng một loạt chữ ký số?

Cách tiếp cận của cả Bộ Luật tố tụng hình sự 2015 và Bộ luật Tố tụng Dân sự 2015 là chứng cứ điện tử chỉ có thể xem là nguồn chứng cứ giải quyết tranh chấp hay truy cứu các loại trách nhiệm nếu nó thỏa mãn ba thuộc tính: (1) Tính khách quan: Dữ liệu điện tử nhưng phải chứa đựng thông tin có thật, phải khách quan, phải được thu thập một cách trung thực như nó vốn có, (2) Tính liên quan: liên quan trực tiếp và gián tiếp tới vụ án, mà nếu không có nó sẽ không thể giải quyết vụ án, và (3) Tính hợp pháp: thể hiện cách thức thu thập chứng cứ điện tử phải hợp pháp và có độ tin cậy⁵⁵. Vấn đề khó khăn là, trong trường hợp tố tụng hình sự, việc chứng minh ba thuộc tính trên của chứng cứ điện tử thuộc về thẩm quyền của cơ quan điều tra, trong khi trong tố tụng dân sự, trách nhiệm chứng minh thuộc về các đương sự, mà trong trường hợp đương sự không thể tự mình chứng minh thì các thẩm phán cũng rất miễn cưỡng trong việc xem xét, thẩm định hay hỗ trợ cho các đương sự chứng minh về những chứng cứ kiểu này⁵⁶.

⁵³ Điểm c Khoản 1 Điều 140 Luật doanh nghiệp: Thực hiện quyền dự họp của Đại hội đồng cổ đông

⁵⁴ Điều 153 Luật doanh nghiệp 2014

⁵⁵ Theo Phạm Văn Chánh, “*Nguồn chứng cứ là dữ liệu điện tử theo quy định của Bộ luật Tố tụng hình sự năm 2015*”, *Tạp chí Dân chủ và Pháp luật*, số chuyên đề 2017, tại <http://tcdclp.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/thi-hanh-phap-luat.aspx?ItemID=274> (truy cập ngày 29/09/2018)

⁵⁶ Có một thực tế là việc giải quyết những tranh chấp dựa trên các chứng cứ điện tử làm phát sinh thêm quá nhiều công việc và chi phí cho tòa án, vốn đã quá tải trong việc giải quyết tranh chấp dân sự. Ví dụ, làm sao để tìm hiểu một video quay hội nghị trực tuyến không bị cắt xén hay lồng ghép những thông tin không có thật, làm cách nào để điều tra những email kia có chứa đựng những nội dung nó vốn có hay không? Vì thế mặc dù trên tinh thần là chứng cứ điện tử không

Và đó cũng là lý do quan ngại nhất về mô hình doanh nghiệp điện tử hiện nay, theo quan điểm của tác giả.

5. Kết luận và một số gợi ý chính sách

Như trên đã phân tích, pháp luật thực định thật ra đã tạo nền tảng ban đầu cho việc xây dựng và phát triển mô hình doanh nghiệp điện tử, thông qua việc tạo lập một hành lang pháp lý linh hoạt trong việc áp dụng các phương thức tương tác điện tử trong môi trường doanh nghiệp, từ đăng ký kinh doanh trực tuyến đến việc hình thành những văn phòng ảo, từ cơ chế khuyến khích sử dụng chữ ký số cho đến việc thừa nhận hiệu lực của các cuộc họp trực tuyến, các tài liệu công ty dưới hình thức điện tử. Nhìn tổng thể, pháp luật Việt Nam tỏ ra không hề lạc hậu so với các nước tiên tiến trong việc điều chỉnh vấn đề này. Tuy nhiên, các doanh nghiệp có thật sự khai thác được hết tiềm năng của mô hình này mang lại hay chưa, nền tảng hạ tầng kỹ thuật có cho phép phổ biến điều đó chưa, và thái độ của nhà nước đối với doanh nghiệp điện tử có thật sự cởi mở và sòng phẳng như với doanh nghiệp truyền thống hay chưa? Và mặt khác, doanh nghiệp điện tử cũng như thương mại điện tử thực tế phát sinh nhiều rủi ro, và vấn đề là pháp luật kiểm soát rủi ro ấy như thế nào? Do đó, theo tác giả, những trọng tâm cần phải được giải quyết trong công tác lập pháp sau này cần giải quyết các nội dung sau đây:

Thứ nhất, khuyến khích mô hình doanh nghiệp điện tử tạo sinh thái tốt cho khởi nghiệp, nhưng phải kiểm soát nguy cơ hình thành những công ty ma

Như trên đã nói, ranh giới công ty ma và công ty ảo rất mong manh, việc kiểm soát nguy cơ này đòi hỏi cả thủ tục tiền kiểm đến hậu kiểm. Thủ tục đăng ký kinh doanh vẫn phải thông thoáng để không cản trở tự do kinh doanh, tuy nhiên cần phải có cơ chế kiểm soát tinh pháp lý của văn phòng ảo đang nở rộ hiện nay, làm rõ trách nhiệm của các bên thuê và cho thuê văn phòng ảo, vốn là khoảng trống trong luật pháp hiện hành.

Tương tự, nghĩa vụ công bố thông tin hiện nay, theo quy định luật doanh nghiệp chỉ áp dụng đối với trường hợp là công bố thông tin trên cổng thông tin quốc gia. Theo tác giả, nên chăng luật doanh nghiệp cần bổ sung các quy định bắt buộc doanh nghiệp phải đăng tải thông tin công khai trên website, các vấn đề từ thông tin người đại diện theo pháp luật đến biên bản các cuộc họp hội đồng cổ đông (trường hợp công ty đại chúng). Minh bạch, tạo điều kiện cho sự giám sát của công chúng, xem ra vẫn là phương thức hữu hiệu nhất để ngăn chặn tình trạng thành lập công ty ảo để lừa đảo

Thứ hai, cơ quan nhà nước cần phải có thái độ cởi mở hơn với các tài liệu, giấy tờ điện tử của doanh nghiệp điện tử

Vấn đề này thật ra chúng ta đã làm rồi, đơn cử như việc ra đời Nghị định 119/2018. Thế nhưng việc triển khai trên thực tế còn nhiều bất cập, ví dụ như tình trạng cơ quan đăng ký kinh doanh vẫn đòi hỏi người thành lập doanh nghiệp phải xuất trình bản chính giấy tờ, hay các tòa án phân biệt đối xử giữa chứng cứ điện tử và chứng cứ vật lý, hay tình trạng các cơ quan hải quan không sẵn lòng chấp nhận những chứng từ thương mại điện tử... Quản lý nhà nước có lúc có nơi vẫn tư duy cũ, chưa kịp thích ứng với sự thay đổi của môi trường công nghệ, dù nền tảng pháp lý đã có.

thể bị phủ nhận giá trị pháp lý bởi yếu tố điện tử của nó, nhưng trên thực tế thì chúng bị đối xử không giống nhau.

Thứ ba, để hạn chế rủi ro mà doanh nghiệp điện tử có thể mang lại cho đối tác, khách hàng, hoặc chính chủ sở hữu của nó, trách nhiệm pháp lý của doanh nghiệp điện tử cần xem xét cẩn trọng.

Thương mại điện tử có những rủi ro đặc trưng, thì doanh nghiệp điện tử cũng vậy, điều đó làm cho tâm lý nghi ngại của xã hội đối với mô hình này. Mặc dù, về nguyên tắc thì trách nhiệm pháp lý áp dụng cho các doanh nghiệp không phân biệt nó là điện tử hay không, vì như trên đã nói, trách nhiệm của người quản lý là thật, của hội đồng quản trị là thật. Tuy nhiên, cơ chế truy cứu trách nhiệm trong trường hợp xảy ra xung đột hay tranh chấp lại phụ thuộc vào chứng cứ điện tử, mà vốn không được xem là nguồn chứng cứ đáng tin cậy, nó mong manh và dễ bị can thiệp. Về vấn đề này, theo tác giả, pháp luật cần hướng đến điều chỉnh vai trò của bên thứ ba trong việc xác nhận các giao dịch điện tử, như một phương cách phân chia rủi ro cho các đối tượng này. Chẳng hạn, vai trò liên đới của cơ quan hay tổ chức xác nhận chữ ký số trong các giao dịch của người có thẩm quyền của doanh nghiệp, trách nhiệm của cơ quan hay doanh nghiệp cung cấp dịch vụ văn phòng ảo (i-office) và hóa đơn chứng từ điện tử. Một tập hợp các tổ chức, cơ quan có khả năng, điều kiện về công nghệ để thẩm định tài liệu điện tử phải có trách nhiệm hỗ trợ cho tòa án hay cơ quan điều tra trong việc giải quyết tranh chấp hay truy cứu trách nhiệm dựa trên chứng cứ điện tử. Cuối cùng thì đó chỉ là những định hướng, mang tính phòng ngừa, trong bối cảnh hiện nay, chúng ta vẫn phải chấp nhận một biên độ rủi ro pháp lý của doanh nghiệp điện tử vốn cao hơn doanh nghiệp truyền thống, và thương mại điện tử cũng vậy.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Brynjolfsson, E., Hitt, L. M., & Yang, S. (2002). Intangible assets: Computers and organizational capital. *Brookings papers on economic activity*, 2002(1), 137-181
2. Phạm Văn Chánh (2017), “Nguồn chứng cứ là dữ liệu điện tử theo quy định của Bộ luật Tố tụng hình sự năm 2015”, *Tạp chí Dân chủ và Pháp luật*, số chuyên đề 2017
3. Trần Lê Hồng (2007), “Tài sản ảo- Từ nhận thức đến bảo hộ”, *Tạp chí Luật học* số 7/2007
4. Hoque, F. (2000). *e-Enterprise: business models, architecture, and components* (Vol. 2). Cambridge University Press
5. Kollmann, T. (2006). What is e-entrepreneurship?—fundamentals of company founding in the net economy. *International Journal of Technology Management*, 33(4), 322-340.
6. König, W., & Weitzel, T. (2005). Towards the E-Enterprise: standards, networks and co-operation strategies. In *The Practical Real-Time Enterprise* (pp. 359-384). Springer, Berlin, Heidelberg
7. Lucking-Reiley, D., & Spulber, D. F. (2001). Business-to-business electronic commerce. *Journal of Economic Perspectives*, 15(1), 55-68
8. OECD (1999, 2004), *Principles of Corporate Governance*, Paris: OECD.

Các trang thông tin điện tử

- The Companies (Address of Registered Office) Regulations 2016 của Anh Quốc, tại <https://www.legislation.gov.uk/ukdsi/2016/9780111143360>
- Báo điện tử Dân Trí (09/04/2018), “Vụ lừa đảo tiền ảo hơn 15 nghìn tỷ đồng: Vì sao lại quá dễ dàng?” <https://dantri.com.vn/suc-manh-so/vu-lua-dao-tien-ao-hon-15-nghin-ty-dong-vi-sao-lai-qua-de-dang-20180409080158734.htm> (truy cập ngày 28/09/2018)
- Báo Đầu Tư (15/03/2018), ”Huy động vốn bằng tiền ảo để khởi nghiệp: Dễ có triệu USD nhưng khó "nuốt" <https://baodautu.vn/huy-dong-von-bang-tien-ao-de-khoi-nghiep-de-co-trieu-usd-nhung-kho-nuot-d78294.html> (truy cập ngày 28/09/2018)
- Báo Pháp luật Việt Nam (26/01/2015) “Cần luật hóa vấn đề “tài sản ảo” <http://baophapluat.vn/tu-phap/can-luat-hoa-van-de-tai-san-ao-207671.html>.
- Vnexpress (21/09/2018), “Doanh nghiệp nhỏ lo hụt hơi chạy theo 4.0”, tại <https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/vi-mo/doanh-nghiep-nho-lo-hut-hoi-chay-theo-4-0-3812620.html> (truy cập ngày 24/09/2018)

NHÀ MÁY THÔNG MINH VÀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT CỦA DOANH NGHIỆP TRONG CUỘC CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0 – NGHIÊN CỨU TẠI CÔNG TY BOSCH VIỆT NAM

Bùi Thị Thanh
Trường Đại học Kinh tế TP. HCM
Nguyễn Như Thao
Công ty Bosch Việt Nam

Tóm tắt

Nghiên cứu này nhằm khám phá các yếu tố của nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ 436 nhân viên của công ty Bosch Việt Nam. Mô hình nghiên cứu đề xuất dựa trên lý thuyết về nhà máy thông minh (Lasi, 2014; Lucke, 2008); về nền công nghiệp 4.0 (Kang, 2016; Gorecky và cộng sự, 2017); về hiệu quả sản xuất (Porter, 1980; Hallgren, 2007) và các nghiên cứu trước. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy, có 8 yếu tố thành phần của nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất như sau: phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất; hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực; trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình; hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ; các thiết bị có lập trình và chuyển giao; hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm; các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn, và trực quan số hóa. Từ kết quả nghiên cứu, một số hàm ý được đề xuất nhằm giúp các nhà quản lý hoạch định và cải thiện các yếu tố triển khai nhà máy thông minh nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất tại doanh nghiệp.

Từ khóa: công nghiệp 4.0, hệ thống thực ảo, nhà máy thông minh, sản xuất thông minh.

1. Giới thiệu

Thị trường biến động nhanh như hiện nay và nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng về giải pháp cá nhân đã tạo cho các doanh nghiệp sản xuất rất nhiều áp lực về chi phí và đổi mới. Chính các doanh nghiệp sản xuất phải cung cấp cho khách hàng thông tin chi tiết về quá trình sản xuất cũng như nguồn gốc chính xác của sản phẩm. Để đáp ứng nhu cầu này, các doanh nghiệp phải có khả năng thu thập mọi dữ liệu phù hợp và phân tích dữ liệu đó một cách tự động (Zhong và cộng sự, 2017).

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất đã thay đổi sản xuất từ thủ công đến cơ khí hóa do phát minh ra động cơ hơi nước; cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai đã thay đổi từ sản xuất đơn lẻ sang sản xuất hàng loạt bằng máy móc chạy với năng lượng điện; cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ ba cho ra đời sản xuất tự động dựa vào máy tính, thiết bị điện tử (Lasi và cộng sự, 2014), và ngày nay, các công nghệ mới như: mạng lưới vạn vật kết nối (internet of things); mạng lưới cảm biến không dây; dữ liệu lớn (big data); điện toán đám mây và internet di động, được đưa vào môi trường sản xuất, điều này đã dẫn đến cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (Wang và cộng sự, 2016). Với cuộc

cách mạng công nghiệp 4.0, các qui trình sản xuất ngày càng trở nên phức tạp hơn, nhưng tự động và ổn định hơn (Medic, 2018).

Với sự phát triển của nền công nghiệp 4.0 và sự ra đời khái niệm về nhà máy thông minh đã làm thay đổi triết lý của hệ thống sản xuất trước đây (Drath và cộng sự, 2014). Nhà máy thông minh sử dụng các công nghệ kỹ thuật cao như vạn vật kết nối (IoT), các hệ thống thực ảo (CPS) và điện toán đám mây để kiểm soát quá trình vật lý theo thời gian thực, tạo không gian ảo cho thế giới vật lý, và quyết định phi tập trung (Zhong, 2017; Lasi và cộng sự, 2014). Trong một nhà máy thông minh, các nguồn lực sản xuất như nhân viên sản xuất, máy móc thiết bị, vật tư, công cụ, được chuyển thành các đối tượng sản xuất thông minh và có khả năng tương tác với nhau để đạt được hiệu quả sản xuất cao (Ivanov và cộng sự, 2016; Zhong, 2013). Khái niệm này không đề cập đến việc giảm người trong sản xuất, mà ngược lại, nguồn lực con người được hiểu như là thành phần linh hoạt nhất trong hệ thống sản xuất, thích nghi tốt nhất với môi trường làm việc ngày càng nhiều thách thức (Gorecky và cộng sự, 2017).

Sự thành công của các doanh nghiệp sản xuất phụ thuộc vào năng lực của họ trong việc thích nghi một cách nhanh chóng với sự tiến bộ của công nghệ kỹ thuật, kinh tế và xã hội. Yêu cầu của khách hàng về sản phẩm ngày càng đa dạng, phức tạp; cùng với sản phẩm có vòng đời ngày càng ngắn lại, là những thử thách đòi hỏi các doanh nghiệp phải thay đổi và tái cấu trúc sản xuất linh hoạt mới có thể đáp ứng được (Gorecky và cộng sự, 2017). Các doanh nghiệp hiện đại đang có xu hướng từ bỏ mô hình sản xuất tự động hoàn toàn và thay vào đó áp dụng chiến lược chỉ sản xuất đúng những nhu cầu của khách hàng, điều này có nghĩa là theo đuổi mục tiêu giá thành sản phẩm thấp và đáp ứng tối đa từng yêu cầu của khách hàng (Gorecky và cộng sự, 2015). Để đáp ứng được các yêu cầu mới này, nhiều doanh nghiệp trên thế giới đã áp dụng và triển khai mô hình nhà máy thông minh thông qua nền tảng kỹ thuật hệ thống thực ảo và vạn vật kết nối trong sản xuất (Kagerman và cộng sự, 2013). Tuy nhiên, việc triển khai này doanh nghiệp sẽ gặp rất nhiều thách thức (như tiếp nhận công nghệ phức tạp, chuẩn bị được nguồn lực tài chính và nhân sự phù hợp, chấp nhận một sự thay đổi lớn,..) đòi hỏi phải có tầm nhìn và quyết tâm mới đạt được.

Bosch Việt Nam, là công ty chuyên sản xuất dây truyền động cho hộp số xe hơi. Theo báo cáo năm 2017 của công ty Bosch, nhu cầu của khách hàng tính đến năm 2025 tăng khoảng 80% so với nhu cầu hiện tại, tuy nhiên chủng loại sản phẩm rất đa dạng và thay đổi liên tục. Điều này đã tạo áp lực rất lớn cho công ty trong việc cải tiến sáng tạo nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Công ty có nhiều điều kiện thuận lợi để thực hiện nhà máy thông minh, những điều kiện đó là: tiềm lực tài chính mạnh, nền tảng về kỹ thuật sản xuất cao, các nhà cung cấp hàng đầu thế giới, các phần mềm hỗ trợ hoạt động sản xuất kinh doanh chuyên nghiệp, cơ sở hạ tầng về công nghệ thông tin rất tốt, và đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao phù hợp với yêu cầu của nhà máy thông minh. Tại công ty việc nghiên cứu, thiết kế và xây dựng nhà máy thông minh được bắt đầu tiến hành từ năm 2013. Theo đó, các kỹ thuật nền tảng được trang bị cho qui mô nhà máy được chuyển dịch và tích hợp vào từng dây chuyền sản xuất riêng lẻ và hình thành hệ thống thực ảo trong nhà máy sản xuất. Quá trình xây dựng nhà máy thông minh được thực hiện theo ba bước chính, đó là: (i) xây dựng cơ sở

hạ tầng công nghệ thông tin và các giải pháp ứng dụng công nghệ thông tin sáng tạo; (ii) tiến hành thử nghiệm thực tiễn việc vận hành nhà máy thông minh trong qui mô nhỏ, như: từng dây chuyền sản xuất, vận chuyển giao nhận vật tư trong nội bộ nhà máy... và (iii) phản hồi những vấn đề phát sinh trong quá trình thử nghiệm thực tiễn cho bộ phận nghiên cứu và phát triển công nghệ và quản lý thông minh để có những điều chỉnh hợp lý.

Tuy nhiên, để xác định được những yếu tố nào của nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất của công ty thì chưa được thống nhất, các nghiên cứu về sự tác động của nhà máy thông minh đến hiệu quả sản xuất tại Việt Nam cho đến nay còn rất hiếm. Do vậy, mục tiêu của nghiên cứu này là nhằm khám phá và kiểm định các yếu tố của nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp, đặt cơ sở khoa học cho việc hoạch định chiến lược và biện pháp thúc đẩy áp dụng và triển khai nhà máy thông minh góp phần nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất tại công ty Bosch nói riêng và các doanh nghiệp Việt Nam nói chung.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Thuật ngữ nền công nghiệp 4.0 được giới thiệu lần đầu tiên tại hội chợ thương mại Hanover năm 2011 được tổ chức tại Đức (Kang, 2016; Weyer, 2015). Khái niệm này nổi lên như một khẩu hiệu trong lĩnh vực công nghiệp ở nhiều nước trên thế giới về tính hiệu quả, tính linh động trong sản xuất đáp ứng mọi nhu cầu đa dạng của khách hàng bằng các hệ thống thực-ảo và kỹ thuật vạn vật kết nối (Gorecky và cộng sự, 2017).

Một trong những khái niệm của nền công nghiệp 4.0 là **nhà máy thông minh** (Lasi, 2014; Lee, 2015), khái niệm nhà máy thông minh được hiểu là nhà máy được trang bị máy móc thiết bị và qui trình tự động, chuỗi cung ứng nội bộ tự động, nhà máy tự động, phát triển sản phẩm, hệ thống quản lý thông tin tích hợp (Lasi, 2014). Lucke (2008) cũng cho rằng, nhà máy thông minh là nhà máy hỗ trợ nhân viên và máy móc thiết bị thực hiện công việc trong một hệ thống có khả năng giao tiếp, kết nối và tương tác giữa hệ thống thông tin, sản phẩm, môi trường và tất cả máy móc thiết bị. Saldivar và cộng sự (2015) đã tổng hợp, nhà máy thông minh là sự kết hợp của hệ thống thực ảo (cyber-physical systems) giữa các đối tượng vật lý như máy móc, băng tải, sản phẩm với hệ thống thông tin như hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP) để thực hiện sản xuất linh hoạt và nhanh chóng.

Việc triển khai áp dụng các khái niệm của nhà máy thông minh đã giúp các doanh nghiệp sản xuất hoạt động hiệu quả hơn. Kết quả nghiên cứu của Russmann và cộng sự (2015) cho thấy, nhà máy thông minh sẽ giúp cho hệ thống sản xuất nhanh hơn 30% và hiệu quả hơn 25%; các doanh nghiệp sản xuất đã áp dụng và triển khai các kỹ thuật của nhà máy thông minh đã liên tục cải thiện được hiệu quả (Koren, 2015). Bên cạnh đó, Shrouf (2014) cũng kết luận rằng, 82% các doanh nghiệp triển khai nhà máy thông minh đã xác nhận tăng hiệu quả sản xuất; 49% cho rằng số lượng sản phẩm bị lỗi giảm; và 45% cho rằng đã gia tăng sự hài lòng của khách hàng.

Lalic và cộng sự (2017) đã tiến hành nghiên cứu 302 doanh nghiệp sản xuất tại Serbia về mối quan hệ giữa nhà máy thông minh và hiệu quả sản xuất. Kết quả cho thấy, tám thành phần của nhà máy thông minh có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả sản xuất, đó

là: phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất; hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực; trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình; hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ; các thiết bị có lập trình và chuyên giao; hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm; các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn; và trực quan số hóa. Kết quả này cũng tương tự với kết quả nghiên cứu của Marjanovic (2017) và Medic (2018). Do vậy, trong nghiên cứu này nhóm tác giả kế thừa mô hình của Lalic và cộng sự (2017).

Hiệu quả sản xuất được các nhà nghiên cứu đưa ra theo các khía cạnh khác nhau. Jain và cộng sự (2014) cho rằng, hiệu quả sản xuất gồm có bốn thông số đo lường, đó là: chi phí, độ tin cậy, tối ưu nguồn lực (utilization), và chất lượng. Trong đó, chi phí cho biết tính kinh tế của quá trình sản xuất; độ tin cậy là xác suất của một sản phẩm chứng tỏ công dụng của nó và không bị lỗi trong một khoảng thời gian công bố với những điều kiện cụ thể; tối ưu nguồn lực là sản xuất sản lượng tối đa trong một khoản thời gian tối thiểu với máy móc thiết bị hiện có; và chất lượng là sự đáp ứng tốt các yêu cầu của khách hàng. Porter (1980) và Hallgren (2007) lại cho rằng, hiệu quả sản xuất bao gồm hiệu quả chất lượng, hiệu quả thời gian đáp ứng sản phẩm cho khách hàng, hiệu quả của sự linh hoạt trong sản xuất, và hiệu quả chi phí. Hiệu quả chất lượng được đo lường dựa theo tỷ lệ sản phẩm tốt, tỷ lệ sản phẩm loại bỏ (Anderson và Sullivan, 1993); hiệu quả thời gian đáp ứng sản phẩm cho khách hàng là doanh nghiệp luôn đảm bảo giao hàng nhanh chóng và tin cậy (Ward và cộng sự, 1996); hiệu quả của sự linh hoạt trong sản xuất là khả năng điều chỉnh sản lượng sản xuất và chuyển đổi sản phẩm nhanh (Olhager, 1993; Hutchison và cộng sự, 2007); hiệu quả chi phí là yếu tố quan trọng nhất trong việc đo lường hiệu quả sản xuất (Slack và cộng sự, 2002) vì khi doanh nghiệp giữ được chi phí thấp sẽ góp phần giảm giá thành và tăng lợi nhuận (Slack và cộng sự, 2002). Còn theo Coelli (2005), doanh nghiệp đạt được hiệu quả khi sản xuất được sản lượng tối đa với một lượng đầu vào cho trước, hoặc sản xuất một sản lượng cố định với lượng đầu vào tối thiểu. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả kế thừa khái niệm hiệu quả sản xuất của Jain và cộng sự (2014), vì đây là khái niệm được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng (Slack, 2007; Yu, 2015; Jimenez, 2015).

Trên cơ sở lý thuyết về nhà máy thông minh và nghiên cứu của Lalic và cộng sự (2017), nhóm tác giả đề xuất mô hình lý thuyết về mối quan hệ giữa nhà máy thông minh và hiệu quả sản xuất, trong đó các thành phần của nhà máy thông minh bao gồm: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất; Hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực; Trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình; Hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ; Các thiết bị có lập trình và chuyên giao; Hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm; Các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn; và Trực quan số hóa.

Trong đó:

- **Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất** là một chương trình về hệ thống quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, tích hợp tất cả các chức năng, qui trình và thông tin của các bộ phận, cho phép tự động thu thập và chia sẻ dữ liệu trong toàn doanh nghiệp và cung cấp thông tin hữu ích, chính xác theo thời gian thực (Lee, 2002; Lopes, 1992; Deloitte, 1999). Hệ thống này giúp kết nối sản xuất với kế hoạch, điều độ, thực hiện và kiểm tra các hoạt động sản xuất kinh doanh, chia sẻ thông tin cần thiết và có giá trị. Từ đó giúp các nhà quản lý đưa ra các quyết định hợp lý và nhanh

chóng, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất (Palaniswamy và cộng sự, 2000; Tyler và Rajagopal, 1999; Palaniswamy, 2000). Hidayat (2016) nghiên cứu 250 doanh nghiệp sản xuất tại Indonesia, và Mzoughi (2014) nghiên cứu với 216 nhà quản lý tại Tunisia, kết quả đều cho thấy, yếu tố phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả sản xuất (với $\beta = 0.28$ và 0.224). Dựa trên cơ sở này, giả thuyết H1 được đề xuất:

Giả thuyết H1: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp.

• **Hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực** là một hệ thống hoạt động dựa trên dữ liệu thu thập được hỗ trợ việc giám sát liên tục, điều chỉnh các quá trình của hệ thống phù hợp với kế hoạch mong muốn (Georgiadis, 2012). Việc điều độ sản xuất dựa trên giấy nhận dạng và thu thập dữ liệu thủ công không còn hiệu quả cho các yêu cầu hiện tại (Strozzi, 2017). Zhong và cộng sự (2013) đã cho rằng, kỹ thuật quét mã vạch tự động bằng công nghệ nhận dạng bằng sóng vô tuyến (RFID) sẽ khắc phục vấn đề này, vì kỹ thuật này sẽ giúp thu thập và truyền tải thông tin về tất cả những sự kiện xảy ra cho mọi cá nhân, từ đó giúp nhà máy linh động trong việc chuyển đổi sản phẩm, tăng độ tin cậy, tối ưu chi phí và tăng sản lượng, góp phần gia tăng hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp (Teti, 2010; Subramaniam và cộng sự, 2007). Và sự ảnh hưởng tích cực của hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực đến hiệu quả sản xuất đã được kiểm định qua nghiên cứu của Zhong và cộng sự (2013) với $\beta = 0.22$. Dựa trên cơ sở này, giả thuyết H2 được đề xuất:

Giả thuyết H2: Hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp.

• **Trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình** là quá trình trao đổi dữ liệu và thông tin giữa nhà máy thông minh với nhà cung cấp và khách hàng, như: dữ liệu về tình hình sản xuất, giao nhận nguyên vật liệu, đơn hàng, phản hồi của khách hàng, dữ liệu của nhà cung cấp và khách hàng (Azevedo, 2011). Hệ thống thực ảo kết hợp hệ thống vạn vật kết nối với sự hỗ trợ của các thiết bị thông minh, cảm biến, mạng lưới kết nối cho phép nhà máy tương tác, chia sẻ thông tin với khách hàng và nhà cung cấp một cách hiệu quả, từ đó giúp giảm chi phí, tối ưu nguồn lực và cải thiện hiệu quả sản xuất (Tantik, 2017; Pandey, 2010; Hill, 2002; Walton và cộng sự, 1997). Do vậy, có thể đề xuất giả thuyết H3:

Giả thuyết H3: Trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp.

• **Hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ** là quá trình quản lý thu mua, vận chuyển và lưu trữ nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm và cung cấp nguyên vật liệu cho các trạm sản xuất đúng số lượng, đúng chất lượng và đúng thời gian (Christopher, 2005; Gattorna và cộng sự, 1991). Theo Gaukler (2006), kỹ thuật quét mã vạch tự động với công nghệ nhận dạng bằng sóng vô tuyến (RFID) được sử dụng

rộng rãi trong nhà máy thông minh để hỗ trợ lập kế hoạch giao nhận nguyên vật liệu, giúp nhận diện và khắc phục các vấn đề phát sinh trong sản xuất, như: nút thắt cổ chai và thiếu hụt nguyên vật liệu (Lopez, 2014), giảm tồn kho và tối ưu nguồn lực, từ đó tất cả thông tin được thu thập và truyền đến hệ thống hoạch định nguồn lực của doanh nghiệp để xử lý (Lu, 2006). Từ việc tối ưu các nguồn lực như vậy, đã giúp nhà máy giảm được thời gian xử lý công việc, tăng độ chính xác và chi phí trong hoạt động sản xuất kinh doanh, từ đó góp phần gia tăng hiệu quả sản xuất (Barenji, 2013). Taj và cộng sự (2010) đã nghiên cứu 65 doanh nghiệp sản xuất trong nhiều lĩnh vực khác nhau tại Trung Quốc, và kết quả cho thấy rằng hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả sản xuất ($\beta = 0.65$). Dựa trên cơ sở này, giả thuyết H4 được đưa ra:

Giả thuyết H4: Hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp.

• **Các thiết bị có lập trình và chuyển giao** là các bộ phận của máy móc được thiết kế độc lập, riêng biệt và có khả năng kết nối lại với nhau một cách dễ dàng và nhanh chóng. Ví dụ, các bộ phận này có thể thay đổi để tương thích với cấu hình để sản xuất một loại sản phẩm cụ thể. Các bộ phận máy này cho phép nhà máy đáp ứng nhanh chóng các yêu cầu của khách hàng và khắc phục những sự cố hệ thống nội bộ, từ đó nâng cao hiệu quả sản xuất (Weyer và cộng sự, 2015). Ngoài ra, các thiết bị có lập trình và chuyển giao trong sản xuất là các máy móc thiết bị di động thông minh phối hợp với mạng lưới cảm biến không dây tạo nên sự linh động và dễ dàng mở rộng theo yêu cầu sản xuất (Paul, 2014; Li, 2008). Các thiết bị thông minh sẽ giúp cho nhà máy tự động hoàn toàn, giảm thời gian chu kỳ sản xuất, góp phần giảm giá thành và tăng hiệu quả sản xuất. Dựa trên cơ sở này, giả thuyết H5 được đưa ra:

Giả thuyết H5: Các thiết bị có lập trình và chuyển giao có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp.

• **Hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm** là hoạt động quản lý sản phẩm của doanh nghiệp thông qua vòng đời sản phẩm đầy đủ, bắt đầu từ khi khái niệm về sản phẩm mới hình thành cho tới khi sản phẩm đã được sử dụng và loại bỏ hay tái chế (Stark, 2004). Hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm giúp thông tin của toàn chuỗi giá trị luôn được sẵn sàng để sử dụng, tránh được thông tin mơ hồ, từ đó giảm chi phí và thời gian, nhưng chất lượng vẫn đảm bảo và nâng cao hiệu quả sản xuất (Schuh, 2014). Ngày nay, các đổi mới đột phá xuất hiện ngày càng nhiều trong môi trường kinh doanh, qui trình sản xuất tự động và linh hoạt được tích hợp với khách hàng và các đối tác dựa trên cơ sở tiếp cận mạng lưới và dữ liệu di động, dẫn đến việc thay đổi bố trí nhà máy hiện tại, thay đổi phương thức thiết kế sản phẩm nhanh hơn nhưng chất lượng tốt hơn, thay đổi chiến lược marketing và cả hệ thống phân phối sản phẩm, từ đó chu kỳ sản phẩm ngày càng rút ngắn theo áp lực từ thị trường. Việc triển khai nhà máy thông minh sẽ giúp doanh nghiệp phát

giảm tối thiểu thời gian phát triển sản phẩm mới, đáp ứng yêu cầu sản phẩm đa dạng của khách hàng (Hercko, 2015). Dựa trên cơ sở này, giả thuyết H6 được đề xuất:

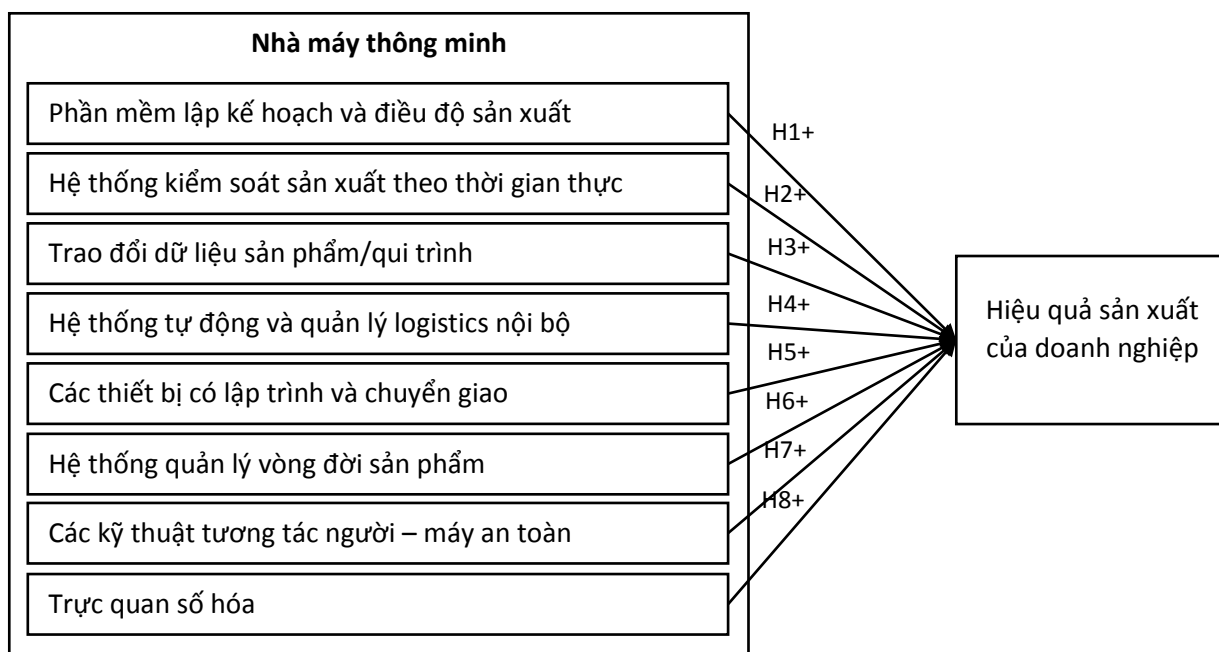
Giả thuyết H6: Hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp.

• **Các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn** là các kỹ thuật đảm bảo an toàn cho người vận hành trong không gian người và robot làm việc chung với nhau (Thoben, 2017; Kagermann, 2016). Robot đảm nhận hầu hết các công việc sản xuất, nhưng con người vẫn phải ở trong khu vực sản xuất để giám sát và điều hành những công việc ngoài chức năng của robot. Các robot trong nhà máy thông minh có tích hợp ứng dụng nhận biết để đảm bảo con người và máy móc làm việc chung với nhau một cách an toàn (Khalid, 2016). Các robot, máy móc tham gia sản xuất chung với con người như: vận hành nguyên vật liệu, lắp ráp và vận chuyển hàng hóa, cho nên an toàn là điều bắt buộc, khi đó các máy móc và robot sẽ vận hành với hiệu suất cao hơn, con người và robot chia sẻ không gian làm việc với nhau một cách hiệu quả và từ đó góp phần gia tăng hiệu quả sản xuất (Khalid, 2016; Kriaa và cộng sự, 2015). Henriksen (2017) cũng đã kiểm chứng kết quả này tại doanh nghiệp Scott Fetzer và cho rằng, khi con người và robot làm việc chung với nhau an toàn thì hiệu quả sản xuất tăng 20%. Từ cơ sở này, giả thuyết H7 được đề xuất:

Giả thuyết H7: Các kỹ thuật tương tác người – máy có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp.

• **Trực quan số hóa** là dữ liệu được hiển thị rõ ràng, thân thiện, dễ đọc, bằng hình ảnh và đầy đủ thông tin hỗ trợ cho nhân viên sản xuất thuận tiện trong quá trình vận hành sản xuất, ví dụ như các thông số của quy trình, thông số sản phẩm. Ngoài ra, điều này cũng giúp cho nhân viên dễ dàng phát hiện các bất thường nhanh nhất, để giúp nhà máy ngăn ngừa sớm các sự cố lớn cũng như cải tiến máy móc và qui trình, giúp nâng cao hiệu quả sản xuất (Schuh và cộng sự, 2015). Trực quan số hóa là yếu tố quan trọng trong nhà máy thông minh vì nó giúp cho tương tác của nhân viên sản xuất và các đối tượng khác. Các thiết bị thông minh với màn hình cảm ứng như máy tính bảng và điện thoại thông minh sẽ giúp cho các giao diện tương tác giữa người và máy được trực quan hơn, dễ hiểu, dễ vận hành hơn, thông tin được cung cấp nhiều hơn và có giá trị hơn. Ngoài ra, việc trực quan số hóa cũng cho phép các nhà quản lý và kỹ sư có thể chuyển thành kiến thức hữu ích, giúp họ đưa ra những quyết định nhanh hơn và chính xác hơn. Những kiến thức này rất có giá trị cho nhà máy trong việc chủ động trước những vấn đề phát sinh, đưa ra mô hình và dữ liệu trực quan phù hợp cho từng sản phẩm sản xuất, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất (Gubbi, 2013). Do vậy, có thể đề xuất giả thuyết H8:

Giả thuyết H8: Trực quan số hóa có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp.



Hình 1: Mối quan hệ giữa nhà máy thông minh và hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu vận dụng các phương pháp:

3.1. Phương pháp nghiên cứu định tính: được thực hiện bằng kỹ thuật thảo luận nhóm tập trung với 2 nhóm. Trong đó, nhóm 1 gồm 9 kỹ sư và nhóm 2 gồm 6 nhà quản lý sản xuất đang làm việc toàn thời gian tại công ty Bosch Việt Nam, theo dàn bài thảo luận do tác giả xây dựng, nhằm vừa khám phá, vừa khẳng định các yếu tố của nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất, đồng thời phát triển thang đo những yếu tố này.

Nội dung thảo luận tập trung vào hai vấn đề chính: các yếu tố nào thuộc nhà máy thông minh có ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp, và các biến đo lường các yếu tố đó cũng như đo lường hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp. Trình tự cuộc thảo luận như sau: nêu mục đích buổi thảo luận; giải thích về hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp; tiến hành thảo luận về mối quan hệ giữa nhà máy thông minh và hiệu quả sản xuất; chọn ra những thành phần của nhà máy thông minh được đa số thành viên trong nhóm tán thành và thảo luận về các biến quan sát sử dụng để đo lường các thành phần này; gợi ý 8 thành phần của nhà máy thông minh kế thừa từ mô hình của Lalic và cộng sự (2017) với nhóm thảo luận, sau đó ghi nhận lại những thành phần của nhà máy thông

minh được đa số ý kiến thống nhất. Tiếp tục gọi ý thang đo các thành phần này và ghi nhận theo ý kiến đồng ý của số đông.

Khi thảo luận với hai nhóm nói trên, các thành viên đã đưa ra nhiều ý kiến đa dạng theo nhiều hướng khác nhau, nhưng sau khi trao đổi và thảo luận thì tất cả thành viên đều đồng ý hầu hết tập trung vào 8 yếu tố của nhà máy thông minh theo đề xuất ban đầu (hình 1), đồng thời phát triển thang đo các thành phần này (thang đo Likert 5 bậc từ 1÷5; 1 là hoàn toàn không đồng ý; 5 là hoàn toàn đồng ý) gồm 53 biến quan sát. Trong đó:

- Thang đo *Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất*, ký hiệu PP, gồm 7 biến quan sát được phát triển dựa vào thang đo của Gable và cộng sự (2008).

PP1: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất là phần mềm có hiệu quả chi phí.

PP2: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất giúp giảm chi phí nhân công.

PP3: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất giúp giảm chi phí tồn kho, quản lý.

PP4: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất giúp tăng năng suất nhà máy.

PP5: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất giúp tăng sản lượng.

PP6: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất giúp tăng khả năng quản lý khối lượng lớn các giao dịch hoạt động sản xuất kinh doanh.

PP7: Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất giúp cải thiện các quy trình sản xuất kinh doanh.

- Thang đo *Hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực*, ký hiệu RT, gồm 8 biến quan sát được phát triển dựa vào thang đo của Gable và cộng sự (2008).

RT1: Hệ thống SAP luôn sẵn sàng cung cấp thông tin.

RT2: Hệ thống SAP cung cấp thông tin chính xác với nhu cầu.

RT3: Thông tin cần thiết từ hệ thống SAP thì luôn luôn sẵn sàng.

RT4: Thông tin từ hệ thống SAP được thiết kế với định dạng có thể sử dụng dễ dàng.

RT5: Thông tin từ hệ thống SAP thì dễ hiểu.

RT6: Thông tin từ hệ thống SAP thì dễ đọc, rõ ràng, được định dạng chuyên nghiệp.

RT7: Thông tin từ hệ thống SAP thì ngắn gọn, đầy đủ.

RT8: Thông tin từ hệ thống SAP thì luôn luôn đúng với thực tế.

- Thang đo *Trao đổi dữ liệu sản phẩm/quy trình*, ký hiệu DE, gồm 5 biến quan sát được phát triển dựa vào thang đo của Sundram (2016).

DE1: Thông tin được trao đổi giữa nhà máy với nhà cung cấp và khách hàng luôn đúng lúc.

DE2: Thông tin được trao đổi giữa nhà máy với nhà cung cấp và khách hàng luôn chính xác.

DE3: Thông tin được trao đổi giữa nhà máy với nhà cung cấp và khách hàng luôn trọn vẹn.

DE4: Thông tin được trao đổi giữa nhà máy với nhà cung cấp và khách hàng luôn đầy đủ.

DE5: Thông tin được trao đổi giữa nhà máy với nhà cung cấp và khách hàng luôn tin cậy.

- Thang đo *Hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ*, ký hiệu IL, gồm 8 biến quan sát được phát triển dựa vào thang đo của Huang (2012).

IL1: Hệ thống nhận dạng RFID giúp giao nhận hàng hóa nhanh và chính xác.

IL2: Hệ thống nhận dạng RFID giúp giao nhận hàng hóa đúng lúc.

IL3: Hệ thống nhận dạng RFID giúp đáp ứng các nhu cầu của khách hàng nội bộ một cách linh hoạt.

IL4: Hệ thống nhận dạng RFID giúp phục vụ khách hàng nội bộ tốt hơn.

IL5: Hệ thống nhận dạng RFID giúp cải thiện giải quyết phàn nàn của khách hàng nội bộ.

IL6: Hệ thống nhận dạng RFID giúp giảm hư hại hàng hóa và tỷ lệ tổn thất.

IL7: Hệ thống nhận dạng RFID hỗ trợ truy vết khi có phàn nàn từ khách hàng.

IL8: Hệ thống nhận dạng RFID giúp khả năng thu hồi hàng hóa nhanh chóng.

- Thang đo *Các thiết bị có lập trình và chuyển giao*, ký hiệu DP, gồm 6 biến quan sát được phát triển dựa vào thang đo của Chang và cộng sự (2008).

DP1: Hệ thống truyền dữ liệu vô tuyến giữa các máy móc, thiết bị thì phức tạp.

DP2: Sự kết nối giữa máy móc thiết bị vô tuyến và dữ liệu công ty là quan trọng.

DP3: Việc áp dụng truyền dữ liệu vô tuyến giữa các máy móc thiết bị giúp giảm chi phí nhân công và sản phẩm lỗi.

DP4: Việc áp dụng truyền dữ liệu vô tuyến giữa các máy móc thiết bị giúp giảm sự phức tạp của các qui trình vận hành.

DP5: Chất lượng của việc truyền dữ liệu vô tuyến giữa các thiết bị là quan trọng.

DP6: Việc thành lập một tiêu chuẩn cho việc truyền dữ liệu giữa các máy móc thiết bị là quan trọng.

- Thang đo *Hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm*, ký hiệu PL, gồm 7 biến quan sát được phát triển dựa vào thang đo của Batenburg và cộng sự (2005).

PL1: Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm được sử dụng trong công ty.

PL2: Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm được tích hợp với các hệ thống thông tin khác.

PL3: Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm bao gồm chức năng quản lý cấu trúc sản phẩm.

PL4: Quá trình quản lý vòng đời sản phẩm được thực hiện tự động.

PL5: Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm bao gồm chức năng quản lý tài liệu.

PL6: Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm dựa phù hợp với tiêu chuẩn của sản phẩm.

PL7: Phần mềm quản lý vòng đời sản phẩm bao gồm chức năng quản lý sự thay đổi của sản phẩm.

- Thang đo *Các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn*, ký hiệu MM, gồm 6 biến quan sát được phát triển từ thang đo của Brooke (1996).

MM1: Tôi muốn sử dụng hệ thống tương tác người-máy thường xuyên.

MM2: Tôi thấy hệ thống tương tác người-máy thì dễ sử dụng.

MM3: Tôi cần đào tạo để có thể sử dụng hệ thống tương tác người-máy.

MM4: Các chức năng khác nhau của hệ thống được tích hợp rất tốt.

MM5: Nhân viên có thể học hệ thống này rất nhanh chóng.

MM6: Tôi thấy rất tự tin trong việc sử dụng hệ thống này.

- Thang đo *Trực quan số hóa*, ký hiệu DV, gồm 6 biến quan sát được phát triển từ thang đo của Iskandaryan (2018).

DV1: Tất cả hệ thống trong nhà máy đều trực quan, dễ hiểu.

DV2: Hệ thống hướng dẫn chi tiết, rõ ràng giúp tôi thực hiện tốt công việc của mình.

DV3: Hệ thống hiển thị đồ thị, số liệu rõ ràng giúp tôi hiểu rõ công việc của mình.

DV4: Nói chung, dữ liệu được hiển thị rõ ràng giúp tôi thực hiện tốt công việc của mình.

DV5: Hệ thống trực quan giúp tôi giúp tôi làm việc hiệu quả hơn.

DV6: Hệ thống trực quan sẽ giúp tiết kiệm thời gian trong quá trình làm việc.

- Thang đo *Hiệu quả sản xuất*, ký hiệu HQ, gồm 6 biến quan sát được phát triển từ thang đo của Jain (2014).

HQ1: Nhà máy sản xuất và phân phối sản phẩm với chi phí thấp.

HQ2: Nhà máy sản xuất sản phẩm chất lượng cao và hiệu quả.

HQ3: Nhà máy sản xuất sản phẩm đáp ứng được kế hoạch giao hàng và nhu cầu khách hàng một cách tin cậy.

HQ4: Nhà máy đáp ứng nhanh chóng các đơn hàng của khách hàng.

HQ5: Nhà máy đáp ứng nhanh chóng sự thay đổi loại sản phẩm của khách hàng.

HQ6: Nhà máy đáp ứng nhanh chóng sự thay đổi số lượng đơn hàng.

3.2 Phương pháp nghiên cứu định lượng: được thực hiện nhằm đánh giá độ tin cậy (giá trị hội tụ và phân biệt) thang đo các yếu tố của nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất; kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu.

Nghiên cứu định lượng được thực hiện qua các bước:

(i) Thu thập dữ liệu nghiên cứu bằng bảng câu hỏi phỏng vấn, theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện 450 nhân viên hiện đang làm việc trong các bộ phận sản xuất; kỹ thuật và chuỗi cung ứng tại công ty Bosch Việt Nam.

(ii) Đánh giá sơ bộ độ tin cậy và giá trị của thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA) thông qua phần mềm SPSS 20.0. nhằm đánh giá độ tin cậy của các thang đo, qua đó loại bỏ các biến quan sát không đạt độ tin cậy, giá trị hội tụ và phân biệt; đồng thời tái cấu trúc các biến quan sát còn lại vào các thành phần đo lường phù hợp, đặt cơ sở cho việc hiệu chỉnh mô hình và các giả thuyết nghiên cứu.

(iii) Phân tích hồi qui nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu, các giả thuyết nghiên cứu và định vị tầm quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng.

4. Kết quả nghiên cứu

Cuộc khảo sát được thực hiện thông qua việc phát trực tiếp bảng câu hỏi bằng giấy đến đáp viên. Đối tượng khảo sát là các kỹ sư sản xuất, kỹ thuật viên và nhà quản lý sản xuất, những người làm việc trực tiếp, hiểu và đánh giá được hoạt động của nhà máy thông minh và hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp. Có 450 bảng câu hỏi đã được phát ra và số lượng phản hồi là 436 phiếu hợp lệ được sử dụng để phân tích. Bảng 1 thể hiện cơ cấu của mẫu khảo sát.

Bảng 1: Mô tả mẫu khảo sát

Chỉ tiêu	Số lượng khảo sát	Tỷ lệ (%)	Chỉ tiêu	Số lượng khảo sát	Tỷ lệ (%)
Giới tính			Bộ phận làm việc		
Nam	335	76,8	Kỹ thuật	78	17,9
Nữ	101	23,2	Sản xuất	283	64,9
Độ tuổi			Chất lượng	75	17,2
≥ 18 – 25 tuổi	89	20,4	Vị trí công tác		
≥ 26 – 35 tuổi	277	63,5	Kỹ sư sản xuất	95	21,8
> 35 tuổi	70	16,1	Kỹ thuật viên	264	60,6
Trình độ học vấn			Nhà quản lý sản xuất	77	17,7
Dưới đại học	95	21,8	Kinh nghiệm		
Đại học	266	61,0	< 3 năm	87	20,0
Trên đại học	75	17,2	≥ 3 – 10 năm	269	61,7
			> 10 năm	80	18,3

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Kết quả Cronbach's alpha (bảng 2) cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy (thấp nhất là thang đo trực quan số hóa $\alpha = 0,836$; cao nhất là thang đo hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ với $\alpha = 0,897$).

Bảng 2: Kết quả đánh giá sơ bộ các thang đo bằng Cronbach's alpha

TT	Thang đo	Ký hiệu	Số biến quan sát	Conbach alpha	Hệ số tương quan biến tổng bé nhất
1	Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất	PP	7	0,859	0,503
2	Hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực	RT	8	0,883	0,572
3	Trao đổi dữ liệu sản phẩm/quy trình	DE	5	0,866	0,649
4	Hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ	IL	8	0,897	0,604
5	Các thiết bị có lập trình và chuyển giao	DP	6	0,855	0,526
6	Hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm	PL	7	0,842	0,539
7	Các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn	MM	6	0,869	0,558
8	Trực quan số hóa	DV	6	0,836	0,539
9	Hiệu quả sản xuất	HQ	6	0,806	0,465

Nguồn: *Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả*

Kết quả EFA thang đo các yếu tố của nhà máy thông minh và thang đo hiệu quả sản xuất bằng phương pháp trích Principal components analysis với phép quay Promax cho thấy, chỉ số KMO=0,818 với mức ý nghĩa sig=0,000, đồng thời 53 biến quan sát được rút trích vào 8 nhân tố giữ nguyên gốc tại Eigenvalue là 1,962 với tổng phương sai trích =58,291% (bảng 3). Chứng tỏ dữ liệu EFA thang đo các yếu tố nhà máy thông minh và thang đo hiệu quả sản xuất là phù hợp và kết quả EFA là đáng tin cậy.

Bảng 3: Kết quả EEA thang đo các thành phần

TT	Nhân tố	Ký hiệu	Số biến quan sát	Hệ số tải bé nhất	Giá trị Eigenvalue	Phương sai trích
1	Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất	PP	7	0,625	7,033	13,270
2	Hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực	RT	8	0,663	4,832	22,387
3	Trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình	DE	5	0,753	4,055	30,038
4	Hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ	IL	8	0,657	3,880	37,360
5	Các thiết bị có lập trình và chuyên giao	DP	6	0,645	3,760	44,454
6	Hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm	PL	7	0,669	3,084	50,272
7	Các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn	MM	6	0,676	2,288	54,589
8	Trực quan số hóa	DV	6	0,568	1,962	58,291

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Kết quả kiểm tra hệ số tương quan Spearman's Rho cho thấy, tương quan giữa các yếu tố nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất với nhau dao động từ 0,432 - 0,617; tương quan giữa các thành phần này với hiệu quả sản xuất dao động từ 0,109 - 0,568. Điều này cho thấy, ít có khả năng xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến, đồng thời chứng tỏ các yếu tố đề xuất trong mô hình lý thuyết có nhiều khả năng giải thích cho hiệu quả sản xuất.

Kết quả phân tích hồi qui thu được: $R^2=0,706$; R^2 điều chỉnh= $0,701$; giá trị kiểm định $F =128,377$ và có ý nghĩa thống kê ($Sig =0,000$). Chứng tỏ, mô hình hồi quy được dự đoán phù hợp với dữ liệu nghiên cứu và giải thích được 70,1% biến thiên của hiệu quả sản xuất.

Bảng 4: Các thông số thống kê của mô hình hồi qui

Mô hình	Hệ số hồi qui chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi qui chuẩn hóa	Giá trị kiểm định t	Mức ý nghĩa a	Thông kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn của sai số	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai
Hằng số	-4,284	0,331		-12,934	0,000		
PP	0,276	0,027	0,279	10,314	0,000	0,941	1,063
RT	0,286	0,026	0,298	10,985	0,000	0,937	1,067
DE	0,233	0,045	0,151	5,149	0,000	0,805	1,243
IL	0,201	0,046	0,122	4,369	0,000	0,886	1,129
DP	0,295	0,047	0,180	6,283	0,000	0,841	1,190
PL	0,485	0,027	0,489	18,115	0,000	0,946	1,057
MM	0,200	0,046	0,115	4,367	0,000	0,988	1,013
DV	0,166	0,050	0,102	3,321	0,001	0,733	1,365

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Kết quả phân tích hồi qui thu được: $R^2=0,706$; R^2 điều chỉnh= $0,701$; giá trị kiểm định F = $128,377$ và có ý nghĩa thống kê (Sig = $0,000$); các giá trị B và Beta đều dương, đồng thời các giá trị kiểm định t đều có ý nghĩa thống kê (bảng 4). Điều này chứng tỏ các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8 đều được chấp nhận.

Kết quả kiểm tra các vi phạm giả định của mô hình hồi qui (có liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc; phương sai của sai số không đổi; phần dư có phân phối chuẩn và không có tương quan giữa chúng; không có hiện tượng đa cộng tuyến) cho thấy các giả định này đều không bị vi phạm. Vì thế, mô hình hồi qui và các giả thuyết nghiên cứu được kiểm định trên đây được chấp nhận.

Như vậy, kết quả của nghiên cứu này cũng tương đồng với các nghiên cứu trước như của Lalic và cộng sự (2017); Marjanovic và cộng sự (2017); Medic và cộng sự (2018) và nhiều nghiên cứu khác. Đó là phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất; hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực; trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình; hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ; các thiết bị có lập trình và chuyển giao; hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm; các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn và trực

quan số hóa, là những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất của công ty Bosch. Tuy nhiên, tương quan về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố này có sự thay đổi. Đó là, trong khi hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm, hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực, phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất, và các thiết bị có lập trình và chuyển giao, có ảnh hưởng mạnh nhất (Beta lần lượt là 0,489; 0,298; 0,279 và 0,180), thì trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình, hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ, các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn và trực quan số hóa, chỉ tác động thứ yếu đến hiệu quả sản xuất (Beta lần lượt là 0,151; 0,122; 0,115 và 0,102).

Thảo luận với nhóm nhà quản lý đã tham gia nghiên cứu định tính, các ý kiến đều cho rằng kết quả nghiên cứu này là phù hợp với thực tiễn vận dụng và triển khai nhà máy thông minh đang diễn ra tại công ty Bosch Việt Nam hiện nay, với các lý do:

Thứ nhất, quản lý vòng đời sản phẩm ngày càng quan trọng đối với các doanh nghiệp đang hoạt động kinh doanh trong thị trường ngày càng năng động và cạnh tranh. Công ty rất quan tâm đến việc tạo ra dữ liệu sản xuất, lưu trữ, truyền tải và sử dụng chúng để các liên kết trong chuỗi sản xuất được kết nối hiệu quả nhằm làm giảm thời gian chu kỳ sản xuất và phát triển sản phẩm, tối ưu hóa quy trình lắp ráp, tăng sản lượng và thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng.

Thứ hai, hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực là một yếu tố quan trọng đối với doanh nghiệp. Hệ thống này giúp doanh nghiệp phản ứng nhanh với các vấn đề phát sinh trong quá trình sản xuất một cách hiệu quả, tối ưu các nguồn lực và đáp ứng kịp thời nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường. Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ nhận dạng bằng sóng vô tuyến (RFID) cho phép nhà máy tạo ra môi trường sản xuất thông minh mà ở đó mọi thông tin được thu thập và chia sẻ theo thời gian thực, từ đó giúp các nhà quản lý đưa ra những quyết định phù hợp đối với các hoạt động liên quan đến sản xuất một cách nhanh chóng, đồng thời đưa ra được một mô hình vận hành tối ưu cho từng yêu cầu cụ thể của khách hàng, từ đó góp phần cải thiện hiệu quả sản xuất.

Thứ ba, phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất là một hệ thống tích hợp nhiều chức năng giúp doanh nghiệp hoạch định nguồn lực một cách hiệu quả, tiết kiệm chi phí và nhân lực. Ngoài ra, hệ thống này cũng giúp rút ngắn đáng kể các thủ tục, tăng năng suất, tiêu chuẩn hóa qui trình góp phần làm tăng hiệu quả sản xuất.

Thứ tư, các thiết bị có lập trình và chuyển giao nhau giúp doanh nghiệp tăng tính linh động trong sản xuất. Các bộ phận có thể tháo ráp dễ dàng sẽ cho phép doanh nghiệp lựa chọn phương án sản xuất tối ưu nhất cho từng loại sản phẩm. Ngoài ra, các bộ phận rời của máy có thể bảo trì từng phần mà không phải dừng toàn bộ dây chuyền sản xuất, giúp giảm đáng kể thời gian bảo trì máy móc.

Thứ năm, trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình với khách hàng và nhà cung cấp sẽ tạo kênh trao đổi thông tin hiệu quả, mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp như: giảm tồn kho, giảm chi phí, tăng khả năng dự đoán những vấn đề bất ổn phát sinh, tăng hiệu quả sản xuất và đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của khách hàng (Lotfi, 2013; Mourtzis, 2011).

Thứ sáu, hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ sẽ giúp cho nhà máy tinh gọn, tồn kho được giữ ở mức thấp mặc dù có đa dạng vật tư, thành phẩm. Chuỗi cung ứng nội bộ được quản lý bằng phương pháp Kanban đảm bảo đúng số lượng, đúng thời điểm và đúng chất lượng. Hệ thống chuỗi cung ứng nội bộ sẽ giúp giảm tồn kho, giảm vận chuyển không cần thiết, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất.

Thứ bảy, các kỹ thuật tương tác người – máy trong nhà máy thông minh phải đảm bảo an toàn vì các robot và máy móc làm việc chung với con người, ví dụ, các robot phải nhận biết vị trí của con người và xác định được khoảng cách an toàn. Khi an toàn được đảm bảo sẽ làm tăng hiệu suất vận hành của robot và con người, đồng thời con người và robot chia sẻ không gian làm việc, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất.

Thứ tám, trực quan số hóa sẽ giúp cho nhân viên hiểu được chính xác vấn đề và quyết định chuẩn xác trong quá trình sản xuất, từ đó giúp tối ưu hóa các nguồn lực, giảm thời gian và các hoạt động không cần thiết. Ngoài ra còn có thể giúp nhân viên phát hiện ra những thông tin mới giúp cải thiện hệ thống ngày càng tốt hơn.

5. Hàm ý rút ra từ kết quả nghiên cứu

Trên cơ sở tổng kết các lý thuyết nền tảng của nhà máy thông minh và hiệu quả sản xuất, nhóm tác giả đề xuất mô hình các yếu tố của nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất gồm 8 thành phần: hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm; hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực; phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất; các thiết bị có lập trình và chuyên giao; trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình; hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ; các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn và trực quan số hóa. Kết quả phân tích hồi qui dữ liệu khảo sát từ 436 nhân viên của công ty Bosch cho thấy, cả 8 yếu tố của nhà máy thông minh đều có ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất được sắp xếp theo thứ tự mức độ ảnh hưởng giảm dần là: hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm (Beta=0,489); hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực (Beta=0,298); phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất (Beta=0,279); các thiết bị có lập trình và chuyên giao (Beta=0,180); trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình (0,151); hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ (Beta=0,122); các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn (Beta=0,115); trực quan số hóa (Beta=0,102) và chưa tìm thấy có sự khác nhau về việc đánh giá hiệu quả sản xuất theo các đặc điểm cá nhân của nhân viên.

Đối chứng với thực tiễn, kết quả của nghiên cứu này cho thấy các chính sách và chiến lược đầu tư của công ty Bosch Việt Nam dường như chưa xuất phát từ các yếu tố của nhà máy thông minh ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất và nguồn lực đầu tư còn hạn chế, dẫn đến giá trị thực trạng của 6 trong số 8 yếu tố này mới chỉ đạt ở trên mức trung bình và chưa tương thích với mức độ quan trọng của chúng (bảng 5). Do vậy, từ kết quả của nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị như sau:

Thứ nhất, trong hoạch định chiến lược phát triển, công ty cần xác định nhà máy thông minh sẽ giúp cho hệ thống sản xuất trở nên thông minh, linh hoạt, tối ưu và hiệu quả, từ đó nâng cao hiệu quả sản xuất, giảm chi phí sản xuất và đáp ứng nhu cầu khách hàng một cách tốt nhất và nhanh chóng.

Thứ hai, với hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm, công ty cần tập trung vào quản lý nhà cung cấp vì sự biến động liên tục của thị trường và cạnh tranh ngày càng gay gắt đòi hỏi sự liên kết và quản lý chặt chẽ hơn nữa các nhà cung cấp trong quá trình phát triển sản phẩm. Ngoài ra, cần phải minh bạch hóa toàn bộ các hoạt động chuỗi cung ứng và hoạch định nhu cầu để phản ứng nhanh với các nhu cầu của khách hàng luôn thay đổi trên thị trường, điều này sẽ làm tăng năng suất và giảm thiểu rủi ro.

Bảng 5: Mức độ quan trọng và giá trị trung bình các yếu tố của nhà máy thông minh

TT	Nhân tố	Ký hiệu	Số biến quan sát	Mức độ quan trọng	Giá trị Trung bình (Mean)
1	Phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất	PP	7	0,279	3.3041
2	Hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực	RT	8	0,298	3.3016
3	Trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình	DE	5	0,151	3.7197
4	Hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ	IL	8	0,122	4.0235
5	Các thiết bị có lập trình và chuyển giao	DP	6	0,180	4.0187
6	Hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm	PL	7	0,489	3.6737
7	Các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn	MM	6	0,115	3.8761
8	Trực quan số hóa	DV	6	0,102	3.8616

Nguồn: *Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả*

Thứ ba, hệ thống kiểm soát sản xuất theo thời gian thực nhờ vào công nghệ nhận dạng bằng sóng vô tuyến, do vậy công ty nên trang bị các thiết bị di động thông minh để hỗ trợ cho nhân viên vận hành máy móc thiết bị có thể thu thập và chia sẻ thông tin tức thời.

Thứ tư, phần mềm lập kế hoạch và điều độ sản xuất đóng vai trò điều phối mọi hoạt động của nhà máy. Do vậy, để tối ưu mọi nguồn lực, thì nhà máy nên sử dụng một phần mềm hệ thống nhằm tăng cường khả năng trao đổi thông tin của tất cả các thành phần thuộc chuỗi cung ứng; thông tin phải luôn có sẵn và được cung cấp đầy đủ đáp ứng từng yêu cầu cụ thể, từ đó sẽ giúp các nhà quản lý đưa ra những quyết định chính xác và nhanh chóng.

Thứ năm, các thiết bị được lập trình và chuyển giao nên được cải tiến theo công nghệ mới nhất có tích hợp công nghệ nhận dạng bằng sóng vô tuyến. Cần kết hợp với các Trường Đại học để nắm bắt các tiêu chuẩn vận hành của truyền dữ liệu, đồng thời tích cực tuyển dụng và đào tạo nhân viên có kiến thức và kỹ năng vận hành công nghệ này.

Thứ sáu, trao đổi dữ liệu sản phẩm/qui trình với khách hàng và nhà cung cấp là yếu tố rất quan trọng. Công ty nên có một đội ngũ chuyên nghiệp chăm sóc khách hàng và nhà cung cấp, luôn luôn xem họ là một phần quan trọng trong chuỗi cung ứng, đồng thời phối hợp với họ để chia sẻ thông tin liên quan theo một tiêu chuẩn được thống nhất.

Thứ bảy, hệ thống tự động và quản lý logistics nội bộ, công ty cần có một nhà kho với các trang thiết bị thông minh, trong đó các kệ hàng và hàng hóa đều có dữ liệu và được chia sẻ với hệ thống hoạch định nguồn lực của doanh nghiệp. Áp dụng công nghệ nhận dạng bằng sóng vô tuyến (RFID) trong mọi hoạt động nhằm giúp cho việc truyền dữ liệu được hiệu quả và nhanh chóng. Song song với việc trang bị các nguồn lực này, công ty nên đào tạo cho nhân viên kỹ năng vận hành thành thạo các công cụ này.

Thứ tám, các kỹ thuật tương tác người – máy an toàn là rất quan trọng vì nó đảm bảo an toàn cho nhân viên và cải thiện hiệu quả sản xuất rõ rệt khi an toàn được đảm bảo. Nhà máy phải đặt vấn đề an toàn cho nhân viên lên hàng đầu, tất cả các máy móc thiết bị và robot tự động luôn được tích hợp công nghệ nhận dạng con người để đảm bảo an toàn cho nhân viên vận hành và máy móc trong môi trường làm việc chung. Ngoài ra, cần phải xây dựng hệ thống kiểm soát dữ liệu và thông tin; và phân cấp quyền hạn truy xuất dữ liệu.

Thứ chín, trực quan số hóa là giao diện chia sẻ thông tin, tình trạng của máy móc, tình hình sản xuất, giúp cho tất cả mọi người đều hiểu chính xác công việc họ phải làm, cách xử lý vấn đề xảy ra, cập nhật dữ liệu hệ thống. Vì vậy, công ty nên thiết kế những giao diện chuyên nghiệp để cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác và kịp thời cho nhân viên vận hành cũng như nhà quản lý.

Cuối cùng, nghiên cứu này cũng còn hạn chế. Đó là nghiên cứu mới chỉ kiểm định tại công ty Bosch Việt Nam; mẫu nghiên cứu được chọn bằng phương pháp lấy mẫu

thuận tiện. Do vậy, cần có những nghiên cứu tiếp theo thực hiện khảo sát ở nhiều công ty khác, trong nhiều lĩnh vực khác nhau để gia tăng tính tổng quát hóa của kết quả nghiên cứu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Drath, R., & Horch, A. (2014). Industrie 4.0 – Hit or Hype? *IEEE Industrial Electronics Magazine*, Vol. 8, No. 2 pp. 56–58.
2. Gorecky, D., Khamis, M. & Mura, K. (2015). Introduction and establishment of virtual training in the factory of the future. *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, Vol. 30, No. 1 pp. 182–190.
3. Henriksen, S.M. (2017). Collaborative robots – a process technology strategy to enable Leagile Manufacturing. *Scientific Theory and Methods*, Norwegian University of Science and Technology.
4. Hidayat, R. & Akhmad, S. (2016). Effects of the enterprise resource planning (ERP) on competitive advantage and performance of manufacturing firms. *Journal of Engineering and Applied Sciences*, Vol. 11, No. 10 pp. 2298–2303.
5. Hill, C.A. & Scudder, G.D. (2002). Integrated data model and structure for the asset administration shell in industrie 4.0. *Journal of Operations Management*, Vol. 20, pp. 375–387.
6. Ivanov, D., Dolgui, A., Sokolov, B., Werner, F. & Ivanova, M. (2016). A dynamic model and an algorithm for shortterm supply chain scheduling in the smart factory industry 4.0. *International Journal of Production Research*, Vol. 54, No. 2, pp. 386–402.
7. Jain, P.K. & Mittal, K.K. (2014). An overview of performance measures in reconfigurable manufacturing system. *Procedia Engineering*, Vol. 69, pp. 1125–1129.
8. Kang, H.S., Lee, J.Y., Choi, S.S., Kim, H., Park, J.H., Son, J.Y., Kim, B.H. & Noh, S.D. (2016). Smart manufacturing: past research, present findings, and future directions. *International Journal of Precision Engineering and Manufacturing-green Technology*, Vol. 3, No. 1, pp. 111–128.
9. Khalid, A., Kirisci, P., Ghrairi, Z. & Pannek, J. (2016). *Safety Requirements in Collaborative Human Robot Cyber Physical Systems*. Springer. Proc. of the 5th Int. Conf. on Dynamics in Logistics.
10. Lalic, B., Majstorovic, V., Marjanovic, U., Delic, M. & Tasic, N. (2017). The Effect of Industry 4.0 Concepts and E-learning on Manufacturing Firm Performance: Evidence from Transitional Economy. *International Federation for Information Processing*, Vol. 513, pp. 298–305.
11. Lasi, H., Kemper, H.G., Fetteke, P., Feld, T. & Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. *Business & Information Systems Engineering*, Vol. 56, No. 4, pp. 261–264.

12. Lee, J. (2015). Smart Factory Systems. *Informatik Spektrum*, Vol. 38, No. 3, pp. 230–235.
13. Li, Y., Thai, M.T. & Wu, W. (2008). *Wireless Sensor Networks and Applications*. Springer, Boston, USA.
14. Lucke, D., Constantinescu, C. & Westkamper, E. (2008). *Smart Factory - A Step towards the Next Generation of Manufacturing*. Manufacturing Systems and Technologies for the New Frontier, Springer, London.
15. Marjanovic, U., Delic, M. & Tasic, N. (2017). Industry 4.0: Evidence from Transitional Economy. *International Federation for Information Processing*, Vol. 513, pp. 298–305.
16. Medic, N., Prester, J., Marjanovic, U. & Palcic, I. (2018). *Evaluation of advanced digital technologies in manufacturing companies: Hybrid fuzzy MCDM approach*. Conference: 25th International EurOMA ConferenceAt: Budapest, Hungary.
17. Mzoughi, N., Bahri, N. & Ghachem, M.S. (2014). Impact of supply chain management and erp on organizational performance and competitive advantage: case of Tunisian companies. *Journal of Global Information Technology Management*, Vol. 11, No. 3, pp. 24–46.
18. Porter, L.W., Dalton, D.R., Todor, W.D., Spendolini, M.J. & Fielding, G.J. (1980). Organization structure and performance - a critical review. *Academy of Management Review*, Vol. 5, No. 1, pp. 49–64.
19. Paul, W. (2014). Cyber-physical product manufacturing. *Manufacturing Letters*, Vol. 2, No. 2, pp. 49–53.
20. Saldivar, A.A.F., Li, Y., Chen, W., Zhan, Z., Zhang, J. & Chen, L.Y. (2015). *Industry 4.0 with cyber-physical integration: a design and manufacture perspective*. Conference: the 21st International Conference on Automation & Computing, Glasgow, UK.
21. Schuh, G., Potente, T., Wesch-Potente, C., Weber, A.R. & Prote, J.P. (2014). Collaboration mechanisms to increase productivity in the context of industrie 4.0. *Robust Manufacturing Conference (RoMaC 2014) Bremen*, Vol. 19, pp. 51–56.
22. Shariatzadeh, N., Lundholm, T., Lindberg, L. & Sivard, G. (2016). Integration of digital factory with smart factory based on Internet of Things. *Procedia CIRP*, Vol. 50, pp. 512–517.
23. Stadtler, H. (2008). *Supply chain management and advanced planning - concepts, models, software, and case studies*. Springer Verlag, New York, USA.
24. Stark, J. (2004). *Product Lifecycle Management – 21st Century Paradigm for Product Realisation*. Springer. Decision Engineering Series.
25. Strozzi, F., Colicchia, C., Creazza, A. & Noe, C. (2017). Literature review on the ‘Smart Factory’ concept using bibliometric tools. *International Journal of Production Research*, Vol. 55, No. 22, pp. 6572-6591.

26. Taj, S. & Morosan, C. (2010). The impact of lean operations on the Chinese manufacturing performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 22, No. 2, pp. 223-240.
27. Tantik, E. & Anderl, R. (2017). Integrated data model and structure for the asset administration shell in industrie 4.0. *Procedia CIRP*, Vol. 60, No. 3, pp. 86–91.
28. Thoben, K.D., Wuest, T. & Wiesner, S.A. (2017). Industrie 4.0 and smart manufacturing – a review of research issues and application examples. *International Journal of Automation Technology*, Vol. 11, No. 1, pp. 4–16.
29. Wang, S., Wan, J., Zhang, D., Li, D. & Zhang, C. (2016). Towards smart factory for industry 4.0: a self-organized multi agent system with big data base d feedback and coordination. *Computer Networks*, Vol. 101, pp. 158–168.
30. Weyer, S., Schmitt, M., Ohmer, M. & Gorecky, D. (2015). Towards Industry 4.0 - Standardization as the crucial challenge for highly modular, multi-vendor production systems. *International Federation of Automatic Control*, Vol. 48, No. 3, pp. 579–584.
31. Zhong, R.Y., Li, Z., Pang, L.Y., Pan, Y., Qu, T. & Huang, G.Q. (2013). RFID-enabled real-time advanced planning and scheduling shell for production decision making. *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, Vol. 26, No. 7, pp. 649–662.
32. Zhong, R.Y., Xu, X. & Wang, L. (2017). IoT-enabled smart factory visibility and traceability using laserscanners. *Procedia Manufacturing*, Vol. 10, pp. 1–14.

FINTECH

ĐỒNG TIỀN ẢO BITCOIN

KHỦNG HOẢNG NIỀM TIN HAY CÁCH ĐỂ ĐỔI MỚI HỆ THỐNG TÀI CHÍNH

Dr. Nguyen Hoang Tien,
Thu Dau Mot University

Tóm tắt

Chúng ta hiện đang chứng kiến những sự thay đổi thú vị trong nền kinh tế. Kinh tế chia sẻ, crowdfunding, Internet of Things và các hiện tượng trước đây chưa được biết tới đang ngày càng trở nên rõ nét hơn trong đời sống kinh tế xã hội. Trong số các hiện tượng đó cần phải kể đến các cơ chế (hệ thống) thanh toán mang tính cách mạng như đồng tiền ảo và đồng tiền ảo hay được nhắc tới nhất đó chính là BITCOIN. Bài báo này phân tích các phương diện của hiện tượng này, tính đại chúng của loại hình thanh toán này và những rủi ro mang tính hệ thống đi kèm. Quan trọng hơn, bài viết sẽ một phần nào đó trả lời câu hỏi: „triển khai thanh toán bằng Bitcoin vào thực tiễn nền kinh tế là do khủng hoảng niềm tin đối với các cơ chế thanh toán hiện hành hay cách thức để các doanh nghiệp tự đổi mới nhằm nâng cao sức cạnh tranh hơn nữa”.

Từ khóa: đồng tiền ảo, hệ thống tài chính, khủng hoảng niềm tin, đổi mới sáng tạo

1. Hệ thống tài chính trong nền kinh tế

Hệ thống tài chính là cấu phần cần thiết của mỗi nền kinh tế, là khu vực năng động và đổi mới nhất trong đó. Chức năng cốt yếu của hệ thống tài chính bao gồm phân phối các nguồn lực cho các thành phần của nền kinh tế, điều tiết rủi ro trong nền kinh tế. Hệ thống tài chính hoạt động dựa trên sự quay vòng của đồng tiền, bởi chính nhờ đồng tiền các cơ quan tài chính bao gồm cả ngân hàng trung ương (NHTW) mới có thể tác động lên nền kinh tế. Nếu hệ thống tài chính thỏa mãn kỳ vọng của các chủ thể hoạt động trên thị trường sẽ ít có áp lực đòi thay đổi đối với hệ thống này. Việc xem xét lại tính hợp lý của hệ thống tài chính này được nhấn mạnh tại thời điểm khủng hoảng tài chính năm 2008. Các chủ thể tham gia hệ thống tài chính này đã chỉ trích mạnh mẽ các quy tắc hoạt động của nó. Chính phủ các quốc gia đã có những nỗ lực cứu vớt các cơ chế hoạt động hiện hành của nền kinh tế, đưa ra các gói cứu trợ khổng lồ nhằm ngăn các doanh nghiệp đang bên bờ vực phá sản, các tập đoàn lớn, các ngân hàng với lý do “họ quá lớn để có thể bị đổ vỡ” (*too big to fail*), đồng thời cũng diễn ra các quá trình tư hữu hóa các khoản lợi nhuận và quốc hữu hóa các khoản thua lỗ. Các diễn biến kể trên đã làm dấy lên sự kinh ngạc và bức xúc từ các bên, từ đó gây nên sự rạn nứt niềm tin của cộng đồng và các thành phần khác nhau trong xã hội đối với các định chế tài chính hiện hành.

Niềm tin đối với các chủ thể của hệ thống (định chế) tài chính không phải tự nhiên mà có được, nó cần phải được gây dựng từ từ. Niềm tin thực sự rất cần thiết để hệ thống tài chính này có thể vận hành hiệu quả. Nếu xã hội không tin tưởng hoặc thiếu niềm tin vào các chức năng cơ bản của các phương tiện thanh toán hiện hành theo quy định của pháp luật và tính phổ cập của chúng thì hệ thống tài chính như ngày nay ở phạm vi quốc gia lẫn quy mô toàn cầu khó có thể tồn tại. Đồng tiền chỉ có giá trị và thực hiện được chức năng của mình khi nó được chấp nhận lưu thông làm phương tiện cho các giao dịch hàng hóa.

2. Lịch sử đồng tiền

Theo nhiều nguồn tài liệu tham khảo, tiền như một phương tiện thanh toán đã xuất hiện lần đầu tiên trong lịch sử nhân loại dưới dạng hàng hóa, khi đó chúng ta nói nền kinh tế hàng đổi hàng (*barter economy*). Do những bất cập nhận thấy trong quá trình tồn tại, đến thế kỷ XVIII chỉ còn lại vàng và bạc được coi là tiền. Đặc trưng của loại tiền này là bản chất nó có giá trị được công nhận, cho phép tự định giá chính mình thông qua quy luật cung cầu. Tuy nhiên sau một thời gian tồn tại, với những bất cập nảy sinh, chính phủ các nước lại ban hành tiền giấy, tiền và dễ sử dụng hơn. Thế những sau hai lần thế chiến và các cuộc khủng hoảng tài chính thời đó, với mức lạm phát phi mã, chính phủ, doanh nghiệp và công dân các quốc gia tham gia thế chiến đã quay lưng với loại tiền giấy này. Sau thế chiến lần thứ II, kinh tế thế giới khôi phục đã phát triển và ngân hàng trung ương các quốc gia quay trở lại với việc ban hành đồng tiền riêng cho nền kinh tế của mình. Những tiến bộ và đổi mới công nghệ đã khiến cho các hệ thống thanh toán hiện đại phát triển và từ đó đồng tiền dưới dạng các con số trong tài khoản bắt đầu thay thế tiền giấy khi loại hình này ngày càng ít được các công dân trên thế giới sử dụng, đặc biệt là trong các giao dịch lớn. Nhu cầu thanh toán nhanh, mượn và trả nhanh đã cho ra đời hệ thống chuyển khoản điện tử và thẻ tín dụng. Đồng thời toàn cầu hóa cung cấp một phạm vi rộng lớn các dịch vụ và sản phẩm cho người tiêu dùng trên toàn thế giới đã trở thành nhân tố thúc đẩy sự ra đời của nhiều hệ thống thanh toán không tiền mặt (*cashless transactions*), bao gồm các hệ dựa trên Internet như: Paypal, WebMoney czy Moneygram. Thị trường dịch vụ thanh toán điện tử không ngừng phát triển và các dạng thanh toán linh hoạt và hấp dẫn xuất hiện càng nhiều. Thẻ tín dụng truyền thống bị thay thế bằng thẻ quẹt và các hình thức thanh toán di động. Các hệ thống thanh toán này có một đặc điểm chung: được quản lý tập trung dựa trên nền tảng vẫn là các loại tiền tệ truyền thống của thế giới là các ngoại tệ mạnh.

3. Đặc trưng của đồng tiền ảo

BITCOIN là một trong số hơn 6 ngàn hệ thống tiền tệ ảo trên toàn thế giới. BITCOIN là phiên bản tiền điện tử hoạt động dựa trên nguyên tắc *peer-to-peer*, tức là dựa trên giả thiết về sự bình đẳng của các đối tượng sử dụng hệ thống và không có cơ chế trung gian hoặc có thể tác động tới hành vi của các đối tượng sử dụng còn lại thông qua các quyết định cá nhân [9]. Tuy nhiên đồng tiền ảo không phải là phát minh của một vài năm trước đây. Hai thập kỷ lao động trí óc của hàng ngàn nhà nghiên cứu nặc danh trôi qua trước khi Satoshi Nakamoto thiết lập nên hệ thống thanh toán với các giao dịch không cần tới sự xác minh của các định chế tài chính hay các cơ quan nhà nước [9]. Sự đổi mới này là kết quả của quá trình nghiên cứu và phát triển của một số lĩnh vực khoa học, gồm cả khoa học về mật mã thay thế yếu tố niềm tin trong hệ thống này, lý thuyết trò chơi làm nền móng cho quá trình ra quyết định trong hệ thống bị phân tán. Chính sự phân tán này là đặc điểm quan trọng nhất của BITCOIN, bởi lẽ ở đây không tồn tại nhà phát hành có đầy đủ tư cách pháp nhân (như ngân hàng trung ương). Việc tạo ra những đơn vị tiền tệ BITCOIN mới được diễn ra theo thuật toán được thiết kế bởi nhà sáng lập hệ thống. Các BITCOIN mới xuất hiện trong lúc xác minh các khối giao dịch mới. Chỉ cần có máy tính để có thể tham gia vào quá trình này. Do quá trình xác minh sử dụng công suất tính toán của máy tính người sử dụng, điện năng và phần cứng, sau khi xác minh giao dịch trong khối người sử dụng sẽ nhận được phần thưởng dưới dạng những đồng BITCOIN mới. Do vậy, ai cũng có thể trở thành đối tượng thụ hưởng của các đồng tiền được phát hành, nếu việc cung cấp công suất tính toán góp phần vào các hoạt động chức năng của mạng lưới. Đặc điểm tạo nên sự khác biệt giữa đồng tiền ảo và các loại

tiền tệ truyền thống chính là tính chất giảm phát. Thuật toán bảo vệ BITCOIN trước lạm phát thông qua quy trình phát hành đặc thù những đồng tiền mới dựa trên chu kỳ ban phát phần thưởng nói trên và mức độ cung tương đối cố định trong ngắn hạn. Việc phát hành những đồng tiền mới sẽ bị ngưng lại khi đạt được con số 21 triệu đơn vị. Khi đó những đối tượng duy trì mạng lưới sẽ nhận được phần thưởng (thù lao) chỉ dưới dạng chi phí giao dịch tự nguyện (tồn tại cho đến nay) và mức giá của đồng tiền này sẽ được định đoạt bởi cung và cầu đối với số lượng đồng tiền hiện đang lưu hành. Đặc điểm quan trọng tiếp theo của BITCOIN đó là mức độ ẩn danh tương đối cao của các giao dịch. Địa chỉ ví điện tử được người sử dụng tự tạo ra và số lượng ví cũng không có giới hạn. Chuỗi các ký tự là ngẫu nhiên và được xác định theo cách phân tán. Các giao dịch giữa các ví điện tử, mặc dù được nhận diện và thông tin được công bố công khai, không liên quan đến những dữ liệu cá nhân cụ thể. Đối với đa số người sử dụng đây là cách đảm bảo tính ẩn danh trong thế giới với những cuộc tấn công liên tiếp vào sự riêng tư trong mạng Internet và ngay cả trong thế giới thực. Những đặc điểm được đề cập tới của các giao dịch BITCOIN có thể dẫn tới việc lạm dụng và sử dụng phi pháp dưới dạng chuyển khoản tiền từ những nguồn gốc không rõ ràng và cho các hoạt động buôn bán bất hợp pháp (hàng hóa và dịch vụ cấm). Cần phải nhấn mạnh rằng, trên thực tế các giao dịch BITCOIN không hoàn toàn ẩn danh. Nghiên cứu tính ẩn danh của các giao dịch thông qua sử dụng phương pháp heuristic cho thấy nếu biết được địa chỉ của ví điện tử của bên giao dịch thì có thể theo dõi các giao dịch được thực hiện từ ví đó và tất cả các luồng tiền khác thuộc chính chủ. Phân tích chuỗi các khối (*blockchain*) của BITCOIN được công khai, phân tích lịch sử tất cả các giao dịch với thông tin về các khóa cá nhân của người sử dụng, các nhà khoa học đã có thể xác định thành công sơ đồ của các giao dịch và tính ẩn danh hạn chế của BITCOIN. Yếu tố khác hạn chế tính ẩn danh là thời điểm tiếp xúc hệ thống BITCOIN với thế giới thực, ví dụ như khi muốn đổi BITCOIN thành tiền mặt, người sử dụng phải cung cấp số tài khoản ngân hàng kèm theo các dữ liệu cá nhân liên quan. Hiện tượng đồng BITCOIN vẫn đang là một thách thức nghiêm trọng đối với các cơ quan nhà nước và an ninh quốc gia. Lợi ích của BITCOIN chính là thời gian và chi phí giao dịch. Một số nguồn thống kê cho rằng giao dịch BITCOIN là miễn phí và được thực hiện theo thời gian thực (ngay lập tức). Tuy nhiên điều này chưa hẳn đã đúng. Vì rằng hệ thống này không được quản lý bởi bất kỳ một tổ chức hay quốc gia nào, chi phí sử dụng rất thấp, thậm chí là miễn phí so với trường hợp sử dụng các hệ thống thanh toán thông thường. Chi phí giao dịch là tự nguyện và được chuyển cho những người sử dụng mạng cung cấp công suất tính toán của máy tính mình khi cần phải xác nhận giao dịch, qua đó các giao dịch thường được xử lý nhanh hơn các giao dịch của những ai không trả phí. Chỉ cần chi một khoản tiền nhỏ như dưới 1% giá trị giao dịch, người sử dụng có thể thực hiện giao dịch này ngay lập tức, không phụ thuộc vào khoảng cách giữa mình và các đối tác. Giao dịch miễn phí là điều vô cùng quan trọng trong thương mại quốc tế. Các bên giao dịch không phải chuyển đổi ngoại tệ và không bị ngân hàng tính phí. Giá trị xác định của giao dịch được tính theo đơn vị BITCOIN và chuyển tới từ người mua đến người bán (bên nhận tiền). Bên nhận tiền sẽ quyết định thời điểm và cách thức chuyển đổi BITCOIN thành tiền thật. Tính cạnh tranh dựa trên chi phí của BITCOIN cũng đã được Citi Bank nhận ra, và cần phải nhấn mạnh rằng về dài hạn khó có thể dự đoán được vấn đề chi phí giao dịch [4]. Theo các nhà phân tích của Bank of England việc gia tăng chi phí xác minh giao dịch có thể làm giảm tính cạnh tranh của đồng tiền này so với các hệ thanh toán khác trong tương lai [2, 3].

4. Rủi ro đối với hệ thống tài chính đương đại

Như mỗi hiện tượng mới, BITCOIN dấy lên nhiều nghi ngại. Khi đang còn là hiện tượng bên lề khi đó BITCOIN còn chưa thu hút sự chú ý và quan tâm của các định chế và các cơ quan nhà nước và quốc tế. Thế những tốc độ phát triển nhanh chóng của hiện tượng này đã khiến nó được nhìn nhận như là một phương tiện trao đổi mới. Cuối năm 2012 Ngân hàng Trung Ương Châu Âu ECB đã xuất bản bản báo cáo trình bày chi tiết về hiện tượng đồng tiền ảo bao gồm cả BITCOIN và phân tích những ảnh hưởng tiềm năng của chúng tới hệ thống ngân hàng. ECB đã phân loại các đồng tiền ảo và xem xét BITCOIN như dạng tiền tệ lưu thông hai chiều, tức có thể mua và bán nó bằng tiền thật và sử dụng nó để mua hàng hóa và dịch vụ thật và ảo. Các chuyên gia phân tích ECB coi mức độ rủi ro bất ổn tài chính và bất ổn về giá tỉ lệ thuận với quy mô và tốc độ luân chuyển của đồng tiền ảo [5]. Tại thời điểm hiện tại BITCOIN đang không ổn định, nhưng do quy mô của nó còn quá nhỏ so với các đồng tiền thật BITCOIN không có ảnh hưởng đáng kể tới sự ổn định của hệ thống tài chính đương đại. Tác động tới sự ổn định tài chính trong tương lai có thể liên quan tới sự phát triển của hệ thống ngân hàng dựa trên các đồng tiền ảo và sự xuất hiện một phần dự trữ ngân hàng bằng loại tiền này. Tuy nhiên viễn cảnh này là quá xa và không hiện thực. Thiếu sự điều tiết và kiểm soát thường được coi là ưu thế của các loại tiền tệ phi tập trung này có thể sẽ không có lợi cho người tiêu dùng. Tại thời điểm này luật pháp đối với vấn đề này còn chưa rõ ràng và đó chính là nguyên nhân bất ổn và không chắc chắn đối với tương lai của loại tiền công nghệ này. Ngoài thiếu sự kiểm soát chặt chẽ, sự hiểu một cách hết sức đa dạng về hiện tượng này tại các quốc gia khác nhau cũng là một vấn đề và dẫn đến các cách xử lý khác nhau các giao dịch bằng đồng tiền ảo ví dụ dưới góc độ thu thuế giao dịch. Cách điều tiết và kiểm soát các giao dịch sử dụng BITCOIN là sự thể hiện việc chấp nhận một cách chính thức loại hình giao dịch này, thế nhưng hậu quả ở góc độ đánh thuế giao dịch có thể khác nhau, phụ thuộc vào định nghĩa được chấp nhận đối với nó. Các nhà phê bình đồng tiền ảo phân tích và đưa ra hàng loạt rủi ro của đồng tiền ảo liên quan đến bảo vệ lợi ích người tiêu dùng, nguy cơ rửa tiền với số lượng lớn và tài trợ cho chủ nghĩa khủng bố, chủ yếu do không có một cơ chế điều tiết phù hợp. BITCOIN cũng có những hạn chế khác, chẳng hạn như dễ bị đầu cơ đẩy giá do tỉ giá giao động một cách bất ổn. Năm 2013, BITCOIN lập kỷ lục tăng giá hàng năm, tăng 56 lần so với năm trước. Sau năm 2013 sự thay đổi đột ngột giá như vậy càng hiếm xảy ra trên thị trường [7]. Tuy nhiên vẫn khó có thể nói về sự ổn định dài hạn và điều này làm gia tăng chi phí giao dịch và không cho phép các đối tượng sử dụng lên kế hoạch cho các giao dịch của mình. Chính tương lai của loại tiền ảo này phụ thuộc phần lớn vào sự ổn định dài hạn đề cập trên. Hơn thế nữa, rủi ro lừa đảo trên diện rộng của toàn bộ hệ thống thanh toán luôn đang chờ trực nếu một chủ thể nào đó sở hữu công suất tính toán siêu lớn. Xét tới quy mô phát triển hiện hành của BITCOIN, điều này khó có thể xảy ra, tuy nhiên bản chất của cơ chế tạo nên đồng tiền khiến cho việc phát hành đồng tiền bị kiểm soát bởi một số đối tượng nhất định. Uy tín của hệ thống tài chính đã dần bị lung lay sau đợt khủng hoảng 2008 với các quyết định vội vã, hấp tấp của các định chế tài chính. Quy mô của cuộc khủng hoảng này có thể còn nhiều tranh cãi, tuy nhiên một điều chắc chắn rằng các ngân hàng trung ương sẽ kiên trì củng cố uy tín và tầm ảnh hưởng của mình và không cho phép những đợt thử thách như vậy tiếp diễn. Niềm tin của xã hội và cộng đồng doanh nghiệp quốc tế đối với các định chế tài chính hiện hành có tác động vô cùng to lớn tới niềm tin vào các đơn vị tiền tệ được phát hành và các chính sách tiền tệ liên quan. Chính việc xuất hiện các loại tiền tệ thay thế đang là một phản ứng đối với các hoạt động hiện hành của các định chế tài chính

truyền thông nói trên, và bởi vậy sự phát triển của các loại tiền ảo, trong đó có BITCOIN, được xem như là nguy cơ và thách thức đối với chính các định chế này.

5. Tiềm năng thay thế của đồng tiền ảo trong hệ thống tài chính đổi mới

Các nền kinh tế trên thế giới ngày càng hội nhập sâu rộng với nhau với quy mô giao thương quốc tế không ngừng tăng trưởng. Đổi mới trong các phương thức thanh toán là đương nhiên và đang được các bên đối tác giao dịch mong đợi. Khủng hoảng các mô hình kiểu mẫu đang tồn tại trong nền kinh tế luôn tạo cơ hội hiện thực hóa cho các ý tưởng mới về cách thức vận hành nền kinh tế nói chung và hệ thống tiền tệ nói riêng. Xét về phía các khả năng kỹ thuật và quy mô toàn cầu của các loại hình tiền ảo, tiềm năng của Bitcoin có nhiều cơ hội để phát huy nhưng đi kèm cũng khá nhiều rủi ro. Loại tiền tệ mới này có thể phá sản (mất giá trị hoàn toàn) do bị đầu cơ quá nóng, sự xuất hiện của những phát minh tài chính mới hoặc ngay cả do thiếu sự đồng thuận trong cộng đồng sáng lập ra BITCOIN. Cần nhận thấy rằng việc thực hiện thanh toán cho các giao dịch chỉ là một trong nhiều chức năng tiềm năng của giao thức BITCOIN. Các nhà phát triển giao thức đề cập tới việc triển khai các tính năng khác nhau như tính năng đính kèm dữ liệu với các giao dịch chẳng hạn hợp đồng, điều kiện ràng buộc, dữ liệu liên quan đến việc xác minh đối tác và tính năng hủy bỏ những giao dịch không mong muốn, tức là trên thực tế khởi động trao đổi toàn bộ hợp đồng thương mại trong mạng lưới BITCOIN. Bước tiến này đã tạo nên một cuộc cách mạng thực sự trong thanh toán quốc tế, gia tăng đáng kể tính minh bạch của các giao dịch và hạn chế rủi ro tín dụng của các bên liên quan. Những tính năng khác của việc sử dụng BITCOIN là khả năng trả thuế và phí hải quan cho các giao dịch đăng ký trong danh mục của các chủ doanh nghiệp. Hơn nữa, nhờ giao thức nói trên, các giao dịch liên quan đến quyền sở hữu, cấp phép, cổ phần và các tài sản khác có thể diễn ra dưới dạng điện tử. Mặc dù đa số những tính năng của giao thức này hiện đang còn bỏ ngỏ và không ít dự luận phê bình của các nhà kinh tế hàng đầu, hiện tượng này đáng được xã hội và cộng đồng kinh tế quan tâm. Trong trường hợp đồng tiền ảo sẽ tiếp tục phát triển, tỉ giá được ổn định, sự hiểu biết và mức độ tin cậy vào đồng tiền này được củng cố trên thị trường, trước hết phải nhờ vào tầm nhìn và những quy định có thiện ý của các nhà chức trách, BITCOIN và các đồng tiền ảo khác sẽ trở thành những tiềm lực rất lớn đối với nền kinh tế toàn cầu trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Andreessen M., (2014). *Why Bitcoin Matters*, 21.01.2014, <http://dealbook.nytimes.com/2014/01/21/why-bitcoin-matters/>.
2. Bank of England, (2014a). *Innovations in payment technologies and the emergence of digital currencies*, 2014, Q3, <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/quarterlybulletin/2014/qb14q3digitalcurrenciesbitcoin1.pdf>.
3. Bank of England, (2014b). *The economics of digital currencies*, 2014, Q3, <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/quarterlybulletin/2014/qb14q3digitalcurrenciesbitcoin2.pdf>.
4. Citi Bank, (2014). *Disruptive Innovations II: Ten More Things to Stop and Think About*, May 2014, <https://ir.citi.com/RZh%2B9GHcy3eQvegHG9vuU3r5%2FxfkjXBMMfUnULRTyibawadNFQRrrFA%3D%3D>.
5. European Central Bank, (2012). *Virtual Currency Schemes*, October 2012, <http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/virtualcurrencyschemes201210en.pdf>.
6. Krugman P., (2013). *Bitcoin Is Evil*, 28.12.2013, <http://krugman.blogs.nytimes.com/2013/12/28/bitcoin-is-evil/>.
7. Meiklejohn S., Pomarole M., Jordan G., Levchenko K., McCoy D., Voelker G. M., Savage S., *A Fistful of Bitcoins: Characterizing Payments Among Men with No Names*, University of California,
8. San Diego George Mason University 2013, <http://cseweb.ucsd.edu/~smeiklejohn/files/imc13.pdf>.
9. Nakamoto S., *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*, <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>.

XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẤT YẾU CỦA INSURTECH TRÊN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM VIỆT NAM

INSURTECH – THE TENDENCY OF VIETNAM INSURANCE MARKET

TS Trần Thị Tuấn Anh

Khoa Toán - Thống kê, trường Đại học Kinh tế TP HCM

Tóm tắt

InsurTech là thuật ngữ dùng để chỉ khuynh hướng ứng dụng các tiến bộ trong lĩnh vực khoa học công nghệ vào ngành bảo hiểm. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư, InsurTech được xem là khuynh hướng phát triển tất yếu của thị trường bảo hiểm trên thế giới. Việt Nam được đánh giá là một thị trường bảo hiểm tiềm năng. Tuy nhiên, các chuyên gia nhận định InsurTech ở Việt Nam chỉ đang ở giai đoạn bắt đầu. Thị trường cũng đã xuất hiện những sản phẩm và dịch vụ tương đối phong phú và đa dạng, hứa hẹn một sự phát triển năng động. Bài viết này tìm hiểu xu thế phát triển của InsurTech trên thế giới và Việt Nam trong bối cảnh hiện nay. Kết quả tìm hiểu cho thấy với sự năng động của một thị trường mới nổi, dù chưa đạt thành tựu vượt bậc nhưng những kết quả ban đầu cũng cho thấy thị trường bảo hiểm Việt Nam cũng đang trong xu hướng hội nhập InsurTech cùng thế giới. Kết hợp với kỹ thuật phân tích ma trận SWOT, bài viết đề xuất hàm ý chính sách nhằm khuyến khích và đẩy mạnh hơn nữa sự phát triển của InsurTech tại Việt Nam.

Từ khóa: công nghệ tài chính, công nghệ bảo hiểm, doanh nghiệp khởi nghiệp, bảo hiểm thông minh, thị trường bảo hiểm.

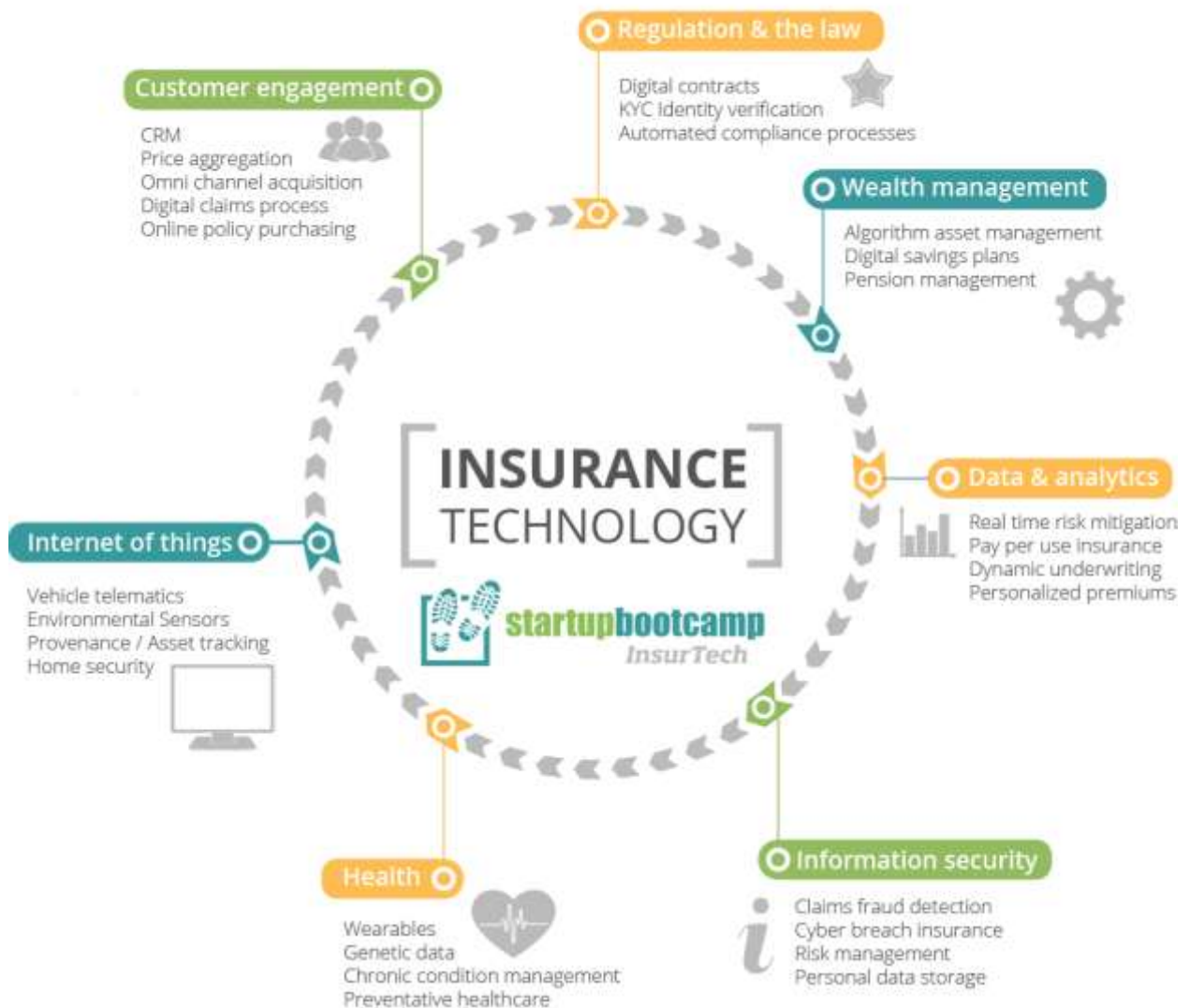
1. Giới thiệu

1.1. InsurTech là gì?

InsurTech (*Công nghệ bảo hiểm*) - cụm từ ghép giữa Insurance và Technology - là thuật ngữ dùng để chỉ khuynh hướng ứng dụng những tiến bộ trong khoa học công nghệ vào lĩnh vực bảo hiểm. Cũng có thể xem InsurTech là một nhánh trong FinTech (*công nghệ tài chính*). Trong khi thuật ngữ FinTech với đã khá quen thuộc thì InsurTech vẫn còn được ít người biết và chưa được phổ biến ở Việt Nam. Mặc dù còn khá non trẻ, nhưng InsurTech lại phát triển rất mạnh mẽ trong một vài năm gần đây. InsurTech dần dần trở thành một ngành công nghiệp có lợi nhuận vượt trội, ngày càng thu hút nhiều công ty khởi nghiệp và được các doanh nghiệp lớn quan tâm. Các chuyên gia bảo hiểm nhấn mạnh rằng sự phát triển của InsurTech nhanh và mạnh như một cơn bão, có thể phá

vỡ quy định hoạt động của bảo hiểm truyền thống vốn đã tồn tại từ mấy thập kỷ qua. Hành vi tiếp cận khách hàng, bán sản phẩm bảo hiểm, việc điều hành doanh nghiệp bảo hiểm cũng sẽ có những bước thay đổi sâu sắc và gần như toàn diện.

InsurTech được nhận định là một khuynh hướng phát triển tất yếu của thị trường bảo hiểm. *Thứ nhất*, cùng với sự phổ biến của các ứng dụng trên điện thoại di động hoặc bằng các trang Web, các công ty bảo hiểm tiếp cận với khách hàng nhanh chóng và thuận lợi và khách hàng có thể truy cập thông tin của các công ty bảo hiểm cũng như các sản phẩm bảo hiểm mà không bị ràng buộc bởi yếu tố thời gian và không gian. *Thứ hai*, thông qua các ứng dụng công nghệ, việc người tiêu dùng truy cập thông tin về các sản phẩm bảo hiểm, chọn lựa sản phẩm, tiến hành mua bảo hiểm, gửi yêu cầu bồi thường thuận lợi hơn trên các nền tảng ứng dụng đa chức năng, trong đó khách hàng có thể truy cập ở bất cứ đâu. *Thứ ba*, phía công ty bảo hiểm thường liên kết với các công ty dịch vụ di động và ngân hàng điện tử nên nên việc phí bảo hiểm cũng sẽ được thực hiện qua các dịch vụ thu tiền trực tuyến, ví điện tử, ngân hàng trên di động... với hệ thống xác thực an toàn. Cách thức thanh toán tiện dụng này sẽ giúp xóa bỏ những khó khăn thường gặp phải trong xu hướng bán hàng truyền thống khi mà mọi việc đều thông qua đại lý bảo hiểm hoặc các đại diện, đôi khi dẫn đến xung đột lợi ích. *Thứ tư*, khi môi trường khởi nghiệp được kích hoạt, các công ty InsurTech mới ra đời với sức tăng trưởng nhanh, mạnh và rất năng động trong việc áp dụng công nghệ kỹ thuật số. Kết quả của quá trình này cũng hướng đến việc tinh giản một số công đoạn không hiệu quả trong quy trình bảo hiểm truyền thống và bớt phụ thuộc vào con người. *Thứ năm*, cùng với sự phát triển của Internet vạn vật (*Internet of Things*), các trang mạng xã hội, các ứng dụng thu thập thông tin nhanh và nhiều, giúp các công ty bảo hiểm có được thông tin chi tiết của từng khách hàng, từ đó thiết kế các sản phẩm bảo hiểm cá nhân hóa, phù hợp cho từng khách hàng với mức phí linh hoạt và hợp lý, thay cho các sản phẩm bảo hiểm truyền thống là gói thiết kế sẵn và tiếp thị đến số đông khách hàng.



Hình 1: Các lĩnh vực liên quan của InsurTech

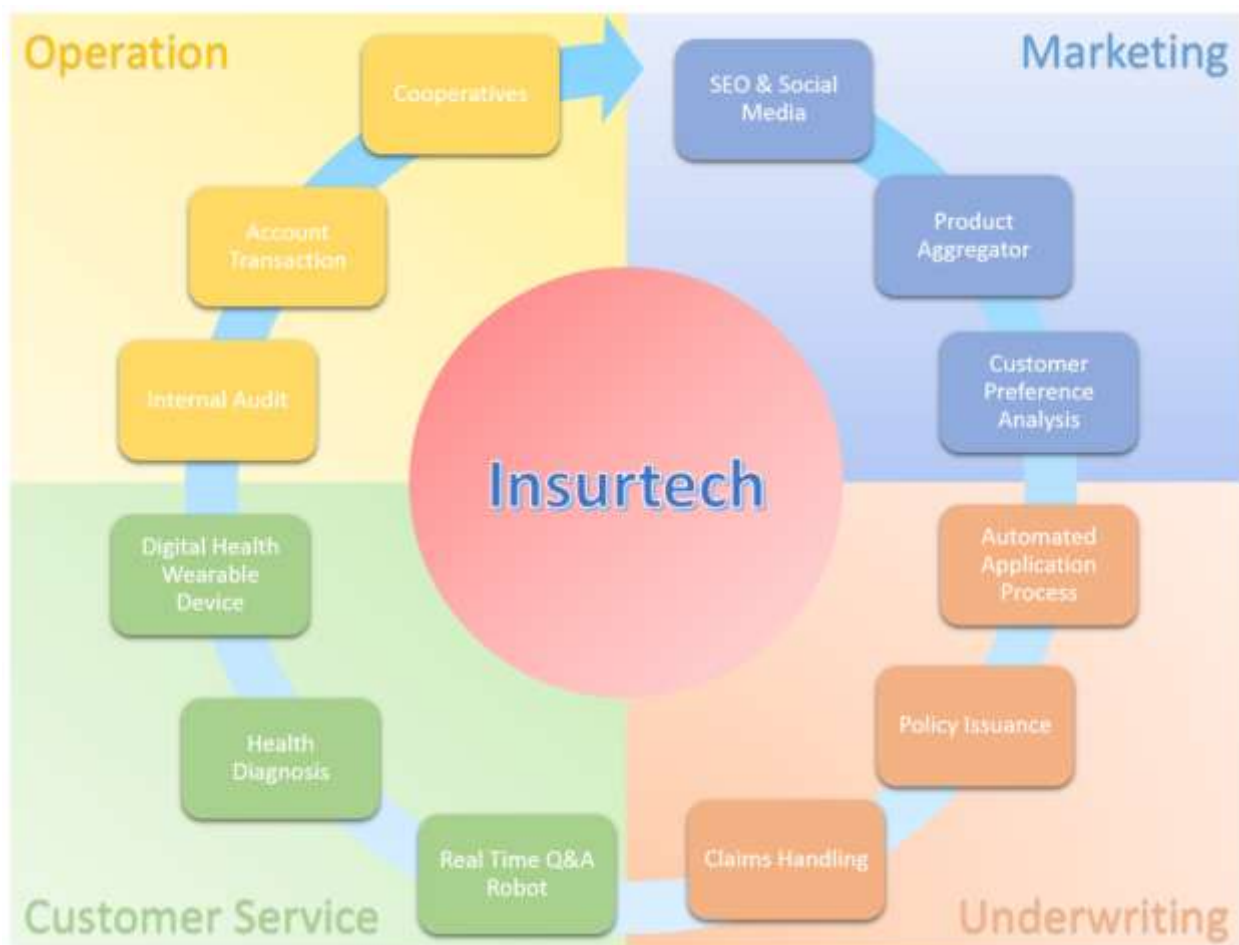
(Nguồn: <https://www.startupbootcamp.org/blog/2015/10/so-what-is-an-insurance-startup-infographic/>)

Với những nhận định trên, có thể thấy rằng, sự ra đời và phát triển của InsurTech là một xu hướng tất yếu trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ tư như hiện nay.

1.2. Các xu hướng phát triển của InsurTech

Thứ nhất, sự phát triển của InsurTech sẽ làm thay đổi sâu sắc chuỗi giá trị bảo hiểm. Trong chuỗi truyền thống, chi phí trung gian cho các nhà đại lý hoặc các tư vấn bảo hiểm cao, chuỗi hoạt động phụ thuộc vào nhiều vào con người, làm cho chi phí tiếp cận sản phẩm bảo hiểm trở nên tốn kém. Trong chuỗi giá trị mới này, tự động hóa sẽ thay thế dần hoạt động của con người. Nghiên cứu của Gatteschi (2018) đã đề cập đến các hợp đồng thông minh và ứng dụng của công nghệ blockchain. Có thể nhận thấy rằng, thay vì tiếp

cận các sản phẩm bảo hiểm thông qua gặp mặt trực tiếp các môi giới bảo hiểm, người dùng có thể mua qua các ứng dụng công nghệ. Các yêu cầu bồi thường cũng có thể phát sinh thông qua các ứng dụng. Các gói bảo hiểm có thể thiết kế linh hoạt thích ứng cho từng đối tượng khách hàng tiềm năng. Chi phí cho các đại lý bảo hiểm sẽ giảm, thay vào đó chi phí cho các hoạt động công nghệ sẽ tăng lên. Thời gian của chuỗi giá trị sẽ thu ngắn lại đáng kể, vận hành của chuỗi sẽ trơn tru hơn. Nhưng bù lại, khung pháp lý liên quan sẽ cần phải thay đổi cho phù hợp với sự mềm dẻo và linh hoạt của chuỗi giá trị bảo hiểm mới nhưng vẫn cần thiết phải đảm bảo được sự tăng trưởng phát triển bền vững và an toàn của thị trường bảo hiểm.



Hình 2: Chuỗi giá trị bảo hiểm của InsurTech

Nguồn: <http://www.mlact.com/insurtech-technology-may-change-insurance-industry/>

Thứ hai, các phân tích của Pricehouse Cooper (2016) đã phân tích rằng phí bảo hiểm sẽ tính toán phù hợp cho từng cá nhân chứ không còn là những gói bảo hiểm đóng khung cứng nhắc cho các nhóm đối tượng. Song song với các thành tựu vượt bậc của Internet vạn vật (IoT – *Internet of Things*), dữ liệu lớn (*big data*) và khoa học dữ liệu (*data science*); các công ty bảo hiểm có thể xây dựng bộ sưu tập thông tin chi tiết về khách

hàng mua bảo hiểm, xác định được mức rủi ro cụ thể của cách hàng và dựa vào đó định ra mức phí phù hợp. Những cá nhân với thông tin ẩn chứa nhiều rủi ro hơn sẽ phải gánh chịu mức phí bảo hiểm cao hơn và ngược lại. Trong xu hướng này, khoa học dữ liệu đóng vai trò then chốt để hỗ trợ các nhà bảo hiểm và chuyên gia định phí bảo hiểm.

Thứ ba, các gói bảo hiểm *Tất-cả-trong-một* (All-in-One) sẽ xuất hiện và thay thế dần các hợp đồng bảo hiểm đơn lẻ. Hiện tại, người dùng chọn loại bảo hiểm cần mua: bảo hiểm tai nạn, bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm tài sản, bảo hiểm sức khỏe và tiến hành ký kết hợp đồng bảo hiểm thông qua các đại lý. Mỗi loại bảo hiểm có thể chọn ở nhiều công ty khác nhau và mỗi công ty có một thể thức đánh giá rủi ro và mức phí bảo hiểm khác nhau. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của các ứng dụng di động thu thập thông tin toàn diện về người dùng, từ sức khỏe cho đến thói quen, tâm trạng và lối sống... các công ty bảo hiểm có thể chào bán các gói bảo hiểm tất-cả- trong-một cho các khách hàng tiềm năng dựa trên dữ liệu thu thập từ các ứng dụng công nghệ và có thể kết hợp với các cách làm truyền thống. Người dùng chỉ cần đăng ký một lần duy nhất, khai báo thông tin theo yêu cầu để sử dụng dịch vụ của ứng dụng. Với thông tin này, nhà cung cấp bảo hiểm đối chiếu với kho dữ liệu liên quan hoặc mạng lưới thông tin quản lý từ chính quyền và từ đó đưa ra gói bảo hiểm phù hợp với khách hàng.

Thứ tư, việc giải quyết các yêu cầu bồi thường cho khách hàng cũng dần dần được tự động hóa, giảm chi phí và rút ngắn thời gian bảo hiểm. Theo cách làm truyền thống, các công ty bảo hiểm phải tốn kém nhiều phí bảo hiểm của khách hàng để xử lý quy trình bồi thường do các hoạt động từ khâu nhận yêu cầu, lập hồ sơ, thẩm định thiệt hại, xác định số tiền bồi thường đều phải làm thủ công. Và đôi khi khó khăn hoặc sai sót do khách hàng không cung cấp đúng sự thật hoặc do khách hàng cố tình gian lận bảo hiểm. Khi dùng InsurTech, vai trò chủ động trong quy trình xử lý được chuyển vào tay khách hàng. Với các nền tảng ứng dụng hỗ trợ, khách hàng cung cấp video và hình ảnh liên quan đến yêu cầu bồi thường; và họ cũng sẽ kiểm soát quá trình yêu cầu bồi thường. Các đánh giá tự động được thực hiện, con người chỉ can thiệp đánh giá kết quả xử lý. Thời gian xử lý được rút ngắn, mức độ hài lòng của khách hàng cao.

Thứ năm, với sự hỗ trợ của InsurTech, việc phát hiện gian lận bảo hiểm sẽ chính xác hơn. Với sự ứng dụng các thuật toán học máy (*machine learning*) vào xử lý dữ liệu bảo hiểm thu thập được, hệ thống thông minh có thể giúp dự báo các hành vi bất thường và qua đó dự báo được các hành vi gian lận bảo hiểm. Điều này giúp giảm thiểu rủi ro và tổn thất cho các công ty bảo hiểm.

Thứ sáu, các sản phẩm bảo hiểm của các doanh nghiệp có thể thay đổi và cải tiến để đa dạng và phong phú hơn trong thời đại InsurTech. Thay vì thụ động chờ đợi khách hàng phát sinh nhu cầu bảo hiểm hoặc thuyết phục khách hàng nhận thức rủi ro và mua

bảo hiểm, sau đó chờ đợi các khiếu nại bồi thường từ khách hàng khi sự cố xảy ra rồi xử lý khiếu nại. Các doanh nghiệp bảo hiểm năng động có thể cơ cấu lại sản phẩm, trở thành đối tác tư vấn về phòng ngừa rủi ro và thu phí từ các hoạt động tư vấn phòng ngừa rủi ro này để sự cố không xảy ra. Việc tư vấn phòng ngừa để rủi ro không xảy ra cũng có ý nghĩa về mặt nhân văn hơn là việc bồi thường khắc phục thiệt hại sau khi sự cố đã xảy ra.

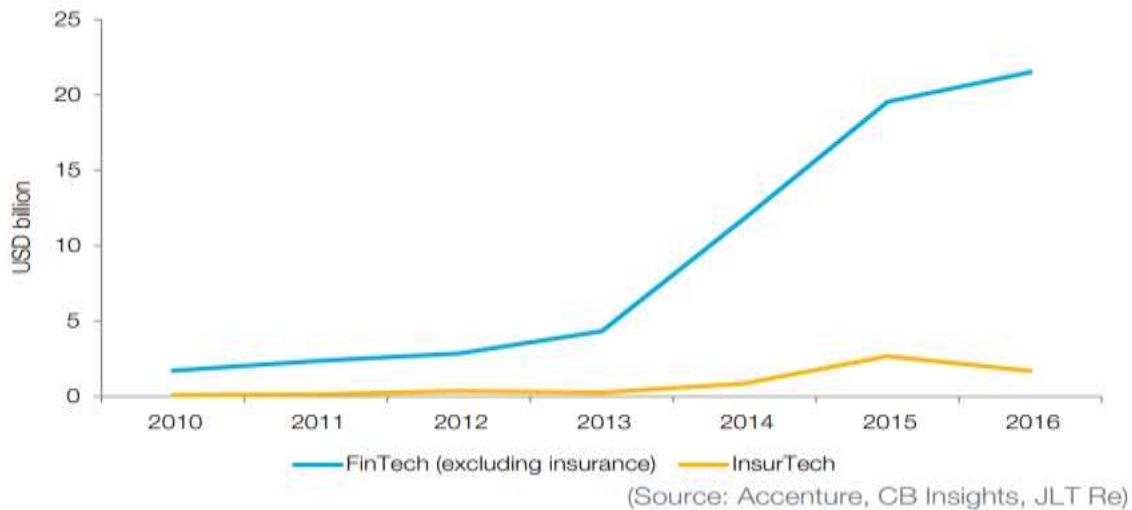
Thứ bảy, tham gia trên thị trường InsurTech không chỉ là các công ty chuyên nghiệp với hoạt động chủ yếu là thiết kế và bán các sản phẩm bảo hiểm như hiện nay, mà chủ thể cung cấp dịch vụ bảo hiểm được mở rộng hơn rất nhiều; bao gồm các công ty khởi nghiệp trong ngành công nghệ bảo hiểm, và những công ty dẫn đầu về công nghệ tìm cách thâm nhập vào lĩnh vực bảo hiểm với việc tận dụng ưu thế về công nghệ mới để cung cấp bảo hiểm cho khách hàng.

2. Một số hoạt động tiêu biểu của InsurTech

2.1. Trên thế giới

Sau truyền thông và giải trí, thì bảo hiểm được nhận xét là ngành bị ảnh hưởng rất lớn của tiến bộ vượt trội trong công nghệ. Theo đúng nghĩa của việc ghép hai từ Insurance và Technology, việc đẩy mạnh ứng dụng những tiến bộ công nghệ vào trong lĩnh vực bảo hiểm làm cho hoạt động của lĩnh vực này đạt được những bước cải tiến đáng kể, dịch vụ bảo hiểm thực hiện tốt hơn, đơn giản hơn và hiệu quả hơn. Nhiều chuyên gia bảo hiểm đã dự báo rằng sự ra đời và phát triển của InsurTech sẽ tác động làm thay đổi mạnh mẽ cục diện ngành bảo hiểm trong một tương lai gần. Những hoạt động ứng dụng công nghệ vào bảo hiểm được cho là xuất hiện đầu tiên vào năm 2010 và tăng dần theo thời gian. Theo Technavio, InsurTech của toàn thế giới có thể sẽ đạt mức tăng trưởng với tốc độ tăng trưởng hàng năm trên 10% từ năm 2016 đến năm 2020. Năm 2015 chứng kiến một sự tăng trưởng nhảy vọt của thị trường InsurTech, mà nguyên nhân chủ yếu là do các giao dịch lớn và lớn của Trung Quốc, bao gồm 1 tỷ USD đầu tư vào công ty khởi nghiệp InsurTech lớn nhất thế giới Zhong An.

Theo thống kê của trang Web Gomedici, tính đến năm 2017, thị trường bao gồm khoảng 1400 công ty InsurTech. Trong khi năm 2015, gần 300 công ty đã được hình thành; trong năm 2016, số công ty khởi nghiệp trong InsurTech giảm nhưng số giao dịch liên quan đến InsurTech tăng lên rất nhanh. Hoa Kỳ vẫn là một quốc gia thống trị trên thị trường InsurTech với gần 50% tổng đầu tư đến từ công ty Mỹ. Ấn Độ bất ngờ bắt kịp xu hướng bảo hiểm; Trung Quốc, sau cuộc đầu tư bùng nổ InsurTech vào năm 2015 đã khá im ắng trong năm 2016.



Hình 3: Tổng số tiền đầu tư vào FinTech và InsurTech

Cho đến nay, có sáu lĩnh vực trong InsurTech đã được ghi nhận đã hình thành: Bảo hiểm dựa trên mức độ sử dụng (*Usage Driven Insurance*), bảo hiểm sức khỏe (*Health Insurance*), hoạt động môi giới (*Brokerage*), bảo hiểm thương mại điện tử (*e-commerce Insurance*), *Spot Insurance* và bảo hiểm ngang hàng (*Peer-to-Peer Insurance*). Các công ty InsurTech có một điểm chung đó là họ tập trung vào người tiêu dùng và sử dụng các công cụ số hóa để hoạt động bảo hiểm được diễn ra. InsurTech không chỉ là về kênh quản lý và bán sản phẩm bảo hiểm mà còn có mối liên hệ chặt chẽ với các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ cao trong một nền kinh tế hợp tác, chẳng hạn như xe hơi không người lái, nhà thông minh, v.v...

Bảo hiểm ngang hàng (P2P) là một mạng chia sẻ rủi ro trong đó một nhóm cá nhân cùng nhau đóng phí bảo hiểm để phòng hộ rủi ro. Bảo hiểm ngang hàng giảm thiểu xung đột vốn phát sinh giữa một công ty bảo hiểm truyền thống và một chủ hợp đồng bảo hiểm khi một công ty bảo hiểm giữ phí bảo hiểm mà công ty bảo hiểm không thanh toán yêu cầu bồi thường khi sự cố phát sinh. Các trường hợp bảo hiểm ngang hàng thành công có thể kể đến Friendsurance tại Berlin, Guevara của Anh và Lemonade của Silicon Valley. Các công ty này phát triển đột phá dựa vào nền kinh tế chia sẻ và đảo ngược mô hình bảo hiểm truyền thống. Họ bảo hiểm mọi thứ từ bảo hiểm xe hơi đến nhà. Nó có thể hoạt động với quy mô bảo hiểm nhỏ và có thể trả khoản thưởng trong những năm không có yêu cầu bồi thường phát sinh hoặc chiết khấu cho yêu cầu bảo hiểm mới trong năm tiếp theo.

Metromile - một startup InsurTech chuyên về cung ứng các sản phẩm bảo hiểm cá nhân hóa, trong khách hàng sẽ trả phí bảo hiểm dựa trên số quãng đường mà xe máy đã chạy. Doanh nghiệp mới này đã thu tóm Công ty Bảo hiểm Mosaic Insurance (Hoa Kỳ) và được xem như là doanh nghiệp InsurTech thành công trong lĩnh vực *Usage Driven Insurance*. Các trường hợp thành công khác của lĩnh vực này có thể kể đến công ty

Insurtech Pixoneye, một công ty phân tích dữ liệu SaaS - cung cấp công nghệ thị giác máy tính, thực hiện phân tích thư viện ảnh trực tuyến công cộng của người dùng để tính toán và lập hồ sơ rủi ro cá nhân, từ đó đưa ra tư vấn rủi ro và định phí bảo hiểm cho từng khách hàng dựa trên hồ sơ này. Doanh nghiệp insurtech BOT xây dựng các chatbots; dựa trên các thuật toán chuyên xử lý tiếng nói và đoạn văn với ngôn ngữ tự nhiên, kết hợp với các thuật toán học máy để có thể hiểu và hành động theo các truy vấn của khách hàng mà không cần sự can thiệp của người lao động và do đó tiết kiệm chi phí nhân công. Hệ thống này cũng có thể đo lường mức độ thể hiện tình cảm của một cuộc trò chuyện và kết nối trực tiếp một khách hàng với một đại lý con người nếu nó cảm thấy khách hàng không hài lòng với hệ thống tự động. Một số ứng dụng về bảo hiểm liên quan đến bảo hiểm sức khỏe như ứng dụng Health2Sync thu thập những thông tin mà doanh nghiệp bảo hiểm mong muốn để đánh giá rủi ro cụ thể với khách hàng, từ đó khách hàng ít bị chi phí phát sinh và phải trả phí bảo hiểm ít hơn.

Insurtech Carpe Data là công ty bảo hiểm mạnh dạn áp dụng mô hình bảo hiểm tự phục vụ thuần túy kỹ thuật. Khi tham gia bảo hiểm và có phát sinh yêu cầu bồi thường người dùng thực hiện thông qua hệ thống tự động như thông báo mất mát kỹ thuật số đầu tiên (FNOL) qua video hoặc hình ảnh trực tiếp từ hiện trường vụ tai nạn và hệ thống sẽ giải quyết tự động. Bằng cách tự động hóa hoàn toàn các quy trình thay cho quyết định con người như trước đây, yêu cầu bồi thường có thể được giải quyết nhanh chóng và hiệu quả hơn, việc phát hiện những yêu cầu bồi thường cũng dễ dàng và chính xác hơn. Một ví dụ khác chẳng hạn như tiện ích camera hành trình trên các xe ô tô được sử dụng để thu thập thông tin về hành vi lái xe của người điều khiển phương tiện giao thông. Các thông tin này sẽ giúp nhà bảo hiểm xác định mức độ xảy ra rủi ro tai nạn giao thông của khách hàng và từ đó giúp định phí bảo hiểm hợp lý cũng như để xác định mức độ bồi thường hợp đồng khi sự cố xảy ra. Đây là một trường hợp tiêu biểu minh họa cho tính hữu ích của việc sử dụng công nghệ trong quản lý bồi thường.

Công ty Digital Fineprint cung cấp dịch vụ khai thác dữ liệu thông qua các trang mạng xã hội bằng cách phân tích các “trạng thái” hoặc các bài viết mà khách hàng cập nhật trên trang chủ của họ. Và các thông tin này hàm chứa rất nhiều dữ liệu cá nhân thực sự hữu ích với các doanh nghiệp bảo hiểm. Khác với Digital Fineprint, công ty Uniphore dựa trên nền tảng học máy để xây dựng các thuật toán và các ứng dụng xử lý ngôn ngữ với hơn 80 thứ tiếng, từ đó thực hiện phân tích nhanh thông tin sinh trắc học qua giọng nói; và thu thập thông tin riêng của khách hàng dù họ không cố ý tiết lộ. Một nguồn dữ liệu dồi dào khác để phục vụ cho công nghệ InsurTech đến từ các thiết bị đeo trên người hay thiết bị viễn thông. Các nguồn dữ liệu thu thập được cũng giúp phát hiện gian lận bảo hiểm một cách khá chính xác thông qua các thành tựu công nghệ của trí tuệ nhân tạo như ứng dụng Shift Technology.

Bên cạnh đó, cũng giống như thương mại điện tử, InsurTech cũng có thể thể hiện dưới hình thức các trang web so sánh giá nhằm giúp khách hàng tiếp cận thông tin về các sản phẩm bảo hiểm và chi phí của nó nhanh chóng hơn. Các trang web so sánh giá cho các sản phẩm bảo hiểm này đã khá phổ biến tại các thị trường bảo hiểm các nước châu Âu và Mỹ. Thông qua các trang web so sánh giá tiện lợi như các “cửa hàng một chạm”, khách hàng sẽ tiếp nhận những thông tin mới nhất về giá cả, đặc tính và yêu cầu của những gói sản phẩm bảo hiểm, so sánh giữa nhiều sản phẩm theo nhiều tiêu chí so sánh khác nhau. Từ đó, làm cơ sở cho quyết định lựa chọn gói bảo hiểm của khách hàng.

2.2. Ở Việt Nam

Là một nền kinh tế mới nổi của khu vực Đông Nam Á, Việt Nam cũng đã nhanh chóng gia nhập vào sân chơi năng động và đầy tính cạnh tranh của InsurTech. Đối tượng doanh nghiệp tham gia thị trường InsurTech ở Việt Nam cũng khá phong phú. Sản phẩm bảo hiểm dưới hình thức InsurTech cũng đa dạng. Việt Nam quy mô dân số hơn 90 triệu dân, tầng lớp thu nhập khá giả cũng đang nảy nở một gia tăng nhanh chóng, kéo theo sự gia tăng đáng kể về nhu cầu bảo hiểm. Mặc dù có tiềm năng, nhưng InsurTech ở Việt Nam được nhận định là chỉ đang ở giai đoạn bắt đầu. Các doanh nghiệp chỉ mới chú trọng và đầu tư khá mạnh vào công nghệ mới và đổi mới giao dịch bảo hiểm thông qua các ứng dụng công nghệ trong những thời gian gần đây.

Hầu hết công ty InsurTech khởi nghiệp trong nước là thuộc lĩnh vực bảo hiểm trực tuyến. Cũng như trong giai đoạn đầu hình thành của InsurTech ở các nước khác, doanh thu bảo hiểm trực tuyến ở Việt Nam mặc dù chiếm tỷ lệ tương đối thấp nhưng tốc độ tăng trưởng rất nhanh. Một số hoạt động tiêu biểu có thể kể đến việc công ty Bảo hiểm Bưu điện (PTI), Bảo hiểm Petrolimex (Pjico), và Bảo hiểm Liberty bắt đầu áp dụng những chiêu khuyến mãi vượt trội để kích lệ khách hàng tham gia những hoạt động giao dịch bảo hiểm trực tuyến thế hệ đầu tiên. Sau Liberty, công ty bảo hiểm Vietinbank (VBI) cũng thực hiện chứng nhận bảo hiểm điện tử thay cho chứng nhận bảo hiểm in theo cách truyền thống, qua đó thể hiện sự chú ý của các doanh nghiệp vào các tiện ích điện tử phục vụ cho khách hàng.

Bên cạnh đó, cũng đã có những dự án khởi nghiệp InsurTech trong lĩnh vực ứng dụng-một-chạm, chẳng hạn GoBear, EasyCare... Đây là các trang web trực tuyến miễn phí cung cấp công cụ tìm kiếm và so sánh các sản phẩm tài chính bảo hiểm. Theo thông tin trên trang Web *Đầu tư Chứng khoán* ngày 8 tháng 10 năm 2017, các đơn vị này chỉ mới bắt đầu hoạt động từ cuối năm 2016, nhưng đã thu hút hàng triệu lượt truy cập, trong đó có hơn 500.000 thực hiện thao tác so sánh các sản phẩm bảo hiểm tài chính và một phần nhiều trong số đó đã dẫn đến các giao dịch bảo hiểm thật sự. EasyCare tiên phong trong tiếp thị dịch vụ y tế tại Việt Nam. Trang Web do EasyCare xây dựng thực hiện tổng

hợp thông tin về các cơ sở khám chữa bệnh; giúp khách hàng thuận lợi khi tìm kiếm và đặt lịch khám chữa bệnh, chăm sóc sau khám với các bác sỹ và cơ sở khám chữa bệnh hàng đầu. Hơn thế nữa, EasyCatr còn có thể giúp khách hàng tiếp cận trực tiếp hoặc thông qua video phone với nhiều bác sỹ đầu ngành ở TP. HCM và Hà Nội. Nếu khách hàng được khám chữa bệnh tốt hơn thì các bảo hiểm sức khỏe và bảo hiểm nhân thọ cũng sẽ bị tác động và thay đổi đáng kể.

Công ty bảo hiểm nhân thọ Sun Life cũng đã đầu tư vào thị trường Việt Nam với hệ thống tự động hóa thông qua các cổng thông tin kết nối với khách hàng để thực hiện tư vấn và phân tích dữ liệu. Ngoài ra, Sun Life còn kết hợp với Timo, dịch vụ ngân hàng số, để bán các sản phẩm bảo hiểm về sức khỏe và bảo hiểm nhân thọ thông qua các ứng dụng trên điện thoại di động.

Một cái tên mới trên thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam, là công ty FWD, cũng đã ký kết hợp đồng độc quyền hợp tác với Tiki trong 3 năm để triển khai các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ trên thị trường trực tuyến. Công ty bảo hiểm quốc tế AIA cũng thay đổi hoạt động theo hướng số hoá với ứng dụng văn phòng di động iMO nhằm hội nhập tốt hơn với nhu cầu tại Việt Nam nói riêng và châu Á nói chung.

Những doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống lớn cũng có những bước chuyển biến theo xu hướng InsurTech như từ PruBot tư vấn bảo hiểm đến Matchbook, công cụ giúp khách hàng tiềm năng chọn và đặt lịch hẹn với chuyên viên tài chính đầu tiên tại Việt Nam. Công ty bảo hiểm Bảo Việt cũng hợp tác chuyên lược với dịch vụ ví điện tử MoMo để mang dịch vụ bảo hiểm đến gần với khách hàng hơn. Người dùng thông qua hệ thống MoMo sẽ truy cập được đầy đủ chi tiết thông tin về từng loại sản phẩm bảo hiểm để chủ động lựa chọn gói phù hợp, tiến hành đăng ký và thanh toán trực tiếp qua dịch vụ sẵn có của Ví, rất dễ dàng và thuận lợi.

Trước đó, PTI đồng thời cho ra mắt 2 dịch vụ đáp ứng được mong muốn của đa số khách hàng là: website truy vấn tiến độ bồi thường xe cơ giới và định vị vị trí giám định viên để điều phối đến hỗ trợ khách hàng nhanh nhất. Với website truy vấn, khách hàng có thể truy động theo dõi quá trình thực hiện việc giải quyết hồ sơ bồi thường để kịp thời can thiệp nếu thấy có vướng mắc. Như vậy, khách hàng đang dần dần trực tiếp tham gia vào quy trình triển khai các sản phẩm bảo hiểm.

Trong giai đoạn đầu của InsurTech tại Việt Nam, thị trường cũng đã xuất hiện những sản phẩm và dịch vụ tương đối phong phú và đa dạng, hứa hẹn một sự phát triển năng động. Với sự năng động của một thị trường mới nổi, dù chưa phải là thành tựu vượt bậc nhưng những kết quả ban đầu cũng cho thấy thị trường bảo hiểm Việt Nam cũng đang trong xu hướng hội nhập InsurTech cùng thế giới. Tuy nhiên, việc phát triển thị trường Việt Nam cần có những định hướng đúng đắn. Vì vậy, bài viết tiến hành phân tích

ma trận SWOT để tìm ra những cơ hội – thách thức cũng như điểm mạnh – điểm yếu của thị trường Việt Nam, từ đó làm cơ sở đề xuất một số hàm ý chính sách phát triển InsurTech.

3. Phân tích ma trận SWOT của thị trường InsurTech ở Việt Nam

3.1 Điểm mạnh và điểm yếu

a. Điểm mạnh

Một là, thị trường bảo hiểm Việt Nam là một thị trường đầy tiềm năng mà các công ty bảo hiểm luôn muốn khai thác. Với dân số đông và số lượng dân cư thuộc tầng lớp trung lưu đang gia tăng nhanh chóng, dự tính sẽ đạt con số 33 triệu trong năm 2020, thì đây là một thị trường hứa hẹn tăng trưởng vượt trội. Nếu cách thức hoạt động truyền thống cộng với sự can thiệp quá nhiều của con người trong quy trình bảo hiểm chưa khai thác hết được thị trường tiềm năng này, thì InsurTech với các ứng dụng đi động linh hoạt, tiện lợi sẽ phát huy tác dụng.

Hai là, theo ước tính của Pricehouse and Cooper, đến năm 2020, 80% dân số Việt Nam có ít nhất 01 điện thoại di động, hơn 40% dân số sử dụng Internet, truy cập web và cài đặt ứng dụng trên di động. Và con số dự đoán được đưa ra là, trong 5 năm tới, có khoảng 90% khách hàng sẽ dựa vào kênh phân phối điện tử, trang web và ứng dụng di động để tiếp cận với các công ty bảo hiểm và sản phẩm bảo hiểm, và số khách hàng tiếp cận thông qua các đại lý bảo hiểm như hiện nay sẽ giảm đáng kể.

Ba là, người dân Việt Nam, đặc biệt ở các khu vực thành thị, vốn rất nhanh nhạy và năng động với những tiến bộ công nghệ di động và mạng xã hội. Các công ty InsurTech có thể dựa trên đặc điểm này để tiếp cận và khai thác dữ liệu khách hàng một cách hiệu quả nhất.

b. Điểm yếu

Công nghệ không phải là thế mạnh của Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam nói riêng. Vì vậy, để gia nhập thị trường InsurTech đòi hỏi sự đầu tư về mặt công nghệ rất mạnh mẽ.

Ngoài ra, hệ thống pháp luật chưa thay đổi kịp theo sự tiến bộ của công nghệ vô hình chung tạo ra những rào cản về mặt pháp lý và giảm bớt sự an toàn cho con đường phát triển của InsurTech trên thị trường Việt Nam. Chính điểm yếu này cũng làm cho làn sóng gia nhập thị trường InsurTech của các công ty khởi nghiệp bớt khởi sắc.

Bên cạnh đó, sự phát triển InsurTech đòi hỏi nhân lực chất lượng cao để đáp ứng được cả về kiến thức công nghệ và kiến thức bảo hiểm. Các chương trình đào tạo hiện tại liên quan đến bảo hiểm trong nước gần như chưa đáp ứng được yêu cầu này. Nguồn lao động mặc dù dồi dào nhưng lao động có trình độ phù hợp thực sự đang rất khan hiếm.

3.2 Cơ hội và thách thức

a. Cơ hội

Thứ nhất, sự phát triển vượt bậc của trí tuệ nhân tạo, công nghệ blockchain và các ứng dụng của học máy ... đang ngày càng tạo ra nhiều ứng dụng có trí thông minh cao và càng ngày làm cho InsurTech có thêm nhiều tính năng và nhiều sản phẩm mới.

Thứ hai, InsurTech cần sử dụng rất nhiều dữ liệu. Vì vậy, sự phát triển của trí tuệ nhân tạo, học máy, học sâu (*deep learning*) để xử lý dữ liệu lớn là một cơ hội thuận lợi cho InsurTech. Sự gia tăng nhanh chóng của các thiết bị di động cùng với các ứng dụng đi kèm trên thiết bị di động làm cho lượng dữ liệu mang tính cá nhân hóa ngày càng phong phú và đa dạng. Do sự gia tăng mạnh mẽ của thiết bị di động, lượng dữ liệu thu thập được của ngành bảo hiểm thu thập từ các ứng dụng trên thiết bị này cũng sẽ gia tăng vượt bậc. Dữ liệu lớn đang tạo ra một bước ngoặt đầy ý nghĩa, mở ra thời kỳ mới cho ngành bảo hiểm.

Thứ ba, tầng lớp dân số trẻ của Việt Nam rất năng động khi tiếp cận với các dịch vụ trực tuyến và các ứng dụng di động. Các hiệu ứng đám đông lan truyền trên mạng xã hội rất mạnh mẽ. Nếu các doanh nghiệp InsurTech tận dụng được đặc điểm này, chọn cách tiếp cận phù hợp và khai thác sức mạnh lan truyền của mạng xã hội thì chắc chắn sẽ tạo được bước phát triển mạnh mẽ.

b. Thách thức

Một là, trong bối cảnh cách mạng công nghệ như hiện nay, công nghệ mới ra đời rất nhanh và việc các doanh nghiệp lựa chọn công nghệ để đầu tư và tích hợp vào các sản phẩm bảo hiểm sẽ là một bài toán khó và cần có tầm nhìn chiến lược lâu dài để không bị đào thải và thay thế bởi những công nghệ mới hơn. Nguyễn Thị Vân Anh (2016) trong khi bàn về xu hướng phát triển tất yếu của InsurTech đã nhận định rằng việc đầu tư vào công nghệ có thể rất tốn kém và phải có thực lực để có thể chấp nhận thua lỗ trong thời gian đầu cho đến lúc đạt được trạng thái sinh lợi trong dài hạn.

Hai là, khách hàng ngày càng dễ dàng tiếp cận được thông tin và kiểm chứng các thông tin, kể cả các thông tin liên quan đến InsurTech ngày càng nhanh chóng. Do đó, các doanh nghiệp tham gia thị trường InsurTech cần cẩn trọng khi công bố thông tin và tạo ra những khác biệt và nhận diện thương hiệu tốt trên thị trường. Doanh nghiệp InsurTech cũng cần nhanh nhạy nắm bắt thông tin để bắt kịp nhu cầu đa dạng và năng động của khách hàng.

Ba là, cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ, tội phạm công nghệ cao ngày càng xuất hiện nhiều, các thủ thuật gian lận bảo hiểm cũng tinh vi và khó phát hiện hơn. Đây thực sự là một mối đe dọa đối với các công ty InsurTech nếu hệ thống an ninh mạng của công ty không đảm bảo an toàn.

Bốn là, sự gia tăng tính phức tạp của mô hình dữ liệu và kỹ thuật phân tích nhằm nhận diện và lượng hóa rủi ro tốt hơn. Các kỹ thuật định phí truyền thống cần phải cải tiến và điều chỉnh rất nhiều để có thể phù hợp với hình thức tính toán phí bảo hiểm một cách cá nhân hóa.

4. Kết luận và gợi ý chính sách

InsurTech sẽ thống lĩnh thị trường bảo hiểm Việt Nam trong một tương lai không xa. Chuỗi giá trị bảo hiểm theo hướng InsurTech đã được hình thành và sẽ sớm chứng tỏ vai trò chủ lực trong khai thác thị trường tiềm năng này. Những xu hướng phát triển điển hình InsurTech trong tương lai gần có thể kể đến như việc cá nhân hóa sản phẩm bảo hiểm và phí bảo hiểm, các gói bảo hiểm tất-cả-trong-một và các trang web một chạm để có tất cả, tự động hóa trong khâu xử lý yêu cầu bồi thường, giảm bớt vai trò can thiệp của con người dẫn đến giảm phí bảo hiểm, hạn chế gian lận bảo hiểm một cách hiệu quả. Để chủ động hội nhập và phát triển cùng làn sóng InsurTech, dựa trên các phân tích điểm mạnh – điểm yếu – cơ hội – thách thức, bài viết gợi lên một số hàm ý chính sách như sau:

Một là, nhà nước cần hoàn thiện khung pháp lý về FinTech nói chung và InsurTech nói riêng để đảm bảo các hoạt động của InsurTech được diễn ra an toàn và thuận lợi. Sự an toàn phải diễn ra toàn diện ở nhiều khía cạnh xem xét khác nhau. Khách hàng cảm thấy an toàn với việc tham gia bảo hiểm công nghệ, doanh nghiệp cung cấp bảo hiểm được an toàn với những quy định pháp luật bảo vệ cho các hoạt động hợp pháp, và chính phủ an toàn với khoản thuế thu được từ các doanh nghiệp InsurTech.

Hai là, chú trọng đẩy mạnh mối liên kết hợp tác giữa các doanh nghiệp khởi nghiệp (*startup*), đặc biệt là các khởi nghiệp về công nghệ, với các doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống. Các doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống với nguồn vốn mạnh, sản phẩm bảo hiểm phong phú nhưng có thể ít nhanh nhạy với công nghệ mới. Trong khi các startup công nghệ rất nhanh nhạy với các thành tựu mới của khoa học kỹ thuật. Bằng cách kết hợp thế mạnh của mỗi bên, InsurTech sẽ được triển khai và phát triển bền vững. Cả hai phía đều có thể cải thiện hoạt động hiệu quả và khai thác tiềm năng của thị trường bảo hiểm Việt Nam.

Ba là, phát triển các trang Web so sánh giá. Việc này đã diễn ra rất mạnh mẽ với các mặt hàng khác ở Việt Nam thông qua hoạt động thương mại điện tử, nhưng gần như chưa thực hiện với các sản phẩm bảo hiểm. Người tiêu dùng luôn có nhu cầu được cung cấp thông tin đầy đủ, nhanh chóng, luôn muốn so sánh lựa chọn sản phẩm bảo hiểm phù hợp với bản thân trước khi đưa ra quyết định chính thức. Vì vậy, việc phát triển các cửa hàng một chạm dưới hình thức các trang web so sánh giá là cần thiết và nên được chú trọng.

Bốn là, hình thành sàn giao dịch thông minh hoặc các ứng dụng thương mại điện tử chuyên giao dịch các sản phẩm bảo hiểm. Cũng dưới hình thức hoạt động tương tự như sàn giao dịch bất động sản, sàn giao dịch việc làm... thì sàn giao dịch các sản phẩm bảo hiểm cũng giúp những nhà cung ứng các sản phẩm bảo hiểm gặp gỡ những khách hàng tiềm năng. Phía sau sàn giao dịch thông minh này là một chuỗi giá trị bảo hiểm dựa trên nền tảng InsurTech, sẽ được kích hoạt ngay khi người tiêu dùng quyết định tham gia một hợp đồng bảo hiểm trên sàn. Hoặc ngay cả những khách hàng không thực hiện giao dịch trên sàn, công nghệ InsurTech vẫn có thể lưu giữ các thông tin cần thiết để có những phản ứng thích hợp khi họ quay trở lại sàn giao dịch sau đó.

Thị trường bảo hiểm Việt Nam rất tiềm năng và ngành công nghiệp InsurTech vẫn đang từng bước hình thành và phát triển. Với lợi thế của một quốc gia phát triển rất năng động, InsurTech Việt Nam sẽ sớm đạt được những thành quả quan trọng trong tương lai gần, góp phần xây dựng và phát triển bền vững đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Gatteschi V., Lamberti, F., Demartini C., Pranteda C., and Santamaría V. (2018) Blockchain and Smart Contracts for Insurance: Is the Technology Mature Enough?. *Future Internet*.
2. JLT Re (2017). InsurTech: Rebooting (re)insurance, JLT Re VIEWPOINT
3. PricewaterhouseCoopers (2016), Opportunities await: How InsurTech is reshaping insurance, *Global FinTech Survey*, June 2016.
4. Ngọc Lan (2017) InsurTech: Trào lưu hay xu hướng thực tế? *báo Đầu tư chứng khoán*, Chủ Nhật, 7/1/2018, đường dẫn: <https://tinnhanhchungkhoan.vn/bao-hiem/insurtech-trao-luu-hay-xu-huong-thuc-te-213268.html>
5. Ngọc Lan (2017) Ngành bảo hiểm chứng kiến “con bão” mô hình dịch vụ mới, đường dẫn <https://tinnhanhchungkhoan.vn/bao-hiem/nganh-bao-hiem-chung-kien-con-bao-mo-hinh-dich-vu-moi-196819.html>
6. Nguyễn Thị Vân Anh (2016), Insurtech - Xu hướng tất yếu của thị trường bảo hiểm, *báo Đầu tư chứng khoán*, Chủ Nhật, 8/1/2017, đường dẫn: <https://tinnhanhchungkhoan.vn/tu-van-bao-hiem/insurtech-xu-huong-tat-yeu-cua-thi-truong-bao-hiem-178270.html>

TÁC ĐỘNG CỦA FINTECH VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI NGÀNH TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG VIỆT NAM

ThS. Bùi Thị Lan Hương
Học viện Ngân hàng

Tóm tắt

Thế giới đang bước vào cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (cách mạng 4.0) - cuộc cách mạng được hình thành trên nền tảng liên kết thế giới thực và ảo, mọi thứ đều được kết nối bởi internet, in 3D, big data, trí tuệ nhân tạo AI ... Đây là cuộc cách mạng có tác động đến hầu hết tất cả các lĩnh vực của đời sống, kinh tế, xã hội trên phạm vi toàn cầu. Trong đó, Tài chính - Ngân hàng là một trong số các ngành chịu tác động mạnh mẽ nhất từ cuộc cách mạng này.

Trong bối cảnh công nghệ phát triển nhanh chóng và ngày càng tạo ra sự thay đổi mạnh mẽ “cách” mà các doanh nghiệp đang kinh doanh ở mọi lĩnh vực. Fintech là nơi dịch vụ tài chính và công nghệ giao thoa, nơi các doanh nghiệp tận dụng sức mạnh của công nghệ để tạo ra sự thay đổi, trải nghiệm mua sắm hoàn toàn mới cho khách hàng về các sản phẩm và dịch vụ của các công ty dịch vụ tài chính cung cấp. Sự xuất hiện của fintech đã làm thay đổi cục diện của ngành công nghiệp dịch vụ tài chính nhờ lợi thế về tốc độ, đơn giản và hiệu quả trong các giao dịch tài chính và hoạt động đầu tư.

Bài viết tập trung phân tích những tác động của fintech đối với ngành Tài chính - Ngân hàng. Từ đó, nêu ra những vấn đề cần giải quyết và một số giải pháp nhằm giúp ngành tài chính - ngân hàng có thể tận dụng cơ hội hợp tác và ứng dụng có hiệu quả những thành tựu mà fintech đem lại trong thời gian tới. Đồng thời, giúp các nhà hoạch định chính sách xây dựng, bổ sung và hoàn thiện hành lang pháp lý cho các hoạt động của công ty fintech nói chung và hợp tác với các cơ quan, đơn vị ngành tài chính - ngân hàng nói riêng được tiến hành thuận lợi và phù hợp với các thông lệ quốc tế.

Từ khóa: Fintech, tài chính - ngân hàng

1. Khái quát chung về fintech

1.1. Khái niệm và đặc điểm của fintech

Fintech là tên gọi tắt của financial technology (công nghệ tài chính), nó được sử dụng chung cho các công ty sử dụng internet, điện thoại di động, công nghệ điện toán đám mây và các phần mềm mã nguồn mở, nhằm mục đích nâng cao hiệu quả hoạt động trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng. Đây là công nghệ và xu hướng cách tân nhắm tới việc cạnh tranh với các phương pháp tài chính truyền thống trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính. Việc sử dụng điện thoại thông minh smart phone cho hình thức mobile banking, dịch vụ đầu tư và các đồng tiền được mã hóa là những ví dụ điển hình mà Fintech đang hướng đến để các dịch vụ tài chính trở nên dễ dàng tiếp cận hơn với đại chúng người dân.

Công ty fintech là những doanh nghiệp (DN) độc lập, hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin cung cấp các sản phẩm, dịch vụ mới trong lĩnh vực tài chính. Khách hàng của các công ty này có thể là người sử dụng cuối cùng, cũng có thể là các định chế tài chính. Thông thường, các công ty fintech được chia thành 2 nhóm: Nhóm thứ nhất là các công ty phục vụ người tiêu dùng, cung cấp các công cụ kỹ thuật số để cải thiện cách

các cá nhân vay mượn, quản lý tiền bạc, tài trợ vốn cho các startup. Nhóm còn lại là các công ty thuộc dạng “back-office” hỗ trợ công nghệ cho các định chế tài chính.

So với phương pháp truyền thống, Fintech có những điểm ưu việt hơn, cụ thể:

- *Dễ dàng tiếp cận với người dùng*: Hiện nay việc sử dụng điện thoại thông minh smartphone với dịch vụ internet là rất phổ biến ngoài xã hội. Chính vì vậy mà các công nghệ tài chính fintech như thanh toán, chuyển tiền qua các apps là khá dễ dàng, nhất là với giới trẻ. Do đó, ứng dụng này thường được các ngân hàng (NH) gợi ý nhằm cung cấp dịch vụ cho khách hàng, đặc biệt là việc thanh toán qua thẻ cũng ngày càng được sử dụng rộng rãi ở các siêu thị, nhà hàng, khách sạn ... rất thuận lợi và dễ dàng.

- *Chi phí thấp*: Chi phí thanh toán qua mạng (chi phí duy trì trang mạng, tạo thẻ, internet) rẻ hơn rất nhiều so với chi phí nhân công, thuê mặt bằng, tạo tiền mặt,... theo phương thức thanh toán thủ công bình thường.

- *Tốc độ nhanh*: Fintech có tốc độ cực kì nhanh chóng, gần như là ngay lập tức trong khi việc thanh toán, chuyển tiền thủ công mất nhiều thời gian do phải thực hiện các thủ tục rườm rà, phức tạp.

- *Tính bảo mật cao*: Việc sử dụng fintech cũng có độ bảo mật cao không kém dịch vụ thủ công truyền thống. Người dùng fintech sẽ phải nhập ID, password hoặc có chữ kí của chủ tài khoản mới có thể thanh toán. Bởi vậy, khách hàng sẽ ít khi phải lo lắng về độ bảo mật của các dịch vụ do fintech cung cấp.

1.2. Một số loại sản phẩm của Fintech

Các sản phẩm của Fintech được chia thành hai nhóm chính:

- *Nhóm 1*: các sản phẩm phục vụ người tiêu dùng, các công cụ kỹ thuật số và công nghệ khác để cải thiện cách các cá nhân vay mượn, quản lý tiền bạc, tài trợ vốn cho các startup.

- *Nhóm 2*: các sản phẩm công nghệ “back-office” nhằm hỗ trợ cho hoạt động của các fintech và các định chế tài chính.

Hiện nay, một số sản phẩm fintech đang được sử dụng phổ biến gồm:

- *Ví điện tử*: là một loại tài khoản điện tử đóng vai trò là phương tiện thanh toán trực tuyến dành cho khách hàng, giúp khách hàng thanh toán các loại chi phí, gửi tiền và nhận tiền qua internet một cách nhanh chóng. Một số loại ví điện tử được sử dụng phổ biến hiện nay bao gồm: *PayPal* (cho phép thanh toán bằng 26 đồng tiền khác nhau và luôn duy trì vị trí dẫn đầu khi nắm trên 40% tổng giá trị thanh toán qua điện thoại trên toàn cầu); *Alipay* (là thương hiệu ví điện tử của Alibaba - Trung Quốc); *Google Wallet* (sản phẩm được người Mỹ dùng để mua hàng, gửi tiền hoặc thực hiện các vụ mua bán qua Google Play)...[4]

- *TransferWise – chuyển tiền ngang cấp* (peer-to-peer)

Ban đầu TransferWise được tạo ra nhằm cung cấp dịch vụ chuyển tiền ra nước ngoài tại London, nơi cứ 10 người thì 4 người là dân nhập cư, mục đích là giúp các khách hàng có thể chuyển tiền ra nước ngoài với mức phí hợp lý.

- *GoBear – so sánh các dịch vụ*

Đây là ứng dụng so sánh trực tuyến giúp người dùng tìm kiếm và so sánh các sản phẩm tài chính đầu tiên của Châu Á. Công cụ này được thiết lập dựa trên nền tảng đơn giản để khách hàng có thể được tự do, thoải mái lựa chọn các sản phẩm tài chính

phức tạp như bảo hiểm, thẻ tín dụng và các khoản vay. GoBear hỗ trợ khách hàng tìm kiếm thông tin liên quan đến tài chính một cách minh bạch, rõ ràng, không có tính thiên vị, không mang tính chất quảng cáo hay thúc đẩy việc mua bán sản phẩm. Hiện GoBear đã phát triển đến nhiều nước trong khu vực Châu Á như Thái Lan, Malaysia, Philipine, Hồng Kông ...

- *Leading Club* (câu lạc bộ cho vay)

Leading Club được coi là một trong những Fintech tiên phong tại Mỹ, cung cấp nền tảng cho vay ngang cấp cho phép khách hàng nhận được các khoản vay, và các nhà đầu tư có thể mua các phiếu ghi nợ hỗ trợ bởi các khoản thanh toán từ người vay.

- *Kickstarter – gọi vốn cộng đồng*

Gọi vốn cộng đồng cũng là một sản phẩm điển hình của Fintech. Kickstarter cho phép các nhà phát triển, kinh doanh, sáng tạo có khả năng đem dự án của mình ra huy động vốn từ những người tiêu dùng thông thường trên mạng internet, nhờ đó giúp cho việc gọi vốn của các startup trở nên dễ dàng và đơn giản hơn rất nhiều. Hiện Kickstarter đã trở thành trang gọi vốn lớn nhất với trên 15 danh mục khác nhau. Đến nay các startup và cá nhân đã huy động thành công hơn 2,8 tỷ đô la từ gần 10 triệu nhà tài trợ cho trên 280.000 dự án từ trang này[4]

- *Robinhood - hỗ trợ giao dịch chứng khoán*

Một đại diện cho sản phẩm Fintech trong ngành chứng khoán là Robinhood. Được sáng tạo ra vào năm 2013, Robinhood là ứng dụng trên điện thoại di động cho phép các cá nhân đầu tư vào các công ty được niêm yết đại chúng và vào các quỹ giao dịch được niêm yết trên các sàn giao dịch tại Mỹ mà không phải trả phí môi giới.

2. Tác động của Fintech đến ngành tài chính - ngân hàng

2.1. Thực trạng ứng dụng fintech trong ngành tài chính - ngân hàng Việt Nam

Theo số liệu tổng hợp năm 2016, các công ty fintech Việt Nam hoạt động trên các lĩnh vực chủ yếu sau đây:

<i>TT</i>	<i>Lĩnh vực hoạt động</i>	<i>Số công ty</i>	<i>Tỷ lệ (%)</i>
1	Thanh toán di động	20	56
2	Gọi vốn (Crowdfunding)	4	11
3	Bitcoin/Blokchain	3	8
4	Quản lý tài chính cá nhân	3	8
5	Quản lý POS	2	5,5
6	Quản lý dữ liệu	2	5,5
7	Cho vay	1	3
8	So sánh thông tin	1	3
	<i>Cộng:</i>	<i>36</i>	<i>100%</i>

Nguồn: Tổng hợp Fintech 2016

- Lĩnh vực thanh toán: Xử lý thanh toán, chuyển khoản, thanh toán di động, ngoại hối, thẻ tín dụng, thẻ trả trước ... Theo báo cáo của ngân hàng Nhà nước (NHNN), năm 2007 là năm bắt đầu thử nghiệm dịch vụ thanh toán trung gian cho 9 công ty tham gia và tới năm 2017 có 20 công ty Fintech được chính thức cấp phép tham gia hoạt động này [5].

- Huy động vốn cộng đồng, cho vay trực tuyến: Huy động vốn từ cộng đồng, cho vay ngang hàng trực tuyến...

- Chuỗi khối: Tiền tệ số, hợp đồng thông minh, theo dõi tài sản,...

- Lập kế hoạch: kế hoạch tài chính cá nhân, kế hoạch nghỉ hưu, kế hoạch ngân sách của DN, quản lý mối quan hệ khách hàng, quản lý nguồn lực của DN...

- Giao dịch và đầu tư: Quản lý đầu tư, tư vấn tự động, giao dịch thương mại, kinh doanh công nghệ, môi giới...

Ở Việt Nam, các startup hoạt động trong lĩnh vực thanh toán phát triển mạnh trong những năm gần đây và chủ yếu kinh doanh trong lĩnh vực thanh toán nhờ vào chính sách cho phép thí điểm dịch vụ trung gian thanh toán của NHNN, nhằm tạo hành lang pháp lý thúc đẩy các DN trung gian thanh toán phát triển [10]



Các fintech startups ở Việt Nam. (Nguồn: ADB-MBI)

Ngoài ra, các mô hình kinh doanh thành công trên thế giới cũng đã được du nhập vào Việt Nam như: cho vay ngang hàng, thẩm định tín dụng dựa trên hành vi mạng xã hội, crowd funding, đầu tư tự động (robo invest), sàn bitcoin, blockchain...

So với thế giới và khu vực, lĩnh vực fintech tại Việt Nam còn khá non trẻ, song số lượng các DN hoạt động trong lĩnh vực này ngày một gia tăng. Tính đến cuối năm 2017, tổng số DN fintech đã lên tới 70 DN (trong đó, lĩnh vực thanh toán chiếm 60%)[6]. Với xuất phát điểm là cung cấp cho người tiêu dùng công cụ thanh toán trực tuyến, thanh toán kỹ thuật số POS/mPOS, chuyển tiền... Hiện nay, tất cả các trung tâm thanh toán được Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cấp giấy phép hoạt động đều phối hợp với NH để cung ứng sản phẩm, dịch vụ cho người tiêu dùng, cụ thể như: Ngân hàng thương mại cổ phần (NHTMCP) Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) hiện nay đang hợp tác với công ty Fintech Timo trong cung cấp dịch vụ ngân hàng số, hợp tác với công ty Moca trong cung cấp dịch vụ thanh toán kỹ thuật số; NHTMCP Quân đội (MB) hợp tác với một công ty Fintech tạo ra công nghệ cho phép người dùng thực hiện giao dịch ngay trong ứng dụng Messenger của Facebook; mô hình dịch vụ chuyển tiền giá trị nhỏ của NHTMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) trên cơ sở hợp tác sử dụng mạng lưới các đại lý viễn

thông của Công ty Cổ phần Di động Trực tuyến (M_Service) ở khu vực nông thôn; mô hình dịch vụ chuyên tiền của MB trên cơ sở hợp tác sử dụng mạng lưới của Tổng công ty Viễn thông Quân đội (Viettel) ở địa bàn nông thôn, miền núi, hải đảo... Hiện có khoảng 25 công ty Fintech đã được NHNN cấp phép cả về phương diện đầu tư tài chính cho hạ tầng số về nhân lực, về khả năng quản trị với mô hình kinh doanh mới, về thiết kế sản phẩm và chính sách quy trình điện tử tạo sự thông dụng cho khách hàng. Một số NH đã bắt đầu nghiên cứu áp dụng Bigdata như: NHTMCP Công thương Việt Nam (Vietinbank) với dự án kho dữ liệu DN (EDW) để hỗ trợ nâng cao hiệu quả quản lý, giám sát và quản trị rủi ro theo tiêu chuẩn quốc tế, cung cấp thông tin dữ liệu để vận hành các mô hình phân tích hành vi khách hàng, dự báo rủi ro. VP Bank cũng hợp tác với IBM để xây dựng Bidata phục vụ việc nghiên cứu khách hàng, nắm bắt xu hướng lựa chọn của khách hàng, dự báo thị trường, xây dựng kế hoạch kinh doanh... MB cũng đang hợp tác với Infosys, Amigo thực hiện dự án kho dữ liệu tập trung và công cụ báo cáo quản trị để đáp ứng yêu cầu về thông tin, dữ liệu cho hoạt động quản lý, giám sát và quản trị rủi ro...[6]

Trong lĩnh vực tài chính Công, Việt Nam đã ứng dụng công nghệ thông tin vào hầu hết các hoạt động nghiệp vụ như: Hệ thống thông tin quản lý Ngân sách và Kho bạc, thanh toán điện tử và trái phiếu Chính phủ. Triển khai thuế điện tử, hải quan điện tử, quản lý nợ công, tài sản công, giám sát thị trường tài chính và dự trữ nhà nước. Hiện Kho bạc Nhà nước đang thực hiện triển khai dự án “Hiện đại hóa quy trình thu nộp thuế giữa cơ quan Thuế - Hải quan - Kho bạc Nhà nước - cơ quan tài chính” nhằm kết nối, trao đổi và thống nhất dữ liệu về thu Ngân sách Nhà nước giữa các cơ quan trong ngành tài chính, đảm bảo dữ liệu được nhập ở một nơi và được sử dụng ở nhiều nơi. Hiện nay, Cục Quản lý Bảo hiểm cũng đã bước đầu ứng dụng công nghệ thông tin ở các mảng: tiếp nhận và khai thác phần mềm cơ sở dữ liệu về bảo hiểm bắt buộc trách nhiệm dân sự của chủ xe cơ giới, phối hợp với Cục tin học và Thống kê tài chính xây dựng và khai thác hệ thống dịch vụ công trực tuyến ...

2.2. Tác động của Fintech đến ngành Tài chính - Ngân hàng

Các ứng dụng đa dạng của Fintech đang tác động đến hầu hết mọi lĩnh vực hoạt động của ngành tài chính - ngân hàng như: tiền gửi, thanh toán, bảo hiểm, chứng khoán, tín dụng, quản trị rủi ro..., không những thế Fintech cũng tác động đến cơ cấu thị trường, cơ cấu sản phẩm, chiến lược phát triển và mọi mặt kinh doanh của cả hệ thống tài chính - ngân hàng. Trong đó, những tác động lớn nhất phải kể đến là:

- Làm thay đổi kênh phân phối và các sản phẩm dịch vụ tài chính truyền thống: Làn sóng fintech đã thay đổi hoàn toàn cách họ kinh doanh với việc chỗi bỏ mô hình kết nối truyền thống, tạo nhiều lựa chọn cho hoạt động fundraising, thanh toán, mua bán với chi phí ít tốn kém nhất. Fintech len lỏi đến lĩnh vực tài trợ tiền, cho vay, thanh toán, quản lý tài sản và đầu tư, thu thập dữ liệu, đánh giá và xếp hạng tín dụng, cho vay, tiền điện tử, quản lý vốn lưu động,... Tác động của fintech có thể thấy rõ trong những năm gần đây qua xu thế phát triển mạnh của các kênh bán hàng qua Internet, Mobilebanking, Tablet Banking, mạng xã hội, phát triển NH kỹ thuật số, giao dịch không giấy tờ...

- Fintech với các ứng dụng công nghệ cao làm thay đổi chức năng của thị trường tài chính: Ứng dụng dữ liệu lớn (Big Data) sẽ giúp cho các định chế tài chính có thể thu thập dữ liệu bên trong và bên ngoài phục vụ cho việc phân tích hành vi khách hàng với chi phí thấp. Đồng thời, hỗ trợ cho các quá trình ra quyết định và nâng cao chất lượng dịch vụ, mang lại giá trị gia tăng cũng như sự hài lòng hơn cho khách hàng.

Sự xuất hiện tiền điện tử, chuỗi khối Blok-chain, ví điện tử, giao dịch tiền điện tử cho phép sử dụng tiền điện tử thay thế tiền thật trong thương mại điện tử. Công nghệ chuỗi khối Blok-chain cho phép người dùng có thể truy cập được thông tin lịch sử của mọi giao dịch mà vẫn đảm bảo sự an toàn về bảo mật thông tin nhằm ngăn chặn các gian lận trong các giao dịch tài chính. Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ Blok-chain tại các NH còn cho phép đơn giản hóa các giao dịch xuyên quốc gia, giảm thời gian giao dịch và chi phí, từ đó tăng hiệu quả hoạt động của hệ thống NH và các định chế tài chính.

- **Xu hướng “ngân hàng không giấy:** đây sẽ là xu hướng trở nên phổ biến và là thách thức không nhỏ của ngành dịch vụ tài chính trong việc giảm dần vai trò của các chi nhánh. Việc cạnh tranh thông qua mở rộng mạng lưới các chi nhánh sẽ dần chấm dứt do chi phí hoạt động cao. Thay vào đó, cạnh tranh công nghệ tài chính hiện đại cũng trở nên gay gắt hơn trong các định chế tài chính.

Theo một khảo sát của PwC trong báo cáo Fintech toàn cầu năm 2017, tỷ lệ khách hàng sẵn sàng hợp tác với các công ty Fintech trong lĩnh vực thanh toán chiếm 84%, ngân hàng điện tử chiếm 68%, tài chính cá nhân là 60%, cho vay cá nhân chiếm 56%, tiếp theo đó là tiết kiệm, bảo hiểm và quản lý tài sản[6]. Trong lĩnh vực NH, chuyển tiền transferwise đã thay đổi giải pháp ngân hàng truyền thống vốn mất chi phí cao, giúp khách hàng cá nhân tiếp cận dịch vụ nhanh chóng. Hiện tại, các công ty cho vay P2P, kết nối trực tiếp người đi vay với người cho vay trên internet, đã hoạt động khá hiệu quả, giúp rút ngắn thời gian phê duyệt các khoản vay từ vài tuần ở các ngân hàng truyền thống xuống chỉ còn vài giờ.

- **Fintech định hình lại nhu cầu thị trường và làm thay đổi thị phần của thị trường tài chính**

Fintech đã khiến cho các tổ chức trung gian tài chính truyền thống trở nên lỗi thời. Các hoạt động của họ dần bị thay thế bởi các mô hình kinh doanh dịch vụ tài chính dựa trên nền tảng công nghệ số, dịch vụ tài chính truyền thống sẽ chuyển sang dịch vụ thanh toán, gọi vốn cộng đồng, quản lý tài sản, cho vay của fintech và hệ quả tất yếu là thị phần của các NH nói chung và các định chế tài chính nói riêng có xu hướng giảm bớt do phải “chia phần” cho các công ty Fintech.

Công ty fintech có thể thu về các khoản tiết kiệm lớn nhờ hoạt động linh hoạt hơn NH. Fintech không chỉ đơn thuần dừng ở việc kiểm tra tài khoản trực tuyến hay thiết lập danh mục đầu tư qua mạng mà còn giúp xử lý các hoạt động tài chính mau lẹ và thuận tiện. Theo Global Fintech Survey Report của Pricewaterhouse Coopers, 23% công ty dịch vụ tài chính truyền thống (gồm cả NH) lo sợ hoạt động kinh doanh có thể rơi vào tay các DN fintech độc lập, tỷ lệ của riêng khối NH tham gia khảo sát là 24%. Các DN fintech tự tin nói rằng họ có thể giành giật được 33% hoạt động kinh doanh của NH truyền thống.

- **Làm thay đổi nhu cầu và cơ cấu thị trường lao động trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng:**

Khi người lao động khó có thể duy trì được lợi thế cạnh tranh về chi phí và hiệu quả thì công nghệ có thể thay thế cho lượng lớn nhân viên đang làm việc tại các NH, tổ chức tài chính, công ty chứng khoán, bảo hiểm... dẫn đến số lượng nhân viên trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng có nguy cơ bị giảm. Tuy nhiên, nhu cầu về nguồn nhân lực chất lượng cao (giỏi cả về kiến thức chuyên môn nghiệp vụ tài chính - ngân hàng và công nghệ thông tin) lại có xu hướng gia tăng. Từ đó, làm thay đổi về cơ cấu lao động trong ngành tài chính - ngân hàng theo hướng giảm tỷ trọng lao động có trình độ thấp (công

việc hành chính, quản lý giấy tờ, chuẩn bị dữ liệu ...), gia tăng lao động chất lượng cao để đáp ứng yêu cầu trong bối cảnh mới.

3. Những vấn đề đặt ra và giải pháp

3.1. Những vấn đề đặt ra

Hiện nay fintech được nhận định sẽ là xu hướng phát triển tất yếu trong hoạt động tài chính - ngân hàng trong phạm vi toàn cầu. Fintech được dự báo sẽ mang lại cơ hội hợp tác phát triển, song thực tế cũng đặt ra nhiều vấn đề cần giải quyết để có thể phát huy những tác động tích cực của fintech đối với nền kinh tế nói chung và hoạt động của ngành tài chính - ngân hàng nói riêng.

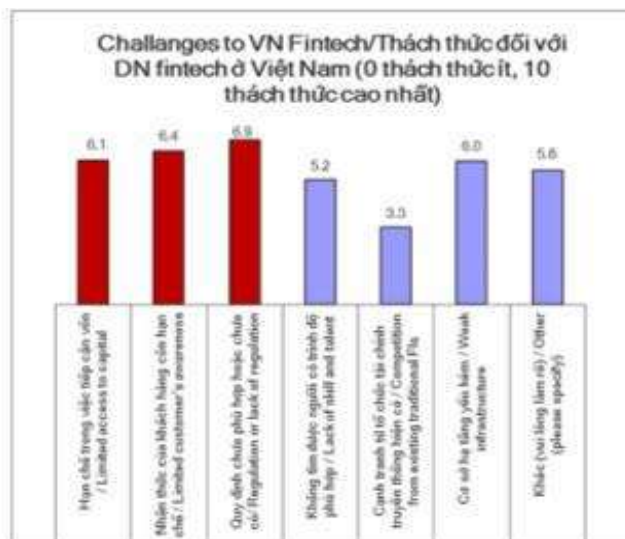
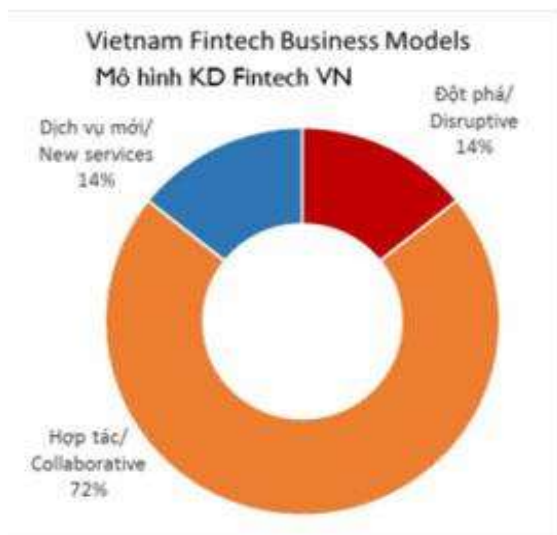
Thứ nhất: Hành lang pháp lý chưa đầy đủ và chưa thực sự tạo động lực cho việc phát triển, ứng dụng fintech trong hoạt động của ngành tài chính - ngân hàng.

Một trong các vấn đề lớn cần quan tâm giải quyết chính là hành lang pháp lý mới cho sáng tạo và phát triển của fintech, NH số, cũng như sự hợp tác giữa NH với fintech. Hiện tại, những quy định pháp lý cho hoạt động của các công ty fintech chưa đầy đủ, mới chỉ là những quy định đơn giản ban đầu, chưa có văn bản luật chính thức và chủ yếu tập trung vào lĩnh vực thanh toán. Chưa có cơ chế, chính sách cụ thể trong việc triển khai “tài chính số” và “ngân hàng số”. Các chính sách, quy định cụ thể đi sâu vào chi tiết áp dụng fintech trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng chưa đầy đủ. Các chính sách ưu đãi, hỗ trợ ứng dụng các thành tựu của cách mạng 4.0 nói chung và fintech nói riêng còn thiếu, chưa thiết thực và phân tán ở nhiều lĩnh vực mà chưa có sự điều tiết thống nhất, cụ thể như: việc hợp tác giữa các công ty fintech với NH còn nhiều bất cập “có tới 80% NH nói họ đang gặp khó khăn trong quá trình thực hiện mục tiêu sinh thái kỹ thuật số - nền tảng của hệ thống NH thông minh”⁵⁷. Hiện tại, những giải pháp nghiệp vụ mới của các công ty fintech mà pháp luật chưa quy định thì NHNN áp dụng quản lý theo khuôn khổ “pháp lý thử nghiệm”⁵⁸. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có những quy định rõ ràng về lĩnh vực, phạm vi hoạt động, cũng như mức độ thử nghiệm, gây khó khăn trong quá trình triển khai thực hiện.

Theo survey gần đây với các DN fintech của ADB-MBI, các DN fintech cho rằng “các quy định chưa phù hợp hoặc chưa có” chính là rào cản lớn nhất hiện nay khiến các DN fintech chưa mạnh dạn đầu tư phát triển[10]

⁵⁷ Ông Nguyễn Văn Bé – Cố vấn Hội đồng quản trị MB

⁵⁸ Ông Nguyễn Kim Anh – Phó Thống đốc NHNN



Survey của ADB-MBI đối với các doanh nghiệp thuộc CLB Fintech Vietnam

Các quy định về an ninh thông tin mạng chưa hoàn thiện. Chưa có quy định cụ thể về việc thu thập thông tin người dùng, cũng như đảm bảo thông tin chính xác, hợp pháp và không bị sửa đổi, phá hủy...

Ngoài ra, các chính sách hỗ trợ tài chính chưa thực sự rõ ràng và tạo điều kiện thuận lợi cho việc đầu tư, nghiên cứu và ứng dụng fintech vào hoạt động của DN và NH

Thứ hai: Lo ngại về tính an toàn và khả năng bảo mật thông tin

Dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 nói chung và fintech nói riêng, đặt ra thách thức mới về bảo mật và vấn đề an ninh mạng trở nên vô cùng quan trọng. Với sự phát triển ngày càng tinh vi của công nghệ số và xu hướng chuyển dần sang điện toán đám mây đã làm gia tăng các lỗ hổng về bảo mật và hình thành những hiểm họa mới, kéo theo những lo ngại ngày càng nghiêm trọng về rủi ro tấn công của tin tặc (việc thâm nhập và qua mặt hệ thống an ninh trở nên dễ dàng hơn với công nghệ in 3D, các thuật toán khai thác dữ liệu lớn cho phép các đối tượng phán đoán và điều chỉnh hành vi để qua mặt các thủ tục nhận dạng an ninh. Việc kết nối IoT làm tăng nguy cơ tội phạm kiểm soát các thiết bị có kết nối trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, xâm nhập, chiếm quyền kiểm và xâm hại lợi ích của các trung gian tài chính). Bên cạnh đó, sự hợp tác giữa các NH với fintech trong chia sẻ thông tin khách hàng, chia sẻ rủi ro, trách nhiệm giữa các bên với khách hàng với các mô hình được số hóa mạnh mẽ và giao dịch qua môi trường mạng không giới hạn về không gian và thời gian sẽ là thách thức lớn cho các cơ quan quản lý thuế và bảo vệ người tiêu dùng trước những rủi ro ngày càng tinh vi và phức tạp. Đồng thời, do sự đa dạng của các sản phẩm, dịch vụ tài chính - ngân hàng khiến rủi ro kinh doanh cũng phức tạp hơn, dẫn đến việc kiểm soát rủi ro theo các phương thức truyền thống gặp khó khăn trong và không còn phù hợp với tình hình mới.

Trên thực tế, Việt Nam hiện nay đang thuộc nhóm các nước mới chỉ bắt đầu chú ý tới việc xây dựng luật liên quan đến tội phạm mạng cũng như đào tạo nhân lực chống tội phạm mạng, còn bảo vệ an ninh mạng thì thuộc nhóm các nước có tiến bộ do đã có các quy định khuôn khổ để thực hiện các chương trình và chính sách bảo đảm an ninh mạng (Lê Thị Thiên Hương, 2017). Trong khi đó, vấn đề bảo mật, an ninh mạng ở Việt Nam ngày càng có nhiều diễn biến phức tạp. Số vụ tấn công mạng tại Việt Nam trong nửa đầu năm 2016 đã bằng cả năm 2015 (Oxford Business Group, 2017). Đến năm 2017, Việt Nam chỉ xếp thứ 101/193 quốc gia về chỉ số an ninh mạng toàn cầu[6]

Thứ ba: Chất lượng nguồn nhân lực nói chung và ngành tài chính - ngân hàng nói còn nhiều bất cập, chưa đáp ứng được yêu cầu của thời đại công nghệ mới

Mặc dù nguồn nhân lực ngành tài chính - ngân hàng không ngừng gia tăng về số lượng, nhất là trong những năm gần đây. Số lượng lao động trong ngành tài chính - ngân hàng năm 2016 là 408.900 lao động và tốc độ tăng bình quân khoảng 8,5%/năm (2013-2016)⁵⁹. Tuy nhiên, số lao động có chuyên môn đúng ngành tài chính - ngân hàng chiếm chưa tới 50%. Bên cạnh chất lượng nguồn nhân lực trong ngành tài chính - ngân hàng còn nhiều hạn chế về chuyên môn nghiệp vụ, tính chuyên nghiệp chưa cao, thiếu tự tin⁶⁰ thì trình độ về công nghệ thông tin cũng rất thấp, chưa đáp ứng được yêu cầu trong bối cảnh mới, nhất là trong điều kiện tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 và những ứng dụng của fintech ngày càng phát triển. Theo “World Economic Forum và A.T.Kearney, 2018” Việt Nam có trình độ sử dụng công nghệ và đổi mới khá kém (xếp hạng 90/100), yếu tố vốn con người (xếp hạng 70/100). Trong đó, các chỉ tiêu cụ thể như: kiến thức của người lao động xếp thứ 81, chất lượng đào tạo nghề xếp thứ 80, chất lượng các trường đại học xếp thứ 74, chất lượng kỹ sư và các nhà khoa học xếp thứ 70...

3.2. Một số giải pháp

Thứ nhất: tạo dựng hành lang pháp lý đầy đủ và theo hướng tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển và ứng dụng fintech vào các hoạt động tài chính - ngân hàng

✓ *Đối với Chính phủ:*

- Cần tiếp tục hoàn thiện cơ sở pháp lý cho hoạt động của các công ty này. Những vấn đề liên quan đến nghiên cứu khuôn khổ pháp lý, hoàn thiện hệ sinh thái và đề xuất phương thức quản lý lĩnh vực Fintech tại Việt Nam cần đảm bảo nguyên tắc nhất quán, hiệu quả và sự đồng thuận cao. Theo đó, việc giao đơn vị đầu mối triển khai nghiên cứu các nội dung cụ thể của Fintech cần được thực hiện phân công thông qua đầu mối tham mưu thống nhất cho ban chỉ đạo là cơ quan thường trực ban chỉ đạo. Bên cạnh đó, cơ quan thường trực cũng là đầu mối tiếp nhận ý kiến đóng góp từ các thành viên trong cộng đồng Fintech Việt Nam và phối hợp với vụ Hợp tác quốc tế của NHNN và Bộ Tài chính đối với các hoạt động hợp tác quốc tế về Fintech trong bối cảnh hoạt động fintech tại Việt Nam đang hội nhập với khu vực và thế giới.

- Bổ sung các quy định về phương tiện, dịch vụ thanh toán mới, dịch vụ trung gian thanh toán, tiền điện tử ... trên cơ sở áp dụng các thông lệ và tiêu chuẩn quốc tế tốt nhất cho một số phương tiện và hệ thống thanh toán.

✓ *Đối với NHNN và Bộ Tài chính:*

NHNN có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của lĩnh vực Fintech ở Việt Nam, đặc biệt là xây dựng một hệ sinh thái Fintech dựa trên lợi thế của Việt Nam xét về quy mô dân số và nguồn nhân lực đam mê công nghệ. Với vai trò không thể thiếu của Fintech trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin hiện nay, NHNN cần phát huy vai trò xúc tác tạo nền tảng pháp lý thuận lợi cho hoạt động của Fintech tại Việt Nam, hướng tới một “sân chơi bình đẳng” trong tương lai cho các DN Fintech và NHTM. Trước mắt, trong giai đoạn thử nghiệm, cần có quy định rõ ràng về lĩnh vực, phạm vi hoạt động, sản phẩm dịch vụ, mức độ thử nghiệm, quy trình

⁵⁹ TS Cán Văn Lực – Giám đốc Trung tâm Đạo tạo cán bộ BIDV

⁶⁰ TS. Nguyễn Sơn – Chủ tịch Trung tâm Lưu ký chứng khoán Việt Nam

đăng kí báo cáo, thử nghiệm và giám sát, công bố sản phẩm dịch vụ thành công và khả năng nhân rộng ... Đồng thời, sửa đổi và bổ sung các quy định về hoạt động của ngành NH để tương thích và phù hợp với bối cảnh “số hóa” và sự phát triển của fintech. Qua đó, khuyến khích sự hợp tác, cạnh tranh cùng có lợi giữa hai chủ thể này. Trong đó, một số vấn đề trọng tâm của Fintech cần chú trọng để có chính sách quản lý phù hợp trong thời gian sớm nhất, bao gồm: Công nghệ Blockchain và ứng dụng của nó trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, huy động và cho vay hàng ngang, giao diện chương trình ứng dụng API, hệ thống định danh khách hàng điện tử (e-ID) phục vụ cho việc nhận biết khách hàng.

Thứ hai: Tăng cường các biện pháp an toàn và bảo mật thông tin

- Hệ thống tài chính - ngân hàng cần phải quan tâm nhiều hơn để đảm bảo sự an toàn và tính riêng tư trong hệ thống thông tin của khách hàng và có các biện pháp phòng thủ mới để bảo mật thông tin. Theo đó các tổ chức tài chính, ngân hàng cần trang bị cho mình các công cụ bảo mật mới, quan tâm hơn nữa việc xây dựng cơ sở dữ liệu dự phòng, nâng cấp hệ thống an ninh, bảo mật và nâng cao nhận thức về bảo mật, đảm bảo an toàn thông tin trong toàn hệ thống. Đẩy mạnh truyền thông các hiểm họa và các nguy cơ mới thông qua việc chia sẻ trực tuyến để ngăn ngừa, giảm thiểu tổn thất cho các đối tượng có liên quan.

- Triển khai các dịch vụ hạ tầng về an toàn bảo mật thông tin: triển khai đám mây ngành ở mức hạ tầng và đám mây chung, đảm bảo hiệu quả và an toàn thông tin một cách toàn diện. Xây dựng nền tảng tích hợp chia sẻ dữ liệu dịch vụ, đảm bảo thông suốt và gắn kết giữa các hệ thống trong và ngoài ngành. Kết nối các trung tâm điều hành an ninh mạng, cung cấp thông tin về các sự kiện, sự cố an toàn thông tin phục vụ hoạt động quản lý, giám sát điều hành công tác bảo đảm an toàn thông tin cho toàn ngành.

- NHNN và Ủy ban Giám sát tài chính quốc gia cần đổi mới công tác thanh tra, giám sát các hoạt động tài chính, NH theo hướng tăng cường ứng dụng các công nghệ giám sát thông minh, xây dựng hệ thống cảnh báo trực tuyến, đồng thời giám sát hoạt động thanh toán theo các chuẩn mực quốc tế hiện đại. Đẩy mạnh áp dụng công nghệ trong đấu tranh phòng ngừa, ngăn chặn và xử lý các hành vi vi phạm pháp luật trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, đặc biệt đối với các phương thức thanh toán áp dụng công nghệ cao. Đồng thời, chủ động phối hợp với các công ty công nghệ và sử dụng nguồn lực tài chính thích hợp cho việc đầu tư các công nghệ bảo mật nhằm đảm bảo an ninh mạng như: Công nghệ phát hiện và vá lỗ hổng kỹ thuật, các bức tường lửa để ngăn chặn khả năng tấn công của tin tặc...

- Các NHTM cần hiểu rõ các yếu tố mới trong rủi ro hoạt động khi thực hiện triển khai hợp tác với các DN fintech, các chức năng cần bổ sung để giải quyết rủi ro nhằm đảm bảo về bảo mật trong hoạt động của NH.

- Từng tổ chức, đơn vị cần chú trọng phát triển các trung tâm dữ liệu, mạng DN tốt để chủ động lưu trữ thông tin, đề phòng các trường hợp xấu khi xảy ra tấn công mạng.

Thứ ba: Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành tài chính - ngân hàng

- Cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các trường, cơ sở đào tạo và các nhà tuyển dụng lao động. Các đơn vị có liên quan cần có sự kết nối, đặt hàng để cùng chia sẻ thông tin và có trách nhiệm trong việc cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng các yêu cầu của thời đại công nghệ mới. Các trường đại học và cơ sở đào tạo có các chuyên ngành liên quan tới lĩnh vực tài chính - ngân hàng cần chú trọng đào tạo chuyên sâu về digital

banking, e-commerce, quản trị công nghệ thông tin để trang bị những kiến thức cần thiết cho nguồn nhân lực tương lai bắt kịp xu hướng công nghệ ngân hàng hiện đại.

- Các cơ quan đầu ngành như Bộ Tài chính, NHNN, Ủy ban Giám sát tài chính quốc gia, Kho bạc Nhà nước... cần tiếp tục đổi mới và tăng cường công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực theo hướng tiếp cận trình độ và tiêu chuẩn của các nền kinh tế hiện đại, nhằm xây dựng đội ngũ lao động có đủ trình độ, năng lực chuyên môn và khả năng ứng dụng công nghệ cao. Đồng thời, tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ công nghệ thông tin tại các tổ chức tín dụng và các định chế tài chính, nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn, tính chuyên nghiệp, đáp ứng nhu cầu vận hành và làm chủ hệ thống công nghệ hiện đại. Bên cạnh đó, cần tăng cường liên kết đào tạo trong nước và quốc tế, đồng thời có chế độ đãi ngộ thỏa đáng đối với đội ngũ chuyên gia để khuyến khích học tập, bồi dưỡng và nâng cao trình độ, thu hút nhân tài làm việc và cống hiến cho hoạt động của ngành.

Ngoài ra, Bộ Tài chính và NHNN cùng các cơ quan có liên quan của Chính phủ cần có các chính sách xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng của hệ thống tài chính - ngân hàng theo hướng hiện đại và hội nhập với xu hướng của cách mạng 4.0 nhằm phát triển các sản phẩm, dịch vụ tài chính - ngân hàng, đặc biệt là công nghệ thanh toán quốc gia, đảm bảo hoạt động thanh toán tại Việt Nam có thể nhanh chóng phát triển ngang tầm với các nước tiên tiến trong khu vực và thế giới. Phát triển băng thông đối với cả mạng lõi và mạng truy nhập để xóa bỏ ranh giới trao đổi trên không gian ảo giữa các vùng, các quốc gia với nhau. Bên cạnh đó, nghiên cứu triển khai các đường cáp quang có tốc độ Gigabit, công nghệ 5G để kết nối IoT băng rộng, và thay thế mạng LAN Ethernet truyền thống bằng CC-Link IE. Ngành Tài chính - Ngân hàng cần phối hợp chặt chẽ với ngành Bru chính viễn thông, đầu tư đồng bộ để nâng cao hiệu năng của hệ thống ngay từ ban đầu. Thứ hai, ngành Tài chính - Ngân hàng cần tập trung, tiên phong trong xây dựng Chính phủ điện tử đạt tiêu chuẩn quốc tế. Ngoài ra, cần đẩy mạnh hơn nữa việc số hóa trong lĩnh vực quản trị Công - điều kiện tiên quyết để Chính phủ điện tử sẵn sàng cho nền kinh tế “kết nối số”. Bên cạnh đó, các NHTM và các tổ chức tài chính cũng cần chủ động chuẩn bị nguồn lực cho những dự án nghiên cứu riêng, cũng như đầu tư về công nghệ ứng dụng để chủ động đón đầu những chuyển động không ngừng trong lĩnh vực công nghệ, lấy chính sức mạnh công nghệ làm động lực đột phá cho sự phát triển trong tương lai.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

- **Kết quả nghiên cứu:**
 - Khái quát được những vấn đề cơ bản về fintech và những điểm ưu việt của fintech so với các hoạt động tài chính, ngân hàng truyền thống.
 - Đánh giá thực trạng phát triển của fintech và tình hình ứng dụng fintech trong hoạt động tài chính, ngân hàng Việt Nam, qua đó phân tích tác động cơ bản của fintech đến ngành tài chính - ngân hàng
 - Trên cơ sở đánh giá tác động của fintech đối với ngành tài chính - ngân hàng để rút ra một số vấn đề cần giải quyết và đề xuất giải pháp tháo gỡ.
- **Hàm ý chính sách:**
 - Cần xây dựng khung pháp lý đầy đủ, rõ ràng và cụ thể cho hoạt động của các công ty fintech theo hướng tạo thuận lợi cho các công ty này phát triển. Đồng thời, nâng cao khả năng ứng dụng và hợp tác hiệu quả giữa các công ty fintech với các cơ quan, đơn vị ngành tài chính - ngân hàng

- Hệ thống tài chính - ngân hàng cần thay đổi cơ cấu tổ chức và phương thức hoạt động phù hợp với bối cảnh fintech ngày càng thể hiện những ưu thế vượt trội để cùng hợp tác và phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. *Cách mạng công nghiệp 4.0: Cơ hội và thách thức*. 2017. xem 28.02.2018, <<https://baomoi.com/cach-mang-cong-nghiep-4-0-co-hoi-va-thach-thuc/c/23508186.epi>>
- [2]. *Bắt tay Fintech - ngân hàng: Nhiều cơ hội nhưng đầy thách thức*. 2017. xem 02.03.2018, <<http://vtv.vn/kinh-te/bat-tay-fintech-ngan-hang-nhieu-co-hoi-nhung-day-thach-thuc-20171113093150763.htm>>
- [3]. *Fintech và tương lai nào cho ngành ngân hàng*. 2017. Xem 28.02.2018, <<http://research.lienvietpostbank.com.vn/fintech-va-tuong-lai-nao-cho-nganh-ngan-hang>>
- [4]. *Fintech: Một số sản phẩm Fintech tiêu biểu (phần 2)*. 2017. xem 28.02.2018, <<http://khoinghiepsangtao.vn/phan-tich/fintech-mot-so-san-pham-fintech-tieu-bieu-phan-2/>>
- [5]. Hội thảo khoa học: “Tài chính - Ngân hàng trong bối cảnh cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0”, Khoa Tài Chính - Ngân hàng, Trường ĐH Thương mại, tháng 11/2017
- [6]. Hội thảo khoa học: “Tăng cường năng lực của ngành Tài chính trong tiếp cận cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0” Viện Chiến lược và Chính sách tài chính - Bộ Tài chính
- [7]. Khôi Nguyên 2017. *Ngân hàng Nhà nước sẽ tạo chính sách thuận lợi cho Fintech phát triển*, xem 01.03.2018 <<http://ictnews.vn/cntt/nghi-quyet-36nqtw/ngan-hang-nha-nuoc-se-tao-chinh-sach-thuan-loi-cho-fintech-phat-trien-155671.ict>>
- [8]. Thái Linh 2016. *Thách thức và cơ hội cho các ngân hàng*, xem 01.03.2018 <http://www.nhandan.com.vn/kinhte/thoi_su/item/31499402-thach-thuc-va-co-hoi-cho-cac-ngan-hang.html>
- [9]. Mai Ngọc 2017. *Ngân hàng và Fintech: Đối thủ hay đối tác?*, xem 02.03.2018 <<http://www.brandsvietnam.com/13976-Ngan-hang-va-Fintech-Doi-thu-hay-doi-tac>>
- [10]. *Xu hướng phát triển Fintech ở Việt Nam, cơ hội, thách thức và đề xuất hợp tác giữa Fintech và ngân hàng*. 2017. xem 28.02.2018, <http://www.vnba.org.vn/index.php?option=com_k2&view=item&id=2461:xu-huong-phat-trien-fintech-o-viet-nam-co-hoi-thach-thuc-va-de-xuat-hop-tac-giua-fintech-va-ngan-hang&Itemid=241&lang=vi>

LAN TỎA FINTECH TRONG HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP NỀN KINH TẾ SỐ: NHỮNG YẾU TỐ QUYẾT ĐỊNH VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

Lê Đạt Chí

Khoa Tài chính Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

Trần Hoài Nam

Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

Tóm tắt

Sự nổi lên của làn sóng phát kiến công nghệ tài chính (FinTech) gắn liền với nhu cầu đổi mới ngành dịch vụ tài chính, đặc biệt là sau cuộc khủng hoảng tài chính 2008. Cụ thể, làn sóng đầu tiên đánh dấu tham vọng của các công ty khởi nghiệp FinTech nhằm đối đầu cạnh tranh với các tổ chức tài chính-ngân hàng truyền thống. Qua đó, các tổ chức truyền thống bắt đầu nhận thức và tìm những phương cách khác nhau để ứng phó với “sự phá bình” này. Làn sóng thứ hai, đang diễn ra hiện nay, hướng đến một hệ sinh thái tích hợp trên nền tảng cạnh tranh hợp tác giữa hệ thống tài chính cũ với các công ty công nghệ (cũ và FinTech). Sự thành công của hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech trong nền kinh tế số phải gắn liền với sự lan tỏa FinTech trên mọi phương diện. Bài viết là những đánh giá và phân tích các khía cạnh đó với các hàm ý thiết thực cho Việt Nam trong kỷ nguyên Cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: FinTech, hệ sinh thái khởi nghiệp, nền kinh tế số, công nghiệp 4.0, Việt Nam

1. Giới thiệu và các khái niệm cơ bản

1.1. Cách mạng công nghiệp 4.0 với nền kinh tế số

Thuật ngữ (Cách mạng) công nghiệp 4.0 thường được dùng để nói đến giai đoạn hiện hành của cách mạng công nghiệp trong lịch sử loài người. Giai đoạn này được đặc trưng bởi tự động hóa kết hợp với trao đổi/xử lý dữ liệu trong công nghệ sản xuất. Đúc là quốc gia khởi đầu cho sự chuyên dịch nền kinh tế theo hướng cách mạng công nghiệp thế hệ 4 dựa trên các đổi mới về sản xuất/dịch vụ được đảm đương bởi các hệ thống mạng điều hướng bởi thuật toán máy tính (Lee & cộng sự, 2014). Đây là nhu cầu thiết thực trong bối cảnh cạnh tranh kinh tế gia tăng, khi mà các công ty đang ngày càng đối mặt với nhiều thách thức trong việc ra quyết định nhanh dựa trên cơ sở dữ liệu lớn (big data). Thực tế là nhiều hệ thống sản xuất hiện tại không sẵn sàng xử lý dữ liệu lớn do thiếu các công cụ phân tích thông minh. Các mô hình nhà máy thông minh (smart factory) sẽ tập trung vào việc tối ưu hóa và tính thông minh về kiểm soát. Các hệ thống mạng sẽ kiểm soát các tiến trình sản xuất thực và tương tác với các hệ thống khác và cả con người. Sự tương tác liền mạch sẽ giúp cải thiện thành quả sản xuất. Điều đó đòi hỏi các cơ chế máy móc thông minh tự nhận thức (self-aware) và tự học hỏi (self-learning). Mặc dù cơ chế “máy học” vốn được ứng dụng nhiều trong khoa học máy tính, việc áp dụng vào chu trình sản xuất cần nhiều thời gian để hoàn thiện. Do đó hiện trạng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 là giải quyết các vấn đề liên quan đến việc ứng dụng và dung hòa 4 thành tố chính: hệ thống mạng sản xuất, toàn bộ mạng Internet (Internet of Things, IOT), điện toán đám mây và điện toán nhận thức.

Tiến trình kinh doanh xoay quanh mạng kết nối Internet diện rộng đã đưa đến những khái niệm mang tính xu hướng gần đây như nền kinh tế Internet hay nền kinh tế Web. Khái niệm nền kinh tế số (digital economy) được nhắc đến với hàm ý một hệ thống các quan hệ kinh doanh dựa trên các công nghệ điện toán số. Khái niệm này xuất hiện đầu tiên vào những năm 1990, với sự phổ biến của mạng lưới máy tính (network and internet) mà sau đó đưa đến sự bùng nổ của các công nghệ máy tính tiên tiến. Cuốn sách được trích dẫn nhiều nhất về khái niệm này có lẽ là của Tapscott (1996), “*Nền kinh tế số: sự hứa hẹn và sự nguy hiểm trong thời đại trí tuệ kết được nối mạng*”. Tapscott mô tả “thời đại trí tuệ được kết nối mạng” là một hiện tượng mang tính bao quát và cách mạng được thúc đẩy bởi sự hội tụ về các tiến bộ trong thông tin liên lạc loài người, điện toán (máy tính, phần mềm, dịch vụ) và nội dung (xuất bản, giải trí và cung cấp thông tin), nhằm tạo ra tương tác đa phương tiện truyền thông và thông tin tốc độ cao. Theo đó, kỷ nguyên nền kinh tế số đang buộc loài người nhận thức lại các định nghĩa về nền kinh tế, sự tạo ra của cải xã hội, các tổ chức kinh doanh và các cấu trúc thể chế khác. Theo Tapscott, sự chuyển đổi trong các mối quan hệ kinh tế và xã hội như vậy hàm chứa cả cơ hội (những hứa hẹn) và thách thức (những tiềm ẩn rủi ro). Gần đây, nền kinh tế số đã trở thành một nhánh của kinh tế học nghiên cứu về hàng hóa phi vật chất có chi phí biên bằng không – thông qua hệ thống mạng lưới (Fournier, 2014). Sự chuyển đổi kỹ thuật số trong các ngành kinh tế đang diễn ra, và đang tái cấu trúc các nền kinh tế. Hệ quả là, nền kinh tế số đang trở thành một cấu thành ngày càng lớn và quan trọng của toàn bộ nền kinh tế quốc gia (Oxford Economics, 2011). Sự chuyển đổi kỹ thuật số đó là gắn liền chặt chẽ với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Và đây cũng là một bối cảnh mang lại lợi ích biên to lớn cho các thị trường mới nổi hay các nền kinh tế đang phát triển, với một thời cơ nhằm thu hẹp khoảng cách với các nước phát triển. Theo một thống kê của Hiệp hội viễn thông quốc tế (ITU), trong 5,3 tỷ thuê bao di động toàn cầu, 73% nằm ở các nước đang phát triển (Oxford Economics, 2011). Trung Quốc và Ấn Độ là ví dụ điển hình, nơi sự thích ứng với nền kinh tế số đang diễn ra nhanh chóng. Trong mảng di động này, Trung Quốc và Ấn Độ đang có sự tăng trưởng phi thường về tầm quan trọng trong nền kinh tế số thế giới do quy mô thị trường cộng với đà giảm trong cước phí di động ở các nước này. Theo eMarketer, từ năm 2010 đến 2015, số người dùng di động ở Trung Quốc tăng từ 671,1 triệu lên 1,06 tỷ người trong khi ở Ấn Độ từ 516,2 triệu lên 901,2 tỷ người (Oxford Economics, 2011). Cũng như phân tích ở phần sau của bài viết này, Trung Quốc và Ấn Độ cũng là 2 nền kinh tế có mức độ thích ứng FinTech cao nhất thế giới.

Nhìn chung, vai trò của nhân tố công nghệ trong mô hình tăng trưởng kinh tế đang mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Các thị trường mới nổi đang tạo ra lực cầu công nghệ và cộng với điều kiện kinh tế thuận lợi hiện hành để thúc đẩy tăng trưởng, thông qua các yếu tố gắn liền như thu nhập và cầu tiêu dùng, giáo dục và đào tạo, và hiệu quả sử dụng vốn và nguồn lực. Nhờ cơ cấu dân số và thu nhập đang tăng mạnh mẽ hơn các nước phát triển và các nước mới nổi, nhóm nước này sẽ trở thành trung tâm của các chiến lược tăng trưởng doanh nghiệp trong nền kinh tế số. Môi liên kết công nghệ và tăng trưởng sẽ mạnh mẽ hơn nữa trong các thị trường đang phát triển vì một cơ sở khách hàng lớn đang dịch chuyển vào tầng lớp trung lưu. Cơ hội cất cánh tăng trưởng đang nằm trong tay các nước đang phát triển biết nắm bắt hiệu năng của nền kinh tế số. Theo Oxford Economics (2011), dự báo đến năm 2020, nhóm 7 nước thị trường mới nổi lớn nhất (Nga, Trung Quốc, Brazil, Ấn Độ, Mexico, Indonesia và Thổ Nhĩ Kỳ) sẽ có thị phần GDP lớn hơn nhóm G7 (Mỹ, Anh, Nhật, Italia, Đức, Pháp, Canada), và nhóm các nước thị trường mới nổi tiếp theo gồm Việt Nam, Colombia, Nam Phi và Hàn Quốc sẽ tiếp tục cất cánh trong

dòng chảy phát triển kinh tế của mình. Thành quả thịnh vượng tương lai đang chờ đón những quốc gia biết nắm bắt cơ hội, bên cạnh việc vượt qua những thách thức, trong bối cảnh nền kinh tế số và cách mạng công nghiệp 4.0 này. Ở khía cạnh tài chính, một cuộc đột phá mang tính cách mạng cũng đang diễn ra mang tên FinTech. Nắm bắt tinh thần FinTech và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp xoay quanh FinTech cũng là một hướng phát triển trọng tâm trong định hướng nền kinh tế số toàn cầu.

1.2. FinTech và hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech

FinTech là cách viết tắt của cụm từ “Financial Technology” (Công nghệ tài chính) nhằm định nghĩa một khái niệm liên quan đến việc ứng dụng công nghệ nhằm mang lại những giải pháp/dịch vụ tài chính hữu hiệu. Những ví dụ gần nhất về công nghệ tài chính là việc ứng dụng thiết bị thông minh (như điện thoại thông minh) vào dịch vụ ngân hàng, dịch vụ tài chính đầu tư, hay sự ra đời và tiềm năng ứng dụng của tiền điện tử/tiền mã hóa. Ngày nay, FinTech được biết đến như là một sự kết hợp giữa các dịch vụ tài chính và công nghệ thông tin. Tuy nhiên, mối liên kết giữa tài chính và công nghệ đã có lịch sử lâu đời của nó. Theo Arner & cộng sự (2015), sự liên hệ công nghệ và tài chính đã trải qua 3 kỷ nguyên riêng biệt. Kỷ nguyên đầu tiên (FinTech 1.0) kéo dài hơn một thế kỷ từ 1866 đến 1987 là thời kỳ toàn cầu hóa đầu tiên về tài chính với sự hỗ trợ bởi hạ tầng công nghệ, điển hình là việc kết nối cáp xuyên Đại Tây Dương. Kỷ nguyên tiếp theo (FinTech 2.0) kéo dài từ 1987 đến 2008, là thời kỳ các tiến trình dịch vụ tài chính được số hóa mạnh mẽ. Kỷ nguyên thứ ba (FinTech 3.0) kéo dài từ 2008 đến hiện tại – đánh dấu sự trỗi dậy của một kỷ nguyên mới ở cả các nước phát triển và đang phát triển.

Kỷ nguyên hiện tại của FinTech đã thật sự bùng nổ, ở một tầm cao mới. Ngọn nguồn của FinTech 3.0 này là từ hệ quả của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008. Sự mất mát niềm tin vào hệ thống tài chính ngân hàng toàn cầu đã dẫn đến làn sóng các doanh nghiệp phát kiến và ứng dụng công nghệ để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tài chính tốt hơn, hiệu quả và an toàn hơn. Làn sóng này được dẫn đầu bởi các công ty khởi nghiệp (start-ups) năng động, luôn tìm cách “phá bĩnh” lề lối hoạt động của các tổ chức tài chính truyền thống, và đặt họ vào nguy cơ tụt hậu lại đằng sau nếu họ không phản kháng và đổi mới. Tuy nhiên, kỷ nguyên này của FinTech đặt ngành tài chính vào một bối cảnh mới: tạo ra vô vàn thách thức cho các nhà lập pháp và những người tham gia thị trường tài chính. Nói cách khác, đây là giai đoạn đi liền với sự đánh đổi giữa lợi ích tiềm năng của đổi mới sáng tạo với những rủi ro tiềm tàng của những phương thức tiếp cận mới này. Đặc biệt trong thị trường mới nổi, FinTech nổi lên với những nguồn gốc khác biệt như sự thiếu vắng hạ tầng ngân hàng với sự thiếu hiệu quả về dịch vụ tài chính, tiềm năng mở rộng thị trường, hay nền tảng pháp lý/luat định thiếu chặt chẽ. Và bối cảnh ở các nhóm nước này được ví như kỷ nguyên FinTech 3.5, điển hình là ở thị trường Trung Quốc.

Nếu như FinTech 2.0 chứng kiến sự kết hợp giữa tổ chức tài chính/ngân hàng với công ty công nghệ thông tin, thì FinTech 3.0 đặc trưng bởi sự nổi lên mạnh mẽ của các công ty khởi nghiệp FinTech, mà ban đầu trực tiếp cạnh tranh và thách thức các tổ chức truyền thống. Cộng đồng các công ty khởi nghiệp FinTech được hình thành nhanh chóng khắp thế giới, điển hình là London, Hong Kong và Singapore. Những thành phố FinTech này được sự hỗ trợ pháp lý từ giới chính quyền để thu hút các nguồn lực phát triển. Điều đó tạo ra sự dịch chuyển nguồn nhân lực (tài năng) công nghệ và sự năng động của các quỹ đầu tư mạo hiểm. Hệ quả là sự chuyển đổi không ngừng trong các mô hình kinh doanh, hướng trọng tâm chính vào trải nghiệm khách hàng/người dùng. Sự lớn mạnh của các hệ sinh thái FinTech cũng buộc các tổ chức tài chính truyền thống đối mặt với câu

chuyện sống còn: thay đổi hoặc là chết. Xu hướng mới đang diễn ra là sự hợp tác (quan hệ đối tác cạnh tranh) giữa những kẻ mới và người cũ để tận dụng những thế mạnh của nhau (kẻ mới có đủ sự sáng tạo và người cũ có đủ hạ tầng/mạng lưới) qua đó đẩy nhanh cuộc cách mạng công nghệ lên một tầm cao mới – mà hiện nay tầm cao đó vẫn chưa hề xác định được giới hạn!

2. FinTech và khởi nghiệp FinTech với nền kinh tế số trong thời đại Công nghiệp 4.0

2.1. FinTech

Công nghiệp 4.0 là cuộc cách mạng về dữ liệu. Trong góc nhìn FinTech, đây là cuộc cách mạng về dữ liệu tài chính được khai thác để làm cơ sở cho các phát kiến về dịch vụ tài chính, ngân hàng. Do vậy kẻ nắm trong tay dữ liệu là kẻ có lợi thế cạnh tranh vô cùng lớn. Hãy tưởng tượng về các gã khổng lồ công nghệ Google và Facebook, những tập đoàn nắm trong tay cơ sở dữ liệu (bao gồm dữ liệu hành vi khách hàng) của một lượng cư dân đông đảo trên toàn thế giới. Các ngân hàng có nhiều lý do để lo sợ khi các gã khổng lồ công nghệ đã bắt đầu nhảy vào lĩnh vực tài chính (Hãy suy nghĩ về những phát súng trong lĩnh vực thanh toán mang tên Google Pay và Facebook Pay.) Đó là chưa kể đến làn sóng mạnh mẽ các công ty khởi nghiệp FinTech mà đi đầu là Lending Club, với sự kiện IPO lớn nhất ngành công nghệ năm 2014 của nó trở thành dấu mốc thay đổi cuộc chơi trong toàn bộ ngành FinTech. Định nghĩa về lĩnh vực ngân hàng thậm chí có thể phải bổ sung thêm khái niệm ‘ngân hàng phi ngân hàng’. Ngành ngân hàng đã và đang đối diện với sự cạnh tranh ở mọi phân khúc và thị trường ngách. Các gã khổng lồ và các công ty FinTech đang ‘xé lẻ để đánh’ vào miếng bánh béo bở dịch vụ tài chính, ngân hàng. Các ngân hàng truyền thống, với hệ thống lõi và mạng lưới kế thừa khó chuyển đổi/phản ứng nhanh, sẽ gặp bất lợi (và sẽ dễ bị tụt hậu) trước những “kẻ phá bình sáng tạo” vốn được cấu trúc tinh gọn, nhanh nhạy, và ít bị tác động mạnh bởi quy tắc luật định như các ngân hàng. Ngân hàng trên thế giới đang phải thức tỉnh trước mối đe dọa đến sự sống còn của chính mình! Năm 2009, trên *Financial Times*, giám đốc điều hành BBVA Francisco Gonzalez phải thừa nhận “Các ngân hàng cần phải cạnh tranh với Amazon và Google hoặc là chết” (Chishti & Barberis, 2016).

Các giao dịch tài chính là thị trường mục tiêu chính của làn sóng FinTech toàn cầu. Trong đó, hai lĩnh vực mà các công ty FinTech tấn công (“phá bình”) nhiều nhất là dịch vụ ngân hàng dành cho khách hàng và thanh toán & chuyển tiền. Sau cuộc khủng hoảng tài chính 2008, niềm tin dân chúng vào hệ thống ngân hàng đổ vỡ - cũng là thời cơ cho các công ty FinTech giành lấy niềm tin khách hàng – những người trước đó mất đi đặc ân “khách hàng là thượng đế” trước sự ngạo ngễ (thậm chí bất cần) của giới tài chính–ngân hàng kiêu sang và phải chịu các chi phí ngày càng gia tăng. (Sự ra đời của công nghệ blockchain là một lời đáp trả đanh thép cho thái độ đó!) Rõ ràng khách hàng/người tiêu dùng là trụ cột quan trọng của giao dịch tài chính và bên nắm giữ được lòng trung thành và sự cam kết của người tiêu dùng sẽ bên giành được thắng lợi của cuộc chiến này. Khi cảm nhận được cơ hội – và khi các ngân hàng không chịu thay đổi – các đối thủ mà đặc biệt là những gã khổng lồ như Facebook, Google, Apple, Samsung, Paypal, Amazon sẽ chắc chắn nhảy vào thay thế vai trò (và rõ ràng các đối thủ này hiện nay đã nhận thức và hành động thông qua các phần mềm dịch vụ [SaaS], Chishti & Barberis, 2016). Tuy nhiên, ngân hàng không phải không còn cơ hội cứu vãn, thậm chí tận dụng để phát triển hơn. Các ngân hàng truyền thống nắm trong tay lợi thế về độ phủ của mạng lưới và cơ sở khách hàng. Rõ ràng, có một lựa chọn tốt hơn mà mang lại lợi ích cho cả hai bên của cuộc chiến: thiết lập quan hệ hợp tác hoặc đối tác. Đây đang trở thành

xu hướng chung hiện nay (được biết đến với xu hướng “cạnh tranh hợp tác”). Theo EY (2017a), một mô hình “lai” như thế là giải pháp lý tưởng nhất. Thật vậy, số liệu của EY cho thấy hơn phân nửa các ngân hàng toàn cầu chọn giải pháp hợp tác với các công ty FinTech, trong đó các ngân hàng khu vực châu Á-Thái Bình Dương là sôt sắng nhất với tỷ lệ 57,3%. Phân tích của PwC (2017a) cũng cho thấy các khuynh hướng cạnh tranh ít hơn và hợp tác nhiều hơn giữa các công ty FinTech và các tổ chức dịch vụ tài chính. Một kịch bản có thể xảy ra của khuynh hướng này, có lẽ là, các ngân hàng cuối cùng sẽ chỉ còn đóng vai trò như các “dịch vụ nền” đơn thuần, vì đối tượng sở hữu mối quan hệ khách hàng trong tương lai sẽ là các gã khổng lồ công nghệ và các công ty FinTech. Do vậy, một khái niệm tương lai hoàn toàn có thể xảy ra: ngân hàng FinTech.

Đến nay, cuộc vận động FinTech (ở các thị trường phát triển) được nhìn nhận qua 2 làn sóng. Có lẽ chúng ta đang ở giai đoạn cuối của làn sóng thứ nhất, nơi gắn liền với sự ra đời của các công ty khởi nghiệp FinTech, cạnh tranh lại trực tiếp với các ngân hàng truyền thống về những sản phẩm dịch vụ cụ thể ở nhiều phân khúc như cho vay và tín dụng, thanh toán, chuyển tiền, và quản lý tài sản. Làn sóng thứ hai có lẽ đang bắt đầu ở các thị trường phát triển và các trung tâm FinTech hàng đầu trên thế giới. Với trọng tâm là xây dựng một nền kinh tế API (giao diện lập trình ứng dụng) kết nối và chia sẻ giữa các tổ chức dịch vụ tài chính hiện hành và các công ty FinTech thông qua một giao diện lập trình ứng dụng thống nhất (Chishti & Barberis, 2016). Theo đó, nền kinh tế API được thiết kế xoay quanh 4 khối kiến trúc cơ bản gồm xã hội, di động, phân tích, và điện toán đám mây. Đây sẽ là một mô hình nền kinh tế số trong thời đại Công nghiệp 4.0, nơi tồn tại dựa trên các yếu tố chủ chốt như Internet kết nối mọi thứ (IoT), sự tín nhiệm cá nhân được xác định bởi cộng đồng (sức mạnh của phương tiện truyền thông xã hội), nhu cầu xã hội về trải nghiệm tốt nhất (tính nhất quán và tức thì), và vai trò đổi mới cấp tiến của công nghệ thông tin.

Tỷ lệ ứng dụng FinTech toàn cầu cũng đang tăng trưởng, trong đó nổi bật là Trung Quốc và Ấn Độ với quá nửa dân số ở 2 nước này thường xuyên sử dụng kỹ thuật số. Theo dự đoán của EY (2017b), sự thích ứng FinTech sẽ tăng mạnh mẽ hơn nữa trong tương lai.

2.2. Khởi nghiệp FinTech

Hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech chỉ là một phần của hệ sinh thái FinTech nói chung, nơi còn được tạo dựng bởi hạ tầng cơ sở của ngành tài chính truyền thống, các tổ chức dịch vụ tài chính, và các công ty công nghệ (cũ). Hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech đang trở thành động lực phát triển tài chính của các nền kinh tế lớn trên thế giới. Theo Báo cáo khảo sát ngành FinTech của PwC (2017), phần đông số người được khảo sát (75%) tin rằng các công ty khởi nghiệp FinTech sẽ trở thành đối tượng tạo ra nhiều phát kiến đổi mới nhất trong vòng 5 năm tới, trong đó khuynh hướng chính là hoạt động theo mô hình B2B (doanh nghiệp đến doanh nghiệp) nhằm cung cấp các nền tảng cho các tổ chức tài chính. Niềm tin vào công ty khởi nghiệp FinTech rõ ràng cao hơn nhiều so với niềm tin vào đối tượng xếp thứ hai là các nền tảng Internet và truyền thông xã hội (55%), trong khi các tổ chức tài chính truyền thống chỉ nhận được 28% sự tin tưởng.

Sự mở rộng của các hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech luôn gắn liền với hoạt động đầu tư vốn mạo hiểm (dưới các khuôn khổ pháp lý do chính phủ quy định). Lượng vốn mạo hiểm đã tăng trưởng nhanh từ năm 2015, mốc thời gian nở rộ của FinTech 3.0. Cùng với đó, số lượng và quy mô các công ty khởi nghiệp FinTech cũng không ngừng gia tăng toàn cầu (EY, 2017c; KPMG, 2017; KPMG, 2018). Thật vậy, FinTech đang định hình lại

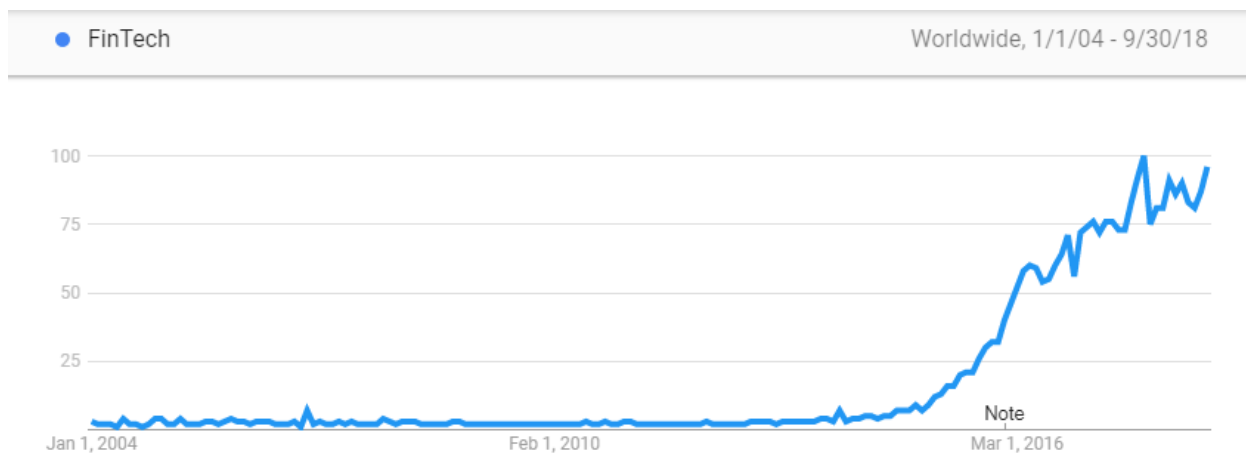
ngành tài chính toàn cầu. Đến nay FinTech đang giữ vai trò ngày càng tăng trong lĩnh vực dịch vụ tài chính. Theo báo cáo gần nhất của CB Insights (2018), đến quý 2/2018, toàn cầu có 29 “con kỳ lân” FinTech (công ty khởi nghiệp FinTech với giá trị trên 1 tỷ đôla) với tổng giá trị (được chống lưng bởi vốn mạo hiểm) là 84,4 tỷ đôla, đặc biệt là với sự trỗi dậy ở châu Á với tốc độ tăng mạnh mẽ của Trung Quốc. Xét về số lượng số thương vụ FinTech, châu Á có tiềm năng vượt qua Mỹ, nơi có số thương vụ (giai đoạn đầu) đang suy giảm.

3. Lan tỏa FinTech

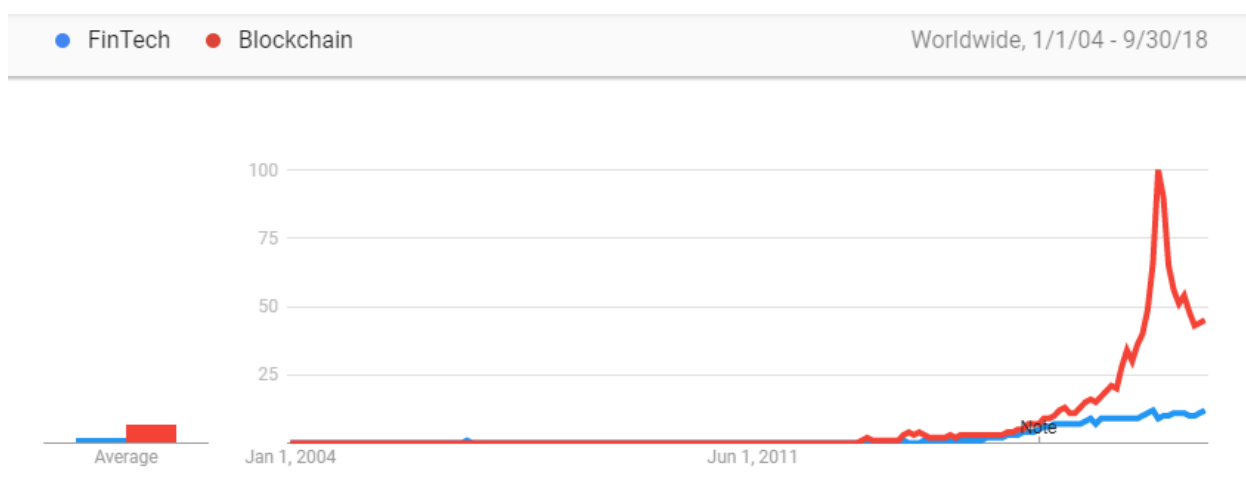
Cuộc vận động mang tính cách mạng của FinTech được đánh dấu từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008. Đây chính là bước ngoặt và xúc tiến sự tăng trưởng của kỷ nguyên Fin Tech 3.0. Cụ thể, cuộc đại khủng hoảng 2008 đã làm thay đổi nhiều yếu tố bao gồm nhận thức công chúng, khuôn khổ pháp lý, động thái chính trị và điều kiện kinh tế, qua đó hình thành nên một nhóm đối tượng mới vươn lên áp dụng công nghệ vào các sản phẩm, dịch vụ tài chính. Sự mất niềm tin vào hệ thống tài chính truyền thống cũng như tỷ lệ thất nghiệp cao sau khủng hoảng (cả đối tượng chuyên nghiệp lẫn đối tượng mới tốt nghiệp đại học có năng lực) đã đẩy làn sóng FinTech 3.0 lên cao. Cũng vậy, cuộc khủng hoảng buộc các nhà lập pháp gia tăng thêm các nghĩa vụ tuân thủ cho các ngân hàng và các tổ chức tài chính, dẫn đến các mô hình kinh doanh và cấu trúc ngân hàng được tái định hình. Những công ty khởi nghiệp FinTech mới không phải gánh chịu điều này, và họ có lợi thế trong việc công phá hạ tầng dịch vụ tài chính truyền thống. Ngày nay, làn sóng chuyển sang quan hệ đối tác hoặc hợp tác cạnh tranh giữa bên truyền thống và bên phát kiến mới. Cấu trúc liên kết của ngành FinTech ngày nay gồm 5 lĩnh vực chính, bao gồm tài chính và đầu tư, quản lý hoạt động và rủi ro, thanh toán và cấu trúc hạ tầng, an ninh dữ liệu và tiền tệ hóa, và tương tác khách hàng. Sự lan tỏa FinTech 3.0 sẽ phụ thuộc vào điều kiện ở mỗi nhóm quốc gia, nhưng ở góc độ tổng quát nhất, sự lan tỏa này hiện đang vô cùng mạnh mẽ.

3.1. Nhận thức FinTech trên thế giới

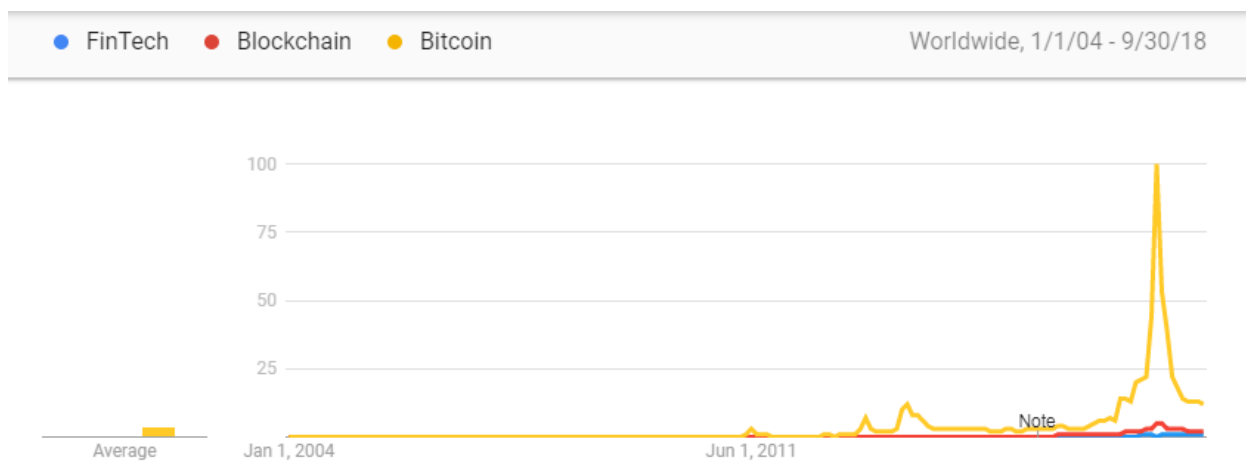
Hình sau mô tả xu hướng tìm kiếm từ khóa “FinTech” qua Google trên toàn cầu từ 1/1/2004 (thời điểm có dữ liệu) cho đến thời điểm hiện tại, 30/9/2018. Sự bùng nổ tìm kiếm thực sự đến từ cuối năm 2014, đầu năm 2015, và đạt mức kỷ lục vào cuối năm 2017 (cùng với sự bùng nổ của Bitcoin). Đến nay, xu hướng tìm kiếm vẫn trong đà tăng bền vững. Thật vậy, hai hình tiếp theo (ở trang kế tiếp) cho thấy lượng tìm kiếm “FinTech” vẫn quá nhỏ bé so với “Blockchain” và “Bitcoin” nhưng Blockchain và Bitcoin là những xu hướng bùng nổ nhưng cũng giảm nhiệt rất nhanh.



Nguồn: Tác giả chụp từ Google Trends



Nguồn: Tác giả chụp từ Google Trends



Nguồn: Tác giả chụp từ Google Trends

Mức độ quan tâm FinTech theo quốc gia cũng tập trung ở những trung tâm FinTech thế giới, mà đặc biệt là các trung tâm FinTech ở châu Á như Hong Kong và Singapore.



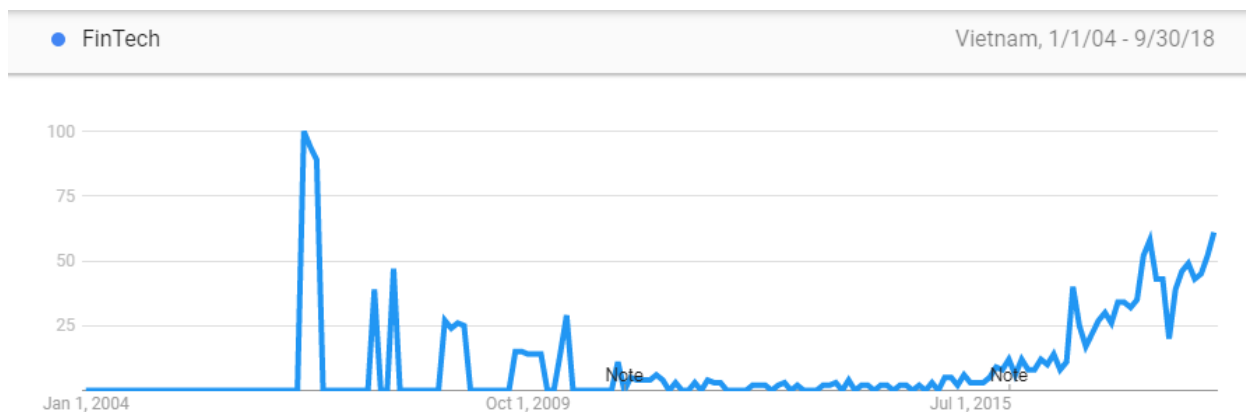
Nguồn: Tác giả chụp từ Google Trends

Sự lan tỏa toàn cầu của FinTech sẽ phụ thuộc vào hạ tầng và sự tham gia tài chính ở các quốc gia. Mặc dù các nước phát triển có lợi thế về số lượng tài khoản di động, nhưng sự tham gia tài chính ở các nước mới nổi cũng đã tăng trưởng hết sức mạnh mẽ. Theo số liệu của Gallup World Poll năm 2017 (nguồn tổng hợp từ Demirguc-Kunt & cộng sự, 2018), 93% dân số người lớn ở các nước thu nhập cao có sử dụng điện thoại di động, trong khi chỉ 79% dân số ở các nước đang phát triển. Ở Ấn Độ là 69%, trong khi ở Brazil là 85% và đặc biệt là ở nước đông dân nhất thế giới, Trung Quốc, đã có 93% dân số sử dụng di động. Tuy nhiên, sự khác biệt lớn thậm chí tồn tại ngay bên trong những nhóm nước có thu nhập khác nhau.

Sự phát triển FinTech rõ ràng tạo ra cả thách thức và cơ hội. Đối tượng nhận thức cơ hội đầu tiên là các công ty khởi nghiệp FinTech, “những kẻ phá bĩnh” vốn nhắm đến các sản phẩm, dịch vụ tài chính truyền thống. Cơ hội cũng đến với các ngân hàng truyền thống thông qua việc tận dụng sự thay đổi kỹ thuật số để khai phá những nguồn doanh thu mới (Drummer & cộng sự, 2016). Những thách thức cũng sẽ đến khi các ngân hàng chuyển đổi mô hình kinh doanh của họ. Và những thách thức mới cũng sẽ đến với các nhà điều tiết thị trường thông qua luật định.

3.2. Nhận thức FinTech ở Việt Nam

Ở Việt Nam, sự bùng nổ tìm kiếm từ khóa “FinTech” đã xuất hiện từ cuối năm 2006. Thậm chí xu hướng tìm kiếm từ năm 2015 cho đến nay, trong xu hướng chung của thế giới, cũng chưa đạt đến đỉnh điểm như hồi cuối năm 2006. Phải chăng Việt Nam đã bỏ lỡ một cơ hội phát triển sớm hay xu thế hiện nay chưa thật sự lớn? Cũng vậy, sự quan tâm FinTech ở Việt Nam chỉ tập trung ở các thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương và Đà Nẵng.



Nguồn: Tác giả chụp từ Google Trends



Nguồn: Tác giả chụp từ Google Trends

Một điểm lưu ý khác là mức độ sở hữu tài khoản di động trong cơ cấu dân số của Việt Nam chưa cao so với các nước khác, thậm chí là các nước đang phát triển khác. Mặc dù không có khác biệt giữa giới hay độ tuổi, nhưng Việt Nam có sự khác biệt giữa nhóm người giàu và người nghèo. Phương thức thanh toán ở Việt Nam vẫn chủ yếu bằng tiền mặt, bao gồm thanh toán hóa đơn và thanh toán đối với sản phẩm nông nghiệp. Mặc dù sự phổ biến ngày càng tăng của Internet, tỷ lệ người sử dụng Internet để thanh toán hóa đơn hay mua hàng trực tuyến cũng còn khá hạn chế ở Việt Nam. Sự tham gia tài chính kỹ thuật số của chính phủ Việt Nam cũng chưa thật sự đáng kể khi việc thanh toán cho người dân qua tài khoản vẫn ở mức thấp nhất trong các nước đang phát triển. Việc thanh toán chính phủ bằng tiền mặt là chủ yếu ở Việt Nam. Việc sử dụng tiền mặt ở Việt Nam vẫn còn phổ biến, thậm chí đối với những người không có tài khoản ngân hàng nhưng có sử dụng di động (thanh toán lương), hay những người có tài khoản ngân hàng và có sử dụng di động (thanh toán hóa đơn). Tuy vậy, dữ liệu Global Findex database gần đây (nguồn tổng hợp từ Demircuc-Kunt & cộng sự, 2018) cho thấy hiệu ứng cải thiện rất đáng kể ở Việt Nam. Cuối cùng, với số lượng người không có tài khoản ngân hàng (và chưa tiếp cận dịch vụ ngân hàng) đang rất lớn ở Việt Nam – cùng với đó là họ đang sử dụng chủ yếu bằng phương thức tiền mặt – tiềm năng phát triển FinTech là rất hứa hẹn ở bối cảnh Việt Nam.

4. Những yếu tố ảnh hưởng đến lan tỏa FinTech toàn cầu

Sự lan tỏa trong nhận thức FinTech phụ thuộc nhiều yếu tố và khác biệt giữa các nhóm nền kinh tế. Bởi vì sự cấu thành của FinTech, khác biệt đầu tiên phải kể đến là về

mức độ phát triển tài chính và trình độ công nghệ. Ở những quốc gia phát triển, tỷ lệ sở hữu tài khoản ngân hàng/tài chính cao hơn và mức độ nhận thức FinTech (công nghệ ứng dụng liên quan trực tiếp đến các tài khoản) sẽ cao hơn. Cũng chính vì vậy, hiệu ứng biên của sự gia tăng nhận thức FinTech sẽ mạnh mẽ ở các nền kinh tế đang phát triển. Ngoài ra, mức độ phát triển tài chính cũng gắn liền với khả năng hấp thụ công nghệ và thu hút vốn nhân lực. Đây là những nhân tố then chốt cho việc phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech, là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế số.

Thể chế là yếu tố đóng vai trò tạo ra khuôn khổ môi trường thúc đẩy hoặc hạn chế sự lan tỏa FinTech. Trong đó, môi trường pháp lý/luật định thuận lợi sẽ giúp sự thâm thấu công nghệ vào sâu hơn vào các sản phẩm, dịch vụ tài chính, qua đó thúc đẩy các phát kiến FinTech. Nói cách khác, chất lượng thể chế cũng giữ vai trò quyết định cho mức độ mở rộng của các hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech trên thế giới. Sự lan tỏa FinTech trên thế giới vì vậy sẽ tùy thuộc vào chất lượng thể chế địa phương mà có tốc độ và mức độ lan tỏa khác nhau. Dù các quốc gia đang phát triển hay các nền kinh tế mới nổi thường có chất lượng thể chế hạn chế, nhưng đây lại là cơ hội đột phá cho họ nếu biết nắm bắt làn sóng phát triển FinTech. Thật vậy, các hoạt động khởi nghiệp FinTech phát triển (đặc biệt là trên 2 động lực chính gồm công nghệ và giáo dục) khi kết hợp với sự nâng cao về chất lượng quản trị/thể chế trong các quốc gia đang ở thời kỳ đầu phát triển kinh tế được chứng minh là đóng góp tích cực và mạnh mẽ nhất vào tăng trưởng kinh tế. Đây cũng là cơ sở cho lập luận tại sao các thị trường mới nổi và các quốc gia đang phát triển sẽ trở thành động lực trung tâm của phát triển FinTech và tăng trưởng nền kinh tế số toàn cầu.

5. Hàm ý cho Việt Nam

Với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 nói chung và triển vọng về hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech dưới phương diện nền kinh tế số, Việt Nam đứng trước cả những cơ hội và thách thức.

5.1. Những cơ hội

Từ cuộc cách mạng 4.0

Diễn đàn Kinh tế Thế giới (World Economic Forum) ở Davos (2016) nhấn mạnh đến 2 hệ quả nghiêm trọng của cuộc cách mạng 4.0 là sự đột phá quá mức (disruptive) và nguy cơ tạo ra thất nghiệp (unemployment). Tuy nhiên, đó thường là các mối e ngại đến từ các nền kinh tế phát triển. Ngược lại những nước đang phát triển hoặc các nền kinh tế mới nổi có thể hưởng lợi từ cuộc cách mạng công nghiệp này. Nói cách khác, các nền kinh tế đang (chưa hoặc kém) phát triển có thể tạo ra cú nhảy vọt để tiến lại gần hơn với các nền kinh tế phát triển. Đây sẽ là cơ hội thực sự tốt cho những quốc gia nào nhận biết và muốn nắm bắt. Chẳng hạn, với khái niệm Internet toàn diện (IoT) đặc trưng cho cuộc cách mạng 4.0 và sự phổ biến của Internet trên mọi miền lãnh thổ Việt Nam (thông qua các nhà cung cấp mạng lưới thông tin viễn thông), khu vực nông nghiệp của nền kinh tế Việt Nam có thể đổi mới để ứng dụng các tiện ích công nghệ. Chúng ta có thể mơ về một thế hệ nông dân (mới) sử dụng các thiết bị cảm biến để canh tác và các ứng dụng (di động) thông minh để điều phối các khâu sản xuất. Một ý tưởng tương tự ở các khâu phân phối và dịch vụ của sản phẩm nông nghiệp. Ở khía cạnh này, có nhiều mô hình để Việt Nam học hỏi, chẳng hạn các mô hình nông trại công nghệ cao ở các nước phương Tây hay, như có lẽ nhiều người biết đến, là mô hình nông nghiệp công nghệ cao của Israel. Như vậy, ở góc độ các thị trường mới nổi như Việt Nam, việc chạy đua áp dụng các thành tựu (đang được tạo ra) của cuộc cách mạng 4.0 có thể mang lại nhiều lợi ích thiết

thực và tăng tỷ lệ hữu dụng lao động (hoặc giảm thất nghiệp).⁶¹. Ở đây, vai trò của nhà đầu tư thiên thần (đầu tư vốn mạo hiểm) cũng rất quan trọng nhằm cung cấp vốn và điều kiện để các ý tưởng có thể trở thành các phát kiến khả dụng. Bài toán đặt ra cho các nhà chính sách còn là giải quyết tính hiệu quả của thị trường đầu tư vốn mạo hiểm (như các quỹ đầu tư mạo hiểm). Đây là những thách thức ở góc độ môi trường pháp lý và các luật định điều tiết. Giải quyết tốt những thách thức này, việc hiện thực hóa các cơ hội mà cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mang lại sẽ được quyết định bởi thị trường cung-cầu phát kiến trong nền kinh tế số.

Từ FinTech trong hệ sinh thái khởi nghiệp nền kinh tế số

Với một nền tài chính dựa chủ yếu vào hệ thống ngân hàng, FinTech ở Việt Nam nên gắn liền và trở thành một phần tương tác với ngành ngân hàng. Sự ra đời và cạnh tranh giữa nhóm công ty khởi nghiệp FinTech mới (những kẻ phá bĩnh - disruptors) và các ngân hàng/tổ chức tài chính truyền thống (incumbents) sẽ dẫn tới xu hướng lâu dài vẫn là sự hợp tác (hay quan hệ đối tác) đôi bên cùng có lợi (win-win) mang lợi ích và trải nghiệm tốt nhất cho người dùng dịch vụ tài chính/ngân hàng. Dựa vào tiềm lực tài chính lớn mạnh của mình, các ngân hàng hiện nay có lẽ chưa có lý do để lo ngại trước làn sóng khởi nghiệp FinTech vốn còn quy mô nhỏ ở Việt Nam. Tuy vậy, các ngân hàng cũng không thể đứng đưng trong thời đại đổi mới và sáng tạo không ngừng hiện nay vì cơ sở khách hàng (với tỷ lệ ngày càng cao trong tương lai sẽ là thế hệ thiên niên kỷ (thế hệ Y) và thế hệ Z⁶² vốn ưa thích và thiên hướng lựa chọn sự tiện ích tốt nhất trong trải nghiệm công nghệ) sẽ chuyển dịch sang những kẻ phá bĩnh sáng tạo. Việc các ngân hàng hiện nay phát triển các trung tâm nghiên cứu/các phòng đổi mới sáng tạo FinTech bên trong nhằm tự nuôi dưỡng đội ngũ phát triển dịch vụ công nghệ (một dạng như vườn ươm công nghệ hay các cuộc thi khởi nghiệp) không hoàn toàn là một lựa chọn tốt nhất, vì sự sáng tạo không thể gò bó trong khái niệm không gian riêng.

Chúng tôi khuyến nghị nhà chính sách Việt Nam cần lan tỏa FinTech trên quy mô cả nước dưới nhiều phương tiện, đặc biệt nhằm vào đối tượng thế hệ trẻ - những người năng động và sáng tạo trong khởi nghiệp. Chẳng hạn, các phương tiện truyền thông như truyền hình, báo chí, và các phương tiện truyền thông xã hội có thể tăng tần suất và mật độ các câu chuyện và đề tài về hệ sinh thái FinTech.⁶³ Mục đích là nhằm lan tỏa tinh thần khởi nghiệp FinTech trên diện rộng thay vì chỉ tập trung ở các thành phố lớn như TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, và Đà Nẵng. Đây có thể trở thành những trung tâm FinTech hàng đầu của quốc gia nhưng không thể thiếu các địa phương khác nếu muốn phát triển một hệ

⁶¹ Cơ cấu lao động có thể chuyển dịch từ lao động chân tay sang lao động “internet”. Chẳng hạn, hãy suy nghĩ về những doanh nhân trẻ kinh doanh rau sạch và các hàng nông sản khác qua các phương tiện truyền thông xã hội như Facebook. Và có rất nhiều mô hình kinh doanh mới có thể phổ biến trong tương lai nhờ các phát kiến mới, ví dụ các phát kiến FinTech.

⁶² Thế hệ thiên niên kỷ (thế hệ Y) là thế hệ sinh ra trong giai đoạn từ đầu thập niên 1980 đến giữa thập niên 1990, còn thế hệ Z là thế hệ sinh ra trong giai đoạn từ giữa thập niên 1990 đến giữa thập niên 2000. Hai thế hệ này đặc trưng bởi các mức độ khác nhau về sự quen thuộc và tương tác với thông tin, truyền thông và công nghệ kỹ thuật số.

⁶³ Chương trình Shark Tank chỉ là một ví dụ nhỏ về vấn đề này.

sinh thái FinTech hoàn chỉnh trong nền kinh tế số mà nhà làm chính sách kỳ vọng đạt đến. Các ngân hàng và các tổ chức tài chính cần tích cực tổ chức các chương trình tìm kiếm tài năng công nghệ và các vườn ươm khởi nghiệp. Chẳng hạn, các ngân hàng có thể tài trợ cho các chương trình thi lập trình ở các trường đại học lớn về công nghệ, đặc biệt là 3 trường công nghệ hàng đầu ở ba miền như Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Bách khoa Đà Nẵng, và Đại học Bách khoa TP.HCM.⁶⁴ Cũng cần thiết kết hợp những nhân tài công nghệ (thậm chí các nhân tài lĩnh vực khác) ở các vùng miền để nhằm gia tăng thêm tính đa dạng văn hóa - điều rất quan trọng để tạo ra những sản phẩm sáng tạo (khi được dung hòa hợp lý).

Nhà làm chính sách cần hoạch định một chiến lược phát triển các trung tâm (khởi nghiệp) FinTech theo tiếp cận đơn lẻ hoặc tiếp cận phối hợp từ kinh nghiệm của các trung tâm FinTech lớn trên thế giới như London, Hong Kong, và Singapore. Hiệu ứng hội tụ của nền kinh tế mới nổi cũng có thể hữu ích trong trường hợp FinTech. Việc Việt Nam đi sau cũng có cơ hội học hỏi những kinh nghiệm đáng giá từ các quốc gia đi trước, qua đó bỏ qua những lỗi đi vón đã được chứng minh dẫn đến thất bại. Tuy vậy, hơn hết, sứ mệnh phát triển một hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech trong nền kinh tế số Việt Nam phải đặt trên chính đôi vai của thế hệ người Việt, dựa vào tiềm lực (đặc biệt là vốn tài chính và vốn nhân lực) và văn hóa của đất nước nhằm phát triển một hệ sinh thái khởi nghiệp FinTech nắm bắt và thấu hiểu các giá trị xã hội người Việt.

5.2. Những thách thức

Một trong những thuận lợi lớn của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và nền kinh tế số là khả năng tự thân phát triển dựa trên những nguồn lực nội bộ (mặc dù không thể tách khỏi hệ sinh thái chung toàn cầu). Một trong những tài nguyên quan trọng của kỷ nguyên số là cơ sở dữ liệu thông tin. Ở góc độ này, một trong những thách thức lớn với Việt Nam là khả năng nắm bắt và theo kịp tốc độ đổi mới của toàn cầu. Xu hướng bên ngoài hiện nay là thiết lập nền kinh tế tích hợp sẽ chia – ví dụ, đó là một hệ thống kết nối các tổ chức dịch vụ tài chính hiện hành với các công ty FinTech thông qua Giao diện lập trình ứng dụng (API). Ngoài ra, trong xu hướng dòng chảy thông tin không biên giới như hiện nay có một dòng chảy mới: dòng chảy nguồn nhân lực (trong khuynh hướng di dân). Rõ ràng, bối cảnh hiện tại đặt ra bài toán đau đầu cho các nhà hoạch định về hiện tượng “chảy máu chất xám”, làm sao giữ chân nguồn nhân lực chất lượng cao, đặc biệt là các tài năng công nghệ. Bởi vì các nhân tài/tài năng thật sự sẽ dễ bị thu hút về những nơi có điều kiện, môi trường phát huy năng lực – mà nơi gần nhất là trung tâm FinTech của khu vực Đông Nam Á, Singapore, thậm chí trung tâm FinTech châu Á như Hong Kong cũng rất gần để tạo sức hút hội tụ nguồn nhân lực công nghệ trong khu vực. Trong thời đại Internet toàn cầu, việc phát triển/triển khai dịch vụ hiện nay không còn nằm ở rào cản địa lý, nhân tài người Việt vẫn có thể ở đâu đó trên thế giới để giúp mang lại trải nghiệm tốt nhất cho người Việt Nam. Tuy nhiên, việc không tận dụng được nguồn nhân lực này sẽ gây tổn thất thật sự cho nền kinh tế nước nhà. Do đó, việc giải quyết bài toán này nằm ở sự sẵn

⁶⁴ Ở thời điểm nhóm tác giả viết bài này, ngân hàng ACB cũng thông báo mở rộng đối tượng cho cuộc thi FinTech của họ (mang tên ACB WIN 2018) sang các đối tượng bên ngoài thay vì chỉ dành cho nội bộ như năm trước. Tuy vẫn giới hạn 50% số người trong mỗi đội 2-5 người là người nội bộ ACB, nhưng đây rõ ràng là một tín hiệu tích cực cho nỗ lực lan tỏa FinTech ở Việt Nam.

lòng của chính phủ trong việc tạo điều kiện cho làn sóng khởi nghiệp công nghệ và những chính sách khuyến khích, đãi ngộ nhân tài. Mà trước hết, giảm thiểu các rào cản gây trở ngại về môi trường pháp lý, luật định có lẽ là điều chính phủ cần đặc biệt quan tâm, như cách mà các chính phủ châu Âu đã từng làm cuối năm 2009 hoặc như chủ trương cởi mở của các chính phủ ngay trong khu vực châu Á-Thái Bình Dương như Hong Kong, Singapore, và Malaysia (Chishti & Barberis, 2016; Capgemini, 2018).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2015). The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm. *Geo. J. Int'l L.*, 47, 1271.
2. CB Insight (2018). Global Fintech Report Q2 2018, report. <https://www.cbinsights.com/research/report/fintech-trends-q2-2018/>
3. Chishti, S., & Barberis, J. (2016). *The FinTech book: the financial technology handbook for investors, entrepreneurs and visionaries*. John Wiley & Sons.
4. Demircuguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. The World Bank.
5. Drummer, D., Jerez, A., Siebelt, P., & Thaten, M. (2016). FinTech: Challenges and Opportunities-How digitization is transforming the financial sector.
6. EY (2017a). Unleashing the potential of FinTech in banking, report. [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-unleashing-the-potential-of-fin-tech-in-banking/\\$File/ey-unleashing-the-potential-of-fin-tech-in-banking.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-unleashing-the-potential-of-fin-tech-in-banking/$File/ey-unleashing-the-potential-of-fin-tech-in-banking.pdf)
7. EY (2017b). EY FinTech Adoption Index 2017: The Rapid Emergence of FinTech. [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-adoption-index-2017/\\$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-adoption-index-2017/$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf)
8. EY (2017c). The future of FinTech and financial services. What's the next big bet? [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-the-future-of-fintech-and-financial-services-whats-the-next-big-bet/\\$FILE/EY-the-future-of-fintech-and-financial-services-whats-the-next-big-bet.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-the-future-of-fintech-and-financial-services-whats-the-next-big-bet/$FILE/EY-the-future-of-fintech-and-financial-services-whats-the-next-big-bet.pdf)
9. Fournier, L. (2014). Merchant Sharing Towards a Zero Marginal Cost Economy. *arXiv preprint arXiv:1405.2051*.
10. Capgemini (2018). World FinTech Report 2018, report. <https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2018/02/world-fintech-report-wftr-2018.pdf>
11. KPMG (2017). Fintech by the numbers: Incumbents, startups, investors adapt to maturing ecosystem. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/financial-services/dafs-fintech-by-the-numbers.pdf>

12. KPMG (2018). Pulse of Fintech 2018, Global analysis of investment in fintech, report. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/nl/pdf/2018/advisory/the-pulse-of-fintech-2018.pdf>
13. Lee, J., Kao, H. A., & Yang, S. (2014). Service innovation and smart analytics for industry 4.0 and big data environment. *Procedia Cirp*, 16, 3-8.
14. Oxford Economics (2011). The new digital economy: How it will transform business. *White paper from a research program sponsored by AT&T, Cisco, Citi, PwC, SAP Google Scholar*.
15. PwC (2017). Redrawing the lines: FinTech's growing influence on Financial Services, report. <https://www.pwc.com/jg/en/publications/pwc-global-fintech-report-17.3.17-final.pdf>
16. Tapscott, D. (1996). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence* (Vol. 1). New York: McGraw-Hill.

HỆ SINH THÁI FINTECH VÀ NHỮNG XU HƯỚNG TRONG ĐÀO TẠO VÀ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC Ở VIỆT NAM

Lê Quốc Thành

Trường Đại học Tài Chính – Marketing

Nguyễn Hữu Huy Nhựt

Trường Đại học Kinh Tế Tp.HCM

Nguyễn Khắc Quốc Bảo

Trường Đại học Kinh Tế Tp.HCM

Tóm tắt

Fintech (Financial technology) – công nghệ tài chính một thuật ngữ mới nổi từ sau 2008 trong cả giới hàn lâm và nhà quản trị, là sự kết hợp chặt chẽ giữa đổi mới sáng tạo (ĐMST) đột phá trong công nghệ thông tin và ứng dụng vào ngành tài chính ngân hàng, cho phép ra đời sản phẩm mới và phương thức cung cấp dịch vụ mới được cho là ưu việt hơn các phương thức truyền thống. Làn sóng ĐMST này tạo ra nhiều thách thức/cơ hội cho ngành tài chính nói chung và các ngành hỗ trợ có liên quan, trong đó đào tạo nhân lực là một thành tố quan trọng của hệ sinh thái Fintech. Bài nghiên cứu này được phát triển nhằm tổng kết một số nghiên cứu có liên quan, thảo luận về hệ sinh thái Fintech và phân tích một số cơ hội trong đào tạo và nghiên cứu khoa học, nhằm đáp ứng nhu cầu ngành tài chính ngân hàng trong xu hướng phát triển mạnh của Fintech hiện nay.

Từ khóa: *Fintech, kinh tế số, cách mạng công nghiệp lần thứ 4.*

1. Giới thiệu

Ngành tài chính ngân hàng luôn đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc gia và thế giới. Đây cũng là một ngành được cho là có xu hướng luôn đi đầu trong cập nhật ứng dụng nhiều công nghệ hiện đại nhằm cung cấp sản phẩm dịch vụ ngày càng tốt hơn cho khách hàng. Fintech xuất hiện rõ nét sau năm 2008 có thể là bước đột phá đổi mới sáng tạo trong ứng dụng công nghệ thông tin vào ngành tài chính cho phép ra đời các sản phẩm dịch vụ mới, phương thức cung ứng sản phẩm dịch vụ mới cũng như phương thức quản lý mới đang được đón nhận bởi các tổ chức tài chính-ngân hàng truyền thống, các quỹ đầu tư, cộng đồng khởi nghiệp, khách hàng và các tổ chức có liên quan.

Sự phát triển của Fintech, dù mới ở giai đoạn đầu, đã và đang đặt ra nhiều thách thức và cơ hội cho ngành tài chính ngân hàng và các ngành liên quan, trong đó có giáo dục đào tạo đặc biệt ở bậc đại học và sau đại học. Tuy nhiên hiểu biết của chúng ta, đặc biệt tại Việt Nam về lĩnh vực này là rất hạn chế. Nghiên cứu này hướng đến tổng kết một số nghiên cứu hàn lâm và ứng dụng trên thế giới, thảo luận và nhận định về các thách thức cũng như cơ hội phát triển của Fintech tại Việt Nam, tình hình ứng dụng Fintech hiện tại và hệ sinh thái Fintech trong đó công tác đào tạo nhân lực phục vụ cho phát triển của Fintech được định vị. Hy vọng, thông qua nghiên cứu này, các tổ chức giáo dục đào tạo bậc đại học và trên đại học, các nhà nghiên cứu hàn lâm, hoạch định chính sách và quản trị có một góc nhìn tổng quan hơn về chuyên ngành mới nổi này.

2. Tổng quan về Fintech

Thuật ngữ Fintech được bắt đầu được sử dụng rộng rãi từ sau khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008. Tuy nhiên, nếu nhìn lại quá khứ, sự kết hợp giữa công nghệ thông tin và tài chính ngân hàng đã bắt đầu từ thế kỷ 19 khi thông tin được truyền bằng tín hiệu Morse và hạ tầng thông tin được phát triển giữa các trung tâm giao dịch hàng hóa lớn có nhu cầu

thanh toán liên vùng nhanh và an toàn. Thanh toán qua hệ thống thông tin liên lạc lần đầu được cho là thực hiện bởi Western Union in 1872 dựa trên mạng thông tin điện tín. Người gửi tiền thanh toán đến nộp tiền cho Bru điện nhận thanh toán kèm tên địa chỉ người nhận, Bru điện phát thanh toán mời người nhận, kiểm tra nhân thân và giao tiền sau đó cân đối với Bru cục nhận thanh toán. Kể từ 1872 cho đến 1987, tiến bộ trong công nghệ thông tin liên lạc ngày phát triển hỗ trợ phát triển các dịch vụ ngân hàng tài chính. Thời kỳ này được một số học giả gọi là Fintech 1.0 (Arner, Barberis & Buckley, 2015), biểu trưng bằng quá trình phát triển truyền tín hiệu thông tin từ tín hiệu điện từ, tín hiệu radio, telex, tín hiệu tương tự (analog).

Từ 1987-2008, khi Internet phát triển mạnh cho phép tín hiệu dạng số (digital) được truyền và truy cập gần như không giới hạn giúp nhiều dịch vụ tài chính ngân hàng được thực hiện thông qua Internet. Phát triển này góp phần làm giảm đáng kể chi phí hoạt động của các ngân hàng, tổ chức tài chính giúp cung cấp dịch vụ rẻ cạnh tranh hơn cho khách hàng. Điển hình là nhiều dịch vụ của ngân hàng và các tổ chức tài chính được giao tiếp với khách hàng hoàn toàn dựa trên các trang Web, internet và máy tính cá nhân. Thời kỳ này được cho là thời kỳ Fintech 2.0.

Tuy nhiên, dù đã có nhiều tiến bộ, nhưng hoạt động của ngành tài chính ngân hàng vẫn tồn tại một số hạn chế truyền thống nhìn từ góc độ khách hàng: (1) Các trung gian tài chính vẫn tồn tại trong các giao dịch; (2) Chi phí cho các tổ chức này là một vấn đề đáng chú ý, theo nghiên cứu của Bazot (2017) và Philippon (2016) cho thấy chi phí đơn vị (unit cost) của các Trung gian tài chính tại Anh, Đức, Pháp ...v.v, là gần như không đổi khoảng 2% trong suốt 130 năm qua. (3) Giao dịch dù đã thực hiện nhanh hơn nhưng chưa đạt mong đợi của khách hàng là theo thời gian thực (real-time transaction). Với chính phủ và các nhà hoạch định chính sách, thì các tổ chức trung gian tài chính và ngân hàng là một thành tố của nền kinh tế cần quản trị nghiêm ngặt, bằng các đạo luật và cơ chế riêng rẽ. Một số cuộc khủng hoảng tài chính lớn được cho là bắt đầu từ sự thiếu minh bạch, nới lỏng các nguyên tắc tài chính trong cho vay từ quyết định nội bộ các tổ chức này. Ngoài ra, các tổ chức này, xét theo góc độ kinh tế học luôn có xu hướng phát triển thành độc quyền tự nhiên nên có quyền lực thị trường từ việc định giá cao cho các dịch vụ lẫn ảnh hưởng lên đời sống xã hội và thậm chí cả chính trị. Do vậy, cân đối giữa khuyến khích phát triển nhưng giảm ảnh hưởng của các tổ chức này lên kinh tế xã hội là một nhu cầu tất yếu của các chính phủ, chính trị gia và nhà hoạch định chính sách.

Fintech ra đời sau năm 2008 được cho là bước đi đột phá có thể góp phần làm giảm các hạn chế trên mà vẫn giúp ngành tài chính ngân hàng ngày càng tăng khả năng cạnh tranh. Cụ thể, việc kết hợp giữa những thành tựu mới trong công nghệ thông tin cho phép ra đời các sản phẩm tài chính, bảo hiểm, ...v.v, cũng như phương thức cung ứng giao tiếp mới với khách hàng, theo tiêu chí “tốt hơn, nhanh hơn, rẻ hơn”. Thời kỳ từ 2009 cho đến hiện tại được gọi là thời kỳ Fintech 3.0. Cụ thể Fintech hiện đang được ứng dụng trong tài chính ngân hàng trong ba nhóm (1) Cho vay/tiền gửi/huy động vốn; (2) Thanh toán (bán buôn, bán lẻ); (3) Quản lý đầu tư. Chi tiết như bảng sau.

Bảng 1. Các ứng dụng của Fintech

Cho Vay/tiền gửi/huy động vốn	Thanh toán/Bảo lãnh Thanh toán		Dịch vụ quản lý đầu tư
	Bán lẻ	Bán buôn	
Gọi vốn cộng đồng	Ví di động	Mạng lưới thanh toán	Giao dịch siêu tần suất (HFT)
Sàn cho vay	Chuyên khoản P2P	Giao dịch FX	Copy giao dịch
Ngân hàng di động	Tiền điện tử	Sàn giao dịch số hóa	Giao dịch điện tử
Đánh giá tín dụng			Tư vấn tự động

Nguồn: BCBS (2018)

Để hỗ trợ phát triển các dịch vụ trên, hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ thị trường được phát triển bao gồm (1) Các công nghệ thông tin và cơ sở dữ liệu; (2) Hệ sinh thái Fintech; (3) Các ứng dụng phân tích dữ liệu lớn, dự báo; (4) Công nghệ phân tán sổ cái (blockchain, hợp đồng thông minh); (5) Công tác bảo mật hệ thống và dữ liệu; (6) Điện toán đám mây; (7) Internet vạn vật/thiết bị di động; (8) Trí tuệ nhân tạo (robot, giao dịch tự động, ứng dụng các thuật toán). Ngoài ra cũng cần phải nhân mạnh, internet băng thông rộng tốc độ cao là hạ tầng căn bản nhất, dựa trên đó tương tác giữa các thành tố được thực hiện.

3. Hệ sinh thái Fintech

Hệ sinh thái Fintech được hiểu là một cộng đồng có tính hệ thống và ngày càng được hoàn chỉnh bao gồm các cấu phần có chức năng chuyên biệt nhưng tương tác chặt chẽ cộng sinh với nhau tạo điều kiện cho các ứng dụng Fintech, các công ty khởi nghiệp Fintech, cũng như các thành tố hỗ trợ khác phát triển. Hệ sinh thái cũng cần bao gồm các thành tố có vai trò duy trì luật lệ, đảm bảo an ninh và đảm bảo sân chơi cạnh tranh công bằng giúp các doanh nghiệp cạnh tranh lành mạnh. Hệ thống này thường bao gồm cả phần cứng (hạ tầng cơ sở thông tin), các ứng dụng dưới dạng phần mềm. Theo In & Shin (2018), một hệ sinh thái Fintech bao gồm 5 thành tố là : (1) Các công ty khởi nghiệp phát triển các ứng dụng Fintech; (2) Các nhà phát triển và cung cấp công nghệ; (3) Chính phủ mà cụ thể là các cơ quan quản lý nhà nước về tài chính, ngân hàng bảo hiểm...v.v, nơi ban hành các quy định quản lý liên quan đến Fintech; (4) Khách hàng của các ứng dụng Fintech bao gồm cá nhân và tổ chức; (5) Các tổ chức tài chính ngân hàng truyền thống đã nhận thức về sự cần thiết của Fintech và từng bước tham gia chuyển đổi một phần dịch vụ theo Fintech.

Tuy nhiên, hệ sinh thái Fintech theo In & Shin (2018) chưa đề cập đến vai trò của các tổ chức cung cấp nguồn nhân lực được trang bị các kỹ năng và kiến thức mới nhằm đáp ứng cho phát triển Fintech ngày càng sâu rộng trong thị trường. Rõ ràng, nhân lực cho phát triển Fintech là chuyên biệt và ngày càng phải được đào tạo bài bản. Qua nghiên cứu một số dịch vụ ứng dụng Fintech, có thể phác họa các nhóm nhân lực cần thiết cho Fintech như sau.

Thứ nhất là, nhóm nhân lực khối kỹ thuật chủ yếu liên quan đến công nghệ thông tin bao gồm chuyên gia mạng, an ninh mạng và bảo mật, phần mềm, phân tích dữ liệu, trí tuệ nhân tạo, phát triển các thuật toán ứng dụng...v.v, nhằm đảm bảo cho các dịch vụ hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ phát triển thị trường phục vụ tốt cho các ứng dụng Fintech ngày càng đa dạng cho các đối tượng khách hàng khác nhau. Nhóm nhân lực cần thiết thiết cho tất cả các thành tố của hệ sinh thái Fintech và đặc biệt là các công ty khởi nghiệp Fintech.

Thứ hai là, do giao dịch của khách hàng và bên cung ứng dịch vụ tài chính qua Fintech đã thay đổi chủ yếu là qua mạng, các thiết bị vi tính điện tử và các thiết bị di động (giao dịch không giấy) chứ không thể hiện bằng văn bản như các giao dịch truyền thống, nên đứng ở góc độ quản lý nhà nước, cần có các chuyên gia pháp lý am hiểu Fintech cũng như môi trường giao dịch này, giúp cơ quan quản lý chuyên ngành tài chính ngân hàng đề ra các chính sách, quy định cụ thể sát với yêu cầu ngày càng rộng mở của thị trường. Qua đó kích thích phát triển và đảm bảo phát triển lành mạnh, bảo vệ các chủ thể hợp pháp trong các giao dịch trên, cũng như phân định các tranh chấp có thể phát sinh trong các hoạt động của thị trường liên quan đến Fintech. Nhóm nhân lực này cũng cần thiết cho các tổ chức tài chính ngân hàng truyền thống có nhu cầu chuyển đổi các sản phẩm/dịch vụ sử dụng Fintech, đảm bảo các tương tác, giao dịch với khách hàng phù hợp các quy định của luật pháp, giảm rủi ro, đảm bảo quyền lợi hợp pháp của tổ chức cung ứng cũng như khách hàng sử dụng sản phẩm ứng dụng Fintech.

Thứ ba là, các sản phẩm ứng dụng Fintech phần nhiều là các sản phẩm có tính đổi mới sáng tạo hay được tiếp thị, cung ứng theo một phương thức sáng tạo, do vậy, nhân lực khối kinh tế nói chung và ngành tài chính nói riêng cần được trang bị các kiến thức về tiếp thị số, khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo bên cạnh các kiến thức tài chính ngân hàng truyền thống, nhằm đảm bảo tốt công tác thiết kế, phát triển các sản phẩm dịch vụ tài chính ứng dụng Fintech theo hướng đổi mới sáng tạo, nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ.

Thứ tư là, nhóm nhân lực được đề cập cuối cùng trong nghiên cứu này, theo các tác giả có vai trò quan trọng nhất đó là nhóm nhân lực tiềm năng trở thành các chiến lược gia cho ngành tài chính ngân hàng bảo hiểm trong tương lai. Nhóm nhân lực này cần sự am hiểu rất đa dạng về toàn bộ hệ sinh thái Fintech cũng như cách thức vận hành của hệ sinh thái này, bên cạnh các kiến thức về tài chính, ngân hàng, am hiểu hoạt động của thị trường và thị hiếu khách hàng. Nhóm nhân lực này được kỳ vọng phải am hiểu kiến thức về những đồng tiền trong tương lai có tính phi truyền thống, thị trường và khách hàng tiềm năng tương lai cũng như các loại giao dịch trong tương lai có xét đến sự phát triển không ngừng của các ứng dụng Fintech.

4. Xu hướng đào tạo về tài chính & quản trị phục vụ hệ sinh thái Fintech

Theo khảo cứu đến năm 2018, số lượng các đại học trên thế giới đào tạo cao học chuyên ngành Fintech còn rất khiêm tốn. Trong khuôn khổ thảo luận này, nhóm tác giả đề xuất cách tiếp cận về đào tạo một cách thận trọng nhằm đảm bảo hạn chế rủi ro thấp nhất cho người học cũng như cần thời gian cho công tác chuẩn bị của các cơ sở đào tạo.

Trước tiên cần trang bị bổ sung cho các sinh viên bậc đại học ngành tài chính ngân hàng các kiến thức về các sản phẩm tài chính hiện có đang sử dụng Fintech cũng như các yêu cầu hạ tầng căn bản và cách thức các sản phẩm dịch vụ đó được tiếp thị và cung cấp. Cần hình thành các câu lạc bộ chuyên về Fintech nơi sinh viên chuyên ngành tài chính ngân hàng có các hoạt động trao đổi với sinh viên ngành công nghệ thông tin, sinh viên

ngành luật, các nhà khởi nghiệp Fintech, các chuyên gia Fintech và các tổ chức tài chính ngân hàng truyền thống đang mong muốn chuyển đổi dịch vụ theo sự phát triển của Fintech. Tại các CLB này, kiến thức về khởi nghiệp ĐMST cũng cần được cổ súy trao đổi dưới các hình thức hội thảo nhóm, hay các khóa học ngắn hạn.

Bước tiếp theo là bổ sung một số môn học về Fintech trong chương trình chính khóa cho bậc cao học và/hoặc đại học như : Tổng quan về Fintech, thị trường, đồng tiền và các giao dịch trong tương lai với ứng dụng Fintech. Các khóa này nên được thiết kế trọng tâm vào ứng dụng, giành thời gian nhất định trong khóa học để có các trao đổi giữa sinh viên, giảng viên và chuyên gia Fintech, chuyên gia khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong ngành tài chính ngân hàng. Thông qua các hoạt động này, không chỉ sinh viên mà cả các giảng viên sẽ có cơ hội trao đổi kiến thức thực tiễn về Fintech, kết hợp với công tác tự nghiên cứu nhằm hoàn thiện kiến thức/khả năng của giảng viên cho các chương trình đào tạo chuyên ngành về Fintech trong tương lai gần.

5. Nghiên cứu khoa học về “tài chính số” (digital finance) và Fintech

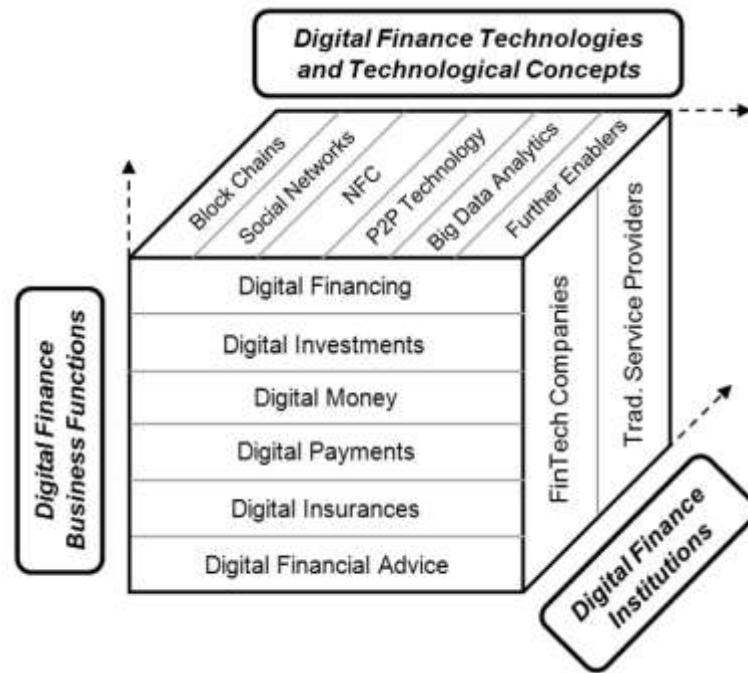
Đào tạo về Fintech nhất thiết phải đi đôi với công tác nghiên cứu hàn lâm, cận ứng dụng và ứng dụng về Fintech, nhằm tìm hiểu, trau dồi và bổ sung kiến thức cho công tác đào tạo. Có lẽ cần thực hiện nghiên cứu về Fintech trong khái niệm rộng hơn là “tài chính số” (digital finance) một thuật ngữ đang được một số học giả trên thế giới sử dụng song hành với Fintech. Theo Gomber, Koch & Siering (2017), Tài chính số là một khái niệm tổng quan mô tả quá trình chuyển đổi số hóa của ngành tài chính bao gồm từ các sản phẩm và dịch vụ tài chính trên nền tảng điện tử như các thẻ tín dụng sử dụng chip điện tử, thanh toán chuyển tiền điện tử, máy ATM, dịch vụ ngân hàng tại nhà (e-Finance)...v.v, cho đến các ứng dụng thanh toán trên thiết bị di động hiện nay, phủ đến các vùng xa không có internet.

Điểm khác biệt cơ bản của Tài chính số và Fintech có lẽ là Tài chính số không bao gồm các mô hình kinh doanh và dịch vụ đổi mới sáng tạo dựa trên nền tảng công nghệ mới sử dụng mạng internet như một phần không thể tách rời và đây là phần làm Fintech có xu hướng ngày càng vượt trội do tính đổi mới sáng tạo đột phá (disruptive innovation), lợi dụng sự phát triển của hạ tầng thông tin qua internet và xử lý số liệu tự động. Do vậy các công ty Fintech thường có mô hình kinh doanh mới có khả năng uyển chuyển hơn phù hợp với thị trường năng động và khách hàng, hệ thống kinh doanh an ninh hơn, hiệu quả hơn và hứa hẹn nhiều cơ hội hơn các nhà cung ứng dịch vụ tài chính truyền thống (Lee, 2015 trích dẫn trong Gomber, Koch & Siering, 2017).

Gomber, Koch & Siering (2017), đề xuất một khung tổng quát kết hợp giữa 3 hướng phát triển như Hình 1 bao gồm 3 cấu phần : (1) Các chức năng kinh doanh của của Tài chính số; (2) Công nghệ tài chính số và các khái niệm công nghệ liên quan; (3) Các định chế tài chính số.

Tài chính số bao hàm nhiều chức năng kinh doanh như huy động vốn, đầu tư, tiền kỹ thuật số, thanh toán và tư vấn tài chính dưới dạng số hóa. Các công nghệ tài chính số và khái niệm công nghệ liên quan đến tài chính số hiện tại có thể bao gồm blockchain, mạng xã hội, phân tích dữ liệu, công nghệ P2P, NFC. Ở hướng các tổ chức tài chính số bao gồm 2 thành phần chính là các công ty Fintech và các công ty cung cấp dịch vụ tài chính truyền thống đang chuyển đổi ứng dụng Fintech. Qua tổng kết của Gomber, Koch & Siering (2017), chúng ta có một bản đồ cập nhật hoàn chỉnh về các hướng nghiên cứu hiện tại trên thế giới về Tài chính số trong đó Fintech là một cấu phần chính đang phát triển mạnh và rất cần giới Nghiên cứu hàn lâm tại Việt Nam ưu tiên nghiên cứu.

Hình 1 : Khối Tài chính số



Nguồn : Gomber P, Koch JA & Siering M (2017)

6. Kết luận

Fintech hiện là một chuyên ngành mới đang phát triển mạnh, tuy ở thời kỳ đầu nhưng chắc chắn hứa hẹn bùng nổ trong tương lai gần. Trường đại học với vai trò đào tạo nhân lực cốt lõi cho các ngành kinh tế trong xã hội, cần gấp rút nghiên cứu và hoạch định chiến lược phát triển chuyên ngành này trong tương lai gần. Trước mắt, những hoạt động hội thảo, đào tạo huấn luyện ngắn hạn liên quan đến Fintech, khởi nghiệp ĐMST trong ngành tài chính ngân hàng cần được thực hiện cho các sinh viên chuyên ngành tài chính bên cạnh việc thu hút các chuyên gia được đào tạo chuyên ngành từ nước ngoài kết hợp với các giảng viên nhiều kinh nghiệm có khả năng tự học hỏi và nghiên cứu chuyên ngành mới, làm nòng cốt cho phát triển chương trình đào tạo về Fintech ở cấp độ chuyên sâu trong tương lai gần.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Arner DW, Barberis J, Buckley RP .(2015). *The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm*, Geo. J. Int'l L., 2015 – HeinOnline.
2. Bazot G .(2017). *Financial consumption and the cost of finance: measuring financial efficiency in Europe (1950–2007)*, Journal of the European Economic Association.
3. BCBS .(2018). *Sound Practices : Implications of fintech development for banks and bank supervisors*, Banks for International Settlements.
4. Gomber P, Koch JA & Siering M .(2017). *Digital Finance and FinTech: current research and future research directions*, Journal of Business Economics, Springer.
5. In Lee & YJ Shin .(2018). *Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges*, Business Horizons,(2018) 35-46.
6. Philippon Thomas.(2016). *The fintech opportunity*, nber.org

FINTECH VÀ NGÂN HÀNG TẠI VIỆT NAM: HỢP TÁC HAY CẠNH TRANH?

TS. Phan Thu Hiền

Trường Đại học Kinh tế TP.HCM

TS. Phan Thị Mỹ Hạnh

Trường Đại học Tài chính - Marketing

Tóm tắt

Cùng với sự phát triển ngày càng mạnh mẽ của công nghệ, Fintech đã tạo nên một cuộc cách mạng kỹ thuật số có thể thay đổi hoàn toàn phương thức kinh doanh của ngành ngân hàng, tác động rất mạnh và có thể tái định hình ngành tài chính. Bài viết này đi vào phân tích sự phát triển của Fintech tại Việt Nam, những điểm mạnh và điểm yếu của Fintech so với ngân hàng truyền thống, từ đó phân tích xu hướng hợp tác giữa Fintech và ngân hàng và đề xuất các giải pháp nhằm phát triển Fintech trong xu hướng hợp tác này tại Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: *Fintech, công nghệ tài chính, cơ hội, thách thức*

1. Sự phát triển của Fintech tại Việt Nam

Cùng với sự phát triển ngày càng mạnh mẽ của công nghệ trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, một làn sóng các công ty khởi nghiệp tập trung vào lĩnh vực công nghệ trong tài chính đã nổi lên và hình thành các công ty Fintech. Đây là các công ty áp dụng các sáng tạo công nghệ trong các hoạt động và dịch vụ tài chính nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tài chính. Các công ty này áp dụng công nghệ, ứng dụng, sản phẩm, quy trình và mô hình kinh doanh mới vào ngành dịch vụ tài chính, điển hình như các công ty sử dụng internet, điện thoại di động, công nghệ điện toán đám mây và các phần mềm mã nguồn mở nhằm mục đích nâng cao hiệu quả của hoạt động ngân hàng và đầu tư. Đặc biệt sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008, Fintech đã tạo nên một cuộc cách mạng kỹ thuật số có thể thay đổi hoàn toàn phương thức kinh doanh của ngành ngân hàng, tác động rất mạnh và có thể tái định hình ngành tài chính.

Trái với thị trường tài chính truyền thống chỉ diễn ra mối tương tác giữa các định chế tài chính (ngân hàng, công ty tài chính, công ty bảo hiểm, công ty chứng khoán...) và khách hàng thì với Fintech toàn bộ mô thức cung ứng và vận hành các dịch vụ tài chính đã được thay đổi theo hướng các định chế tài chính, công ty Fintech và khách hàng có mối tương tác và tác động qua lại lẫn nhau thông qua các ứng dụng công nghệ thông tin (Thành, 2017).

Việt Nam đang trở thành một trong những thị trường tiềm năng bậc nhất trong khu vực cho sự phát triển của Fintech. Thị trường Fintech Việt Nam đã đạt 4,4 tỷ USD vào năm 2017, trong đó thu hút khoảng 129 triệu USD từ các thương vụ đầu tư nước ngoài liên quan đến các công ty Fintech giai đoạn 2016-2017, và dự đoán sẽ đạt 7,8 tỷ USD vào năm 2020 theo nghiên cứu của công ty tư vấn Solidiance. Trong năm 2008, ngân hàng Nhà nước đã thí điểm cho một số công ty cung ứng dịch vụ thanh toán trên thị trường. Hoạt động Fintech tại Việt Nam thực sự bùng nổ vào năm 2015 với sự xuất hiện của những ứng dụng thanh toán trên điện thoại như MoMo, Payoo hay 1Pay được sử dụng phổ biến bởi các công ty tài chính tiêu dùng, và dịch vụ cho vay trực tuyến LoanVi (Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, 2016). Bên cạnh đó, ngân hàng VP Bank cũng đã phát triển ứng dụng ngân hàng trực tuyến qua di động – Timo. Với những ứng dụng này, các công

ty Fintech đang làm thay đổi hình thức thanh toán và mở ra kỷ nguyên ứng dụng công nghệ vào hoạt động cho vay tại Việt Nam (Thành, 2017). Đến năm 2017, có trên 40 công ty Fintech hoạt động tại Việt Nam (cung cấp các dịch vụ tài chính đa dạng như thanh toán, chuyển tiền, huy động vốn, cho vay ngang hàng, quản lý tài chính, hỗ trợ định danh khách hàng điện tử) trong đó 27 tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán (chiếm trên 60%) đã chính thức được cấp phép hoạt động. Hiện nay, số lượng công ty Fintech đã tăng lên khoảng 80 công ty đang hoạt động tại nhiều lĩnh vực khác nhau.

Các công ty Fintech Việt Nam tập trung khá nhiều cho lĩnh vực thanh toán như MoMo, Payoo hay BankPlus... Một số công ty trong nước đã lấn sân sang mảng Fintech khi đưa ra các ví điện tử phục vụ cho hoạt động thanh toán của khách hàng như FPT E-wallet của FPT, VTC Pay của VTC, Vimo của MobiFone. Hơn 5,76 triệu ví điện tử đã được phát hành và có liên kết với tài khoản ngân hàng để hỗ trợ thanh toán. Ngoài ra, một số mảng khác cũng đã hoạt động như FundStart, Comicola, Betado hay Firststep nhằm gây quỹ cộng đồng; LoanVi với dịch vụ cho vay trực tuyến; BankGo, MoneyLover, Mobivi với quản lý dữ liệu tài chính cá nhân; và ngân hàng kỹ thuật số đầu tiên của Việt Nam với Timo. Không chỉ thu hút sự quan tâm của các công ty Fintech Việt Nam, nhiều nhà đầu tư nước ngoài cũng đã hướng đến phát triển mảng Fintech tại Việt Nam. Điển hình như vào năm 2016 quỹ đầu tư 500 Startups đã dành 10.000 USD để đầu tư vào khoảng 100-150 dự án startups tại Việt Nam. Các khoản đầu tư của quỹ chủ yếu vào những lĩnh vực công nghệ tài chính, công nghệ giáo dục, thương mại điện tử, quảng cáo, truyền thông và giải trí. Năm 2018, 500 Startups tiếp tục đánh dấu cột mốc đầu tư thứ 20 vào một startup lĩnh vực công nghệ tài chính ứng dụng nền tảng blockchain tại Việt Nam. Bên cạnh đó, WorldRemit, một startup hoạt động trong lĩnh vực chuyển tiền kiều hối tại Anh cũng hướng đến mở rộng dịch vụ tại Việt Nam vì đánh giá cao về mức độ chuyển tiền kiều hối ở Châu Á và Việt Nam bằng cách cho phép người dùng có thể gửi tiền ra nước ngoài từ một thiết bị di động hoặc máy tính và người nhận có thể nhận được tiền trong các tài khoản ngân hàng của họ, nhận bằng tiền mặt, nhận bằng một chiếc ví di động hoặc là một dịch vụ top-up qua điện thoại di động. Startup Tapp Commerce cũng triển khai các sản phẩm liên quan đến Fintech nhằm hỗ trợ người dân có thể dễ dàng chuyển và nhận tiền thông qua doanh nghiệp địa phương hoặc thậm chí các cửa hàng bán lẻ trong khu họ sinh sống.

2. Điểm mạnh và điểm yếu của Fintech so với ngân hàng truyền thống

Điểm mạnh của Fintech:

Tiềm năng của sự phát triển Fintech tại Việt Nam được đánh giá rất cao khi Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi cho sự phát triển Fintech như dân số trẻ, số người sử dụng điện thoại di động và internet ngày càng nhiều, tỷ lệ tăng trưởng tiêu dùng cao, tỷ lệ thất nghiệp thấp và khoảng 90% các khoản thanh toán được thực hiện bằng tiền mặt. Hiện nay, Việt Nam có trên 128 triệu tài khoản thuê bao di động, trong đó gần 50% là điện thoại thông minh, hơn 64 triệu người đang sử dụng Internet, 58 triệu người sử dụng mạng xã hội và Việt Nam trở thành một trong 7 quốc gia đứng đầu về sử dụng mạng xã hội và đứng thứ 19/50 nước khu vực Châu Á - Thái Bình Dương về số người dân có sử dụng Internet và điện thoại di động thông minh. Đây được xem là điều kiện rất tốt để thúc đẩy hoạt động thanh toán qua điện thoại di động. Theo công bố của ngân hàng thế giới, trong năm 2017 39% người trưởng thành tại Việt Nam vẫn chưa sử dụng dịch vụ gửi tiết kiệm tại các hệ thống chính thức và 65% người dân đang gửi hoặc nhận kiều hối ngoài hệ

thống chính thức hay trả học phí và chi phí dịch vụ tiện ích bằng tiền mặt. Do đó, đây là nguồn khách hàng tiềm năng rất lớn của Fintech.

Trong khi hệ thống ngân hàng chậm thay đổi, thiếu linh hoạt trong ứng dụng công nghệ làm gia tăng chi phí giao dịch và chưa đáp ứng kịp thời nhu cầu khách hàng thì Fintech lại có thể giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận các dịch vụ ngân hàng một cách thuận tiện nhất với chi phí thấp nhất cũng như mang lại sự trải nghiệm và sự hài lòng cho khách hàng thông qua đổi mới sáng tạo và khả năng ứng dụng công nghệ linh hoạt và hiệu quả, từ đó thúc đẩy các dịch vụ ngân hàng hiện đại ngày một phát triển và các chương trình tài chính toàn diện được phổ cập rộng rãi đến người dân.

Một trong những rào cản chính khiến người dân chưa tiếp cận với dịch vụ tài chính chính thức ở Việt Nam là ở xa chi nhánh ngân hàng, chi phí lớn, thủ tục phức tạp. Do đó, Fintech đang thu hút một số lượng lớn khách hàng trong đó có cả người dân sống ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, hải đảo khó tiếp cận với dịch vụ ngân hàng do Fintech không cần mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch rộng khắp như ngân hàng mà khách hàng có thể sử dụng các công nghệ và ứng dụng của Fintech bằng điện thoại thông minh có kết nối internet. Với tính chất là các công ty khởi nghiệp, Fintech rất sáng tạo và năng động, phân tích và đánh giá tâm lý của khách hàng đối với các sản phẩm và dịch vụ tài chính để từ đó sử dụng công nghệ mới cung cấp các dịch vụ mang lại trải nghiệm tốt hơn cho người dùng.

Điểm yếu của Fintech

Bên cạnh những điểm mạnh nổi bật thì FinTech lại thiếu kinh nghiệm trong hoạt động tài chính ngân hàng, thiếu kinh nghiệm quản lý rủi ro tài chính và quản lý rủi ro an ninh mạng; thiếu vốn, nguồn nhân lực và nền tảng khách hàng. Trong khi đó, ngân hàng lại có ưu thế hơn về mạng lưới khách hàng, hạ tầng công nghệ thông tin, và kinh nghiệm quản lý rủi ro. Với thương hiệu và sự uy tín của mình, các ngân hàng đã sở hữu một lượng khách hàng truyền thống và xây dựng mạng lưới rộng khắp là một nền tảng vững chắc khi bước vào sự cạnh tranh với các công ty Fintech. Trong khi đó, các công ty Fintech lại là các công ty khởi nghiệp, đang dần xây dựng uy tín và thương hiệu khi cơ sở hạ tầng pháp lý chưa được hoàn thiện đã gây khó khăn cho Fintech tạo niềm tin và tiếp cận với khách hàng trong các hoạt động tài chính của mình. Công nghệ phát triển kéo theo những rủi ro về an ninh mạng ngày càng gia tăng và đây cũng là một yếu điểm của Fintech Việt Nam trong việc quản lý rủi ro này.

Mặc dù tình hình phổ cập Internet rất rộng tại Việt Nam hiện nay, số lượng người sử dụng dịch vụ tài chính hiện đại ít hơn nhiều, một phần nguyên nhân là thói quen sử dụng tiền mặt của người dân, đặc biệt là ở khu vực nông thôn vẫn còn phổ biến, hơn 80% giao dịch thẻ ATM là để rút tiền mặt, tâm lý e ngại tiếp cận công nghệ mới, tâm lý sợ bị lầy cấp thông tin cũng là những rào cản khiến cho các công nghệ ngân hàng chưa phát huy tác dụng.

Khuôn khổ pháp lý cho dịch vụ đại lý ngân hàng tại vùng sâu, vùng xa chưa được xây dựng và hoàn thiện, sản phẩm chưa được thiết kế phù hợp với kiến thức và nhu cầu của người dân ở nông thôn nên hạn chế khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính của họ. Hệ sinh thái của Fintech chỉ mới từng bước được hình thành và mở rộng, mức độ cộng sinh và sự ổn định của hệ sinh thái gồm các công ty khởi nghiệp Fintech, nhà phát triển công nghệ, các nhà quản lý chính sách, khách hàng tài chính, các tổ chức tài chính truyền thống vẫn chưa cao, thiếu chặt chẽ nên vẫn chưa thúc đẩy sự phát triển của Fintech trong thời gian qua. Quy định pháp lý và sự điều chỉnh của cơ quan quản lý không theo kịp

công nghệ mới nên hạn chế và làm chậm phát triển ứng dụng công nghệ cao và ngân hàng số, gây nên rủi ro pháp lý cho các ngân hàng và công ty Fintech khi triển khai các ứng dụng công nghệ cao.

3. Xu hướng hợp tác hay cạnh tranh giữa FINTECH và ngân hàng tại Việt Nam

Với những lợi thế của Fintech, Fintech đang trở thành một đối thủ đối với hệ thống ngân hàng và ảnh hưởng lớn tới hoạt động của hệ thống này. Fintech đã làm thay đổi căn bản mô hình kinh doanh, quản trị ở các ngân hàng theo xu hướng ngân hàng số, ứng dụng công nghệ mới vào các sản phẩm phục vụ khách hàng. Tuy nhiên, các công ty Fintech và ngân hàng đều có những ưu điểm và hạn chế riêng biệt, đặc biệt trong giai đoạn đầu khi khuôn khổ pháp lý quản lý của Việt Nam chỉ mới đáp ứng được một phần cho lĩnh vực công nghệ tài chính trong thanh toán mà chưa có khuôn khổ pháp lý đầy đủ, đồng bộ cho các lĩnh vực tài chính khác; nguồn vốn, nguồn nhân sự, kinh nghiệm quản lý rủi ro tài chính và rủi ro an ninh mạng vẫn còn nhiều hạn chế thì việc các fintech hướng đến hợp tác với ngân hàng đang trở thành xu hướng được cả Fintech và ngân hàng lựa chọn nhằm hỗ trợ cho nhau để cung cấp dịch vụ ngân hàng tài chính có chất lượng cao và là tiền đề cho việc nâng cao tiếp cận dịch vụ tài chính - ngân hàng (Vũ & Thanh, 2016).

Xu hướng hợp tác theo hướng trở thành đối tác của nhau đang được các ngân hàng và công ty Fintech tiến hành. Theo đó, các ngân hàng sẽ được hưởng lợi ích từ việc ứng dụng, cập nhật ngay các công nghệ hiện đại được cung cấp từ Fintech, áp dụng các giải pháp công nghệ trong việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của thị trường cả về chất lượng, giá cả và độ tin cậy trong khi đó các Fintech có thể khai thác được mạng lưới khách hàng, dữ liệu và nguồn vốn của ngân hàng.

Theo khảo sát của Ngân hàng Nhà nước năm 2018, 72% công ty Fintech lựa chọn hợp tác với các ngân hàng thay vì cạnh tranh, trong khi 14% quyết định chọn cạnh tranh với ngân hàng và 14% còn lại chọn phát triển sản phẩm hoàn toàn mới. Một trong những lý do thúc đẩy sự hợp tác này là nhằm xây dựng hệ thống chia sẻ dữ liệu, xây dựng pháp lý theo tiêu chuẩn, hướng đến phục vụ nhu cầu khách hàng. Theo kết quả khảo sát toàn cảnh ngành ngân hàng năm 2018 của Ernst & Young, 85% các ngân hàng đều xây dựng mục tiêu quan trọng nhất trong năm là thực hiện chiến lược chuyển đổi ngân hàng số và hướng tới hoàn thiện công nghệ vào năm 2020.

Bên cạnh những thuận lợi thì việc hợp tác này cũng gặp nhiều khó khăn, thách thức cần phải giải quyết.

Trước tiên là vấn đề bảo mật thông tin, đòi hỏi ngân hàng và các công ty Fintech phải chấp nhận việc chia sẻ thuật toán với nhau và có biện pháp bảo vệ được thông tin dữ liệu ngân hàng được ngân hàng thu thập trong những năm qua cũng như bảo mật thông tin khách hàng sử dụng dịch vụ của ngân hàng và Fintech.

Thứ hai, trình độ và khả năng hấp thụ công nghệ của nền kinh tế, ngành ngân hàng và cả người dân cũng đang là thách thức lớn cần phải từng bước tháo gỡ.

Thứ ba, cơ sở hạ tầng công nghệ của Việt Nam chưa đáp ứng yêu cầu của sự phát triển công nghệ tiên tiến. Rủi ro về an ninh mạng ngày càng gia tăng trong khi khả năng bảo mật thông tin của khách hàng sử dụng công nghệ và các ứng dụng vẫn chưa được đảm bảo ở mức an toàn cao, do đó vẫn khiến các khách hàng còn e ngại sử dụng các sản phẩm và ứng dụng của các công ty Fintech

Thứ tư, nhiều ngân hàng hiện nay vẫn còn dè dặt trong quyết định hợp tác với các công ty Fintech. Lý do là vì hầu hết công ty fintech tại Việt Nam còn non trẻ, kinh nghiệm chưa nhiều và khả năng duy trì hoạt động của các công ty này không cao.

Thứ năm, hành lang pháp lý chưa thực sự đầy đủ và đang trong thời gian hoàn thiện cho các tổ chức phi ngân hàng hoạt động trong lĩnh vực tài chính. Các chính sách, quy định dành cho những công ty Fintech quy mô nhỏ vẫn còn hạn chế, và cần cập nhật, sửa đổi, bổ sung cho kịp với tốc độ phát triển của công nghệ. Quy định pháp lý và sự điều chỉnh của cơ quan quản lý không theo kịp công nghệ mới dẫn đến việc hạn chế và làm chậm phát triển ứng dụng công nghệ cao và ngân hàng số, tạo nên rủi ro pháp lý cho các ngân hàng và công ty Fintech khi triển khai các ứng dụng công nghệ cao.

Thứ sáu, các công ty Fintech Việt Nam gặp phải tình trạng thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao, đòi hỏi có kiến thức sâu rộng cả về chuyên môn nghiệp vụ tài chính và công nghệ thông tin (Thành, 2017).

4. Giải pháp phát triển Fintech trong xu hướng hợp tác với ngân hàng trong thời gian tới

Để Fintech có thể phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới, tạo nên một sự hợp tác hiệu quả với các ngân hàng, từ đó tạo nên sức mạnh tổng hợp cho thị trường dịch vụ ngân hàng, một số giải pháp được đề xuất như sau:

Một là, Chính phủ và ngân hàng Nhà nước cần hoàn thiện các quy định pháp lý, chính sách cho việc cung cấp dịch vụ/sản phẩm Fintech cũng như các hoạt động của Fintech như hoạt động thanh toán, cho vay, chuyển tiền, gọi vốn cộng đồng, cho vay ngang cấp, tư vấn tài chính cá nhân, công nghệ bảo hiểm, tiền tệ số, quản trị dữ liệu. Tiếp tục nghiên cứu xây dựng hoàn thiện khuôn khổ pháp lý đối với một số vấn đề như mô hình đại lý ngân hàng, định danh khách hàng điện tử, tài chính số, thanh toán qua di động...

Hai là, ngân hàng Nhà nước cần liên tục đầu tư, nâng cấp hệ thống hạ tầng tài chính, công nghệ bảo mật để chống lại các rủi ro an ninh mạng, tăng cường khả năng bảo mật thông tin khách hàng, hoàn thiện chính sách về an toàn thông tin. Các quy định pháp lý cần được cập nhật, sửa đổi, bổ sung theo kịp với tốc độ phát triển của công nghệ.

Ba là, các công ty Fintech cũng cần tăng cường hợp tác với các ngân hàng và các doanh nghiệp cung cấp internet, thông tin để nâng cao khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính - ngân hàng của khách hàng, nâng cao chất lượng và sự đa dạng hóa sản phẩm cũng như học hỏi kinh nghiệm của ngân hàng trong quản lý rủi ro, đảm bảo cho các bên phát huy được lợi thế của mình, tạo tiền đề vững chắc cho sự phát triển Fintech trong thời gian tới, từ đó tạo nên một hệ sinh thái Fintech ổn định và cộng sinh, khuyến khích sự sáng tạo và cạnh tranh lành mạnh.

Bốn là, nâng cao trình độ nguồn nhân lực cả về chuyên môn tài chính – ngân hàng lẫn công nghệ, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao về khả năng nghiên cứu những công nghệ mới, có tính sáng tạo và tăng tính ưu việt, khả năng ứng dụng công nghệ vào trong hoạt động đầu tư và tài chính cũng như khả năng quản lý Fintech thông qua việc tập trung vào công tác đào tạo nhân lực đồng thời có cơ chế thu hút, lương thưởng đáp ứng được yêu cầu của nguồn nhân lực này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, 2016. Báo cáo đánh giá tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và một số định hướng hoạt động của ngành Ngân hàng Việt Nam, Kỷ yếu hội thảo OECD (2016);
2. Tô Huy Vũ & Vũ Xuân Thanh, 2016. Ngành Ngân hàng trước tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, Tạp chí Ngân hàng số 15/2016;
3. Nghiêm Xuân Thành, 2017. Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và sự chuẩn bị của ngành Ngân hàng Việt Nam. Tạp chí Tài chính kỳ 2.
4. Duy Phan, 2018. 72% công ty Fintech muốn hợp tác, nhưng vẫn có 14% muốn cạnh tranh với ngân hàng <https://baomoi.com/72-cong-ty-fintech-muon-hop-tac-nhung-van-co-14-muon-canh-tranh-voi-ngan-hang/c/26394400.epi>
5. Hoàng Duy, 2016. Ngân hàng đối mặt Fintech. <https://www.thesaigontimes.vn/155169/Ngan-hang-doi-mat-fintech.html>
6. Nghiêm Thanh Sơn, 2018. Ngân hàng - FinTech: Sự hỗ trợ hoàn hảo, *Đặc san Toàn cảnh Ngân hàng Việt Nam 2018*
7. NH, 2017. Fintech – Xu hướng phát triển và khuyến nghị đối với NHNN Việt Nam, https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/trangchu/ttsk/ttsk_chitiet?leftWidth=20%25&showFooter=false&showHeader=false&dDocName=SBV287200&rightWidth=0%25¢erWidth=80%25&_afLoop=3114792218834312#%40%3F_afLoop%3D3114792218834312%26centerWidth%3D80%2525%26dDocName%3DSBV287200%26leftWidth%3D20%2525%26rightWidth%3D0%2525%26showFooter%3Dfalse%26showHeader%3Dfalse%26_adf.ctrl-state%3Dm3qo4d18b_51
8. Nha Trang, 2018. Nhiều Fintech ngoại muốn mở rộng đầu tư tại Việt Nam?, <http://www.brandsvietnam.com/16646-Nhieu-Fintech-ngoai-muon-mo-rong-dau-tu-tai-Viet-Nam>
9. Phương Linh, 2018. Hợp tác Fintech - Xu hướng phát triển tất yếu của ngân hàng hiện đại, https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/trangchu/ttsk/ttsk_chitiet?leftWidth=20%25&showFooter=false&showHeader=false&dDocName=SBV340976&rightWidth=0%25¢erWidth=80%25&_afLoop=3115215937136312#%40%3F_afLoop%3D3115215937136312%26centerWidth%3D80%2525%26dDocName%3DSBV340976%26leftWidth%3D20%2525%26rightWidth%3D0%2525%26showFooter%3Dfalse%26showHeader%3Dfalse%26_adf.ctrl-state%3Dm3qo4d18b_135
10. Thùy Dung, 2018. Fintech nước ngoài không dễ vào Việt Nam
11. <https://www.thesaigontimes.vn/272268/Fintech-nuoc-ngoai-khong-de-vao-Viet-Nam.html>
12. Thùy Dung, 2018. Nhà băng vẫn còn dè dặt với Fintech. <https://www.thesaigontimes.vn/271332/Nha-bang-van-con-de-dat-voi-Fintech.html>

13. Trang Nhung, 2018. Fintech Việt Nam đang ở đâu trong khu vực ASEAN?
14. <http://baoangiang.com.vn/fintech-viet-nam-dang-o-dau-trong-khu-vuc-asean-a221515.html>
15. Việt Hà, 2018. Ngân hàng và Fintech: Từ đối đầu đến đối tác
16. <https://vietnambiz.vn/ngan-hang-va-fintech-tu-doi-dau-den-doi-tac-80308.html>
17. <https://techtalk.vn/fintech-startups-khi-lan-song-cong-nghe-thay-doi-mo-hinh-kinh-doanh-truyen-thong.html>

SÁNG TẠO, ĐỔI MỚI VÀ KHỞI NGHIỆP

INTRODUCING ICT-BASED INNOVATIONS IN MANAGEMENT PROCESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Dr. Nguyen Hoang Tien,
Thu Dau Mot University

Executive summary

This paper takes a closer look at the concept of innovation based on information and communication technologies (ICT) regarding the specificities of small and medium enterprises. The starting point of this article is the general definition of innovation understood commonly in the context of entrepreneurship. The characteristics of innovative process will be introduced in selected aspects of management. Author carries out a review of literature concerning innovativeness based on ICT among the firms from SMEs sector.

Keywords: *Small and medium enterprises, ICT – based innovation, entrepreneurship*

I. INNOVATION CONCEPT

1. The meaning of innovation

The term of innovation is widely used in many scientific disciplines and in the daily life. Starting from general meaning, in the dictionary of foreign languages the following explanations could be found [Sobol 2002]: innovation originates from Latin language, it means renewal, novelty, an introduction or implementation of something new, something newly introduced. Definition taken from WordNet dictionary [WordNet 2005] underscores the creative character and nature of innovation (creating new things or new process due to the thorough considerations and experiments) and nature of precedence (act of starting something new for the first time). Innovation is the basic determinant of competitiveness at micro-, meso-, macroeconomic and global level [Pietrucha and Zelazny 2017]. At the general level, it is recommended to think about innovation as about the realization of certain new and adventurous idea. This process of realization of new idea should be flexible, open and constantly improved and engage cross-departmental or even cross-organizational cooperation [Pachura 2015]. The originality of the idea itself may be, in that sense, fairly relative, considered from a given point of view and in a given context.

2. Innovations in economic context

One of pioneers of the researches on innovations was Rogers. He proposed a model treating innovation as an idea, an activity or a thing which is perceived as new by a person or subject applying innovation [Rogers 1976]. Innovation is communicated using certain determined channels in a given period amongst community members.

Similar approach was proposed by Kotler [Kotler 1994] admitting that innovation refers to any of goods, services or idea which is perceived by someone as new and original. The idea may have been existed for a long time, but is treated as innovation for person who perceives it as totally new.

The two mentioned classical approaches to innovation treat this issue very broadly. Researchers are interested in not only changes of economic nature, but also social and natural nature. The scope of elements being subjects of innovative changes is one of dimensions of innovation and in the area of economy may encompass products, processes, organizations, their changes to adapt to the new market reality and, as well, the ways to reach new target segment of customers or new market as a whole [Brzezinski et al. 2009].

3. Understanding innovativeness in contemporary economy

According to P. Drucker, entrepreneurship and innovativeness may be identified with each other [Li-min Hsueh, Ying-Yi Tu, 2004]. The bottom line of entrepreneurship is innovation that is the effort undertaken to assure useful change within possessed economic and social potential of enterprise. Innovation is certain kind of tool used to develop entrepreneurship, enabling the achievement of new possibilities within the possessed constrained resources. Not all the small businesses are perceived as innovative and innovation-oriented. Some of enterprises reiterate only their past experiences. Undertaking risk, they are trying not to impact customer demand generation and avoid using resources more effectively.

Regularly conducted process of innovation always starts from analysis of potential sources of innovation. Depending on the firm's concrete circumstance and the context of its activity, there are different places to look for new possibilities. The sources of innovation may be as follow [Drucker 1998]: unexpected cases (success or failure), inconsistency in the logic of process or between expectations and results, process' needs, market changes, demographic changes, changes in perception, the appearance of new knowledge. Generating innovations in organizations requires transformations of innovative potentials and creativity of staff and teams into activities that bring about measurable effects for enterprises. In contemporary economy, enterprises should be capable to create, adapt, develop and implement innovational ideas, solutions, technologies and products and, first and foremost, show entrepreneurial behavior towards their commercialization [Zhao 2005, Brzezinski et al. 2009]

4. Varieties of innovations

Innovations may be classified in many ways. Approaching very universally, it is possible to accept both the criterion of level of the depth of change and the criterion of object of change. Considering the level of innovativeness of a given change, it is possible to talk about the radical character of change (radicalness) or its gradual character (gradualness). Radical innovations consist in introduction fundamental changes and total replacement of previous elements, e.g. products, technologies. In accordance with the rule of creative destruction of Schumpeter [Schumpeter 1975] the new replaces the old in the process of continuous economic change. Radical innovations require organization to develop completely new modes of action, usually in combination with changes in standards and values system. Gradual innovations have character of modification. They do not give organization a great competitive edge but they do not require considerable effort and taking risk typical for radical innovations.

Product innovations are changes of physical feature or changes in performance of existing products and services or creating completely new products and services [Griffin 2002]. Product innovations consist in the formation or the generation of new product or the improvement of products already existed. Product innovations give us chances to

enhance profit majorly thanks to the inclusion in price the so called the newness annuity. Process innovations are changes in the way products and services are created and delivered. The sources of benefit are low cost, enhancing productivity, minimizing the usage of resources.

II. IT-BASED INNOVATIONS

1. Character of change related with information technologies

ICT (Information and Communication technologies) are the area of the highest coefficient of innovativeness measured by awarded patents. According to European Patent Office (EPO) [Dernis 2004], more than one third of registered patents are related with ICT. Also the dynamics of growth of patents' number is the highest for this group. For example, in the years of 1991-2000 this growth is at level of 9.5% year on year compared to 6.9% growth of all the patents number. The technology intensity of products and services has increased significantly, making technology, especially the ICT, a key factor of competitiveness [United Nations 2006]. The perspective of ICT based innovation activity intensification facilitates a change of how modern business is perceived, making it necessary to redefine the structure and environment for performed management processes [Pachura 2015].

Innovative solutions in the field of ICT become basis for developing innovations in organization, encompassing:

- Creating new products and services;
- Redesigning business process to achieve competitive advantage due to the speed, flexibility or functionality;
- Creating new ways of customers' contacts and services;
- Creating transparency in relations with suppliers.

Changes introduced through innovations may concern each element of business system:

- Customers – thanks to innovations a company reaches to new recipients, broaden just conquered market segments;
- Products – innovation induces new product or modifies current product;
- Processes – innovation enhances effectiveness of processes, introduces new processes or modifies current ones.

ICT based innovations have character of changes related with the area of information systems and business activities supported by them. If the innovation change concerning business element (customer, product, process) requires innovatory application of ICT we could also talk about innovation in ICT (innovative application of ICT systems and tools used before). Relation may also works on the other side that is the novelty in the area of ICT delivers foundations to innovative change in the field of business.

Innovativeness based on ICT may be considered broader as a phenomenon of organizational vision. Organizational vision is defined as publicly functional idea of a given application of ICT in organization. The impact of organizational visions on the implementation of innovativeness has both positive and negative character. The desirable activity appears in form of innovation diffusion that is the spread of information about novelties in generally available channels. For firms of SMEs' sector deprived from own resources in the area of research and development it is especially attractive source of innovation.

From other hand, the organizational vision appears frequently in the form of fashionable phenomena about which a lot of thing is talked, written and discussed about. Companies being under pressure of novelty decide to implement the solutions currently popular although not always suitable. Amongst such organizational visions are CRM, Web services and e-commerce.

2. IT based innovation process

In the SMEs' sector the process of innovation in general is not subject to be separated in organization and does not acquire formally certain determined frameworks. However it is possible to distinguish individual phases with own specific and scope of activities undertaken. For the processes related with innovations based on ICT one may distinguish the following stages [Rogers 1976]:

- a) Understanding: organizational vision gets to the firm (through contacts with other firms, suppliers, consultants, media, scientific world); the effect is getting to know the idea and its preliminary acceptance.
- b) Adjustment: the application of the idea to the reality of concrete firm: rational justification of the innovation's introduction is the basis to take implementation decision.
- c) Realization: innovation's production start-up; there is some possibilities to make use of other's experiences in case of imitating companies; important are time framework, budget and available resources.
- d) Assimilation: the use of innovation regarding openness and readiness to continuous learning, drawing conclusions, reacting to unexpected situations; careful and mindful analysis of the achieved benefits due to innovation's implementation.

The term "mindfulness" originated from psychology was developed from individual to the organizational dimension. Mindfulness in activities is characterized by the following features:

- Openness to novelties;
- Readiness to see diversities;
- Skill to analyze surrounding context;
- Awareness of the coexisting many prospects;
- The NOW orientation.

The mindfulness in the process of innovation plays double role. From one hand it improves the identification of circumstances that require using innovation, from other hand it favors the effectiveness in innovation implementation. Mindful taking decision in context of innovation consists in rational choices which are compatible with specific organizational conditions, not with behaviors based on others' activities. Firms show mindfulness in innovations based on ICT if they approach innovation with reasoning rooted in facts and organization's specific. Decisions and activities in innovative process should take under consideration specific of organization, because the context is important upon expression any opinion in this area.

III. MANAGING INNOVATIONS IN SMALL & MEDIUM ENTERPRISES

The SME sector plays an increasingly important role in many economies in the world. These types of enterprises undoubtedly influence the condition and

competitiveness of the whole economy. In response to changes in the market environment, contemporary companies must search for more perfect and more innovative ways of operating. The ability to change and use innovation as an essential source of competitive advantage becomes a basic element of the competitiveness and success of the company [Czarniewski 2016].

The success factors of introduction of innovation based on ICT are to a large extent in convergence with success factors of implementation of IT solution. Yap [1992] grouped the success factors of application of information systems in SMEs into the following categories: characteristics of organization, the way the organization works, characteristics of the system, internal specialist resources, external support of experts. In further parts the examples of concrete factors and limitations influencing innovativeness of SMEs will be presented, namely strategic management, the limitation of resources (internal and external specialist resources) and decisive influence of the owner.

1. Innovativeness and strategic management

The relation between corporate strategy and innovativeness for SMEs was investigated by Aragon-Sanchez and Sanchez-Marin [Aragon Sanchez et al 2005], point out to the right of hypothesis that companies applying finder strategy are more innovative than companies with analyzer and defender strategy. As a measure of innovativeness researchers accept the reference to the number of areas in which company has performed its innovation over the last two years and the number of cases of new ICT application within its structure.

Innovation strategy to a significant extent is derived from capability and personal traits of the owner/manager [Hadjimanolis 2000]. In order for the strategic plan worked out by the owner to be successfully implemented the workers should know in detail about that. Decisions related with designing and implementing innovation engaging people as much as possible: the owner/manager, key staff members and other workers certainly will bring about the best possible results [Matley, Martin 2003]. One of the objectives of management in terms of innovation should be to stimulate workers to engage more in the innovative process.

Factor impacting to a significant measure on the success of the innovation process is the adequate management system with developed related instruments. Adequate level of management impacts on setting a working environment and culture that favor the innovation and innovativeness. Researches show that management system should consider the following things: setting goals to improve efficiency, supporting creative workers, analyzing innovations portfolio, setting formal technological committee, encouraging innovative behaviors [Motwani et al, 1999]

2. Organization of limited resources

Engaging the workers in the innovation process is much needed and often brings about unexpected benefits as additional internal source of ideas and innovations. However in order to initiate innovations in area of ICT the engagement of external suppliers is critical. Their role is much appreciated in the absence of own specialist resources [Matley and Martin, 2003].

In the frameworks of innovation process the conducted development of workers' competencies tied to implemented technology may facilitate the support for given

solution and enrich internal competencies and technological knowledge [Hadjimanolis 2000]. This is especially important for SMEs whose competitive advantage may be strengthened right through the development of technological resources.

3. Decisive role of the owner

The characteristic feature of SMEs is in general the decisive impact of the owner on business activities both at strategic level and operational level [Hadjimanolis 2000]. It is easy to observe the relation between knowledge and competencies of the owner in terms of ICT and innovation related decisions. The owner often as the only strategy maker is capable to properly assess potential strategic chances related with given innovation. It is good if such assessment comes and as a result innovative directions are defined. It is much worse, that is unfortunately typical, if too much engagement of the owner is put on current operational activity result in the lack of strategy, especially when it comes to innovation.

IV. RECAPITULATION

For the SMEs, introducing the innovative business solutions based on information technologies becomes most important factor impacting on their competitive advantage. For them, introducing innovative solutions is bound to large organization effort in terms of multidimensional and multi-aspect restructuring. The result of successful changes, if they are taking place, is a significant entrance barrier for competition. That means the changes in terms of successful restructuring and entrepreneurial introducing innovative, ICT based business solutions are unique competitiveness determinants that are specific for each of the companies, including the SMEs.

Entrepreneurship and innovativeness as its main manifestation require undertaking management effort. Limitations due to the specific of SMEs should be conquered by effective counterweights offered by instruments and the ways to manage the process of innovation, such as: the flexibility, openness, adopt newest technologies to leverage their organizational weaknesses and resources limitedness, easiness (less resistance to changes) of constant improvement and quick adaptation to the ongoing business conditions and circumstances, engagement of interdepartmental and cross-organizational cooperation to undertake the implementation process of a given business idea, less efforts and less aspects and dimensions to be considered within this important process [Pachura 2015].

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Aragon Sanchez A. Sanchez-Marin G. (2005), Strategic orientation, management characteristics and performance: a study of Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management* 43 (2005) 3, pp. 287-308.
2. Brzezinski, M., Czop, K., Leszczynska, A. (2009), Research of influence of creativity and innovativeness on development of organization. *Contemporary Economics* 3(11), pp. 25-35.
3. Czarniewski, S. (2016), Small and medium-sized enterprises in the context of innovation and entrepreneurship in the economy, *Polish Journal of Management Studies*, 13(1), pp. 30-39
4. Dernis H. Khan M. (2004), *Compendium of patent statistics*. OECD.
5. Drucker P. F. (1998), The discipline of innovation. *Harvard Business Review* 76 (1998) 6, pp. 149-157.
6. Griffin R. W. (2002), *Principles of organization management*. PWN publisher, Warsaw, 2002, pp. 658-672.
7. Hadjimanolis A. (2000), A resource based view of innovativeness in small firms. *Technology Analysis and Strategic Management* 12 (2000) 2, pp.263-281.
8. Kotler P. (1994), *Marketing. Analysis, planning, implementing and controlling*. Gebethner and Ska, Warsaw, 1994, p. 322.
9. Li-min Hsueh, Ying-Yi Tu (2004), Innovation and the operational performance of newly established small and medium enterprises in Taiwan. *Small Business Economics* 23 (2004) 2, pp. 99-113.
10. Matlay H., Martin L. M. (2003), Innovative use of the Internet in established small firms: The impact of knowledge management and organizational learning in accessing new opportunities. *Qualitative Market Research* 6 (2003) 1, pp.18-26.
11. Motwani J., Dandridge T., Jiang J., Soderquist K. (1999), Managing innovation in French small and medium sized enterprises. *Journal of Small Business Management* 37 (1999) 2, pp.106-114.
12. Pachura A. (2015), Innovativeness of an enterprise in the context technology globalization. *Polish Journal of Management Studies* 12(1), pp. 143-153.
13. Pietrucha, J., Zelazny, R. (2017), Interdependence of innovations and institutions, consequence for GDP growth. *Ekonomista* 5, pp. 527-542.
14. Rogers E. M. (1976), New product adoption and diffusion. *Journal of Consumer Research* 2 (1976) 4, pp. 290-302.
15. Schumpeter J. A. (1975), *Creative destruction*. Harper, New York, 1975, pp. 82-85.
16. Sobol E. (ed.) (2002), *Dictionary of foreign words*. PWN, Warsaw, 2002.
17. United Nations (2006), *Globalization of R&D and developing countries*, New York, Geneva.

18. WordNet (2005), <http://wordnet.princeton.edu/perl/webwn>.
19. Yap C. S., Soh C. P., Raman K. S. (1992), Information systems success factors in small businesses. *Omega, International Journal of Management Science* 20 (1992) 5, pp. 597-609.
20. Zhao, F. (2005), Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal Entrepreneurial Behavior and Research*, 11(1).

MBA AS PIONEERING ROLE IN ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN THE ERA OF IR 4.0

MBA VAI TRÒ TIÊN PHONG ĐÀO TẠO KHỞI NGHIỆP THỜI ĐẠI CMCN 4.0

Nguyen Hoang Tien, PhD

*Helena Chodkowska University of
Economics and Technology in Warsaw*

Tóm tắt

Đối với khối ngành kinh tế, Quản trị kinh doanh luôn là ngành đi đầu về số lượng sinh viên, (thử nghiệm về) chất lượng đào tạo, liên kết đào tạo, trình độ được cấp phép đào tạo. Chính vì vậy, chương trình MBA (Master of Business Administration) luôn được xem là bước đi tiên phong trong đảm bảo và nâng cấp chất lượng giáo dục tại các trường đại học, bao gồm cả định hướng khởi nghiệp cho sinh viên ngay từ những học kỳ đầu tiên, từ đó tạo ra hiệu ứng lan tỏa cho các chuyên ngành khác. Bài viết này sẽ nghiên cứu tính tiên phong, sứ mệnh và vai trò chiến lược của hình thức đào tạo này trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0.

***Từ khóa:** Thạc sỹ quản trị kinh doanh, tiên phong, chất lượng giáo dục, định hướng và giáo dục khởi nghiệp.*

1. Đặt vấn đề

Chất lượng là yếu tố cốt lõi làm nên sự thành công của ngành giáo dục và đào tạo, cũng như bao nhiêu loại hình dịch vụ khác đóng góp vào sự phát triển của nền kinh tế tri thức (Nguyễn Hoàng Tiến, 2012). Trong điều kiện hạn chế của nền kinh tế Việt Nam về mọi mặt, đặc biệt là đối với nền giáo dục nước nhà, việc đầu tư có chọn lọc thực sự là cần thiết, tránh dàn trải, lãng phí nguồn lực quý báu. Đối với mỗi trường đại học, việc lựa chọn ra một số ngành nghề chủ đạo để thí điểm đầu tư được coi là chiến lược thông minh, tiết kiệm và sử dụng hiệu quả những nguồn lực vốn đã rất hạn hẹp. Đối với các trường đại học đa ngành, việc lựa chọn khối ngành kinh tế để thí điểm đầu tư nhằm cải tiến chất lượng dạy và học, đổi mới chương trình đào tạo và chủ động hội nhập sâu vào nền giáo dục quốc tế, định hướng khởi nghiệp rõ rệt hơn cho sinh viên, trong đó đặc biệt chú trọng chuyên ngành quản trị kinh doanh, là hướng đi thường được nhà trường và ban giám hiệu lựa chọn nhất (Nguyễn Hoàng Tiến, 2017a, 2017b; Rynca và Radomska, 2009; Howard và Kai, 2012). Đối với các trường đại học chuyên về kinh tế (Đại học Kinh tế) hay kỹ thuật (Đại học Bách khoa, Đại học Công nghệ) thì đây dường như là sự lựa chọn và ưu tiên số một (Nguyễn Hoàng Tiến, 2017b; Todose, 2008). Ngành quản trị kinh doanh và chương trình đào tạo thạc sỹ quản trị kinh doanh MBA liên quan chặt chẽ tới chủ đề khởi nghiệp, do đó luôn được các trường kinh tế hay bách khoa chú trọng nhất. Đối với các trường kinh tế, quản trị kinh doanh là ngành học đại trà với những khối kiến thức được tổng hợp lại từ các chuyên ngành khác nhau như: kinh tế học, kế toán và tài chính, xã hội học, tâm lý học, toán học (vận trù xác suất thống kê), tin học ứng dụng, quản trị học...

Nhưng đối với các trường bách khoa, chương trình quản trị kinh doanh nhằm bổ sung cho các kỹ sư những kỹ năng mềm, năng lực quản trị và lãnh đạo trong môi trường kinh doanh, khoa học và công nghệ khó dự đoán và luôn có nhiều đột biến lớn. Bởi lẽ phần lớn các học viên chương trình cao học MBA là những đối tượng có bằng kỹ sư và kinh nghiệm làm việc liên quan đến kỹ thuật, họ cần được định hướng để khám phá ra những cơ hội khởi nghiệp tiềm ẩn trong thời đại của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

2. Phương pháp nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu của bài báo là nhằm so sánh vai trò, sứ mệnh của các chương trình MBA trong định hướng khởi nghiệp của các trường khối ngành kinh tế và khối ngành kỹ thuật. Chương trình MBA vốn dành cho sinh viên ngành kinh tế muốn củng cố lại, cập nhật và hệ thống hóa kiến thức của mình trong quá trình học đại học nhằm nâng cao năng lực và khả năng của mình trên thị trường lao động. Tiếp theo, các chương trình MBA được đa dạng hóa và thiết kế cho phù hợp với các đối tượng học viên là các kỹ sư, rồi tới các chuyên gia trong các lĩnh vực khác để bồi dưỡng cho họ thêm kiến thức giúp họ có thêm định hướng thực tế để khởi nghiệp hiệu quả hơn trong lĩnh vực ngành nghề của họ. Bài viết này sử dụng phương pháp so sánh tổng hợp để tìm ra những điểm khác biệt và lợi thế của các chương trình MBA dành cho khối ngành kinh tế và khối ngành kỹ thuật công nghệ để các giám đốc các chương trình MBA này hiểu hơn về vai trò và sứ mệnh của mình đối với định hướng khởi nghiệp trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 của các học viên là những đối tượng tương đối có kinh nghiệm và thâm niên công tác trong lĩnh vực của mình. Bài viết này tập trung tìm hiểu, phân tích và so sánh giữa các chương trình MBA của các trường Đại học Kinh tế (Schools of Economics) và Kỹ thuật (Universities of Technology) hàng đầu tại 6 thành phố lớn nhất của Ba Lan (nơi mà tác giả đã từng sống và học tập) như: Warsaw, Gdansk, Wroclaw, Cracow, Lodz, Katowice. Các chương trình MBA của các cơ sở giáo dục đào tạo này thường được đánh giá rất cao trong các bảng xếp hạng MBA quốc gia và được đông đảo các đối tượng học viên lựa chọn mặc dù mức học phí không hề rẻ chút nào. Việc phân tích so sánh hai nhóm chương trình MBA này giúp đưa ra những nhận định khách quan nhất về thực trạng, vai trò và triển vọng phát triển của chúng trong công tác đào tạo và định hướng khởi nghiệp cho các học viên thường là các cán bộ các sở ban ngành được cử đi đào tạo, các nhà quản lý, các doanh nhân đại diện cho các lĩnh vực ngành nghề khác nhau của nền kinh tế.

3. Vai trò, sứ mệnh và vị trí chiến lược của chương trình MBA trong định hướng khởi nghiệp của khối các trường kinh tế

Chương trình đào tạo thạc sỹ quản trị kinh doanh MBA đóng vai trò nòng cốt trong công tác đào tạo sau đại học của các trường kinh tế. Nó là tấm gương để các chuyên ngành khác noi theo trong quá trình xây dựng, vận hành, đảm bảo chất lượng, hướng tới hội nhập giáo dục và định hướng khởi nghiệp trong môi trường quốc tế cho học viên các chương trình cao học của mình như: tài chính ngân hàng, chính sách công, (quản trị) kinh doanh quốc tế...

Các trường đại học khối ngành kinh tế thường năng động hơn, so với các trường đại học khối ngành kỹ thuật, trong công tác đổi mới chương trình và phương pháp giảng dạy, hợp tác quốc tế sâu rộng trên phương diện liên kết đào tạo, mời/trao đổi giảng viên, trao đổi sinh viên/học viên (thực tập tại công ty nước ngoài một thời gian nhất định theo

quy định của chương trình, trải nghiệm học tập tại môi trường học tập của các đối tác liên kết với mục tiêu là định hướng khởi nghiệp quốc tế trong môi trường đa văn hóa). Do đó, học viên có nhiều điều kiện hơn để củng cố kỹ năng và thái độ, nâng cao năng lực và tinh thần khởi nghiệp, mở rộng mối quan hệ cần thiết cho công việc hiện tại và sự nghiệp sau này (Lorange, 2008; Fragueiro và Thomas, 2011).

Thực tế các nước phát triển những năm 60-70 thế kỷ qua cho thấy, chương trình đào tạo thạc sỹ quản trị kinh doanh MBA hầu hết đều có xuất xứ khởi điểm từ các trường đại học kinh tế hàng đầu như Harvard, London, cái nôi của những tấm gương khởi nghiệp toàn cầu (Bill Gates, Steve Jobs...) và lò đào tạo các chương trình MBA chất lượng cao với sứ mệnh là đào tạo các nhà quản trị chuyên nghiệp, được trang bị những kiến thức thực tiễn mới nhất và đầy đủ nhất về kinh tế, chính trị, pháp luật, văn hóa và xã hội để có thể nắm giữ các vị trí quản lý điều hành chủ chốt tại các doanh nghiệp, các tập đoàn (Howard và Kai, 2012). Các trường đại học kỹ thuật (*University of Technology*) và các học viện công nghệ (*Institute of Technology*), chẳng hạn như Massachusetts Institute of Technology, Illinois Institute of Technology, là những đối tượng kế tiếp trong triển khai đào tạo các chương trình MBA với định hướng khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ mới cùng với làn sóng phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin và truyền thông, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang cận kề (Nguyễn Hoàng Tiến, 2018b).

4. Vai trò, sứ mệnh và vị trí chiến lược của chương trình MBA trong định hướng khởi nghiệp của khối các trường kỹ thuật

Chương trình đào tạo thạc sỹ quản trị kinh doanh MBA đóng vai trò nòng cốt trong công tác đào tạo sau đại học của các trường kỹ thuật với sự chú trọng vào năng lực và tinh thần khởi nghiệp của mỗi kỹ sư khi ra trường để sao cho họ đừng chỉ là những cỗ máy “vô hồn” trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 thời đại này (Nguyễn Hoàng Tiến, 2017c). Để đạt được điều này, các kỹ sư tương lai, ngoài kiến thức kỹ thuật, cần phải hội tụ thêm ở mình những kiến thức về kinh doanh, hợp tác, khởi nghiệp, văn hóa và xã hội, pháp luật, những kỹ năng mềm cần thiết để xử lý những tình huống phức tạp trong doanh nghiệp và xã hội ngày nay. Phương châm đào tạo MBA tại các trường đại học kỹ thuật chính là “*mỗi kỹ sư phải làm chủ được kiến thức khoa học công nghệ trong lĩnh vực của mình, có thể tự khởi nghiệp, hiện thực hóa những ý tưởng khoa học kỹ thuật độc đáo, từ đó có thể tự sáng lập và tự điều hành doanh nghiệp mang lại những lợi ích nhất định cho xã hội, công đồng và bản thân*” (Howard và Kai, 2012). MBA cũng là tấm gương để các chuyên ngành kỹ thuật khác noi theo trong quá trình xây dựng, đảm bảo chất lượng và hướng tới hội nhập giáo dục và khởi nghiệp quốc tế của các chương trình cao học các ngành khoa học kỹ thuật được ưa chuộng và có triển vọng trong thời đại kinh tế trí thức hiện nay như: quản lý công nghiệp, công nghệ thông tin, quản lý môi trường, công nghệ vật liệu, công nghệ sinh học, công nghệ thực phẩm... (Nguyễn Hoàng Tiến, 2012)

Các trường đại học khối ngành kỹ thuật thường ít năng động hơn, so với các trường đại học khối ngành kinh tế, trong công tác đổi mới chương trình và phương pháp giảng dạy, hợp tác quốc tế sâu rộng trên phương diện liên kết đào tạo, mời/trao đổi giảng viên, trao đổi sinh viên/học viên (thực tập tại công ty nước ngoài theo quy định của chương trình, trải nghiệm học tập tại môi trường học tập của đối tác liên kết nhằm củng cố năng lực khởi nghiệp quốc tế trong môi trường đa văn hóa) trong khuôn khổ chương

trình thạc sỹ quản trị kinh doanh MBA. Những mặt hạn chế kể trên của chương trình MBA triển khai tại các trường kỹ thuật được bù đắp bởi những học phần mang tính liên ngành, kết nối giữa các lĩnh vực kinh tế và kỹ thuật như: hệ thống tin học quản lý, quản lý an toàn và vệ sinh lao động, đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm..., giúp các học viên có thể tìm thấy cơ hội khởi nghiệp dựa trên những ứng dụng thực tế những kiến thức kỹ thuật đã học, khả năng thương mại hóa và triển khai các ý tưởng kinh doanh đặc thù cho lĩnh vực kỹ thuật mình được đào tạo. Điều này các học viên chương trình MBA của các trường khối ngành kinh tế ít có cơ hội phát huy.

5. Phân tích so sánh tính tiên phong của chương trình MBA trong định hướng khởi nghiệp tại khối các trường kinh tế và kỹ thuật

Bảng 1 sau đây trình bày sơ bộ về những nét khác biệt của các chương trình MBA trong đảm bảo, cải tiến chất lượng giáo dục và định hướng khởi nghiệp tại khối các trường kinh tế và kỹ thuật. Tiếp theo, chúng ta sẽ nghiên cứu sâu hơn đối với một số tiêu chí nhất định, và mối liên quan giữa chúng, tạo nên nền tảng chất lượng của chương trình.

Bảng 1. Sự khác biệt giữa chương trình MBA của các trường kinh tế và kỹ thuật.

Sự khác biệt giữa tính chất của chương trình MBA của các trường khối kinh tế và của các trường khối kỹ thuật			
STT	Tiêu chí	Khối kinh tế	Khối kỹ thuật
	<i>Học phí và tính chất thương mại</i>	Rất cao	Cao vừa phải
1	<i>Nền tảng của học viên đầu vào</i>	Đa dạng	Khoa học và kỹ thuật
2	<i>Kinh nghiệm chuyên môn và quản lý yêu cầu</i>	3-5 năm	1-2 năm
3	<i>Tính cập nhật của chương trình</i>	Cao	Vừa phải
4	<i>Phương pháp giảng dạy</i>	Đa dạng, tích cực, chủ động	Vừa phải
5	<i>Tài liệu tham khảo</i>	Đa dạng, phong phú	Mức độ đa dạng vừa phải
6	<i>Trao đổi giảng viên (giảng viên nước ngoài)</i>	Cao	Thấp
7	<i>Trao đổi học viên với cơ sở giáo dục liên kết nước ngoài</i>	Cao	Vừa phải
8	<i>Trải nghiệm của học viên trong môi trường làm việc thực tế</i>	Cao	Thấp
9	<i>Sử dụng tiếng Anh và các</i>	Cao, chú trọng tới	Vừa phải, chủ yếu

	<i>công cụ ngoại ngữ khác</i>	các ngoại ngữ khác	tiếng Anh
10	<i>Phương pháp nghiên cứu trong học tập</i>	Định tính	Định tính Định lượng
11	<i>Tính liên ngành của chương trình đào tạo</i>	Thấp	Cao
12	<i>Tinh thần khởi nghiệp và phát hiện những ý tưởng kinh doanh táo bạo</i>	Những ý tưởng kinh doanh phổ biến	Những ý tưởng kinh doanh đặc thù
13	<i>Thái độ và kỹ năng mềm</i>	Hoàn hảo	Cao
14	<i>Mở rộng mối quan hệ xã hội – nghệ nghiệp cần thiết cho mai sau</i>	Cao	Vừa phải
15	<i>Thích nghi với môi trường kinh doanh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0</i>	Vừa phải	Cao

Nguồn: Tác giả tổng hợp dựa trên đánh giá và xếp hạng một số chương trình MBA nước ngoài

Trao đổi giảng viên (giảng viên nước ngoài)

Do tính thương mại và mức học phí của các chương trình MBA của các trường kinh tế (gọi tắt là “MBA kinh tế”) so với các chương trình MBA của các trường kỹ thuật (gọi tắt là “MBA kỹ thuật”) thường cao hơn nên cơ hội để tìm kiếm những giảng viên nước ngoài là các giáo sư giỏi hay các chuyên gia tại các tập đoàn dễ dàng hơn, cơ hội để học viên học hỏi, thực hành nhằm tìm kiếm cơ hội và củng cố năng lực khởi nghiệp quốc tế cũng cao hơn nhiều. Chính phủ hay các doanh nghiệp một số nước như Đức có thể tham gia tài trợ một số chương trình MBA kỹ thuật đặc thù (VGU, 2018). Sự trao đổi giảng viên cũng một phần do tính chất của môn học cho phép dễ dàng tìm kiếm những giảng viên phù hợp về mặt chuyên môn của MBA kinh tế hơn so với bên MBA kỹ thuật.

Trao đổi học viên với cơ sở giáo dục liên kết nước ngoài

Do tính thương mại và mức học phí của các chương trình MBA kinh tế so với các chương trình MBA kỹ thuật thường cao hơn đáng kể nên, để đảm bảo chất lượng đào tạo không thua kém so với các chương trình MBA của các đối tác liên kết, việc trao đổi học viên với cơ sở giáo dục liên kết nước ngoài trở nên bắt buộc để khẳng định vị thế và thương hiệu của chương trình MBA kinh tế và mang lại những giá trị gia tăng thực tế (cơ hội định hướng khởi nghiệp trong môi trường kinh doanh quốc tế) cho người học được coi là những khách hàng đáng trân trọng.

Trải nghiệm của học viên trong môi trường làm việc thực tế

Cũng chính vì tính thương mại và mức học phí cao hơn khi so sánh với các MBA kỹ thuật, để đảm bảo sự gắn kết với thực tế môi trường kinh doanh và các tập đoàn kinh tế, học viên trong khuôn khổ chương trình đào tạo được trải nghiệm môi trường làm việc

mô phỏng và sau đó là môi trường làm việc thực tế tại đây. Đây chính là cầu nối với thế giới kinh doanh bên ngoài và là điều kiện để học viên tìm kiếm cơ hội nghề nghiệp và định hướng khởi nghiệp hấp dẫn hơn cho bản thân mình và là công cụ để đánh bóng thương hiệu cho những chương trình MBA vốn đã được nhiều đối tượng học viên, các doanh nghiệp và các nhà tuyển dụng biết đến.

Tính liên ngành của chương trình đào tạo

Tinh thần khởi nghiệp và phát hiện những ý tưởng kinh doanh táo bạo

Ở mục này các chương trình MBA kỹ thuật có những lợi thế nhất định so với MBA kinh tế. MBA kỹ thuật, bản thân tên gọi của nó đã gợi ý tính chất liên ngành của chương trình đào tạo. MBA kỹ thuật chính là cầu nối khối ngành kỹ thuật với khối ngành kinh tế, bổ sung thêm những kiến thức về kinh doanh, quản trị và khởi nghiệp để các kỹ sư có thể phát huy vai trò của mình không chỉ trên cương vị chuyên gia kỹ thuật mà còn có thể khởi nghiệp dựa trên vốn kiến thức có được và kiếm lợi nhiều hơn từ những kiến thức chuyên môn vốn có và những ý tưởng kinh doanh và công nghệ táo bạo.

Thích nghi với môi trường kinh doanh của cuộc cách mạng công nghệ 4.0

Nhờ những vốn trí thức cơ bản về khoa học công nghệ, tư duy định lượng và logic, các kỹ sư có thể bổ sung thêm những kiến thức và kỹ năng cần thiết về kinh doanh, khởi nghiệp, kế toán, quản trị, tài chính và marketing, từ đó một cách dễ dàng hòa nhập vào môi trường kinh doanh đã và đang được định hình bởi cuộc cách mạng công nghệ 4.0. Đây là lợi thế mà các học viên MBA kinh tế không có được và phải mất rất nhiều thời gian và không phải ai cũng làm được. Các nhà khởi nghiệp, lãnh đạo các tập đoàn trên thế giới đều bắt đầu từ nền tảng chuyên môn kỹ thuật như Bill Gates, Steve Jobs.

6. Kết luận, đề xuất và kiến nghị

Như phần 4 đã trình bày về các yếu tố tạo nên sự khác biệt giữa các chương trình MBA kinh tế và chương trình MBA kỹ thuật, lợi thế đáng đề cập của mỗi bên; đã đi sâu vào 05 yếu tố (tiêu chí) (và mối liên hệ giữa chúng) chủ chốt tạo nên nền tảng chất lượng và định hướng khởi nghiệp của các chương trình MBA. Tác giả kiến nghị các nhà làm công tác giáo dục, đặc biệt là các chuyên gia xây dựng chương trình MBA nên chú trọng vào 05 yếu tố này, trong đó có 03 yếu tố đầu là những lợi thế nhất định của MBA kinh tế, 02 yếu tố sau là những lợi thế nhất định của MBA kỹ thuật; tạo tính kết nối và liên hệ giữa chúng để sao cho có được một chương trình MBA hoàn thiện vừa đạt được những yêu cầu và tiêu chuẩn đề ra đồng thời của một MBA kinh tế và của một MBA kỹ thuật. Rất cuộc, tất cả chúng ta đang sống trong thời đại cách mạng công nghệ 4.0 với vai trò và động lực phát triển của khoa học kỹ thuật và các xu hướng công nghệ hiện hành, việc kết nối và áp dụng các thành tựu khoa học công nghệ vào đời sống kinh tế xã hội nhằm nâng cao hiệu quả và tạo nên những giá trị và lợi ích thiết thực là điều không thể tránh khỏi. Ngoài ra, để các chương trình MBA được phát triển và phát huy được đúng vai trò của mình trong bối cảnh cách mạng công nghệ 4.0, các chuyên gia xây dựng chương trình cần phải:

Một là, đa dạng hóa chương trình MBA, tức ngoài chương trình MBA cho khối kinh tế và kỹ thuật, xem xét xây dựng chương trình MBA cho các chuyên gia trong các

lĩnh vực khác như y tế, xã hội nhân văn, nghệ thuật, văn hóa và thể thao. Trong một nền kinh tế thị trường đang được hội nhập và quốc tế hóa, các chuyên gia này cũng cần tới kiến thức quản trị kinh doanh và khởi nghiệp trong hoạt động nghề nghiệp của mình.

Hai là, đa dạng hóa về mức độ học phí, và nguồn tài trợ cho các chương trình MBA để các học viên là các chuyên gia trong các lĩnh vực ngành nghề khác nhau có thể tiếp cận được với kiến thức và kỹ năng về quản trị kinh doanh đương đại.

Ba là, ngoài các chương trình MBA mang tính tổng quát, cung cấp cho người học cái nhìn tổng thể về quản trị kinh doanh, cần thiết phải triển khai các chương trình MBA đặc thù, đi sâu vào một số phạm vi kiến thức rất cụ thể trong quản trị kinh doanh như: nghệ thuật lãnh đạo, khởi nghiệp, quản trị doanh nghiệp (corporate governance)... tùy thuộc vào nhu cầu và sở thích của các đối tượng người học hết sức đa dạng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Barolli E. and Sevrani K. (2009), Reflection on E-learning Readiness in Albanian Education. *Contemporary Economics*, Vol. 9 No. 1, pp. 5-18.
2. Fragueiro, F. and Thomas, H. (2011), *Strategic Leadership in the Business School: Keeping One Step Ahead*, Cambridge University Press, Cambridge.
3. Howard, T. and Kai P. (2012), A Sustainable Model for Business Schools. *Journal of Management Development*, Vol. 31 No. 4, p. 381. (DOI 10.1108/02621711211219031)
4. Lorange, P. (2008), *Thought Leadership Meets Business: How Business Schools Can Become More Successful*, Cambridge University Press, Cambridge.
5. Nguyễn Hoàng Tiến (2018b). *Developing Potential of University Lecturers in Context of Education Reformation Challenged by Industrial Revolution 4.0*. Scientific Conference “Young University Staff toward Education Innovation and Industrial Revolution 4.0”. April 2018. Hanoi University of Education, Vietnam.
6. Nguyễn Hoàng Tiến (2017a). *Challenges in the International Cooperation of Pedagogical Universities in Vietnam*. Conference on “Perspectives of International Cooperation of the Universities”, October 2017, University of Pedagogy, Ho Chi Minh City.
7. Nguyễn Hoàng Tiến (2017b). *International Executive MBA Study Program as Part of the International Cooperation Strategies of the Universities*. Conference on “Perspectives of International Cooperation of the Universities”, October 2017, University of Pedagogy, Ho Chi Minh City.
8. Nguyễn Hoàng Tiến (2017c). *Challenges and opportunities for Entrepreneurs in the World of the 4th Industrial Revolution*. Conference on “Accounting, Auditing and Vietnam Economy in the Face of 4.0 Industrial Revolution”, November 2017, Quy Nhon University, Quy Nhon, Binh Dinh province. ISBN: 978-604-922-593-2.
9. Nguyễn Hoàng Tiến (2012). *Competitiveness of Enterprises in Knowledge Based Economy*. PTM Publisher, 449 pages, Warsaw 2012.
10. Rynca R. and Radomska J. (2009), Strategic Dilemmas of Universities. *Contemporary Economics*, Vol. 11 No. 3, pp. 87-93.
11. Todose D. (2008), Education Management in Knowledge Based Society. *Contemporary Economics*, Vol. 7 No. 3, pp. 109-117.
12. VGU (2018), Maria Curie Sklodowska Action. Advance your research carrier in Europe. Vietnamese-German University. Info Event, 17 May 2018.

VẤN ĐỀ KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO TRONG CUỘC CÁCH MẠNG 4.0 Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG: THỰC TRẠNG VÀ CÁC KIẾN NGHỊ

GS.TS. Võ Thanh Thu

Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

Tóm tắt

Chưa bao giờ Đảng và Nhà nước quan tâm đến phát triển khởi nghiệp sáng tạo, đến cuộc cách mạng 4.0 như hiện nay: nhiều cơ chế chính sách được ban hành và nhiều cơ chế hỗ trợ được đưa ra. Tuy nhiên, nhưng việc triển khai xây dựng kế hoạch hỗ trợ xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp của các tỉnh ĐBSCL rất chậm và chất lượng chưa cao. Vì vậy, bằng phương pháp lược khảo các nghiên cứu liên quan về khởi nghiệp sáng tạo trên thế giới, cũng như tại Việt Nam và sử dụng dữ liệu thứ cấp được thống kê tại vùng ĐBSCL, tác giả đã phân tích, đánh giá và chỉ ra những thuận lợi và những khó khăn, các nhân tố tác động, từ đó đưa ra các kiến nghị để nâng cao hiệu quả của chính sách khởi nghiệp sáng tạo.

Từ khóa: *Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; ĐBSCL; Cuộc cách mạng 4.0;*

1. Đặt vấn đề:

Ngày 8/5/2016 bằng quyết định 844/QĐ-TTg Chính phủ đã phê duyệt đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”, tiếp sau đó các bộ ngành, địa phương ban hành các quyết định, kế hoạch triển khai để đưa hoạt động khởi nghiệp sáng tạo (KNST) đi vào thực tiễn nhằm hỗ trợ thúc đẩy áp dụng khoa học công nghệ vào các hoạt động kinh tế, nâng cao chất lượng tăng trưởng, thay đổi nhanh sự phát triển kinh tế XH trong bối cảnh cuộc cách mạng 4.0. Tuy nhiên đến nay 8/2018 nhiều vùng kinh tế, trong đó có Vùng ĐBSCL, các phong trào mới tập trung vào hoạt động “Khởi nghiệp”, còn “khởi nghiệp sáng tạo” chưa được quan tâm thỏa đáng: Nhiều tỉnh trong vùng chưa có kế hoạch triển khai, chưa có chiến lược xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo, hoạt động đưa các ý tưởng khoa học vào ứng dụng trong thực tiễn còn yếu; Các vườn ươm ý tưởng khoa học phục vụ cho KNST được lập ra ở một số trường đại học trong vùng hoạt động chưa chất lượng, các biện pháp thúc đẩy mà nhà nước xác định trong Quyết định 844/QĐ-TTg ban hành 5/2016 và các văn bản khác của Bộ khoa học và công nghệ, Bộ tài chính chưa thực sự đi vào cuộc sống ở nhiều tỉnh ở ĐBSCL. Từ thực trạng này rất cần nhiều công trình nghiên cứu chuyên sâu về KNST ở Vùng ĐBSCL nói chung và từng tỉnh trong Vùng nói riêng để đề xuất các giải pháp tạo môi trường sinh thái KNST mang tính đặc thù của Vùng nhằm thúc đẩy KNST tại vùng nông nghiệp lớn nhất nước.

Bài báo không nhằm đánh giá toàn diện hoạt động khởi nghiệp sáng tạo, mà dùng số liệu thứ cấp để đánh giá sự phát triển khởi nghiệp và KNST theo một số chỉ tiêu nêu trong quyết định số 1255/QĐ-TTg của Thủ Tướng Chính phủ Ngày 26/9/2018 phê duyệt “Đề án xây dựng bộ chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển doanh nghiệp” và dựa vào kết cấu hệ sinh thái khởi nghiệp ở ĐBSCL để phân tích các nhân tố cơ bản tác động đến hoạt động khởi nghiệp và KNST ở Vùng nông nghiệp lớn nhất nước.

2. Cơ sở lý thuyết liên quan đến khởi nghiệp sáng tạo trong cuộc cách mạng 4.0.

2.1 Khái niệm và phân biệt giữa khởi nghiệp và khởi nghiệp sáng tạo:

a. Khái niệm:

Nhiều ý kiến khác nhau về khởi nghiệp sáng tạo: Theo Blumenthal (2016) - đồng Giám đốc điều hành của Warby Parky được trích dẫn trên tạp chí Forbes: “A startup is a company working to solve a problem where the solution is not obvious and success is not guaranteed.” (tạm dịch: Startup là một công ty hoạt động nhằm giải quyết một vấn đề mà giải pháp (đối với vấn đề đó) chưa rõ ràng và sự thành công không được đảm bảo).

Phát biểu tại Ngày hội khởi nghiệp KH&CN Việt Nam – Techfest, Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam (2017) gọi **startup** là doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, một cách nói ngắn gọn của doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Đó là một cộng đồng đặc biệt vì theo ông: “tính chất tạo ra những sản phẩm mới, phân khúc khách hàng mới bằng những công nghệ mới và ý tưởng mới chưa từng có, cách tiếp cận thị trường mới, thường là liên quan đến công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin và vì qua mạng nên không có tính biên giới”.

Trước năm 2016 trong văn bản mang tính pháp lý ở Việt Nam chưa đề cập đến khái niệm “khởi nghiệp sáng tạo”, tiếng Anh gọi là “Startup”. Lần đầu tiên từ “khởi nghiệp sáng tạo” ở Việt Nam được nêu tại khoản 2 điều 3 Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa được Quốc hội thông qua ngày 12 tháng 6 năm 2017, có hiệu lực từ 1/1/2018: “Doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo là doanh nghiệp nhỏ và vừa được thành lập để thực hiện ý tưởng trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới và có khả năng tăng trưởng nhanh.”

Ở Việt Nam, căn cứ vào văn bản pháp luật quy định có 4 đặc điểm để xác định doanh nghiệp “Khởi nghiệp sáng tạo”:

- Tư cách pháp lý: Phải là doanh nghiệp
- Quy mô doanh nghiệp: Nhỏ và vừa.
- Cơ sở hoạt động: Phải dựa trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình hoặc phương thức kinh doanh mới.
- Có triển vọng tăng trưởng nhanh (mở rộng thị trường).

b. Phân biệt giữa khởi nghiệp truyền thống hay là khởi nghiệp kinh doanh (Entrepreneur) và khởi nghiệp sáng tạo (startup, Star -Up): Sự phân biệt này giúp xác định chính xác đối tượng nghiên cứu và đối tượng hưởng lợi mà cơ chế chính sách giành cho họ và đối tượng hỗ trợ đầu tư.

- Điểm giống giữa khởi nghiệp truyền thống và khởi nghiệp sáng tạo :

+ Đều là sự bắt đầu của hoạt động kinh doanh: Tự làm chủ, tự tổ chức hoạt động kinh doanh, xây dựng kế hoạch kinh doanh, tự tổ chức triển khai kinh doanh, tiếp thị, thuê nhân công... tự hưởng lợi (hoặc chịu rủi ro) về kết quả kinh doanh.

+ Quy mô doanh nghiệp: Điều khởi đầu bằng quy mô nhỏ và vừa. Ở Việt Nam cả 02 hình thức khởi nghiệp đều được hưởng lợi từ Luật số 04/2017/QH14 về Hỗ trợ doanh nghiệp NVV ban hành ngày 12/06/2017 và các văn bản hướng dẫn thi hành luật.

+ Những người khởi nghiệp dù truyền thống hay sáng tạo đa số là những người trẻ, có đam mê nhiệt huyết kinh doanh, có khát vọng làm chủ sự nghiệp. Với đặc điểm này phát động khởi nghiệp nên tập trung vào đối tượng thanh niên, học sinh, sinh viên với các hình thức tuyên truyền thích hợp.

- Những điểm khác giữa khởi nghiệp truyền thống và khởi nghiệp sáng tạo:

Bảng 1 So sánh giữa khởi nghiệp truyền thống (KNTT) và khởi nghiệp sáng tạo (KNST)

STT	Tiêu chí so sánh	KNTT (<i>Entrepreneur</i>)	KNST (<i>Startup</i>)
1	Cơ sở nền tảng tiến hành khởi nghiệp	+ Phát triển các mô hình KD đã thành công trên thị trường. + Phát huy truyền thống gia đình	+ Phát triển những ý tưởng công nghệ, khoa học. + Công nghệ độc đáo, chưa hề thấy trên thị trường (như công nghệ in 3D). + Yếu tố KHCN là cơ sở quan trọng trong KD
2.	Hình thức thành lập theo quy định của luật VN	+ Doanh nghiệp + Kinh doanh cá nhân không cần đăng ký (bán hàng, cung cấp dịch vụ qua mạng, bán hàng đa cấp, nhượng quyền TM...)	Thành lập doanh nghiệp để phát triển ý tưởng công nghệ mới.
3.	Vốn ban đầu phục vụ cho	Tổ chức triển khai hoạt động kinh doanh	Cho phát triển các ý tưởng KD dựa vào khoa học công nghệ
4.	Nguồn vốn	Gia đình, bản thân, cổ phần, vay NH	Chủ yếu gọi vốn từ các quỹ đầu tư (crowdfunding), nhà đầu tư thiên thần (angel investors) và Quỹ đầu tư mạo hiểm (Venture Capital).
5.	Tính rủi ro của khởi nghiệp	Ít rủi ro vì triển khai KD dựa vào truyền thống và các bài học kinh nghiệm đã có trong thực tế	Rủi ro cao vì đa số dựa vào các ý tưởng khoa học chưa được kiểm định thực tế.
6	Tốc độ tăng trưởng khi kinh doanh thành công	Tốc độ tăng trưởng nhanh	Tốc độ tăng trưởng cao, mang tính đột biến, thị trường có thể mở rộng TG

2.2 Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo :

Khái niệm về hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo ra đời lần đầu tiên tại Hoa Kỳ khoảng những năm 50 của thế kỷ trước, khi Thung lũng Santa Clara (tiền thân của Thung lũng Silicon) được hình thành và phát triển, sang thế kỷ 21 khái niệm này ngày càng được quan tâm không những trong các nghiên cứu: Moore (1993), Isenberg (2011), Mason & Brown (2014)... mà còn trong chính sách của các tổ chức quốc tế và quốc gia. Có 3 tác phẩm nói về hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo và kết cấu tạo nên hệ sinh thái này được nhiều nước thừa nhận thể hiện trong bảng 2.

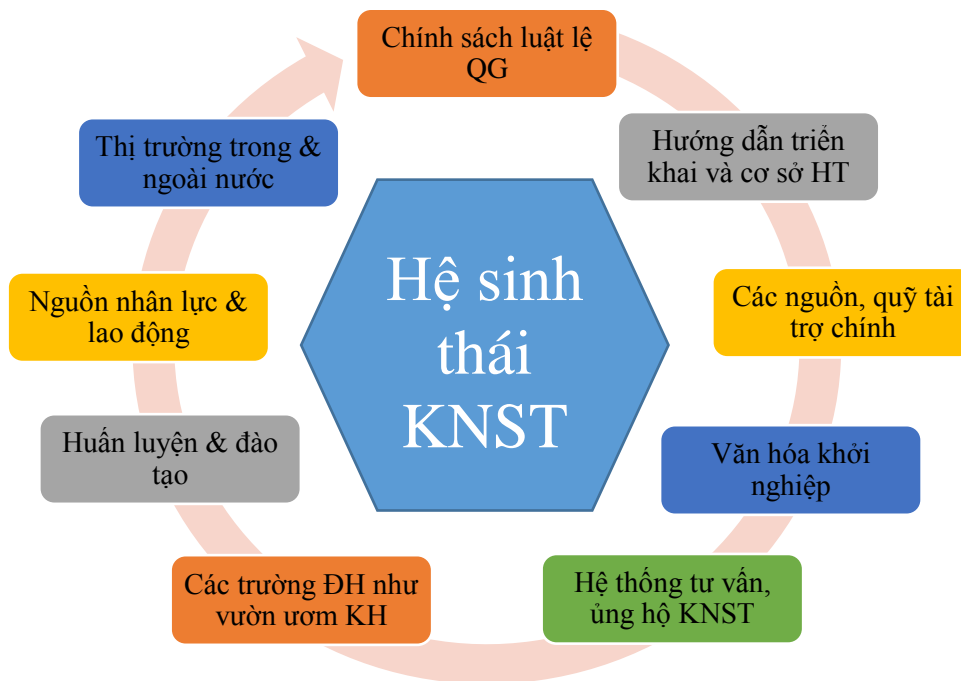
Bảng 2 Khái niệm và kết cấu hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo

STT	Tác giả	Khái niệm
1	OECD (2010)	Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo thực chất là tổng hợp các mối liên kết chính thức và phi chính thức giữa các chủ thể khởi nghiệp (tiềm năng hoặc hiện tại), tổ chức khởi nghiệp (công ty, nhà đầu tư mạo hiểm, nhà đầu tư thiên thần, hệ thống ngân hàng...) và các cơ quan liên quan (trường đại học, các cơ quan nhà nước, các quỹ đầu tư công,...) và tiến trình khởi nghiệp (tỉ lệ thành lập doanh nghiệp, số lượng doanh nghiệp có tỉ lệ tăng trưởng tốt, số lượng các nhà khởi nghiệp,...) tác động trực tiếp đến môi trường khởi nghiệp tại địa phương”
2	Diễn đàn Kinh tế Thế giới – WEF (2013)	Một hệ sinh thái khởi nghiệp có tác động đến sự ra đời và phát triển của các doanh nghiệp có tiềm năng phát triển nhanh ,bao gồm 09 thành phần sau: (i) Chính sách của chính phủ; (ii) Khung luật pháp và cơ sở hạ tầng; (iii) Nguồn vốn, tài chính; (iv) Văn hóa; (v) Các nhà tư vấn, cố vấn, hệ thống hỗ trợ; (vi) Các trường đại học đóng vai trò xúc tác; (vii) Giáo dục và đào tạo; (viii) Nguồn nhân lực; (ix) Các thị trường trong nước và quốc tế.
3	(Mason và Brown, 2014),	Hệ sinh thái khởi nghiệp thực chất là môi trường kinh doanh bên ngoài DN được hình thành có hệ thống tác động đến sự hình thành và phát triển của DN, bao gồm 04 thành phần sau : (i) Chủ thể thực hiện khởi nghiệp trong hệ sinh thái; (ii) Các nhà cung cấp nguồn lực khởi nghiệp trong hệ sinh thái; (iii) Các nhà kết nối khởi nghiệp trong hệ sinh thái; (iv) Định hướng khởi nghiệp trong hệ sinh thái.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Về cơ bản các khái niệm về hệ sinh thái khởi nghiệp và các thành phần thể hiện trong biểu đồ 1 và bảng 3. Dựa vào các khái niệm này nhiều công trình nghiên cứu thực nghiệm đánh giá thực trạng khởi nghiệp sáng tạo của một địa phương hoặc Quốc gia.

Biểu đồ 1: Các trụ cột của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo



Nguồn: Tổng hợp từ nghiên cứu của Feld (2012); Isenberg (2010) và WEF (2013).

Bảng 3 Các trụ cột cơ bản và các yếu tố của hệ sinh thái KNST

STT	Những trụ cột cơ bản của hệ sinh thái KNST	Các yếu tố của trụ cột cơ bản hệ sinh thái KNST
1	Chính sách – Luật lệ Quốc gia về KNST	+ Chiến lược, đề án, kế hoạch KNST của QG, địa phương. + Chính sách hỗ trợ khởi nghiệp: Thuế, hỗ trợ đầu tư, đất đai, hỗ trợ xác lập quyền Sở hữu trí tuệ, phát triển thương hiệu. + Chính sách phát triển khoa học công nghệ QG, Địa phương
2	Hướng dẫn triển khai và cơ sở hạ tầng.	+ Các văn bản cụ thể hóa để các chủ trương chính sách của QG, địa phương về hỗ trợ KNST được triển khai. + Cơ sở hạ tầng: Điện, nước, đường truyền Internet. + Các quỹ đầu tư mạo hiểm + Các quỹ đầu tư của nhà nước cho phát triển KNST
3	Các nguồn và quỹ tài trợ tài chính	+ Nguồn vốn từ gia đình người KNST + Nguồn vốn từ nhà đầu tư thiên thần (angel investors) + Chính sách cho vay vốn của NH và các công ty tài chính. + Các quỹ tài chính hỗ trợ phát triển KHCVN.
4	Văn hóa khởi nghiệp	+ Khao khát làm chủ kinh doanh; đam mê phát triển ý tưởng công nghệ mới. + Văn hóa chấp nhận rủi ro, thất bại
5	Hệ thống tư vấn và sự ủng hộ KNST của cộng đồng và XH	+ Hệ thống cố vấn (Mentors), tư vấn (advisors) cho KNST; Lồng ấp (incubators); Không gian làm việc chung cho những người khởi nghiệp. + Các cuộc thi KNST
6	Các trường ĐH – các vườn ươm khoa học	+ Các trường ĐH lớn có vườn ươm cho các ý tưởng KHST. + Các phòng thí nghiệm + Cung cấp nguồn nhân lực có chất lượng cho phát triển KNST
7	Huấn luyện đào tạo	+ Các trung tâm, trường học cung cấp kiến thức khởi nghiệp: lập đề án kinh doanh, kiến thức tiếp thị; kỹ năng trình bày các ý tưởng kinh doanh, hạch toán tài chính... + Các cuộc hội thảo, hội nghị cung cấp kiến thức, kinh nghiệm truyền cảm hứng KNST
8	Nguồn nhân lực và lực lượng lao động	Nguồn nhân lực có chất lượng, đủ về số lượng đáp ứng yêu cầu triển khai các dự án KNST
9	Thị trường trong và ngoài nước	+ Nhu cầu thị trường trong và ngoài nước. + Triển vọng phát triển của thị trường

Nguồn: Tổng hợp từ nghiên cứu của Feld (2012); Isenberg (2010) và WEF (2013).

2.3. Khởi nghiệp sáng tạo với cuộc cách mạng 4.0:

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (FIR –The Fourth Industrial Revolution) theo Schwab (2016) thực chất là phát triển đan xen công nghệ thực - ảo trên cơ sở phát triển công nghệ nano, công nghệ thần kinh, robot, trí tuệ nhân tạo, công nghệ sinh học, hệ thống lưu trữ thông tin là vô tận, máy bay không người lái và máy in 3D, công nghệ của trí tuệ nhân tạo, internet của vạn vật (Internet of Things- IoT) tạo sự kết nối rộng lớn, máy tính lượng tử ... Và theo báo cáo của KPMG (2017), trên thế giới hiện nay trên 50 % số lượng DN khởi nghiệp sáng tạo có liên quan đến cuộc cách mạng 4.0 và 5 công ty khởi nghiệp thành công hàng đầu thế giới trong thập niên qua cũng liên đến IoT: Amazon, Apple, Facebook, Google và Microsoft. Dựa vào các báo cáo nghiên cứu có uy tín, khi đánh giá hoạt động khởi nghiệp sáng tạo người ta thường có đánh giá riêng hoạt động KNST gắn với cuộc cách mạng 4.0.

Tóm lại, khởi nghiệp sáng tạo là hoạt động khởi nghiệp dựa trên nền tảng khoa học công nghệ, trong đó hầu hết gắn liền với ứng dụng thành quả của cuộc cách mạng 4.0. Sự phát triển của hoạt động KNST phụ thuộc rất nhiều vào hệ sinh thái khởi nghiệp, do vậy tìm kiếm các giải pháp phát triển và hoàn thiện hệ sinh thái có ý nghĩa quan trọng trong đẩy mạnh khởi nghiệp trong đó có KNST ở ĐBSCL nói riêng và cả nước nói chung.

3. Thực trạng về khởi nghiệp sáng tạo và hệ sinh thái khởi nghiệp ở ĐBSCL:

Đồng tình với ý kiến của các chuyên gia cho rằng: Sự phát triển khởi nghiệp sáng tạo ở ĐBSCL nói riêng và cả nước nói chung còn yếu, mang tính phong trào, chủ yếu mới phát triển ở TP.HCM, Hà Nội, Đà Nẵng là do nhiều nguyên nhân, trong đó có nguyên nhân chưa hiểu đúng về khởi nghiệp sáng tạo, hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo và sự gắn kết với cuộc cách mạng 4.0. Ví dụ hiện nay để triển khai quyết định 844/QĐ-TTg đề án “*Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025*” một số tỉnh ở ĐBSCL đã cụ thể hóa bằng các quyết định và kế hoạch triển khai các chương trình khởi nghiệp chứ không phải là khởi nghiệp sáng tạo. Nhiều tỉnh ở ĐBSCL chưa có hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo vì chưa hình dung đầy đủ nội dung nên chưa xây dựng kế hoạch triển khai hoặc triển khai chưa đầy đủ, chưa có biện pháp có hiệu quả để thúc đẩy khởi nghiệp sáng tạo.

3.1 Tình hình phát triển kinh tế của vùng và DN KNST ở ĐBSCL:

Đồng bằng Sông Cửu Long là Vùng nông sản nhiệt đới lớn không những của Việt Nam mà còn của khu vực và thế giới: Theo số liệu của Tổng cục thống kê năm 2017, với diện tích khoảng bốn triệu héc-ta, ĐBSCL sản xuất 50% sản lượng lương thực, chỉ riêng lúa đã chiếm 47% diện tích và 56% sản lượng lúa cả nước góp phần đưa Việt Nam trở thành nơi sản xuất gạo lớn thứ 5 thế giới (2017); xuất khẩu gạo của vùng chiếm tới 90% sản lượng XK gạo của Việt nam, 65% sản lượng trái cây, thủy sản chiếm 70% diện tích nuôi trồng ,75% sản lượng thủy sản XK, đóng góp và đóng góp 18% GDP cả nước. Ngoài ra, ĐBSCL đang chuyển dịch nhanh theo hướng công nghiệp và dịch vụ: tại vùng hiện có 20 khu công nghiệp, 177 cụm công nghiệp (KCN) với có hơn 53 nghìn doanh nghiệp (DN) sản xuất, kinh doanh trên lĩnh vực chế biến nông, thủy sản, phát triển đô thị, giao thông vận tải, thương mại - dịch vụ - du lịch..., giải quyết việc làm cho hơn hai triệu người lao động... Về dịch vụ du lịch: năm 2017 cả vùng đón tiếp trên 33 triệu lượt khách, tăng 15% so năm 2016 (trong đó có hơn 2,8 triệu lượt khách quốc tế), với

doanh thu đạt trên 17.000 tỷ đồng, tăng 27% so với cùng kỳ. Tuy nhiên, Đồng bằng sông Cửu Long đứng về phương diện thu nhập vẫn còn nghèo hơn cả nước: GDP bình quân đầu người của VN năm 2017 ước tính đạt 53,5 triệu đồng, tương đương 2.385 USD, trong khi đó ĐBSCL các chuyên gia ước đạt dưới mức bình quân cả nước. Có nhiều nguyên nhân dẫn tới ĐBSCL chưa giàu, mức đóng góp vào ngân sách Quốc gia còn hạn chế, một số tỉnh Nhà nước điều tiết ngược để bù đắp cho chi tiêu của tỉnh, một trong những nguyên nhân quan trọng là phát triển doanh nghiệp chưa mạnh, số doanh nghiệp tăng thêm của vùng chỉ cao hơn Tây nguyên và vùng núi phía Bắc, đặc biệt hoạt động khởi nghiệp dựa trên nền tảng khoa học công nghệ mới (khởi nghiệp sáng tạo –KNST) rất ít.

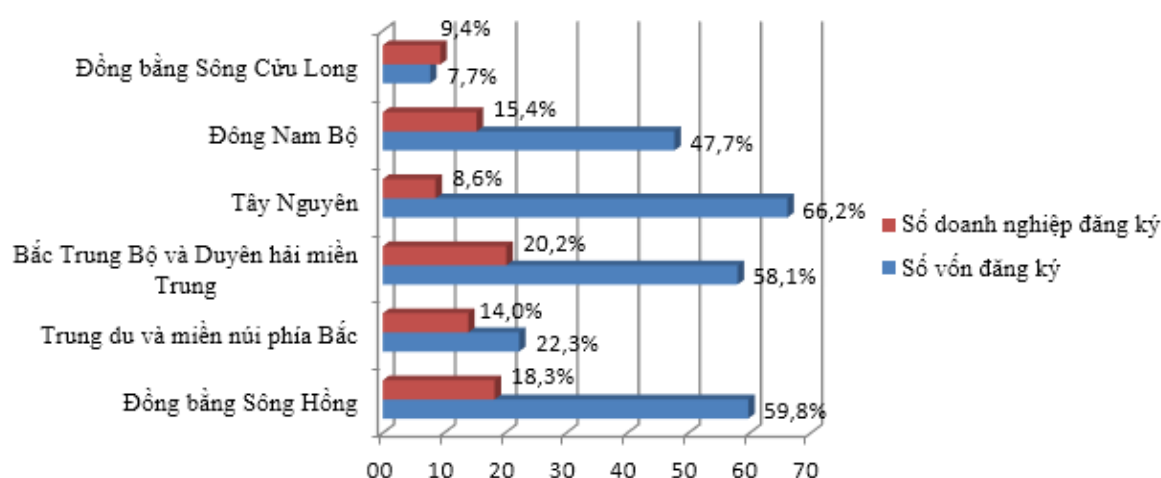
Qua số liệu bảng 4, 5 và biểu đồ 2 cho thấy, số DN của ĐBSCL gia tăng với tốc độ thấp đạt 8,6 % kỳ (2000-2015), trong khi đó tốc độ của cả nước gấp đôi đạt 17,6 %, nên tỷ trọng các DN của vùng ngày càng giảm trong tổng số DN cả nước. Nếu như năm 2000 số DN ĐBSCL chiếm 24,16 % cả nước thì năm 2015 chỉ chiếm 7,36%.

Bảng 4 Tình hình phát triển các DN ở Vùng ĐBSCL 2000-2015 so với VN

Nội dung	Năm 2000	2005	2010	2015	Tốc độ tăng BQ (%)
Số DN cả nước	39.069	106.616	279.360	442.485	17.6
Số DN ĐBSCL	9.439	13.706	23.284	32.588	8,6
Tỷ trọng %	24,16	12,86	8,33	7,36	

Nguồn: Tính toán của tác giả từ dữ liệu của Cục quản lý đăng ký kinh doanh

Biểu đồ 2: Tốc độ tăng trưởng DN và vốn đăng ký của ĐBSCL và các vùng cả nước 2016



Nguồn: Cục quản lý đăng ký kinh doanh (2017)

Bảng 5: Tăng trưởng DN và vốn đăng ký, lao động của ĐBSCL và các vùng cả nước (10 tháng 2017-2018)

S T T	Nội dung	10 tháng đầu năm 2017			10 tháng đầu năm 2018			10 tháng đầu năm 2018 so với cùng kỳ 2017 (%)		
		Số lượng (DN)	Vốn (Tỷ đồng)	Lao động (người)	Số lượng (DN)	Vốn (Tỷ đồng)	Lao động (người)	Số lượng (DN)	Vốn (Tỷ đồng)	Lao động (người)
Tổng số		105,125	1,021,920	976,420	109,611	1,115,952	924,791	4.3	9.2	-5.3
1	Đồng bằng Sông Hồng	31,622	246,262	308,905	32,571	325,615	289,970	3.0	32.2	-6.1
2	Trung du và miền núi phía Bắc	4,444	44,936	87,128	4,418	38,336	68,564	-0.6	-14.7	-21.3
3	Bắc Trung Bộ và duyên hải miền Trung	14,303	131,232	153,049	15,404	134,738	158,963	7.7	2.7	3.9
4	Tây Nguyên	2,716	19,968	20,694	2,653	18,252	17,853	-2.3	-8.6	-13.7
5	Đông Nam Bộ	44,527	525,873	288,844	46,817	508,273	286,959	5.1	-3.3	-0.7
6	Đồng bằng Sông Cửu Long	7,513	53,649	117,800	7,748	90,738	102,482	3.1	69.1	-13

Nguồn: Cục quản lý đăng ký kinh doanh (2017)

Như vậy, khởi nghiệp một bộ phận quan trọng của các doanh nghiệp mới được thành lập ở ĐBSCL tăng trưởng chưa kỳ vọng, khởi nghiệp sáng tạo còn ít hơn nữa, hiện ở tầm quốc gia cũng như địa phương chưa công bố số doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, nhưng theo các chuyên gia kinh tế, trong 600,000 doanh nghiệp trên cả nước, chỉ có khoảng 5% số DN được xếp vào nhóm DN KNST (tương đương với 3000 DN), còn ĐBSCL chỉ chiếm khoảng 2 % số doanh nghiệp khởi nghiệp (Võ Hùng Dũng, 2017), điều này tác động hạn chế đến sự phát triển kinh tế và đời sống của Vùng.

3.2. Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo ở ĐBSCL trong bối cảnh cuộc cách mạng 4.0:

3.2.1. Cơ chế chính sách và văn bản pháp lý về KNST ở ĐBSCL:

Thủ tướng Chính phủ ban hành quyết định 844/QĐ- phê duyệt đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” ngày 18 tháng 05 năm 2016 và Bộ KHCN đã có công văn 1919/BKH-CN-PTT/TTDN ngày 13/06/2017 hướng dẫn các địa phương triển khai đề án 844, nhưng việc triển khai xây dựng kế hoạch hỗ trợ xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp của các tỉnh ĐBSCL rất chậm và chất lượng chưa cao (chưa theo sát thực hiện các yêu cầu của công văn 1919): Cần Thơ (12/2017); Bến Tre (1/2018); Đồng Tháp (3/2018); Vĩnh Long (4/2018); Kiên Giang (10/5/2018)... một số

tỉnh của Vùng đến tháng 9.2018 chưa ban hành kế hoạch phát triển KNST. Ngoài ra, trong các kế hoạch phát triển kinh tế - XH của các tỉnh ĐBSCL chưa đề cập đến định hướng hoặc các giải pháp thúc đẩy khởi nghiệp sáng tạo của tỉnh đáp ứng yêu cầu phát triển mang tính đột phá trong thời kỳ mới của cuộc cách mạng 4.0. Chưa kể đến tình trạng: có chủ trương phát triển KNST, nhưng đưa chúng vào thực tiễn cuộc sống chậm, không hiệu quả. Điều này nói lên phần nào sự quan tâm của các tỉnh trong vùng ĐBSCL trong phát triển KNST còn hạn chế.

3.2.2. *Hướng dẫn triển khai và cơ sở hạ tầng cho phát triển KNST ở ĐBSCL:*

Theo khảo sát của nhóm nghiên cứu: Một số tỉnh ở ĐBSCL Ủy ban Nhân dân tỉnh đã thông qua kế hoạch phát triển KNST, nhưng các sở ban ngành thiếu các văn bản hướng dẫn cụ thể. Ví dụ: Các sở tài chính các tỉnh ĐBSCL chưa kiến nghị được UBND giành ngân sách hàng năm thành lập quỹ đầu tư rủi ro, khoản tài chính hỗ trợ cho hoạt động các vườn ươm trên địa bàn tỉnh, chưa xây dựng quy trình hỗ trợ tài chính cho hoạt động KNST, Sở KH-CN ở nhiều tỉnh trong vùng chưa có kế hoạch hoặc chương trình hành động cụ thể hỗ trợ phát triển KNST trên địa bàn địa phương... Hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST của ĐBSCL vẫn còn trong giai đoạn hình thành; cơ sở hạ tầng cho hoạt động của các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp còn thiếu; các thành phần trong hệ sinh thái chưa đầy đủ : nhiều tỉnh trong vùng chưa có hệ thống cố vấn (Mentors), tư vấn (advisors) cho KNST; Lò ươm (incubators); cả nước đến tháng 4/2018 có 45 không gian làm việc chung (coworking space) một thành tố quan trọng của hệ sinh thái khởi nghiệp, nhưng ĐBSCL chỉ mới có 1-2 địa phương có không gian này nhưng hoạt động chưa hiệu quả. Nhiều tỉnh ĐBSCL chưa thiết lập vườn ươm KNST hoặc có thì hoạt động yếu vì thiếu kinh phí, nguồn nhân lực tư vấn chất lượng chưa cao; Không gian làm việc chung cho những người khởi nghiệp chưa có, hoặc có nhưng hoạt động kém hiệu quả vì sự hỗ trợ về tài chính, kỹ thuật, tư vấn quản trị, phát triển thị trường cho hoạt động KNST còn hạn chế. Hầu hết các tỉnh ĐBSCL chưa có chiến lược hoặc kế hoạch cụ thể phát triển cuộc cách mạng 4.0 ở địa phương, đây cũng là nhân tố tác động hạn chế đến hoạt động khởi nghiệp dựa vào thành tựu, ý tưởng khoa học công nghệ ở Vùng Nông nghiệp lớn nhất nước.

3.2.3 *Vườn ươm khởi nghiệp sáng tạo ĐBSCL:*

Đây được xem là bộ phận của hệ sinh thái KNST phát triển rõ nét nhất trong Vùng ĐBSCL. Cần thơ có đến 6 vườn ươm, trong đó có Trung tâm Khởi nghiệp Sáng tạo Đồng bằng sông Cửu Long” VCCI Cần Thơ liên kết với Tập đoàn Brainworks (Nhật Bản), Vườn ươm Công nghệ công nghiệp Việt Nam-Hàn Quốc (TP Cần Thơ); Các tỉnh Vĩnh long, Trà Vinh, Bến tre, Sóc Trăng (có sự tài trợ của Canada), Đồng Tháp mỗi tỉnh xây dựng 1 vườn ươm, các tỉnh còn lại chưa có vườn ươm doanh nghiệp.

Đánh giá hoạt động của các vườn ươm DN KNST ở ĐBSCL cho thấy:

Về thành công ban đầu:

+ Trong năm 2018 nhiều vườn ươm tại Vùng ra đời thể hiện sự quan tâm của các cấp quản lý Nhà nước đối với hoạt động KNST.

+ Một số phong trào liên quan đến khởi nghiệp được các vườn ươm tiếp sức: Tuyên truyền khởi nghiệp, chuyên giao kiến thức, đào tạo chuyên môn...

+ Một số vườn ươm đã tài trợ vốn ví dụ ở Sóc Trăng đã tham gia ươm tạo 9 doanh nghiệp và có 4 DN trưởng thành từ vườn ươm; Vườn ươm DN công nghiệp Việt Nam-Hàn Quốc đã xét chọn được 5 DN tham gia ươm tạo, ngoài ra vườn ươm này còn nhận hồ sơ của 4 DN tham gia ươm tạo, trong đó có 1 DN đến từ Hàn Quốc...

Hạn chế của hoạt động vườn ươm:

+ Đa số vườn ươm mới thành lập năm 2018 nhằm triển khai các chủ trương của nhà nước Trung ương về xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp ở các địa phương, các vườn ươm ra đời nhưng hầu hết không có sự hỗ trợ về tài chính hoặc các điều kiện cần thiết của các cấp thành lập để các vườn ươm doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả.

+ Nhiều vườn ươm DN của Vùng gặp khó khăn về tài chính nên các hoạt động không đa dạng, không có khả năng ươm mầm có hiệu quả cho các DN. Theo ông Nguyễn Minh Toại⁶⁵ (2017) nhận định: “Hầu hết các vườn ươm đều gặp khó khăn về tài chính; thiếu nhân lực quản lý, chuyên gia tư vấn, đội ngũ nhân viên có chuyên môn và kỹ năng. Hiện các vườn ươm đang hoạt động riêng lẻ, mỗi DN đều phải tự tạo nguồn lực để tồn tại và phát triển nên hiệu quả không cao”.

+ Các vườn ươm DN ở ĐBSCL chủ yếu do Nhà nước, các trường ĐH công lập thiết lập chưa có sự tham gia của tư nhân, làm giảm tính xã hội hóa của hoạt động KNST.

+ Tại ĐBSCL chưa có vườn ươm DN mang tính đặc thù (mang tính chuyên ngành, khai thác thế mạnh của vùng: thủy sản, du lịch, lúa, trái cây...)

+ Các vườn ươm thiếu sự liên kết trong vùng, cả nước và quốc tế trong hỗ trợ lẫn nhau phát triển

Tóm lại, Vườn ươm khởi nghiệp là một thành phần vô cùng quan trọng trong hệ sinh thái khởi nghiệp nhưng ở ĐBSCL mô hình này vẫn chưa triển khai hiệu quả.

3.2.4. Nguồn vốn và các quỹ đầu tư cho hoạt động KNST:

Doanh nghiệp chỉ có thể hình thành và phát triển các ý tưởng khoa học được khi có vốn. Các quỹ đầu tư và các nguồn vốn nhà nước và XH là trụ đỡ quan trọng cho hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo, nhưng các trụ đỡ này ở ĐBSCL hoạt động có nhiều hạn chế:

+ Chưa hình thành các quỹ đầu tư cho KNST, cho phát triển doanh nghiệp.

+ Chưa có các nhà đầu tư thiên thần (Các doanh nghiệp lớn có nguồn vốn sẵn sàng đầu tư cho KNST).

+ Các tỉnh có kế hoạch phát triển khởi nghiệp sáng tạo, nhưng không xây dựng kế hoạch tài chính riêng để tổ chức triển khai kế hoạch, mà thường lồng ghép với các chương trình phát triển DNNVV hoặc phát triển khoa học công nghệ trên địa bàn. Ngoài ra, nhiều tỉnh chưa xây dựng quy trình hưởng lợi tài chính từ nguồn ngân sách của tỉnh giành cho các doanh nghiệp nên gần như sự hỗ trợ tài chính cho các mầm ươm doanh nghiệp hạn chế.

+ Một số vườn ươm có sự tài trợ vốn nước ngoài, nhưng không tạo nguồn tài chính mới riêng hỗ trợ cho phát triển KNST thì kết thúc dự án, hoạt động các vườn ươm ra sao?

3.2.5 Về nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là bộ phận cấu thành quan trọng nhất của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo, nguồn nhân lực không mạnh sẽ tác động đến hoạt động KNST. Ở ĐBSCL còn thiếu các chuyên gia đầu đàn ở mức độ am hiểu sâu sắc lĩnh vực chuyên môn, có kinh nghiệm và uy tín quốc tế, có thể lãnh đạo được những tập thể khoa học. Một số vườn ươm trong vùng có chuyên môn kỹ thuật nhưng nắm lực quản trị, khả năng thương mại

⁶⁵ Ông Nguyễn Minh Toại, giám đốc sở công thương TP. Cần Thơ

hóa các ý tưởng hoặc các sản phẩm KHCN còn hạn chế. Nguyên nhân: ĐBSCL trong nhiều năm là “Vùng trũng” của chất lượng nguồn nhân lực của cả nước, trong Vùng ít trường, viện nghiên cứu có uy tín. Nhiều nhà nghiên cứu đồng tình với đánh giá về sự hạn chế trong phát triển nguồn nhân lực của ĐBSCL, theo nghiên cứu của Võ Tòng Xuân (2017): “chất lượng nhân lực ĐBSCL quá thấp. Nổi tiếng vùng trũng giáo dục do điều kiện cho người học chưa tốt, chưa đầu tư đến nơi đến chốn và cũng do người học chưa cố gắng hết mình”. Nguồn nhân lực ở các cấp liên quan đến sự phát triển KNST ở Vùng ĐBSCL: Quản lý nhà nước về kinh tế; Quản trị các trường ĐH trong vùng, các chuyên gia chuyên môn và kinh tế, sinh viên và thanh niên phần lớn chưa đáp ứng yêu cầu phát triển KNST của Vùng

Kết luận về hoạt động khởi nghiệp sáng tạo của Vùng ĐBSCL: Trong những năm gần đây phong trào khởi nghiệp của vùng đã có những bước khởi sắc: Cần Thơ, Sóc Trăng, Bến tre... nhưng khởi nghiệp sáng tạo còn hạn chế, hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo bắt đầu hình thành nhưng còn yếu và thiếu. Nếu không có những giải pháp mang tính chiến lược, quyết liệt thì khởi nghiệp sáng tạo ở ĐBSCL chỉ có thể mang tính phong trào, khó trở thành động lực tạo sự biến đổi về chất trong phát triển kinh tế của Vùng.

4. Gợi ý về các định hướng và các phát triển khởi nghiệp sáng tạo ở Vùng ĐBSCL:

4.1. Quan điểm quán triệt:

- Khoa học công nghệ và ý tưởng sáng tạo nền tảng quan trọng của KNST là nhân tố quan trọng quyết định sự phát triển bền vững của ĐBSCL trong những năm tới.
- Thực thi cách mạng 4.0 vừa là mục tiêu, vừa là cơ sở để phát triển KNST.
- Khởi nghiệp sáng tạo là hoạt động rủi ro cao, dễ thất bại vì thường phát triển dựa vào ý tưởng công nghệ kỹ thuật mới, hầu hết chưa được thực nghiệm triển khai trong thực tiễn. Cho nên, KNST muốn thành công đòi hỏi phải có hệ sinh thái khởi nghiệp tốt và phải có sự trợ giúp của nhiều bên: Nhà nước, xã hội và gia đình.
- ĐBSCL là Vùng nông nghiệp lớn nhất của Việt Nam và lớn của khu vực châu Á, cho nên các ngành ưu tiên hỗ trợ KNST phải là ngành ứng dụng khoa học công nghệ mới trong trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản, tiêu thụ nông sản trong nước và thế giới ... Tức là, khởi nghiệp sáng tạo phải mang tính đặc thù của kinh tế vùng-miền.

4.2. Các kiến nghị đề xuất:

❖ Cấp Trung ương:

+ Dưới sự chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ các bộ ban ngành: Bộ khoa học công nghệ, Bộ tài Chính, Bộ kế hoạch đầu tư... phối hợp với Phòng thương mại và công nghiệp VN, với các Hiệp hội doanh nghiệp, Hiệp hội thanh niên... rà soát lại cơ chế chính sách có liên quan đến KNST còn thiếu, hoặc đã có nhưng chưa rõ, khó khăn trong triển khai khiến cho sự hỗ trợ cho hoạt động KNST ở ĐBSCL nói riêng và các tỉnh thành trong cả nước (trừ TP.HCM, Hà Nội, Đà Nẵng) còn mang tính phong trào, chưa thực chất. Từ kết quả rà soát lãnh đạo Nhà nước chỉ đạo bổ sung, hoàn thiện cơ chế chính sách có liên quan KNST.

+ Cần sớm giải quyết vấn đề hiện nay là cơ chế chính sách hỗ trợ KNST chậm triển khai, hầu hết các doanh nghiệp ĐBSCL chưa được hưởng lợi từ các chủ trương của Nhà nước hỗ trợ KNST do thiếu thông tin, quy trình, thủ tục hưởng lợi phức tạp, thiếu tiêu chí đánh giá rõ ràng, minh bạch đánh giá hoạt động KNST nên người khởi nghiệp sáng tạo khó tiếp cận các nguồn tài trợ của Nhà nước, trong khi hệ thống tư vấn, cố vấn... còn thiếu và yếu.

+ Cần thiết lập cơ chế phát triển KNST theo vùng kinh tế, tránh tình trạng mỗi tỉnh một kế hoạch phát triển KNST riêng như hiện nay trong điều kiện nhiều lãnh đạo địa phương chưa hiểu hết bản chất KNST, hệ sinh thái KNST chưa phát triển, nguồn lực về con người và tài chính hạn chế.

+ Bộ khoa học công nghệ xây dựng kế hoạch huấn luyện các cấp lãnh đạo tỉnh có kiến thức về hoạt động KNST.

❖ Kiến nghị cho Vùng ĐBSCL:

+ Cần xác định đẩy mạnh khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là một trọng tâm của liên kết vùng ĐBSCL, bởi chỉ cấp vùng mới hội tụ đầy đủ các điều kiện, lợi thế cạnh tranh riêng để phát triển khởi nghiệp trên nền tảng phát triển KHCN.

+ Lấy Cần Thơ làm trung tâm có các chi nhánh ở các tỉnh tổ chức nối kết để phát triển các vườn ươm DN ứng dụng khoa học công nghệ, phát triển các không gian làm việc chung, mời gọi các nhà đầu tư không những ở Vùng ĐBSCL đến làm việc, mà còn ở các nước và Quốc tế.

+ Khuyến khích tư nhân trong vùng đầu tư để tạo dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo: phát triển vườn ươm thủy sản, chăn nuôi, trái cây, gạo... tại các doanh nghiệp lớn của Vùng, các doanh nghiệp này đồng thời cũng trở thành nhà đầu tư thiên thần cho hoạt động khởi nghiệp.

+ Liên kết giữa các vườn ươm trong và ngoài vùng ĐBSCL để thiết lập hệ thống tư vấn không những về khoa học công nghệ, mà còn hoạt động kinh tế tài chính liên quan đến hoạt động khởi nghiệp sáng tạo.

+ Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực của Vùng không những bậc ĐH mà ngay từ phổ thông đưa các môn ứng dụng công nghệ thông tin vào cuộc sống: người máy, trí tuệ nhân tạo, thương mại điện tử. Ngoài ra, các môn kỹ năng sống cũng cần quan tâm thỏa đáng để học sinh dám nghĩ, dám làm, dám thay đổi và dám đương đầu với thất bại... đây là những tố chất để tạo nguồn nhân lực cho phát triển KNST tại vùng nông nghiệp.

+ Duy trì và phát triển các phong trào khởi nghiệp sáng tạo trong Vùng và mỗi tỉnh xây dựng cơ chế chính sách tài trợ cho các dự án KNST của địa phương mình.

Kết luận: Khởi nghiệp sáng tạo ở ĐBSCL đang trong giai đoạn đầu phát triển, so với các vùng khác trong nước còn chậm, chưa đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế của Vùng theo chiều rộng và chiều sâu. Muốn KNST phát triển nhanh và bền vững thì phải có chiến lược liên kết giữa các tỉnh trong Vùng và với các trung tâm khoa học công nghệ khác để tạo hệ sinh thái khởi nghiệp thuận lợi. Ngoài ra, việc chính sách của Nhà nước hỗ trợ KNST đi vào cuộc sống có ý nghĩa quan trọng trong bối cảnh cuộc cách mạng 4.0 đang tạo sự thay đổi chất lượng kinh doanh và cuộc sống.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Blumenthal, N. (2016). Neil Blumenthal: What he's learned from the success of Warby Parker. *Forbes Magazine*. Available at: <https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2016/12/23/neil-blumenthal-what-hes-learned-from-the-success-of-warby-parker/#6df92f077143>
2. Cục quản lý đăng ký kinh doanh. (2017). Bức tranh doanh nghiệp 2016 dưới góc nhìn đăng ký kinh doanh. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo số 2+3/2017*. Available at: <https://dangkykinhdoanh.gov.vn/>
3. Feld, B. (2012). Starup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in your City. *Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.* ISBN: 978-1-118-48331-2, 186-187.
4. Isenberg, D.J. (2010) How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40–50.
5. KPMG (2017). *The changing landscape of disruptive technologies*. Global technology innovation hubs. Available at: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/se/pdf/komm/2017/disruptive-tech-2017-part1.pdf>
6. Mason, C., & Brown, R. (2014). *Entrepreneurial ecosystems and growth-oriented entrepreneurship: Final report*. Paris: OECD.
7. Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review* 71(3): 75-86.
8. OECD. (2010). High-growth enterprises: What governments can do to make a difference. *OECD studies on SMEs and entrepreneurship, Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris*.
9. Quốc Hội. (2017). *Luật số: 04/2017/QH14 về luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa*, ban hành ngày 12/6/2017.
10. Schwab, K (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum, Geneva, Switzerland.
11. Thủ tướng chính phủ. (2016). *Quyết định 844/QĐ-TTg, đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025*, ban hành ngày 8/5/2016.
12. Thủ tướng Chính phủ. (2018). *Quyết định số 1255/QĐ-TTg về phê duyệt Đề án xây dựng bộ chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển doanh nghiệp*, ban hành ngày 26/9/2018
13. Tổng cục thống kê. (2017). *Tình hình kinh tế - xã hội năm 2017*. Available at: <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=621&ItemID=18668>
14. VCCI. (2017). Báo cáo nghiên cứu hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo – Kinh nghiệm quốc tế - Đề xuất giải pháp cho VN. *Nghiên cứu của VCCI*
15. Võ Hùng Dũng. (2017). Một số vấn đề hoạt động khởi nghiệp ở ĐBSCL. *Tạp chí khoa học và công nghệ Việt Nam 2017(1)*.
16. Võ Tòng Xuân. (2017). Đào tạo nguồn nhân lực để đáp ứng tiến trình phát triển kinh tế- xã hội vùng ĐBSCL tầm nhìn 2030. *Kỷ yếu Hội thảo quốc tế Đại học Cần Thơ*.
17. WEF. (2013). *Entrepreneurial ecosystems around the globe and company growth dynamics*. Davos: World Economic Forum.

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

TS. Nguyễn Hồng Gấm

Trường Cao đẳng Kinh tế - Kỹ thuật Cần Thơ

Tóm tắt

Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) thời gian qua đã có nhiều khởi sắc trong phong trào khởi nghiệp (start-up). Nhiều địa phương trong vùng đã bước đầu xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp và tạo thuận lợi cho các cá nhân, nhóm hay doanh nghiệp khởi nghiệp. Nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp (startups) với công nghệ mới ra đời, gặt hái được thành công và ngày càng khẳng định vị thế cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập kinh tế mang tính toàn cầu. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, nếu so với mặt bằng chung của cả nước trong những năm gần đây thì còn rất khiêm tốn và cách xa kỳ vọng; các startups phải vượt qua nhiều khó khăn, thử thách do các trở lực cả từ phía khách quan lẫn chủ quan. Trong bài viết này, tác giả mong muốn chia sẻ thực trạng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (KNĐMST) ĐBSCL thời gian qua và đề xuất giải pháp khả thi nhằm đẩy mạnh phát triển KNĐMST trong vùng một cách bền vững.

Từ khóa: Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; khởi nghiệp ĐBSCL

1. Đặt vấn đề

Phong trào khởi nghiệp đã xuất hiện ở ĐBSCL từ rất sớm. Bắt đầu với Dự án Hỗ trợ phát triển của Đan Mạch (DANIDA) được triển khai từ năm 1999. Tiếp sau đó, làn sóng khởi nghiệp tại ĐBSCL đã không ngừng phát triển và từng bước nâng dần cả về số lượng lẫn chất lượng. Đóng góp nổi bật nhất có thể kể đến là Chương trình “Khởi sự doanh nghiệp, Tăng cường khả năng kinh doanh – Start and Improve Your Business” (SIYB) do VCCI phối hợp cùng Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) khởi xướng được triển khai tại 43 tỉnh/thành trên cả nước, trong đó có 13 địa phương thuộc vùng ĐBSCL. Là khu vực kinh tế nông nghiệp trọng điểm của quốc gia, hàng năm ĐBSCL đã đóng góp 18% GDP; 56% sản lượng lúa; 40% sản lượng thủy sản. Trong đó có 90% sản lượng gạo và 60% sản lượng thủy sản xuất khẩu hàng năm cho cả nước. Với tiềm năng, lợi thế to lớn như vậy, ĐBSCL chính là mảnh đất màu mỡ cho khởi nghiệp ươm mầm và phát triển.

Trên cơ sở xác định được việc thúc đẩy khởi nghiệp nói chung, KNĐMST nói riêng là vấn đề cấp thiết, có tính quyết định đến sự phát triển kinh tế lâu dài của địa phương cũng như cả vùng, Các địa phương ở ĐBSCL đã ban hành nhiều chính sách, kế hoạch, chương trình hỗ trợ khởi nghiệp, đặc biệt là KNĐMST. Trên cơ sở đó, nhiều startups với công nghệ mới ra đời, gặt hái được thành công và ngày càng khẳng định vị thế cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập kinh tế mang tính toàn cầu. Tuy nhiên, những kết quả đạt được thời gian qua chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh của toàn vùng. Các startup còn gặp nhiều khó khăn do khách quan (môi trường khởi nghiệp) cũng như chủ quan (năng lực khởi nghiệp) dẫn đến hạn chế khả năng đổi mới và sáng tạo trong khởi nghiệp.

Bằng phương pháp tiếp cận lý thuyết, thu thập số liệu thứ cấp và khảo sát thực tế tại một số địa phương trong vùng, tác giả tiến hành phân tích thực trạng khởi nghiệp nói chung, KNĐMST nói riêng tại ĐBSCL thời gian qua, xác định nguyên nhân tồn tại, hạn chế để đề xuất một số hàm ý giải pháp nhằm đẩy mạnh phát triển KNĐMST trong vùng trong thời gian tới. Và đây cũng chính là mục tiêu chủ yếu của bài viết này.

2. Thực trạng KNĐMST ở ĐBSCL thời gian qua

2.1. Một số thành tựu KNĐMST ở ĐBSCL

2.1.1. Về thành quả khởi nghiệp

Theo đánh giá của Văn phòng “*Đề án hỗ trợ hệ sinh thái KNĐMST quốc gia đến năm 2025*” (Đề án 844), KNĐMST đang phát triển mạnh mẽ trên cả nước trong đó có ĐBSCL. Qua tổng hợp số liệu thống kê của các địa phương trong vùng sau 2 năm thực hiện NQ35/CP cho thấy, hiện ĐBSCL có gần 30.000 doanh nghiệp đang hoạt động, chiếm 7,7% tổng số doanh nghiệp cả nước và tăng trưởng bình quân hằng năm khoảng 10%. Trong đó, số doanh nghiệp thành lập mới ở khu vực tăng 12%, một số tỉnh vượt trội như Bến Tre tăng 28%, Hậu Giang 35%, Long An 16%, Đồng Tháp, Cần Thơ, Tiền Giang, Long An tăng 11%. Đây là một mức tăng trưởng khá về phát triển doanh nghiệp so với một số vùng miền, những cam kết phát triển doanh nghiệp đều đạt và vượt trên 50% so với mục tiêu [10]. Một số điển hình khởi nghiệp ở các địa phương trong vùng như sau:

BẾN TRE: Bến tre là một trong số ít địa phương trong vùng đi đầu trong KNĐMST với Chương trình hành động số 10 của Tỉnh ủy về “*Động khởi khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp tỉnh Bến Tre*”. Với phương châm “*năng động - sáng tạo*” trong thực hiện cùng với sự quyết tâm, nỗ lực của cả hệ thống chính trị từ tỉnh đến cơ sở, sự đồng thuận và tham gia của người dân, cộng đồng doanh nghiệp, chương trình đạt được nhiều kết quả quan trọng [2]. Theo ông Phan Văn Mãi - Phó bí thư Thường trực Tỉnh ủy kiêm Chủ tịch Hội đồng Tư vấn khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp tỉnh thì, tính đến nay đã có 1.696 doanh nghiệp và 10.216 hộ kinh doanh cá thể và 44 hợp tác xã thành lập mới, nâng số hiện nay lên 3.912 doanh nghiệp, 46.423 hộ cá thể và 90 hợp tác xã. Có 387 ý tưởng/dự án khởi nghiệp được đề xuất, trong đó đã được chọn hỗ trợ trực tiếp cho 168 ý tưởng/dự án. Chương trình cũng đã hỗ trợ vốn 774 dự án/doanh nghiệp khởi nghiệp với tổng kinh phí khoảng 802 tỷ đồng từ các nguồn vốn như Quỹ đầu tư khởi nghiệp tỉnh, Quỹ khoa học và công nghệ, Quỹ hợp tác công tư của Dự án thích ứng biến đổi khí hậu ĐBSCL tại Bến Tre (AMD Bến Tre), nguồn vốn khuyến công, vốn vay ưu đãi của các ngân hàng thương mại, các nguồn vốn lồng ghép khác [11].

AN GIANG: An Giang đã triển khai Chương trình hỗ trợ phát triển KNĐMST tỉnh giai đoạn 2018 – 2025. Mục tiêu của Chương trình là xây dựng, vận hành Cổng thông tin KNĐMST, mạng lưới nhà đầu tư cá nhân, Quỹ Đầu tư mạo hiểm của tỉnh; Xây dựng, triển khai chương trình truyền thông về hoạt động KNĐMST, phổ biến, tuyên truyền các điển hình KNĐMST của tỉnh hàng năm; Tổ chức Ngày hội, phiên chợ, cuộc thi KNĐMST của tỉnh hàng năm; Hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng, kiến thức về KNĐMST cho ít nhất 30 huấn luyện viên, cán bộ phụ trách KNĐMST và 150 cá nhân,

nhóm cá nhân, doanh nghiệp có ý tưởng, dự án KNĐMST, doanh nghiệp KNĐMST hàng năm; Hỗ trợ hình thành ít nhất 06 tổ chức hỗ trợ ươm tạo, phát triển, cung cấp dịch vụ, cơ sở vật chất - kỹ thuật, đầu tư, truyền thông cho KNĐMST; Hỗ trợ ít nhất 30 ý tưởng, dự án KNĐMST, 15 doanh nghiệp KNĐMST. Phấn đấu đến năm 2020 hỗ trợ hình thành ít nhất 03 tổ chức hỗ trợ ươm tạo, phát triển, cung cấp dịch vụ, cơ sở vật chất - kỹ thuật, đầu tư, truyền thông cho KNĐMST; 10 ý tưởng, dự án KNĐMST, 05 doanh nghiệp KNĐMST [1].

Trung tâm hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp tỉnh cũng đã triển khai tập huấn Chuyên đề “*Tìm ý tưởng kinh doanh*”, từ đó giúp các bạn trẻ có thêm tinh thần, năng động tích cực để xây dựng một Dự án khởi nghiệp tham gia cuộc thi “*Ý tưởng sáng tạo khởi nghiệp*”. Đã có 50 ý tưởng khởi nghiệp từ các bạn trẻ trong tỉnh gửi về Ban Tổ chức cuộc thi, qua chấm chọn có 25 dự án vào vòng Chung kết, tuy là những con số khá khiêm tốn nhưng phần nào đã thể hiện tinh thần hăng hái, quyết tâm của các bạn trẻ. Điển hình cho những ý tưởng/dự án tham gia dự thi phải kể đến như: dự án “*Trồng chuối già kết hợp trồng rau, nuôi cá theo hướng an toàn và sản xuất*” của nhóm tác giả Nguyễn Ngọc Tú; Dự án “*Tinh dầu trái Chứa*” của nhóm tác giả Châu Hải Yến;...Cuộc thi “*Ý tưởng sáng tạo khởi nghiệp*” tỉnh An Giang lần I năm 2017 tạo động lực, khích lệ tinh thần khởi nghiệp trong thanh niên, giúp các bạn tự tin và tiếp tục sáng tạo [9].

ĐỒNG THÁP: Theo ông Nguyễn Văn Dương, Chủ tịch UBND tỉnh Đồng Tháp cho biết, năm 2017 tỉnh Đồng Tháp đã tổ chức nhiều hoạt động thúc đẩy khởi nghiệp, hỗ trợ vốn và tư vấn chính sách tín dụng, thành lập Trung tâm Hỗ trợ phát triển doanh nghiệp nhỏ, vừa và khởi nghiệp. Nhờ đó đã có 516 doanh nghiệp thành lập với tổng vốn đăng ký trên 3.100 tỷ đồng, nâng tổng số doanh nghiệp thực tế đang hoạt động lên 3.340 doanh nghiệp, tăng 91 doanh nghiệp so với năm 2016 [13].

Các cấp bộ Đoàn - Hội trong toàn tỉnh đã thành lập được 8 câu lạc bộ khởi nghiệp cấp huyện; 2 câu lạc bộ Sáng tạo khởi nghiệp tỉnh và thanh niên với đặc sản Đồng Tháp; 162 câu lạc bộ thanh niên làm kinh tế; 210 tổ hợp tác, 1 hợp tác xã thanh niên, 1 trang trại thanh niên; ra mắt và đưa vào hoạt động Phòng hỗ trợ khởi nghiệp tại Trung tâm hoạt động Thanh thiếu nhi tỉnh với 5 chức năng chính: Huấn luyện – đào tạo; Không gian làm việc chung; Thư viện sách khởi nghiệp; Trung tâm trưng bày sản phẩm và kêu gọi đầu tư; Kết nối các nhà đầu tư với người khởi nghiệp.... Tháng 3/2018, UBND tỉnh cũng ra mắt Trung tâm Hỗ trợ doanh nghiệp và khởi nghiệp trực thuộc Sở Kế hoạch và Đầu tư. Đây sẽ là nơi hỗ trợ khởi nghiệp, phát triển doanh nghiệp trên địa bàn; huy động nguồn lực của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước để hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp, phát triển doanh nghiệp; hỗ trợ cá nhân, doanh nghiệp, nhà đầu tư trong và ngoài nước gia nhập thị trường, đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh, hỗ trợ doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn tỉnh,...Trước đó, tháng 5/2017, tỉnh đã hợp tác với Quỹ Khởi nghiệp Doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ Việt Nam (SVF) để hỗ trợ các startups tại Đồng Tháp với ba hoạt động cốt lõi là khơi dậy đam mê khởi nghiệp bằng các hoạt động cộng đồng, tổ chức các khóa đào tạo về kỹ năng khởi nghiệp kinh doanh, kết nối startup với thị trường đầu vào và đầu ra nhằm tạo quan hệ cho các dự án [4].

TP CẦN THƠ: Vốn được xem là trung tâm kinh tế của toàn vùng ĐBSCL, TP.Cần Thơ được nhận xét là có tinh thần khởi nghiệp rất cao, dựa trên những nền tảng thực và hoàn toàn có thể phát triển bền vững. Do vậy, từ năm 2016, Thành phố đã triển khai nhiều chương trình hỗ trợ khởi nghiệp về thủ tục hành chính, thuế, tiếp cận đất đai thuận lợi mà còn tiếp cận vốn vay ưu đãi và phát triển thị trường. Theo số liệu thống kê từ năm 2016 đến nay, hàng năm Thành phố có hơn 1.000 doanh nghiệp mới ra đời và dự kiến đến năm 2020, thành phố Cần Thơ sẽ trở thành thung lũng khởi nghiệp của vùng ĐBSCL.

Để đạt được mục tiêu trên, UBND thành phố Cần Thơ vừa triển khai thực hiện Đề án “*Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025*” trên địa bàn thành phố. Mục tiêu cụ thể đến năm 2025, thành phố hỗ trợ thành công cho ít nhất 10 cá nhân, nhóm cá nhân và doanh nghiệp KNĐMST hoàn thiện kế hoạch kinh doanh và gọi vốn thành công từ các nhà đầu tư để bắt đầu đi vào hoạt động thực tiễn; giới thiệu về hệ sinh thái KNĐMST của Thành phố; xây dựng diễn đàn trực tuyến và truyền thông qua hệ thống mạng xã hội về tình hình KNĐMST của thành phố Cần Thơ với các địa phương khác và quốc tế. Hàng năm, Cần Thơ sẽ tổ chức các lớp đào tạo cơ bản, nâng cao và chuyên sâu về nhận thức KNĐMST nhằm tạo tâm thế khởi nghiệp và khuyến khích ý chí sáng tạo cho các đối tượng là học sinh, sinh viên và thanh niên từ các viện, trường để phát triển và hoàn thiện các ý tưởng khởi nghiệp, xây dựng mô hình kinh doanh, phương thức gọi vốn đầu tư và các kỹ năng cần thiết khác trong quá trình khởi nghiệp [3].

VĨNH LONG: Vĩnh Long đã có những chủ trương, chính sách rộng mở đón nhận các ý tưởng mới và chương trình hành động cụ thể khuyến khích hoạt động khởi nghiệp sáng tạo. Năm 2016, UBND tỉnh đã có Quyết định số 3177/QĐ-UBND ban hành “*Chương trình khởi nghiệp tỉnh Vĩnh Long giai đoạn 2016 – 2020*” với mục tiêu là xây dựng và tạo lập môi trường thuận lợi cho khởi nghiệp, khuyến khích đẩy mạnh tinh thần khởi nghiệp, làm giàu trong quần chúng nhân dân; hỗ trợ phát triển doanh nghiệp bằng các chính sách, vườn ươm tạo và phát triển ý tưởng khởi nghiệp... Đến năm 2018, UBND Tỉnh cũng có Quyết định số 673 /QĐ-UBND, ban hành Kế hoạch triển khai Đề án “*Hỗ trợ hệ sinh thái KNĐMST quốc gia đến năm 2025*”. Ngày 14 tháng 6 năm 2018 Tỉnh tiếp tục có Kế hoạch số 26/KH-UBND về thực hiện “*Chương trình Khởi nghiệp tỉnh Vĩnh Long năm 2018*”. Qua đó, đẩy mạnh thông tin tuyên truyền về Khởi nghiệp, các hoạt động khởi nghiệp đến với người dân, đặc biệt là học sinh, sinh viên [5].

Tính đến tháng 11/2017, Tỉnh cũng đã cấp giấy chứng nhận đăng ký thành lập mới 273 doanh nghiệp; phấn đấu đến cuối năm 2020 có 5.000 hộ kinh thành lập mới, trong đó khoảng 30% -35% hộ kinh doanh có hoạt động đổi mới sáng tạo; có 155 hợp tác xã, từ 5 đến 10 Liên hiệp hợp tác xã và trên 1.800 tổ hợp tác, đặc biệt là phát triển mới 1.500 doanh nghiệp, trong đó có khoảng 20% – 25% doanh nghiệp sản xuất công nghiệp, nông nghiệp thuộc khu vực nông thôn theo hướng áp dụng khoa học công nghệ vào sản xuất; mỗi năm tạo thêm việc làm mới khoảng 3.000 lao động [12].

Số liệu dưới đây cho thấy tình hình đăng ký và phát triển doanh nghiệp ở các ngành nghề trong các năm từ 2014 đến 2017 và 6 tháng đầu năm 2018 như sau:

STT	Ngành	2014	2015	2016	2017	2018
	Tổng số	256	267	288	310	146
1	Công nghiệp chế biến, chế tạo	3	41	61	2	7
2	Hoạt động dịch vụ khác	1	1	2		
3	Bán buôn bán lẻ; sửa chữa ô tô, xe máy	96	1	80	8	
4	Sản xuất phân phối, điện, nước, gas	5	3	1	47	26
5	Dịch vụ lưu trú và ăn uống	3		11	15	4
6	Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	11	23	1	2	5
7	Xây dựng	44	4	65	13	4
8	Khoa học, công nghệ; dịch vụ tư vấn, thiết kế; quảng cáo và chuyên môn khác	1	12	23	6	1
9	Tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	51	59	4	49	24
10	Giáo dục và đào tạo	15	19	2	2	2
11	Vận tải kho bãi	3	1	17	13	1
12	Dịch vụ việc làm; du lịch; cho thuê máy móc thiết bị, các dịch vụ hỗ trợ khác	13	5	12	2	54
13	Kinh doanh bất động sản	2	1	2	13	3
14	Thông tin và truyền thông	3	6	1	1	2
15	Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản		89	6	1	6
16	Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	5	2		133	4
17	Khai khoáng				3	3

Nguồn: Phòng đăng ký kinh doanh – Sở KHĐT tỉnh Vinh Long

Tóm lại, qua phân tích như trên có thể thấy rằng, hoạt động khởi nghiệp ở ĐBSCL mà điển hình là một số địa phương kể trên, đã có những thành công đáng kể. Số lượng và chất lượng của các startups cũng ngày càng được nâng cao, thể hiện ở số lượng các thương vụ đầu tư, số lượng vườn ươm, khu làm việc chung đã từng bước hình thành và phát triển. Nhiều địa phương ở ĐBSCL đã cố gắng xây dựng bước đầu hệ sinh thái khởi nghiệp và tạo thuận lợi cho các cá nhân, nhóm hay doanh nghiệp khởi nghiệp. Đó là việc ban hành nhiều chính sách, kế hoạch và chương trình hỗ trợ khởi nghiệp lập nghiệp và khởi nghiệp sáng tạo; tổ chức hội thảo, đào tạo, hình thành các cơ sở ươm tạo, không gian làm việc chung. Nhiều tỉnh, thành cũng giao nhiệm vụ thúc đẩy khởi nghiệp cho các đơn vị được xem là nòng cốt trong thúc đẩy khởi nghiệp, như sở kế hoạch và đầu tư, sở khoa học - công nghệ, đoàn thanh niên... gần đây, có thêm sự tham gia của hội phụ nữ cũng như của các trường cao đẳng, đại học, dạy nghề vào lĩnh vực này.

2.1.2. Hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp

(1) Các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp: Tính đến nay, ĐBSCL đã có các tổ chức hỗ trợ như: Trung tâm ươm tạo Doanh nghiệp công nghệ trường Đại học Cần Thơ (CTBI), Vườn ươm Doanh nghiệp Sóc Trăng (SBI), Vườn ươm Doanh nghiệp Việt Nam – Hàn Quốc (KVIP). Trung tâm Khởi nghiệp Sáng tạo Đồng bằng sông Cửu Long (của VCCI) , Tập đoàn Trung tâm Đổi mới ICT của Tập đoàn Brainworks Nhật Bản... Ngoài ra, nhiều địa phương trong vùng cũng đang chuẩn bị cho ra đời các vườn ươm, trung tâm hỗ trợ KNDMST như Bến Tre, Trà Vinh, Vĩnh Long, Đồng Tháp, An Giang...cùng với hàng

chục trường đại học, cao đẳng và dạy nghề, đã góp phần tạo nên hệ sinh thái KNĐBSCL phong phú, đa dạng .

(2) Các tổ chức đầu tư khởi nghiệp: Cũng như các địa phương trong nước, các startups ĐBSCL hiện nay không chỉ mong đợi vào quỹ đầu tư mạo hiểm, các nhà đầu tư thiên thần mà còn có thể kêu gọi vốn từ các tập đoàn lớn như Quỹ đầu tư của FPT (FPT Ventures), Quỹ đầu tư của Viettel (Viettel Ventures), Quỹ sáng tạo CMC. Đây là những đơn vị thường dành một khoản đầu tư ưu tiên cho các startups đang ở giai đoạn ươm mầm. Ngoài ra, những doanh nhân khởi nghiệp đã thành công ở thế hệ trước cũng là nhà đầu tư đáng tin cậy cho các doanh nghiệp KNĐMST ở thế hệ sau.

(3) Hoạt động đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, kỹ năng khởi nghiệp: Theo số liệu thống kê năm 2017 của Bộ GD&ĐT, vùng ĐBSCL hiện có 17 trường đại học, 26 trường cao đẳng với quy mô đào tạo 149.744 sinh viên chính quy. Hàng năm, số lượng sinh viên ra trường đã qua đào tạo chuyên môn có lồng ghép các chương trình đào tạo kỹ năng cho khởi nghiệp như kỹ năng mềm, kỹ năng thành công ...luôn giữ vai trò quan trọng thúc đẩy phong trào khởi nghiệp của vùng. Đặc biệt, các sở ngành, cơ quan chức năng, đơn vị liên quan cũng thường xuyên tổ chức các khóa “Giảng viên nguồn về khởi sự kinh doanh” nhằm bổ sung nguồn giảng viên khởi sự kinh doanh, hỗ trợ và tư vấn kịp thời cho các thí sinh tham gia cuộc thi “Ý tưởng khởi nghiệp” tại địa phương.

(4) Tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp: Nhằm giúp các địa phương lựa chọn, tìm ra các ý tưởng kinh doanh khởi nghiệp sáng tạo, Phòng Thương mại và Công nghiệp (VCCI) Chi nhánh Cần Thơ đã phối hợp với các địa phương, viện, trường trong khu vực tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp mang tầm khu vực. Đến nay ĐBSCL đã có 3 cuộc thi như:

- *Cuộc thi khởi nghiệp ĐBSCL 2016 “ươm mầm khởi nghiệp”*: với 51 đề án tham gia, 10 đề án được bảo vệ trước Ban giám khảo. Ban tổ chức đã chọn và trao giải thưởng cho hai ý tưởng đạt giải 3 là: “Sản xuất và tiêu thụ sản phẩm mút thanh long ruột đỏ sấy dẻo” của Đại học Tiền Giang và ý tưởng “trồng và kinh doanh nấm rơm trên cơ chất hỗn hợp” của trường Cao đẳng Cộng đồng Vĩnh Long. Ban tổ chức cũng trao 4 giải khuyến khích cho các ý tưởng: “Kinh doanh dịch vụ sinh viên Tri thức trẻ” Đại học Tiền Giang, “Sản xuất và phân phối phân hữu cơ vi sinh từ phân bò”; “sản xuất, phân phối sản phẩm trà hạt sen hòa tan” của Đại học Đồng Tháp và “Ứng dụng chế phẩm sinh học vào công nghệ sản xuất: sử dụng enzym để phân hủy tinh bột và dextranase trong nước mía nhằm để tăng thu hồi đường và nâng cao chất lượng sản phẩm đường tinh luyện” của đơn vị Nhà máy đường Phụng Hiệp.

- *Cuộc thi Khởi nghiệp ĐBSCL 2017*: có tổng cộng 100 hồ sơ (44 cá nhân và 56 nhóm) với hơn 250 thí sinh tham gia. Hội đồng giám khảo đã chọn được 01 giải nhất, 01 giải nhì, 02 giải ba. Đặc biệt trong chương trình, còn tổ chức trưng bày các sản phẩm khởi nghiệp của các thí sinh để tạo cơ hội giao lưu, giới thiệu sản phẩm, kết nối giữa các thí sinh của cuộc thi và nhà đầu tư tiềm năng.

- *Cuộc thi “Start-up Student Ideas”* do Trung ương Hội Sinh viên Việt Nam đã tổ chức nhằm tìm kiếm và tôn vinh những ý tưởng sáng tạo khởi nghiệp của sinh viên Việt

Nam. Từ 569 ý tưởng gửi về, Ban giám khảo đã được lựa chọn được 15 ý tưởng vào chung kết, trong đó có 01 trường hợp ở ĐBSCL đoạt giải nhì với ý tưởng “Bùn Vi sinh” của tác giả Phan Hồng Mực và Nguyễn Hữu Huy Hào. Đây là 01 trong 3 ý tưởng được Dự án SIMVA (SMEs Incubation Mekong - Vietnam - Asian) tuyển chọn tại khu vực ĐBSCL và gửi dự thi chung kết từ năm 2016 [6].

Tác giả các ý tưởng tốt, đạt giải sẽ được hỗ trợ huấn luyện về kỹ năng hoàn thiện ý tưởng. Sắp tới VCCI Cần Thơ sẽ tổ chức Cuộc thi khởi nghiệp ĐBSCL năm 2018 và xây dựng Trung tâm ươm tạo và văn phòng làm việc phục vụ cho khởi nghiệp cũng như thành lập mạng lưới khởi nghiệp vùng ĐBSCL nhằm mục tiêu liên kết, phát huy thế mạnh của từng địa phương, tạo sức mạnh tổng thể để phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, góp phần phát triển kinh tế xã hội.

2.2. Những hạn chế tồn tại và nguyên nhân

2.2.1. Những hạn chế, tồn tại

Một là, Theo đánh giá của nhiều chuyên gia thì khởi nghiệp ở ĐBSCL chưa thật sự khởi sắc và hiệu quả. Nếu dựa vào tỷ lệ doanh nghiệp thành lập mới của ĐBSCL so với cả nước trong những năm gần đây làm cơ sở đánh giá thì chưa thấy được hiệu quả của việc thúc đẩy khởi nghiệp ở ĐBSCL thời gian qua.

Hai là, hoạt động khởi nghiệp tại ĐBSCL còn mang tính khởi nghiệp lập nghiệp (Entrepreneur) chứ chưa thực sự KNĐMST. Nhìn chung, khởi nghiệp ở ĐBSCL mới chỉ là sự bắt đầu lập nghiệp nên chủ yếu tập trung vào lĩnh vực môi giới, trung gian cung cấp dịch vụ, thủ công mỹ nghệ... các mô hình khởi nghiệp chưa có tính đổi mới, sáng tạo trong khởi nghiệp, hàm lượng khoa học công nghệ còn rất thấp.

Bốn là, các mô hình ươm tạo doanh nghiệp ở ĐBSCL cũng không có nhiều, phần lớn là mới được thành lập nên kết quả ban đầu cũng không đáng kể. Hệ thống pháp lý và các chương trình ươm tạo trong trường đại học vẫn chưa đầy đủ, nguồn tài trợ cho việc hình thành và duy trì hoạt động của doanh nghiệp công nghệ rất hạn chế. Các chuyên gia cho rằng, đây là hoạt động còn khá mới mẻ, nhất là về lĩnh vực ươm tạo doanh nghiệp nên việc vận hành, triển khai cần có thời gian để điều chỉnh, hoàn thiện.

Năm là, các startups là lực lượng trẻ, sinh viên mới ra trường còn rất ít. Tỷ lệ khởi nghiệp thành công và tiến tới thành lập doanh nghiệp mới chủ yếu là người lao động đã qua quá trình làm việc. Tuổi trẻ giàu tính đam mê nhưng lại thiếu kiến thức, kỹ năng cần thiết cho khởi nghiệp; quảng bá sản phẩm, quản trị doanh nghiệp, quản trị tài chính,... kém nên thường không triển khai được ý tưởng hoặc ý tưởng “yếu mạng” khi thực hiện [7].

2.2.2. Nguyên nhân hạn chế tồn tại

Từ kết quả phân tích trên đây, có thể rút ra các nguyên nhân dẫn đến hạn chế, tồn tại trong phát triển khởi nghiệp, đặc biệt là KNĐMST của ĐBSCL thời gian qua như sau:

Trước hết, tuổi trẻ giàu tính đam mê nhưng lại thiếu kiến thức, kỹ năng cần thiết cho khởi nghiệp; các hoạt động quảng bá sản phẩm, quản trị doanh nghiệp, quản trị tài chính,... rất yếu kém nên thường ý tưởng “yếu mạng” khi thực hiện.

Hai là, tư duy tiểu nông, dựa vào tự nhiên là chính cộng với trình độ và tay nghề thấp, tâm lý muốn an nhàn, không dám mạo hiểm nên phần lớn các ý tưởng, dự án khởi nghiệp chỉ xoay quanh các hoạt động về nuôi trồng và chế biến các sản phẩm truyền thống, hàm lượng chất xám thấp, thiếu sáng tạo, chậm ứng dụng công nghệ vào sản xuất.

Ba là, môi trường pháp lý chưa rõ ràng, nhất quán giữa các địa phương, các ban ngành, tổ chức trong cùng một địa phương, làm cho nhiều người muốn khởi nghiệp nhưng chưa mạnh dạn sáng tạo, các nhà đầu tư cũng không an tâm rót vốn.

Bốn là, giữa các cơ quan hữu quan và địa phương chưa có một sự kết nối chặt chẽ, có hệ thống. Mỗi nơi làm một kiểu, hoạt động khá rời rạc, chưa có chiều sâu..., tạo ra sự khác biệt, tiềm ẩn rủi ro cho các startups.

Năm là, ĐBSCL đang thiếu hụt một đội ngũ doanh nhân, doanh nghiệp cả về số lượng lẫn chất lượng để dẫn dắt các startups về khoa học công nghệ, tìm kiếm thị trường, cũng như đầu tư phát triển nên nhiều startups chỉ hoạt động được một thời gian ngắn.

Sáu là, hoạt động của các Vườn ươm còn hạn chế, đặc biệt là trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp đăng ký tham gia ươm tạo; thiếu chuyên gia giỏi hỗ trợ điều hành, thiết bị hỗ trợ hoạt động ươm tạo chưa đầy đủ [8].

3. Hàm ý giải pháp phát triển KNĐMST ĐBSCL

3.1. Định hướng phát triển KNĐMST ĐBSCL đến năm 2020, tầm nhìn 2030

KNĐMST ở ĐBSCL cần tập trung vào các định hướng như sau:

1) KNĐMST ĐBSCL dựa trên nền kinh tế số hoá, cụ thể là cuộc cách mạng công nghệ 4.0. thúc đẩy đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ thông tin vào phát triển lĩnh vực trọng tâm dựa trên lợi thế cạnh tranh, ứng dụng công nghệ và liên kết các Startup trong các chuỗi giá trị ngành nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao,

2) KNĐMST ĐBSCL dựa trên nguồn nhân lực trẻ được đào tạo đầy đủ, bài bản về kiến thức, kỹ năng cũng như thái độ đúng đắn về KNĐMST.

3) Ưu tiên phát triển các dịch vụ và hoạt động hỗ trợ KNĐMST ĐBSCL nhằm giúp nâng cao năng lực cạnh tranh, nhanh chóng vượt qua giai đoạn khởi sự, nhanh chóng đi vào giai đoạn phát triển và mở rộng.

4) Khởi nghiệp phải đảm bảo tính bền vững và tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Trong đó, đòi hỏi các doanh nghiệp đảm bảo tiêu chuẩn kinh doanh tốt, ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại, phát triển chuỗi cung ứng xanh, thực hiện trách nhiệm xã hội và môi trường tự nhiên.

3.2. Hàm ý giải pháp phát triển KNĐMST

Để KNĐMST ĐBSCL đi vào chiều sâu, thực chất và phát triển cả về số lượng lẫn chất lượng, các địa phương trong vùng cần giải quyết tốt 6 nhóm vấn đề cốt lõi gồm:

(1) Về đào tạo nguồn nhân lực khởi nghiệp. Các cơ sở giáo dục, đào tạo và các địa phương cần xây dựng chương trình đào tạo về KNĐMST với mục tiêu là đào tạo nguồn nhân lực với tâm thế, kỹ năng, tri thức khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Đối tượng đào tạo chủ yếu là sinh viên có đam mê và định hướng rõ ràng, sẵn sàng “dấn thân” vào

khởi nghiệp đổi mới công nghệ; các hộ kinh doanh; đoàn viên, hội viên, thanh niên nông thôn có sáng kiến đột phá phát triển thành đề tài, dự án khởi nghiệp... đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức các sở, ngành, đơn vị tư vấn, hỗ trợ hoạt động KNĐMST; cập nhật kiến thức, kỹ năng quản trị doanh nghiệp, quản lý tài chính, quản lý lao động, tổ chức điều hành sản xuất... cho các sáng lập viên startups.

(2) Về tư vấn, hỗ trợ về pháp luật kinh doanh. Các địa phương cần giúp startups vượt qua được các khó khăn do thiếu các kiến thức cần thiết về luật kinh tế, chủ yếu tập trung vào các lĩnh vực như: pháp luật về kinh doanh, hợp đồng, lao động và bảo hiểm xã hội, pháp luật về thuế, kế toán, pháp luật về cạnh tranh, sở hữu trí tuệ, kinh doanh bất động sản, đầu tư... Ngoài ra, các cơ quan xúc tiến thương mại cần hỗ trợ hoạt động marketing cho startups, bao gồm cả quảng bá, giới thiệu, xúc tiến phân phối cho sản phẩm của startups. Với sự hỗ trợ này các startups sẽ khắc phục được khó khăn về tiếp cận thị trường, cạnh tranh, phân phối..., hạn chế tình trạng lúng túng trong giải quyết thủ tục hành chính trong các hoạt động nói trên.

(3) Về thúc đẩy, tạo cảm hứng khởi nghiệp sáng tạo. Các địa phương cần đẩy mạnh các hoạt động truyền thông rộng rãi, qua đó tạo cảm hứng, thúc đẩy tinh thần sáng tạo khởi nghiệp, xây dựng nhận thức, văn hóa tích cực của xã hội đối với startup. Thường xuyên tổ chức các hội nghị, hội thảo, tuyên truyền, phổ biến về đề án, kế hoạch và các cơ chế, chính sách có liên quan đến hoạt động hỗ trợ KNĐMST của Trung ương và địa phương; tổ chức các cuộc thi ý tưởng KNĐMST cho nhóm, cá nhân đặc biệt là giới trẻ.

(4) Về liên kết tạo lập môi trường khởi nghiệp thuận lợi. Đẩy mạnh hoạt động phối hợp trong việc kết nối, hỗ trợ KNĐMST trên cơ sở phát huy vai trò của Câu lạc bộ khởi nghiệp, thúc đẩy thành lập các tổ chức kết nối, đại diện cho các khởi nghiệp. Các cơ quan hữu quan cần liên kết, phối hợp xây dựng và duy trì hoạt động chuyên mục KNĐMST trên trang thông tin KH&CN địa phương, giới thiệu và chia sẻ thông tin với Cổng thông tin KNĐMST quốc gia, nhằm cung cấp kịp thời thông tin KH&CN và kết nối hoạt động chuyển giao công nghệ cho cộng đồng khởi nghiệp trên địa bàn, phổ biến các gương điển hình KNĐMST thành công của các địa phương, trong nước và ngoài nước.

(5) Về hỗ trợ vốn cho khởi nghiệp. Các địa phương cần có nguồn vốn hỗ trợ trực tiếp cho các startup ở giai đoạn “ươm mầm” (seeds), ý tưởng hoặc giai đoạn đầu của quá trình phát triển sản phẩm. Đồng thời, cũng cần mạnh dạn đứng ra bảo lãnh các khoản tín dụng dành cho khởi nghiệp từ các quỹ, tổ chức tín dụng của Nhà nước hoặc các biện pháp bảo lãnh cho các startups vay tín dụng tại các ngân hàng, tổ chức tín dụng tư nhân; nguồn vốn cho vay đối với doanh nghiệp tham gia mô hình liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị, ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp; mạng lưới nhà đầu tư thiên thần....

(6) Về hỗ trợ cơ sở hạ tầng. Các địa phương trong vùng cần quan tâm hỗ trợ về mặt bằng hoạt động cho các startup; thiết lập các khu làm việc chung, các công viên công nghệ, vườn ươm khoa học của địa phương, từ đó cung cấp không gian làm việc và trang thiết bị với giá cả hợp lý; có thể miễn giảm phí thuê cho các khởi nghiệp; xúc tiến kiến tạo và định hướng hệ sinh thái KNĐMST, phát triển vườn ươm tư nhân...

4. Kết luận

Trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập với nhiều thời cơ nhưng cũng không ít những rủi ro cạnh tranh tiềm ẩn, KNĐMST được coi là một cách thức hiệu quả để xử lý các vấn đề xã hội và đồng thời tạo ra các giá trị mới cho nền kinh tế. Việc thúc đẩy khởi nghiệp tại ĐBSCL là vấn đề mang tính cấp thiết, có tính quyết định đến tiềm năng phát triển kinh tế lâu dài của cả ĐBSCL cũng như của mỗi địa phương tỉnh thành trong khu vực. Tuy nhiên, bên cạnh một số thành quả khá khiêm tốn, KNĐMST ĐBSCL thời gian qua còn nhiều hạn chế, điển hình nhất là các ý tưởng, dự án khởi nghiệp còn thiếu chất xám, tính sáng tạo, ứng dụng công nghệ trong ý tưởng, đề án còn thấp, sản phẩm thiếu thực chất; phần lớn các ý tưởng, dự án chỉ là những giải pháp kinh doanh đơn thuần. Nguyên nhân dẫn đến hạn chế trên là các startups không có khả năng sử dụng đổi mới như một công cụ để đạt được lợi thế; thiếu kinh nghiệm hoặc các phương pháp, quy trình, công cụ quản lý đổi mới phù hợp; thiếu vốn, công nghệ, nguồn nhân lực hoặc ưu đãi để thực hiện đổi mới sáng tạo; tư duy nông nghiệp đã dẫn đến phần lớn các ý tưởng, dự án thiếu hàm lượng chất xám, thiếu sáng tạo hay ứng dụng công nghệ trong quá trình nuôi trồng và sản xuất.

Như vậy, để việc thúc đẩy khởi nghiệp đem về hiệu quả thực chất, cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa hai khối công - tư, giữa các cơ quan hữu quan của Nhà nước và doanh nghiệp. Các cơ quan hữu quan cần có cách làm cụ thể và bài bản như đơn giản hóa các thủ tục hành chính; công khai và phổ biến rộng rãi các chương trình hỗ trợ đối với khởi nghiệp thông thường; rút ngắn quy trình thủ tục hỗ trợ KNĐMST; thường xuyên tổ chức các hoạt động truyền thông nhằm thay đổi tư duy, nhận thức cho người lao động; tổ chức các chương trình đào tạo kiến thức cơ bản về kinh doanh, khởi nghiệp sinh kế, tư duy sáng tạo trong quá trình lao động, làm việc tại doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. UBND tỉnh An Giang, Chương trình hỗ trợ phát triển KNĐMST tỉnh giai đoạn 2018 – 2025, Quyết định số Ngày 25/6/2018, UBND tỉnh An Giang
2. UBND tỉnh Bến Tre, *Hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trên địa bàn tỉnh Bến Tre giai đoạn 2018 - 2020*, Kế hoạch 117/KH-UBND, ngày 09 tháng 01 năm 2018
3. UBND thành phố Cần Thơ, *Hỗ trợ Phát triển hoàn thiện hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại thành phố đến năm 2020, định hướng đến năm 2025*, Kế hoạch 175/KH-UBND, ngày 12 tháng 12 năm 2017
4. UBND tỉnh Đồng Tháp, *Khởi nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp đến năm 2020*, Kế hoạch số 242/KH-UBND, ngày 06 tháng 12 năm 2016
5. UBND tỉnh Vĩnh Long, *Chương trình khởi nghiệp tỉnh Vĩnh Long giai đoạn 2016 – 2020*, Quyết định số 3177/QĐ-UBND tỉnh Vĩnh Long ngày 30/12/2016
6. Dương WINAMP, *Start-up Student Ideas: Thán phục trước những ý tưởng khởi nghiệp sáng tạo của sinh viên!* <http://kenh14.vn/start-up-student-ideas-than-phuc-truoc-nhung-y-tuong-khoi-nghiep-sang-tao-cua-sinh-vien-20170318024535165.chn>
7. Nguyễn Thị Thương Linh, *Để khởi nghiệp ở ĐBSCL thêm hiệu quả*, Phó giám đốc VCCI Cần Thơ, <https://www.thesaigontimes.vn/275421/De-khoi-nghiep...-hieu-qua.html>
8. Lạc long, *Khởi nghiệp SSBSCl còn nhiều khó khăn thử thách*, VCCI Chi nhánh Cần Thơ, vccimekong.com/vi/nhan.../khoi-nghiep-dbscl-con-nhieu-kho-khan-va-thach-thuc...
9. Thành Sĩ, Phượng Thư, *Thanh niên An Giang một năm khởi nghiệp*, [http://tuyengiaoangiang.vn/index.php/thong-tin-tuyen-giao/dinh-huong-tuyen-truyen/..](http://tuyengiaoangiang.vn/index.php/thong-tin-tuyen-giao/dinh-huong-tuyen-truyen/)
10. Mỹ Thanh, *Cần nhiều yếu tố*, <http://baocantho.com.vn/can-nhieu-yeu-to-a102073.htm>
11. Cẩm Trúc, *“Đồng khởi khởi nghiệp và phát triển doanh nghiệp tỉnh Bến Tre”: Đạt được nhiều kết quả quan trọng bước đầu*, <http://baodongkhoi.vn...html>
12. Phạm Minh Tuấn, *Vĩnh Long hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp*, <http://dantocmiennui.vn/chinh-sach/vinh-long-ho-tro-doanh-nghiep-khoi-nghiep/167046>
13. Úc Uyên, *Đồng Tháp- Nhiều hoạt động thúc đẩy khởi nghiệp*, <https://congthuong.vn/....-99591.html> (15:17 | 02/02/2018)

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC VƯƠN LÊN KHỞI NGHIỆP CỦA PHỤ NỮ TRONG NỀN KINH TẾ SỐ

Từ Thị Thanh My

Trường Đại học An Giang

Tóm tắt

Từ xưa, phụ nữ Việt Nam được biết đến với những đức tính hết sức cao đẹp “công, dung, ngôn, hạnh”. Ngày nay, trong nền đại công nghiệp số hóa, phụ nữ Việt Nam càng khẳng định vai trò, vị trí của mình với những phẩm chất hiện đại “siêng năng, thông minh, sáng tạo và chịu khó”. Với vốn tài sản quý báu ấy, phụ nữ đã từng bước chinh phục những thách thức trong thời đại mới, vượt qua những rào cản về bản thân để phấn đấu vươn lên chu toàn cho cả gia đình và công việc, cố gắng tiếp thu tri thức mới khi khoa học công nghệ quá mới mẻ, làm gì để cạnh tranh với các hoạt động khởi nghiệp khác, cũng như rào cản quá lớn từ văn hóa của dân tộc. Mặt khác, họ bản lĩnh và tự tin tranh thủ các cơ hội sẵn có từ thành tựu của nền kinh tế số như tiếp thu tri thức mới; bồi dưỡng vốn ngoại ngữ, tin học; học hỏi để biết và sử dụng thành thạo các phương tiện kỹ thuật hiện đại; rèn luyện các kỹ năng mềm như giao tiếp ứng xử, hợp tác để phát triển vốn xã hội; học hỏi kinh nghiệm khởi nghiệp trong và ngoài nước, ... để vươn lên làm giàu chính đáng cho bản thân, gia đình và xã hội.

Từ khóa: *Phụ nữ, khởi nghiệp, cơ hội, thách thức, công nghiệp 4.0, ...*

I. Giới thiệu

1. Khởi nghiệp

Khởi nghiệp có thể được hiểu là một cá nhân hay một tổ chức đang trong quá trình bắt đầu kinh doanh. Khởi nghiệp tức là đang xây dựng một mô hình kinh doanh có tính đổi mới, sáng tạo, tính đột phá và tăng trưởng. Người khởi nghiệp là người có can đảm chấp nhận thách thức, chấp nhận rủi ro, bỏ vốn hay hùn vốn để kinh doanh trên cơ sở dám cạnh tranh và tạo ra giá trị gia tăng cho xã hội⁶⁶. Bằng hành động đó, người khởi nghiệp hy vọng làm giàu hoặc chí ít cũng tự chủ về kinh tế. Tuy nhiên, cũng bằng hành động dám chịu rủi ro, người khởi nghiệp cũng có thể chịu kết cục phá sản.

Các đặc trưng của khởi nghiệp: Làm chủ trong công việc, có cơ hội thực hiện những sở trường trong kinh doanh; cơ hội thu được những khoản lợi nhuận lớn, đầu tư vào những lĩnh vực yêu thích; được hưởng trọn vẹn thành quả lao động làm ra.⁶⁷

Như vậy, phụ nữ khởi nghiệp có thể được hiểu là quá trình phụ nữ tự chủ bắt đầu kinh doanh với những ý tưởng có tính đổi mới, sáng tạo nhằm tạo ra giá trị gia tăng cho bản thân, gia đình và xã hội.

2. Công nghiệp 4.0 và sự tác động đến quá trình khởi nghiệp

⁶⁶ Đặng Ngọc Dinh (2018), *Thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo – Một số đánh giá và đề xuất chính sách*, JSTTPM, Tập 7, Số 1, tr. 1-2

⁶⁷ Jeanne Holden (2017), *Những nguyên tắc cơ bản của việc kinh doanh*, Bộ Ngoại Giao Hoa Kỳ, tr.7

Công nghiệp 4.0 là xu hướng hiện thời trong việc tự động hóa và trao đổi dữ liệu trong công nghệ sản xuất. Nó bao gồm các hệ thống không gian mạng thực-ảo (*cyber-physical system*), Internet vạn vật, điện toán đám mây và điện toán nhận thức (*cognitive computing*).⁶⁸

Công nghiệp 4.0 tạo ra nhà máy thông minh (tiếng Anh: *smart factory*). Trong các nhà máy thông minh với cấu trúc kiểu mô-đun, hệ thống thực-ảo giám sát các quy trình thực tế, tạo ra một bản sao ảo của thế giới thực và đưa ra các quyết định phân tán. Qua Internet vạn vật, các hệ thống thực-ảo giao tiếp và cộng tác với nhau và với con người trong thời gian thực, và với sự hỗ trợ của Internet dịch vụ, dịch vụ nội hàm và dịch vụ xuyên tổ chức được cung cấp cho các bên tham gia chuỗi giá trị sử dụng.⁶⁹

Như vậy, rõ ràng trong phạm vi nào đó, công nghiệp 4.0 cũng có ảnh hưởng đến quá trình khởi nghiệp của một cá nhân, doanh nghiệp hay một tổ chức. Đặc biệt, quá trình khởi nghiệp trong giai đoạn hiện nay là một mô hình kinh doanh có tính đổi mới, sáng tạo, tính đột phá và tăng trưởng. Do vậy, những tác động của cuộc cách mạng này sẽ góp phần không nhỏ cho sự thành công hay thất bại của một quá trình khởi nghiệp. Cụ thể như giúp người khởi nghiệp tận dụng những tác động tích cực của công nghệ mới lựa chọn các phương án đầu tư tối ưu nhất, biết cách khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn lực, biết xây dựng và phát triển mạng lưới thị trường, dự tính được nhu cầu của xã hội về sản phẩm cần thiết, phương thức tạo lập uy tín cá nhân và doanh nghiệp,...

Ngoài ra, công nghiệp 4.0 cũng sẽ đặt ra những yêu cầu mới về kiến thức, kỹ năng và tâm thế của người khởi nghiệp. Những kiến thức và kỹ năng có thể chia thành 3 nhóm: Các kiến thức và kỹ năng liên quan đến nhận thức, tư duy hệ thống, tư duy phản biện, kỹ năng thích nghi, kỹ năng sáng tạo; Các kỹ năng về thể chất như kỹ năng ngôn ngữ, kỹ năng số, kỹ năng kết nối; Các kỹ năng về xã hội như kỹ năng giao tiếp, ứng xử, tạo lập quan hệ và làm việc nhóm.

Tuy nhiên, bên cạnh đó, cũng đặt ra rất nhiều thách thức cho một quá trình khởi nghiệp như sự cạnh tranh ngày càng dữ dội hơn, nhu cầu thị trường sản phẩm sẽ khó tính hơn và chất lượng nguồn nhân lực với yêu cầu cao hơn.

Tóm lại, công nghiệp 4.0 đã có những tác động rất tích cực đến sự phát triển của kinh tế - xã hội nói chung, trong đó có cả sự tác động đến quá trình khởi nghiệp. Ngoài sự hỗ trợ về khoa học công nghệ, cuộc cách mạng này còn tạo điều kiện để tất cả mọi người, đặc biệt là người phụ nữ có cơ hội để thử thách bản thân, vươn lên xây dựng địa vị và khẳng định bản thân trong xã hội.

II. Cơ hội và thách thức vươn lên khởi nghiệp của phụ nữ trong nền kinh tế số

1. Những cơ hội

Thứ nhất, cơ hội để tiếp thu tri thức mới

Công nghiệp 4.0 thực sự mang lại cơ hội lớn cho phụ nữ khi tham gia khởi nghiệp. Các ứng dụng của nó sẽ giúp các hoạt động khởi nghiệp thuận tiện, làm tăng khả năng

⁶⁸ Hermann, Pentek, Otto, 2016: [Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios](#), accessed on ngày 4 tháng 5 năm 2016; Heiner Lasi, Hans-Georg Kemper, Peter Fette, Thomas Feld, Michael Hoffmann: *Industry 4.0. In: Business & Information Systems Engineering 4* (6), pp. 239-242

⁶⁹ Bùi Nhật Quang (2017), *Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo ở Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ 4*, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội và nhân văn, tr.36

thành công. Ngoài ra, công nghiệp 4.0 còn buộc người khởi nghiệp phải nâng cao năng lực quản trị, tập trung tìm kiếm và đào tạo nguồn lao động có chất lượng cao ứng dụng công nghệ thông tin vào nghiên cứu, sản xuất, quản trị và kinh doanh⁷⁰... Đây là điều kiện để phụ nữ tranh thủ, tận dụng thời cơ để tiếp thu tri thức mới, nâng cao năng lực bản thân trong quản lý, tổ chức quá trình sản xuất lao động.

Thực tiễn cho thấy, từ những thành tựu của công nghiệp 4.0, phụ nữ dễ dàng tiếp cận được các nguồn tài liệu phong phú, họ có thể nâng cao trình độ tri thức mọi lúc, mọi nơi thông qua các phương tiện công nghệ hiện đại, trao đổi và giao lưu với nhau để sẻ chia những tri thức mới.

Thứ hai, cơ hội tốt để bồi dưỡng vốn ngoại ngữ, tin học và khả năng sử dụng các phương tiện kỹ thuật hiện đại

Trong quá trình toàn cầu hóa và hội nhập, phụ nữ có nhiều thuận lợi trong việc học tập, nâng cao trình độ và tiếp thu tri thức mới. Đồng thời, cũng trong thời kỳ này, khoa học công nghệ phát triển rộng khắp, kéo theo đó là vô vàn các chương trình, phần mềm hỗ trợ để nâng cao vốn ngoại ngữ và tin học nên phụ nữ có thể dễ dàng học tập được ở mọi lúc, mọi nơi. Đó cũng là một cơ hội rất lớn cho những người phụ nữ của gia đình tận dụng hết những thành tựu mới của công nghiệp 4.0 để rèn luyện, bồi dưỡng vốn ngoại ngữ và công nghệ thông tin. Đây được xem là điều kiện cơ bản của người công dân toàn cầu trong thời kỳ hội nhập. Mặt khác, thành thạo những kỹ năng này sẽ giúp họ rất nhiều trong quá trình khởi nghiệp, phụ nữ sẽ có cơ hội tiếp thu tri thức mới và học hỏi kinh nghiệm từ thế giới.

Thứ ba, có điều kiện rèn luyện các kỹ năng mềm như giao tiếp ứng xử, hợp tác để phát triển vốn xã hội.

Cũng trong thời đại mới, phụ nữ sẽ có nhiều điều kiện hơn trong việc tiếp cận khoa học công nghệ hiện đại để học tập và rèn luyện thêm các kỹ năng mềm. Khi thành thạo ngoại ngữ và công nghệ thông tin, phụ nữ sẽ mạnh dạn và tự tin hơn trong giao tiếp. Ngoài ra, là người khởi nghiệp, những người phụ nữ này không những phải tiên phong, làm gương trong sản xuất mà còn phải có khả năng quản trị tốt. Để quản trị tốt thì họ phải khéo léo trong các mối quan hệ, có khả năng hợp tác và kết nối tốt, phải tạo uy tín cho bản thân, niềm tin cho người đồng hợp tác và đồng thời phải có tầm nhìn xa và rộng, tự tin và quyết đoán trong các tình huống. Từ những yêu cầu đó, người phụ nữ hiện đại sẽ tự ý thức được và nghiêm túc rèn luyện, trau dồi những kỹ năng mềm và nâng cao vốn xã hội cho bản thân.

Thứ tư, công nghệ phát triển tạo điều kiện cho người phụ nữ dễ dàng học hỏi kinh nghiệm trong và ngoài nước về khởi nghiệp.

Với phụ nữ khởi nghiệp, việc kết nối, tạo mối quan hệ với những nữ doanh nhân khác là điều cần thiết. Nó giúp việc tìm kiếm và chia sẻ cơ hội hợp tác kinh doanh được thuận tiện và dễ dàng hơn bao giờ hết. Vì thế, công nghệ thông tin hiện nay là một công cụ không thể thiếu trong quá trình tạo lập các mối quan hệ, phụ nữ sẽ dễ dàng trao đổi thông tin cũng như kinh nghiệm cho nhau trong việc kinh doanh bất kể không gian, thời gian và khoảng cách địa lý. Họ dễ dàng tìm thấy và học hỏi những tấm gương phụ nữ thành công điển hình với các bài học kinh nghiệm quý báu, những kinh nghiệm quản lý và kinh doanh trong thời đại mới hay cách trở thành những con người năng lực trong xã

⁷⁰ Nguyễn Siu (2018), *Phụ nữ khởi nghiệp trong cách mạng công nghiệp 4.0*, Tạp chí Tài chính

hội hiện đại,... tất cả sẽ là động lực rất lớn cho họ phấn đấu để tiến đến giấc mơ của mình.

Tận dụng được những thời cơ đó, nghĩa là phụ nữ đang từng bước hoàn thiện bản thân, làm giàu thêm nhân cách của người phụ nữ Việt Nam trong môi trường hiện đại. Qua đó, góp phần hoàn thiện quá trình phát triển đất nước, thực hiện lối sống mới dân chủ, công bằng, văn minh.

2. Và một số thách thức

Ở Việt Nam, hòa cùng dòng chảy phát triển, phong trào khởi nghiệp đã và đang được thúc đẩy mạnh mẽ. Tuy nhiên, trên thực tế, nhiều mô hình khởi nghiệp vẫn còn gặp nhiều thách thức trong thời kỳ công nghiệp số, đặc biệt là những mô hình khởi nghiệp của phụ nữ.

Trước tiên, phải kể đến là thách thức làm sao chu toàn cho cả gia đình và công việc. Một trong những khó khăn lớn nhất của người phụ nữ khi kinh doanh đó là rào cản về giới tính. Là người vợ, người mẹ trong gia đình, người phụ nữ Việt Nam phải chu toàn cho tất cả, từ việc chăm sóc gia đình, nuôi nấng con cái đến đảm đương công việc ngoài xã hội. Ngay cả bản thân họ còn thiếu tự tin, chủ động, mạnh dạn trong hoạt động kinh doanh nhưng vẫn luôn phải nỗ lực để cân bằng giữa kinh doanh và việc chăm sóc gia đình. Chính vì lẽ đó đã làm ảnh hưởng không nhỏ đến cơ hội tiếp cận, cập nhật thông tin, kết nối, giao lưu để học hỏi, nâng cao hoặc bổ sung kiến thức, kỹ năng mềm và gặp nhiều khó khăn trong liên kết mạng lưới thị trường.

Hai là, khó khăn khi tiếp cận khoa học công nghệ mới.

Trong thời kỳ công nghiệp 4.0, phụ nữ gánh chịu thiệt thòi và gặp nhiều trở ngại hơn trong quá trình khởi nghiệp. Rào cản lớn đối với họ hiện nay đó là không được đào tạo bài bản, chính quy, thiếu kỹ năng kinh doanh, trình độ ngoại ngữ và khả năng áp dụng tin học hóa cũng chưa đáp ứng được yêu cầu hội nhập⁷¹. Đây cũng là một trong những thách thức không nhỏ đối với quá trình khởi nghiệp của phụ nữ.

Ba là, cạnh tranh gay gắt với các hoạt động khởi nghiệp khác.

Hiện nay, các nước đang phát triển đều cạnh tranh quyết liệt, tìm cách thu hút, hợp tác để có đầu tư, chuyển giao công nghệ, nhanh chóng ứng dụng những thành tựu công nghệ từ công nghiệp 4.0 đem lại để giành lợi thế phát triển. Sẽ là áp lực rất lớn cho những người phụ nữ khi tiến hành hội nhập, hợp tác quốc tế, phát triển kinh doanh trên thị trường khoa học công nghệ. Và trong thực tế, thiếu vốn sản xuất, thiếu kỹ năng kinh doanh và thị trường tiêu thụ sản phẩm đang là những thách thức lớn đặt ra trong quá trình khởi nghiệp của phụ nữ. Như vậy, nếu không chủ động tìm hiểu để nâng cao kiến thức và kỹ năng thì họ sẽ có nguy cơ bị tụt hậu trong bối cảnh thị trường thế giới đang thay đổi.

Bốn là, rào cản quá lớn từ văn hóa của dân tộc.

Môi trường kinh doanh ở Việt Nam đã được cải thiện. Tuy nhiên, phụ nữ còn gặp nhiều khó khăn trong việc làm kinh tế. Thực tế, phần lớn xuất phát từ định kiến xã hội khiến họ chưa thực sự phát huy hết tiềm năng vốn có. Là phụ nữ, họ sẽ khó tiếp cận nguồn vốn do thiếu thông tin, thiếu tài sản thế chấp, thiếu sự ủng hộ, hậu thuẫn từ chồng và gia đình; thiếu kỹ năng, kiến thức quản lý; trình độ chuyên môn, ngoại ngữ và công

⁷¹ Vi Thị Hương Lan (2016), *Thực trạng tiếp cận giáo dục, đào tạo của trẻ em gái vùng dân tộc thiểu số ở Việt Nam*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội, tr.175

nghệ còn yếu kém. Những hạn chế này phần lớn là do hệ quả của việc bất bình đẳng giữa nam và nữ ở xã hội Việt Nam.⁷²

III. Một vài đề xuất góp phần giúp phụ nữ khởi nghiệp thành công trong nền kinh tế số

Công nghiệp 4.0 thật sự đặt quá trình khởi nghiệp của phụ nữ trước rất nhiều thách thức mới. Do vậy, phụ nữ cần phải biết tận dụng những thời cơ và tự tin vượt qua các thách thức thì mới mong đạt được những mục tiêu đã đề ra. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, rèn luyện tác phong công nghiệp và làm việc khoa học.

Hiện nay, người phụ nữ luôn được xem là hạt nhân của tế bào gia đình, với tư cách là người mẹ, là công dân của xã hội có những đóng góp to lớn cho sự phát triển của gia đình hướng tới mục tiêu no ấm, tiến bộ, hạnh phúc. Vì thế, là người phụ nữ hiện đại, cần phải rèn luyện tác phong và phương thức làm việc một cách khoa học mới có thể chu toàn cho cả gia đình và công việc ngoài xã hội. Để làm được điều đó, họ phải sắp xếp thời gian biểu một cách hợp lý cho gia đình và công việc. Biết tận dụng những thành tựu của khoa học công nghệ để giảm thiểu thời gian lao động và cả thời gian làm việc nhà nhưng hiệu quả vẫn cao; xác định đâu là việc quan trọng cần phải làm trước, việc nào làm sau. Đồng thời, với các ứng dụng công nghệ cao, phụ nữ vừa có thể ở nhà quán xuyến gia đình vừa tham gia công việc từ xa hay ngược lại.

Thứ hai, chủ động nâng cao nhận thức về công nghiệp 4.0 và nâng cao trình độ bản thân.

Với sự lan tỏa nhanh chóng và mạnh mẽ, công nghiệp 4.0 đòi hỏi bản thân mỗi người phải có một tư thế chuẩn bị tốt. Phụ nữ cần nâng cao nhận thức, đi trước đón đầu tìm hiểu các thông tin cần thiết, để biết được một nền kinh tế thông minh và công nghiệp hóa. Mỗi cá nhân phụ nữ cần nỗ lực, tự vượt qua chính mình, tự học tập, tự trang bị kiến thức, để đáp ứng yêu cầu phát triển mới. Mặt khác, ý thức được sự thay đổi và cảm nhận được áp lực, thách thức từ cuộc công nghiệp 4.0 lần này để có ứng phó phù hợp với bản thân; cần nỗ lực tự trau dồi, trang bị cho mình khả năng học hỏi, sẵn sàng tiếp thu những kỹ năng mới. Ngoài ra, cần phải thay đổi tư duy và chấp nhận thay đổi môi trường, địa điểm làm việc trong những điều kiện nhất định, thậm chí sẵn sàng chấp nhận thất bại.

Thứ ba, phát triển kỹ năng mềm đáp ứng nhu cầu của công nghiệp 4.0.

Trình độ chuyên môn chưa đủ để quyết định hiệu quả trong công việc, mà đồng thời phụ nữ phải tạo cho mình các yếu tố đặc trưng về kỹ năng làm việc, khả năng sáng tạo, thích ứng, linh hoạt với công việc và giao tiếp, trình độ ngoại ngữ, tin học,... Những kỹ năng này có thể không được học trong nhà trường, không được đào tạo chính quy nhưng có thể trau dồi, rèn luyện từ kinh nghiệm trong công việc và thực tế cuộc sống. Vậy muốn thành công, phụ nữ phải hội tụ đủ cả trình độ chuyên môn, kỹ thuật và kỹ năng mềm để thích ứng với công nghiệp 4.0. Để làm được điều đó, phụ nữ cần phải trang bị cho mình nhiều tri thức cần thiết để tự tin và mạnh dạn trong giao tiếp; tạo cho bản thân nhiều cơ hội tham gia các hoạt động xã hội, các buổi giao lưu, tuyên truyền về khởi nghiệp và kinh doanh; rèn luyện tác phong hiện đại và tinh thần học hỏi tích cực; thừa nhận và chấp nhận sự góp ý của người cùng hợp tác; quản lý thời gian hợp lý và có tinh thần tập thể tốt.

⁷² Trần Thị Thanh Loan (2016), *Tiếp cận đất đai, vốn và việc làm của phụ nữ nông thôn Việt Nam*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội, tr.188

Thứ tư, tăng cường và phát huy vốn xã hội bản thân.

Để phát huy vốn xã hội, phụ nữ cần phát huy năng lực, trình độ để nâng cao uy tín bản thân và tạo niềm tin với đối tác, khách hàng. Đồng thời, trau dồi và rèn luyện các phẩm chất tốt đẹp của người phụ nữ hiện đại trong thời đại mới, đó là tự tin, tự trọng, đảm đang và sáng tạo để hỗ trợ quá trình khởi nghiệp. Mặt khác, tích cực tham gia các chương trình đào tạo nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp, các kỹ năng quản lý, không ngừng cập nhật kiến thức mới, tham gia các tổ chức hiệp hội, câu lạc bộ doanh nghiệp, doanh nhân nữ để kết nối mạng lưới đối tác, chia sẻ và học hỏi kinh nghiệm kinh doanh, góp phần thúc đẩy cho sự thành công của quá trình khởi nghiệp.

Thứ năm, phụ nữ cần có tư tưởng tiên bộ và đấu tranh bảo vệ cái mới. Phụ nữ cần phải không ngừng đấu tranh chống lại những tư tưởng lạc hậu như phân biệt nam nữ, bảo vệ và phát huy những tư tưởng tiên bộ, ủng hộ cái mới như nam nữ bình quyền, nữ giới hay nam giới đều có thể làm và làm tốt kinh tế hay các hoạt động khác trong xã hội.

Thứ sáu, tận dụng sức mạnh của khoa học công nghệ trong việc học hỏi kinh nghiệm và tìm kiếm động lực cho bản thân.

Thiếu hiểu biết, kinh nghiệm và kiến thức về khởi nghiệp sẽ làm cho phụ nữ gặp khó khăn khi hoạt động thực tế. Để khắc phục những khó khăn này, bản thân phụ nữ phải biết tận dụng sức mạnh của khoa học công nghệ trong việc chủ động tìm hiểu thông tin, cập nhật chính sách pháp luật và học hỏi những kinh nghiệm khởi nghiệp thành công. Có như vậy họ mới có sự khác biệt và tận dụng tối đa cơ hội có được.

Ngoài ra, một trong những bí quyết thành công của phụ nữ để phát triển bền vững, đó là triết lý kinh doanh gắn với trách nhiệm xã hội. Để hoạt động sản xuất, kinh doanh hiệu quả, phụ nữ cần tích cực tham gia các hoạt động xã hội, phát triển cộng đồng và ý thức về bảo vệ môi trường.⁷³

IV. Kết luận

Thực tế chứng minh, phụ nữ khởi nghiệp có thừa sự đam mê. Họ cũng thừa thời gian để chịu thất bại. Là những người rất cẩn thận, chu đáo và bản lĩnh, đây là những lý do cho thấy nền kinh tế số sẽ là nền kinh tế của phụ nữ. Nền kinh tế này gắn với thời kỳ của năng lực trí tuệ, đổi mới và sáng tạo. Do vậy, để thành công và phát triển, hơn ai hết, phụ nữ cần phải chủ động trong việc học hỏi kiến thức, nâng cao năng lực và kỹ năng, đặc biệt phải khéo léo vượt qua các thử thách của bản thân và gia đình để có thể đáp ứng tốt nhất những yêu cầu trong tình hình mới. Có như vậy, mới thấy được rằng, tuy những thách thức công nghiệp 4.0 mang lại rất nhiều nhưng chưa đủ mạnh để làm nản lòng những phụ nữ Việt Nam với những đức tính hết sức tốt đẹp. Hơn thế, đây sẽ là động lực rất lớn cho nền kinh tế Việt Nam phát triển trên nền tảng internet./.

⁷³ Ngô Chuẩn (2017), *Thay đổi tư duy khởi nghiệp*, Báo An Giang online ngày 13/10/2017

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Thu Hồng (2018), *Cơ hội và thách thức với lao động nữ trong thời kỳ cách mạng công nghiệp lần thứ tư* (<http://www.congdoan.vn/tin-tuc/cong-tac-nu-cong-gioi-510/co-hoi-va-thach-thuc-voi-lao-dong-nu-trong-thoi-ky-cach-mang-cong-nghiep-lan-thu-tu-333053.tld>)
2. Nguyễn Hồng Sơn, Phan Chí Anh (2013), *Phụ nữ khởi nghiệp tại Việt Nam*, Nxb Đại học Quốc Gia Hà Nội
3. Bùi Thị Quỳnh Trang (2017), *Cơ hội và thách thức của doanh nghiệp trước cuộc cách mạng công nghiệp 4.0* (Lấy từ <http://tapchitaichinh.vn/nguyen-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/co-hoi-va-thach-thuc-cua-doanh-nghiep-truoc-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-40-114346.html>)
4. Võ Khánh Vinh, Nguyễn Hữu Minh (2016), *Các chiều cạnh giới của sự tách biệt xã hội hướng tới chính sách toàn diện hơn đối với phụ nữ*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội
5. Tổ chức Lao động Quốc tế tại Việt Nam (2017), *Tài liệu Giáo dục khởi nghiệp*, Hà Nội

CHUYỂN ĐỔI SỐ: NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG VÀ XUẤT CHO DOANH NGHIỆP KINH DOANH BÁN LẺ VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Quang Huy
Đặng Minh Anh
Trường Đại học Ngoại thương

Tóm tắt

Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (CMCN 4.0) đang tạo ra những chuyển đổi lớn; một trật tự mới hình thành, các hệ sinh thái, mô hình kinh doanh mới đồng loạt xuất hiện đang tạo ra những thách thức cũng như cơ hội cho mỗi cá nhân, doanh nghiệp. Cạnh tranh kinh doanh trong thời đại số đang ngày càng mạnh mẽ, đòi hỏi doanh nghiệp liên tục đổi mới, cải tiến để thích ứng với sự thay đổi của khách hàng và nền kinh tế. Việc chuyển đổi số là một yêu cầu cần thiết với doanh nghiệp và những nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam.

Kinh doanh bán lẻ có đặc thù chi tiết, cụ thể và phức tạp. Doanh nghiệp bán lẻ vừa cần tìm cách giảm thiểu chi phí kho vận vừa cần không ngừng cải tiến vị trí lượng hàng tồn kho. Doanh nghiệp bán lẻ cũng cần lưu ý tăng cường các dịch vụ giá trị gia tăng cho khách hàng, cắt giảm chi phí nhân công và điều hành doanh nghiệp trong khi mở rộng các kênh bán hàng. Vì vậy, ứng dụng công nghệ vào kinh doanh và quản lý bán lẻ là tất yếu hiện nay.

Trong bài viết này, nhóm tác giả sẽ thảo luận về thực trạng ngành bán lẻ Việt Nam trong việc tiếp cận công nghệ, cơ hội, thách thức, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực chuyển đổi số của doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, Chuyển đổi số, doanh nghiệp bán lẻ.

1. Tổng quan về cách mạng công nghiệp 4.0 và chuyển đổi số

1.1. Cách mạng công nghiệp 4.0

Định nghĩa và đặc điểm của cách mạng cuộc nghiệp 4.0

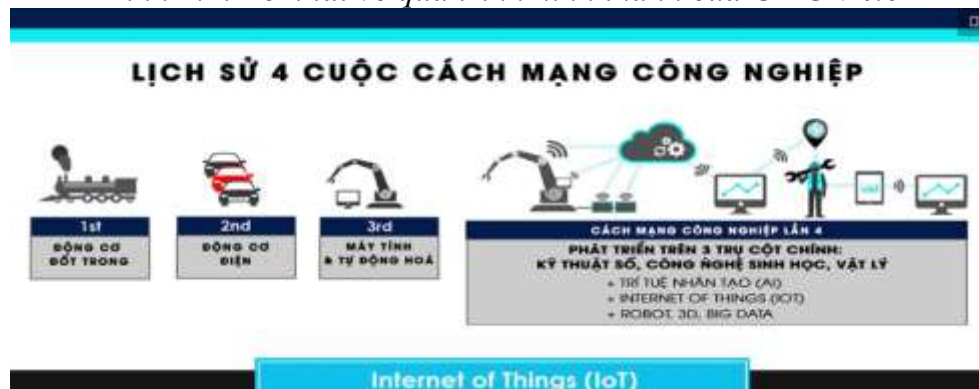
Theo GS. Klaus Schwab, Chủ tịch Diễn đàn Kinh tế Thế giới, cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) là “một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị” đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, Internet kết nối vạn vật (IoT) và Internet của các dịch vụ (IoS). Bên cạnh đó, tốc độ đột phá của CMCN 4.0 hiện đang tiến triển theo một hàm số mũ chứ không phải là tốc độ tuyến tính như các cuộc CMCN trước đây. CMCN 4.0 báo trước sự phá vỡ và chuyển đổi của toàn bộ hệ thống sản xuất, quản lý và quản trị ở hầu hết ngành công nghiệp ở mọi quốc gia cả về chiều rộng và chiều sâu. Một đặc điểm của CMCN 4.0 là xu hướng ứng dụng tự động hóa và vạn vật trao đổi dữ liệu (IoT – Internet of Things) trong công nghệ sản xuất. CMCN 4.0 tạo điều kiện thuận lợi cho việc tạo ra các nhà máy thông minh (Smart Factory).

Theo Weyer và cộng sự (2015), “công nghiệp 4.0” là một thuật ngữ chung cho một mô hình công nghiệp mới bao gồm một loạt các phát triển công nghiệp

trong tương lai liên quan đến hệ thống không gian mạng thực - ảo (Cyber-physical Systems - CPS), vạn vật kết nối (Internet of Things - IoT), dịch vụ kết nối (Internet of Service - IoS), robot, dữ liệu lớn (Big Data), công nghệ điện toán đám mây, thực tế ảo và thực tế tăng cường. Việc áp dụng các công nghệ này là trọng tâm của quá trình sản xuất thông minh, bao gồm các thiết bị, máy móc, mô-đun sản xuất và các sản phẩm có thể trao đổi thông tin một cách độc lập, kích hoạt các hành động và kiểm soát lẫn nhau, cho phép tạo ra nhà máy thông minh và môi trường sản xuất thông minh.

Như vậy, CMCN 4.0 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, trí tuệ nhân tạo, thực tế tăng cường, thiết bị tự lái, công nghệ Nano, Robot, IoT... đang làm chuyển đổi thế giới, xóa nhòa ranh giới giữa thế giới sinh học, thế giới số và thế giới vật lý. Thế mạnh của lực lượng lao động phổ thông đông đảo và chi phí rẻ dần mất đi, nhường chỗ cho lực lượng lao động mới, theo phương thức sản xuất mới với một hệ sinh thái mới. Sự thành công của những mô hình kinh doanh mới như Uber, AirBnB, Fintech là những ngọn sóng đầu tiên của CMCN 4.0.

Hình 1.1: Tóm tắt về quá trình hình thành của CMCN 4.0



Nguồn: Klaus Schwab, 2018

Hội nhập CMCN 4.0 tại Việt Nam

CMCN 4.0 đang diễn ra âm thầm và ngày càng mạnh mẽ, tác động sâu sắc đến doanh nghiệp toàn cầu. Doanh nghiệp không thay đổi hoặc chậm bắt kịp xu hướng này sẽ dần dần bị thay thế và đào thải. Trong những năm gần đây, nhiều thương hiệu lớn bị phá sản hoặc sáp nhập là một minh chứng cho điều đó. CMCN 4.0 đã, đang và sẽ thay đổi toàn bộ nền kinh tế với nhiều mô hình kinh doanh mới ra đời. Nó thay đổi hoàn toàn cách thức doanh nghiệp tương tác với khách hàng, tương tác với nhau, từ phân tích nhu cầu, tiếp thị, bán hàng, đến chăm sóc khách hàng, chuỗi cung ứng, hệ sinh thái. Nó cũng thay đổi cách thức quản trị doanh nghiệp và hoạt động hằng ngày.

Việt Nam đã tham gia khá sâu rộng trong lĩnh vực Internet và truyền thông. Theo báo cáo công tác tổng kết năm 2015 của Cục Viễn thông, Bộ Thông tin và Truyền thông, tính đến hết năm 2015, tỷ lệ người dùng Internet Việt Nam đã đạt 52% dân số. Việt Nam đứng thứ 4 thế giới về thời gian sử dụng Internet (5,2 giờ/ngày), và thứ 22 thế giới tính theo dân số về số người sử dụng mạng xã hội. Hiện nay, 55% dân số Việt Nam đang sử dụng điện thoại di động. Với điện thoại được kết nối Internet, người dùng có thể cập nhật các tin tức thời sự - kinh tế - xã hội Việt Nam cũng như thế giới. Người dùng cũng có thể đặt vé máy bay, taxi giá rẻ hay lên mạng xã hội trò chuyện với bạn bè. Việt Nam đang

được tận hưởng những công nghệ mới nhất của thế giới trong lĩnh vực truyền thông di động. Đây chính là cơ sở bước đầu để Việt Nam tham gia CMCN 4.0.

Trong vài năm trở lại đây, sự phát triển nhanh của công nghệ thế giới đã đem lại nhiều sản phẩm tối ưu hơn, phù hợp hơn cho tất cả nhu cầu doanh nghiệp. Những khái niệm như phần mềm quản trị doanh nghiệp, hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (Enterprise Resources Planning - ERP) được doanh nghiệp Việt Nam biết đến và tiếp cận nhiều hơn. Nhờ ứng dụng công nghệ vào số hoá doanh nghiệp, Thế giới di động hay The Coffee House đang dẫn đầu, vượt xa các doanh nghiệp cùng ngành. Nhưng đối với phần lớn các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam:

- Các nhà máy sản xuất ở mức dây chuyền cấp thấp bắt đầu tự động hóa, tuy nhiên chưa sử dụng robot trong công việc.
- Ứng dụng công nghệ thông tin mới được quan tâm và còn ở mức trung bình.
- Tính kết nối tạo hệ sinh thái giữa các doanh nghiệp chưa được hình thành.
- Doanh nghiệp chưa hiểu rõ CMCN 4.0, còn có tâm lý ngần ngại trong đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin vì lo lắng hiệu quả đầu tư.

1.2. Chuyển đổi số

Khái niệm về chuyển đổi số

Chuyển đổi số là quá trình chuyển đổi từ một doanh nghiệp truyền thống thành doanh nghiệp số bằng cách thay đổi phương thức điều hành lãnh đạo, văn hóa công ty, quy trình làm việc... Chuyển đổi số sẽ giúp doanh nghiệp thay đổi mô hình kinh doanh; áp dụng công nghệ (như IoT, Big Data, Cloud Computing...) nhằm đổi mới cách thức làm việc với khách hàng và đối tác. Quá trình này cũng sẽ thay đổi quy trình, thói quen làm việc... của người lao động từ việc lệ thuộc hồ sơ, giấy tờ truyền thống (hóa đơn giấy, báo cáo được in ấn...) sang việc sử dụng hóa đơn điện tử, đọc báo cáo qua ứng dụng.

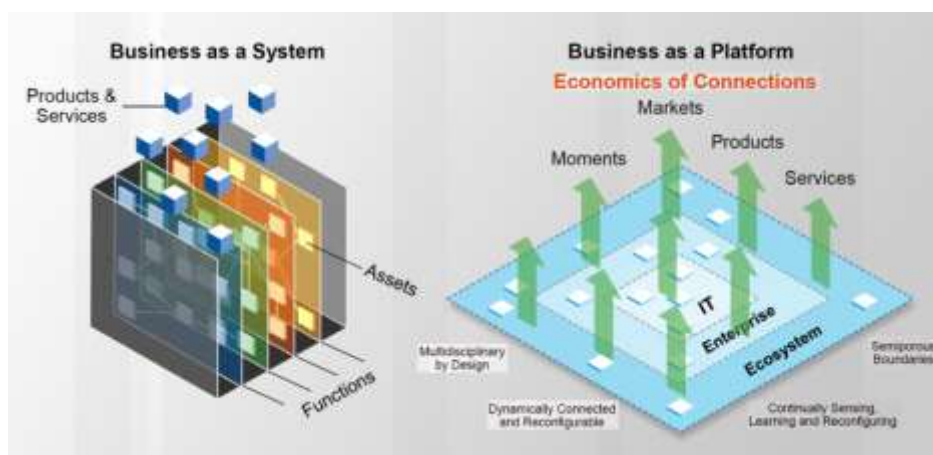
Tuy vậy, việc xây dựng các hệ thống để tự động hóa quy trình hay chức năng phục vụ kinh doanh chưa hẳn là “doanh nghiệp số”. Mô hình này đòi hỏi công ty phải được số hóa hoàn toàn từ chính sách đến nguyên tắc kinh doanh, mà ở đó, công việc của mọi người được thể hiện với tác phong kỹ thuật số; và quan trọng hơn là hệ sinh thái công nghệ tích hợp, đảm bảo an toàn cho thông tin công ty, giúp những người được phép truy cập dễ dàng tìm kiếm, chia sẻ thông tin.

Điểm mới của doanh nghiệp số là việc ứng dụng tất cả các công nghệ quản lý đồng thời như Quản lý toàn diện doanh nghiệp (Enterprise Resource Planning - ERP), Quản lý mối quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management - CRM), Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI), Hệ thống trả lời tự động (ChatBot)... Máy tính đóng vai trò trọng trong việc hỗ trợ con người làm việc tốt hơn. Điều đó không có nghĩa là các phát minh công nghệ trong quá khứ sẽ bị bỏ đi. Những hệ thống cũ này tạo nên xương sống cho doanh nghiệp số, và được nâng đỡ bởi các công nghệ mới.

Nền tảng công nghệ để chuyển đổi số

Chuyển đổi số tạo cơ hội cho một doanh nghiệp chuyển đổi từ một hệ thống đóng với đầu ra là sản phẩm, dịch vụ sang “doanh nghiệp như một nền tảng”.

Hình 1.2.1: Chuyển đổi sang “doanh nghiệp như một nền tảng”



Nguồn: Gartner, 2016

Cũng theo quan điểm Gartner, một doanh nghiệp số hoàn chỉnh cần được hỗ trợ bởi năm nền tảng công nghệ:

- Nền tảng Hệ thống thông tin (information systems platform): Hỗ trợ back office, vận hành như ERP và các hệ thống core.
- Nền tảng Trải nghiệm khách hàng (customer experience platform): Gồm các thành phần chính tiếp xúc với khách hàng như customer portal, customer apps...
- Nền tảng Dữ liệu và Phân tích (data and analytics platform): Có khả năng quản lý và phân tích thông tin/dữ liệu.
- Nền tảng IoT (IoT platform): Kết nối các tài sản vật lý phục vụ giám sát, tối ưu hóa, điều khiển và tạo ra doanh số/giá trị. Bao gồm kết nối, phân tích và tích hợp các hệ thống core và các hệ thống OT.
- Nền tảng Hệ sinh thái (ecosystems platform): Hỗ trợ việc tạo và kết nối đến hệ sinh thái, sàn thương mại/ giao dịch và các cộng đồng. Các thành phần chính gồm hệ thống quản lý API, hệ thống điều khiển và hệ thống an ninh – an toàn.

Từ chiến lược kinh doanh của mình, doanh nghiệp cần nhận định nền tảng nào trong năm nền tảng công nghệ số ở trên cần được triển khai hay cải tiến. Quá trình chuyển đổi số doanh nghiệp đòi hỏi thời gian, nguồn lực và cả điều kiện khách quan. Để đảm bảo thành công, doanh nghiệp có thể duy trì cả hai quá trình. Một là, chuyển đổi sang nền tảng công nghệ doanh nghiệp số theo lộ trình dài hạn ứng với chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Hai là, triển khai theo mô hình outsidein, phi truyền thống các nền tảng, ứng dụng nào mang lại sự khác biệt, giúp đổi mới sáng tạo nhanh chóng. Hai quá trình này cần được kết nối, tích hợp với nhau để tối đa hóa giá trị mang lại.

2. Thực trạng ngành bán lẻ Việt Nam trong việc tiếp cận công nghệ

Theo techinsight.com, tại Việt Nam, thương mại điện tử bùng nổ nhưng 80% doanh thu bán lẻ của Việt Nam vẫn đến từ các cửa hàng bán lẻ nhỏ lẻ, truyền thống. Theo thống kê, 44% khách hàng tìm hiểu sản phẩm online và tiếp tục đặt hàng online trong khi tỷ lệ khách hàng tìm hiểu sản phẩm online nhưng mua tại các cửa hàng offline lên tới 51%. Theo khảo sát của Sapo, ba kênh bán hàng lớn nhất là tại cửa hàng, Facebook và

website, tạo thành thể “chân kiềng” trong kinh doanh. Như vậy, việc các cửa hàng cần chú trọng tạo trải nghiệm xuyên suốt giữa thế giới “ảo” & “thực” rất quan trọng.

Hình 1.2.2: Xu hướng ngành Bán lẻ Việt Nam trong thời đại công nghệ



Nguồn: hsc.com.vn

2.1. Những doanh nghiệp trong ngành bán lẻ tham gia vào chuyển đổi số

Là một trong 10 nhà bán lẻ uy tín năm 2017, **Thế giới Di động** đã dành ra 13 năm để xây dựng hệ thống quản trị công nghệ, liên thông các bộ phận như website, app, CRM... vào trong tất cả các hoạt động quản lý bán hàng, quản lý kho, báo cáo tài chính, tính lương/thưởng, quản lý khách hàng hay cả tuyển dụng... Đó chính là “bí quyết” để vận hành một hệ thống bán lẻ với quy mô 1.500 siêu thị tại 63 tỉnh thành, hơn 31.000 nhân viên cùng 4 thương hiệu. Với bán lẻ, công nghệ sẽ thúc đẩy ngành hàng phát triển theo hướng nhanh hơn, tiện hơn, nâng cấp công cụ thanh toán hay phát triển những mô hình kinh doanh mới như kinh doanh trực tuyến, tiếp thị đa kênh... Trong khảo sát người tiêu dùng về ngành bán lẻ gần đây nhất của PwC, 49% người trả lời có thói quen mua sản phẩm qua điện thoại ít nhất là hàng tháng, cho thấy người tiêu dùng đang quen dần với việc ứng dụng công nghệ vào mua sắm. Về mảng bán hàng trực tuyến, Thế Giới Di Động tăng trưởng mạnh trong thời gian qua. Cụ thể, trong năm 2015, doanh thu bán hàng online đạt 1.650 tỷ đồng và đã tăng lên 3.372 tỷ đồng vào năm 2016. Tiếp nối thành công đó, đầu năm 2017, Thế Giới Di Động ra mắt sàn thương mại điện tử vuivui.com, hoạt động theo mô hình B2C với hình thức kết nối các đơn vị cung cấp hàng hóa, sản phẩm tới người tiêu dùng.

Lotte Mart - nhà bán lẻ hàng đầu đến từ Hàn Quốc đang hoạt động tại Việt Nam gần đây đã ra mắt ứng dụng mua sắm trực tuyến với tên gọi Speed Lotte. Ứng dụng di động này có mặt ở kho ứng dụng Google Play (dành cho thiết bị di động Android) và iTunes Store (dành cho thiết bị iPhone, iPad). Người tiêu dùng có thể truy cập vào website <http://speedlotte.vn> để mua sắm trực tuyến. Với Speed Lotte, khách hàng có thể đặt mua hầu hết các loại thực phẩm thiết yếu như đồ hộp, mì gói, đồ uống, sữa...Hàn Quốc. Từ tháng 12, danh mục thực phẩm có thể mua trực tuyến còn có cơm hộp ăn trưa cho các khách hàng ở gần khu vực Lotte Mart quận 7, TP.HCM.

Trước đó, vào tháng 8/2016, **Saigon Co.op** - một doanh nghiệp bán lẻ lớn nhất nước với chuỗi các trung tâm thương mại Sense City, đại siêu thị Co.opXtra, siêu thị Co.opmart, cửa hàng tiện lợi Co.op Food, cửa hàng bách hóa hiện đại Co.op Smile... đã ra mắt hai ứng dụng công nghệ, gồm Co.opmart trên thiết bị di động và trang mua sắm online cải tiến. Với giao diện thân thiện cùng các thao tác đơn giản, dễ sử dụng, ứng dụng Co.opmart được xem là bước đột phá của đơn vị này trong việc áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng. Giai đoạn đầu, ứng dụng Co.opmart triển khai trên hệ điều hành Android có tích hợp nhiều tiện ích như tra cứu điểm tích lũy, cập nhật ưu đãi, đăng ký tham gia chương trình khách hàng thân thiết và các tiện ích khác mà không cần phải đến siêu thị. Song song đó, Saigon Co.op cũng cải tiến trang mua sắm online coophomeshopping.vn với nhiều tiện ích như sàng lọc tìm kiếm thông tin sản phẩm, thanh toán online, xem tivi trực tuyến, hỗ trợ tư vấn trực tuyến, tích hợp mạng xã hội. Ngoài ra, Co.opmart đang chạy thử một số hạng mục dựa trên nền tảng công nghệ, như thanh toán tự động ở phân khúc cao áp dụng cuối năm 2017; phát triển phục vụ đa kênh, ngoài bán lẻ theo kiểu truyền thống, bán hàng qua kênh truyền hình, thì bán hàng online đang trong giai đoạn hoàn chỉnh. Cụm vận hành bao gồm tự động hóa nhà kho kết nối logistic thông minh. Theo đó, robot sẽ soạn và lên danh sách cho từng nhóm hàng đưa đến từng siêu thị, tất cả thao tác qua máy tính một cách chính xác cả về thời gian lẫn số lượng.

Trong lĩnh vực bán lẻ điện máy, công nghệ số, các thương hiệu **FPT, Nguyễn Kim, Thiên Hòa**... cũng đã đầu tư rất mạnh vào bán hàng trực tuyến. Bán hàng online hiện đang chiếm 5% thị trường bán lẻ và sẽ mở rộng đến 20% trong thời gian tới.

Nhận thấy tiềm năng của kênh trực tuyến, năm 2016, Nguyễn Kim đã mua lại Zalora Việt Nam. Việc sở hữu Zalora Việt Nam sẽ giúp Nguyễn Kim phát triển mảng thời trang trực tuyến mà Zalora là thế mạnh. Và như vậy Nguyễn Kim sẽ đẩy mạnh song song cả 2 mảng online và offline. Cùng với đó, Nguyễn Kim cũng tăng cường bán hàng trực tuyến hàng điện máy trên trang web www.nguyenkim.com. Cũng trong xu thế ấy, năm 2015, Trung tâm điện máy Thiên Hòa đầu tư mạnh vào bán hàng trực tuyến khi xây dựng đội ngũ nhân sự online lên đến vài trăm người. Bởi theo đại diện của doanh nghiệp này, kinh doanh online là xu hướng tất yếu trong thị trường công nghệ số đang phát triển rất mạnh. Theo kế hoạch đến năm 2020, Thiên Hòa sẽ đẩy mạnh kênh bán hàng trực tuyến với mục tiêu tăng trưởng 400%/năm. Hiện tại, Công ty đang đẩy mạnh quảng bá thương hiệu, xây dựng marketing online thông qua các trang mạng xã hội, website...

Hiện nay, hệ thống thông tin của FPT Shop đã được tin học hóa 100%, tiến tới tự động hóa và thông minh hơn. Tất cả công cụ, phần mềm đã giúp cho hoạt động quản lý bán hàng, mua hàng, kho bãi, bảo hành, chăm sóc khách hàng... dễ dàng hơn rất nhiều. Nếu trước đây, nhân viên FPT Shop phải ngồi tính toán, quyết định mua bao nhiêu hàng để đáp ứng đủ số bán mà không bị tồn kho quá nhiều thì nay dựa trên dữ liệu sẵn có, hệ thống sẽ phân tích và đưa ra con số gợi ý chính xác và nhanh chóng hơn. Hệ thống thông minh tự động liên kết các con số và tính toán giá trị tiếp theo. Nó cũng bám theo mục tiêu tăng trưởng 40% mỗi năm của FPT Shop để tính toán các con số bán hàng, so sánh để biết có thể đạt hay không hoặc còn thiếu bao nhiêu % doanh số mới đạt kế hoạch...

Nhìn chung lại, các doanh nghiệp Việt Nam đang bắt kịp xu hướng nhằm chiến thị phần và tăng doanh số bán lẻ nhờ bối cảnh công nghệ cao.

2.2. Cơ hội của ngành bán lẻ khi tham gia vào chuyển đổi số

Lợi ích của ứng dụng công nghệ đối với ngành bán lẻ

- Robot

Theo sự phân tích doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu thế giới là Amazon, ba ưu thế cạnh tranh của Amazon là hệ thống máy chủ, đội robot, và các kho hàng. Trong đó, chính đội robot đã làm nên cách mạng tại các kho hàng khi rút ngắn thời gian hoàn thiện đơn hàng từ 90 phút xuống còn... 15 phút/đơn hàng. Bắt đầu trang bị robot từ năm 2012, sau ba năm, Amazon đã có khoảng 15 nghìn robot, riêng trong năm 2017 đã đưa vào sử dụng 45 nghìn robot trong các nhà kho, tăng 50% trong năm vừa qua. Amazon cũng đã thử nghiệm đưa hàng bằng thiết bị bay không người lái. Dự kiến thời gian giao hàng sẽ giảm xuống còn 30 phút/đơn hàng khi áp dụng công nghệ này.

Bên cạnh đó, các hãng công nghệ khác cũng tích cực thiết kế các robot hỗ trợ ngành bán lẻ. Robot Locus của Quiet Logistics, kích cỡ robot này nhỏ hơn robot Kiva của Amazon, có màn hình cảm ứng giúp nhân viên tại nhà kho biết cần đưa hàng gì cho robot. Hãng Lowe's thử nghiệm LoweBot có thể nói được nhiều thứ tiếng, hướng dẫn khách xem các mặt hàng. Hãng bán lẻ giá rẻ WallMart lại sử dụng robot quét mã vạch giúp nhân viên siêu thị nhanh chóng tìm ra mặt hàng bị khách để lộn xộn, những mặt hàng sắp hết hạn.

Còn việc sử dụng robot làm bảo vệ tại các trung tâm mua sắm trên thế giới cũng không phải là chuyện hiếm. Các hãng bán lẻ quốc tế đã đứng trước một cuộc đua công nghệ nhằm cắt giảm chi phí, nâng cao lợi nhuận nhờ sử dụng robot giúp tăng hiệu suất lao động, mà một trong các hệ quả có thể xảy ra là người lao động mất việc làm khi robot làm việc hiệu quả hơn sức người tới 70%.

- Blockchain

Blockchain được biết đến là công nghệ hình thành đồng tiền mã hóa, nhưng lại giúp đổi mới chuỗi cung ứng của ngành bán lẻ. Công nghệ này giúp khách hàng luôn giám sát được nguồn gốc và tính xác thực của sản phẩm. Bằng cách này, nhà bán lẻ xây dựng được lòng tin nơi khách và tạo ra xu hướng tiêu dùng có ý thức. Ngoài ra, blockchain là nền tảng công nghệ giúp chuyển giá trị, tài sản giữa những người dùng thông qua internet. Trước mắt, tại Việt Nam, bán hàng kiểu thuần túy đơn kênh như chỉ dùng facebook ads, google ads, chỉ dùng cửa hàng sẽ dần biến mất và phương pháp bán đa kênh omnichannel sẽ thay đổi ngành bán lẻ. Mà trong đó sẽ xuất hiện xu hướng O2O, tức từ online kết hợp offline và từ offline kết hợp online. Mô thức giao tiếp sẽ chuyển dịch từ hệ thống đóng và tập trung, sang hệ thống mạng mở rộng dùng “đám mây tập trung” để chuyển giao dữ liệu, và tương lai gần là theo kiểu đám mây phân tán, kết nối trực tiếp các đầu mối với nhau.

- Thu thập dữ liệu định vị của khách hàng

Là công nghệ mới nhất trong ngành bán lẻ năm 2018, công nghệ này cho phép theo dõi từng bước chân của khách dùng ở quầy kệ nào, lựa chọn món đồ nào, từ đó nhà bán lẻ phân tích từng hành vi mua sắm, hiểu chính xác phân khúc khách hàng để đưa ra sản phẩm, giá cả đúng nhu cầu, kèm theo các lợi ích được cá nhân hóa khách hàng giúp gia tăng năng lực cạnh tranh.

- Công nghệ thực tế ảo phức hợp

Dù còn khá mới mẻ, nhưng công nghệ thực tế ảo phức hợp (Augmented Reality - AR) được dự báo đem lại động lực tăng trưởng cho ngành bán lẻ. AR cho phép khách sử dụng điện thoại quét lên sản phẩm muốn mua và đưa vào môi trường thực tế để hình dung sản phẩm đó có phù hợp và cho phép khách thả sức sáng tạo. Chẳng hạn, bộ bàn ghế có hợp với nhà bếp hay cái áo mặc vào sẽ ra sao. Một khi khách hàng cảm nhận được thực tại thì việc thuyết phục họ mua sản phẩm sẽ dễ dàng hơn.

- Trí tuệ nhân tạo

Trong tương lai gần, các cửa hàng bán lẻ sẽ được trang bị cảm biến để giám sát hành vi mua sắm của khách hàng, như họ đã lấy món hàng nào, mất dừng tại quầy kệ nào lâu nhất... Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI) sẽ chuyển hóa những hình ảnh này thành số liệu phân tích cho phép các nhà bán lẻ tối ưu hóa vị trí đặt sản phẩm để tăng doanh thu, giám sát được các hành vi đáng ngờ, và quản lý hàng tồn theo thời gian thực.

- Trợ lý ảo

Người tiêu dùng ngày càng sử dụng trợ lý ảo giọng nói, như Siri, Google Assistant hay Amazon Alexa để được tư vấn về những vấn đề của cuộc sống. Các nhà bán lẻ hoàn toàn có thể tận dụng công nghệ này làm lợi thế cạnh tranh với các trang bán hàng online.

- Vạn vật trao đổi dữ liệu

Vạn vật trao đổi dữ liệu (Internet of Things – IoT) có thể cung cấp phân tích chuyên sâu giúp cải thiện trải nghiệm mua sắm tại cửa hàng của khách hàng. Các thiết bị cảm biến trong cửa hàng sẽ giúp thu thập dữ liệu về vị trí và lộ trình mua sắm, cho phép nhà bán lẻ có được các phân tích tức thời về hành vi khách hàng như về tần suất và thời gian viếng thăm tại cửa hàng, lộ trình mua sắm trong cửa hàng, thời gian khách hàng dành cho mỗi khu vực cụ thể trong cửa hàng, hay thời gian xếp hàng và chờ thanh toán. Tổng hợp các nguồn dữ liệu và phân tích này cho phép nhà bán lẻ đưa ra các quyết định thực tiễn và kịp thời về tổ chức ngành hàng, sắp xếp quầy kệ, hay lượng hàng tồn trong kho và trên kệ, cũng như các chính sách về giá và chương trình giảm giá hiệu quả hơn.

Các thiết bị thông minh còn giúp việc tương tác với khách hàng được dễ dàng hơn. Về khía cạnh này, các nhà bán lẻ trực tuyến (online) thực tế đang đi đầu về áp dụng các giải pháp đổi mới vào việc giúp trải nghiệm mua sắm của khách hàng được nhanh và đơn giản hơn. Đoạn video mà Amazon, người không hề về bán hàng online toàn cầu, tung ra gần đây giới thiệu Amazon Go là một minh chứng rất cụ thể việc áp dụng các công nghệ thông minh vào quá trình mua sắm, từ việc nhận diện khách hàng bằng QR code khi vào cửa, hệ thống camera thông minh để theo dõi lộ trình mua sắm của khách hàng, cho đến hệ thống quầy kệ thông minh nhận diện hành động chọn hàng của khách hàng, cập nhật giỏ hàng ảo và thanh toán tiền tự động... Tất cả thiết bị này khi được kết nối tổng thể cùng với việc áp dụng phân tích dữ liệu và trí thông minh nhân tạo đã tạo ra một quá trình mua sắm liền mạch không ngắt quãng và đầy thú vị, từ lúc bước chân vào cửa hàng đến khi ra khỏi cửa hàng. Điều quan trọng nhất mà các nhà bán lẻ cần làm là xác định được cách thức để các thiết bị thông minh có thể đóng góp giá trị vào mỗi khâu trong lộ trình mua sắm của khách hàng bằng cách thường xuyên tự đặt câu hỏi: “Làm sao để người tiêu dùng tiết kiệm thời gian, tiền bạc và giảm áp lực mua sắm?”.

Vai trò của chuyển đổi số đối với ngành bán lẻ

Thứ nhất, kiến tạo các sản phẩm và dịch vụ: Chuyển đổi số giúp CEO có thể đo lường thị trường, khách hàng, cạnh tranh tốt hơn. Dựa trên các thông tin, doanh nghiệp có khả năng thay đổi tạo ra những sản phẩm và dịch vụ tốt hơn.

Thứ hai, tích hợp đa chức năng: Trong doanh nghiệp truyền thống, các phòng ban chức năng tồn tại hoàn toàn đơn lẻ với nhau. Thực thi kiến tạo giá trị cho khách hàng thường diễn ra chậm khi “lưu lượng” xử lý đơn tuyến có các điểm tắc nghẽn do phối hợp không tốt. Chuyển đổi số đã tạo ra nền tảng giúp cho các chức năng kết nối đa tuyến và đa chiều với nhau trong nội bộ. Thông qua các kết nối này, các vấn đề được nhận dạng, phòng ngừa trước khi xảy ra và sẽ được xử lý nhanh chóng khi các chức năng có thể thấy và phối hợp cùng nhau.

Thứ ba, khách hàng được phục vụ tốt hơn: Khách hàng ngày nay đã trở thành siêu kết nối với trên các nền tảng công nghệ mạng xã hội, zalo, email... Khách hàng tương tác với doanh nghiệp và sản phẩm/dịch vụ đa kênh. Doanh nghiệp bắt buộc phải đáp ứng nhu cầu số hóa từ khách hàng.

Thứ tư, đối thủ cạnh tranh đã chuyển đổi số: Đối thủ cạnh tranh sở hữu nền tảng số hóa cho phép họ có thể triển khai và vận hành doanh nghiệp hiệu quả nhanh hơn, chính xác hơn, chất lượng hơn. Các giải pháp quản trị và vận hành số hóa gia tăng hiệu quả từ 30-40 % cho tới 100 %. Doanh nghiệp truyền thống và số hóa là cuộc cạnh tranh giữa kẻ không lờ và chàng tỳ hon về năng lực.

Thứ năm, gia tăng hiệu quả trong hoạt động: Để đáp ứng tất cả những yêu cầu mâu thuẫn đó, doanh nghiệp phải nhờ tới số hóa. Hệ thống số hóa và tự động có thể chạy 24/24 giờ không ngừng nghỉ và không có lỗi.

Thứ sáu, hệ thống quản trị doanh nghiệp hiệu quả và minh bạch: Chuyển đổi số cho phép các CEO có thể tiếp cận các báo cáo về mọi mặt hoạt động của doanh nghiệp. Chi phí ẩn xuất phát từ các hoạt động doanh nghiệp rất lớn và đây là khoản thu lợi được từ việc đầu tư chuyển đổi số.

Thứ bảy, nhân rộng nâng cấp và thay đổi hệ thống: khi doanh nghiệp thực hiện số hóa hoàn chỉnh, các công tác nhân rộng nâng cấp và thay đổi rất dễ dàng theo dạng module hoặc nâng cấp toàn bộ quy trình. Chúng ta có thể thấy Grab dễ dàng triển khai mở rộng các tỉnh thành sau khi họ đã triển khai thành công tại TP HCM và Hà Nội.

Cuối cùng, tối ưu hóa nhân lực trong doanh nghiệp: Chuyển đổi số còn cho phép các nhân viên có năng suất cao có khả năng cộng hưởng tạo ra giá trị nhiều hơn nữa. Các công việc có giá trị gia tăng thấp sẽ được hệ thống tự động thực hiện. Nhân viên và quản lý sẽ có nhiều thời gian cho các công việc có giá trị gia tăng cao.

2.3. Thách thức của ngành bán lẻ khi tham gia vào chuyển đổi số

Thách thức của các doanh nghiệp bán lẻ trong bối cảnh CMCN 4.0

Với những đối thủ lớn được trang bị công nghệ hiện đại theo xu hướng 4.0 sẽ khiến các doanh nghiệp có nguồn lực yếu hơn đứng trước nguy cơ mất thị phần, nhân sự và lợi thế cạnh tranh. Ví dụ trong thời đại thương mại điện tử, hành vi mua sắm của khách hàng đã thay đổi. Người mua hàng dễ dàng tìm thấy thông tin người bán và nhà cung cấp trên mạng với mô tả sản phẩm, nguồn gốc và giá cả rõ ràng. Thêm vào đó, người mua có thể đặt hàng từ bất cứ nhà cung cấp nào ở trong nước, thậm chí mua hàng ở các quốc gia khác, hàng cũng sẽ được giao đến tận nhà. Chính vì thế, lợi thế cạnh tranh về mặt địa lý hay giá cả của doanh nghiệp Việt đều giảm mạnh vì khách hàng dễ dàng tìm được nhà cung cấp giá rẻ hay chất lượng tốt hơn. Các khách hàng thế hệ Y và Z thích nghi rất nhanh với xu hướng này.

Mỗi ngày thứ hai là doanh nghiệp bán lẻ phải đối diện với hình thức bán hàng và khách hàng xuyên biên giới. Đây là sự thay đổi rất lớn, chưa từng xảy ra từ trước đến nay và sẽ thay đổi vĩnh viễn môi trường kinh doanh cũng như ảnh hưởng sâu sắc đến nhiều doanh nghiệp Việt. Hiện các nước nhìn thị trường Đông Nam Á như một quốc gia với 600 triệu người. Và áp lực bán hàng từ các nước trong khu vực, đặc biệt là Trung Quốc, rất lớn. Một năm trước, Tập đoàn Alibaba đã mua Lazada. Kế hoạch mở rộng thị trường vào Đông Nam Á của Alibaba đã được công bố vài năm trước, hiện tại kho ngoại quan của tập đoàn này đã được xây dựng ở biên giới Lạng Sơn và sẽ chính thức hoạt động trong một, hai năm tới. Năm 2018, CEO Lazada công bố đã mua được hàng hóa từ 6 nước trong khu vực Đông Nam Á và Trung Quốc. Như vậy, hàng hóa trên hệ sinh thái B2C, C2C của Alibaba như Taobao, 1688... rồi sẽ được kết nối lên trang Lazada để phân phối đến người dân Việt Nam ở mọi miền và mọi góc ngách của đất nước.

Đặc biệt khi làn sóng đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực này ngày càng mạnh. Một cách khách quan, doanh nghiệp bán lẻ nội còn thua kém nhà đầu tư nước ngoài nhiều mặt: hệ thống chuỗi siêu thị, cửa hàng tuy có nhiều cải tiến nhưng vẫn thiếu chuyên nghiệp, từ công nghệ quản trị chuỗi, tổ chức trưng bày hàng hóa, giá cả thiếu cạnh tranh, nguồn hàng chưa phong phú, đa dạng, mức độ kiểm soát chất lượng hàng hóa chưa đáp ứng yêu cầu...; thiếu tính liên kết giữa các lực lượng tham gia thị trường bán lẻ; có tình trạng doanh nghiệp trong nước không những không liên kết mà còn chơi xấu nhau như: bán dưới giá thành, khuyến mãi không lành mạnh.

Khó khăn của doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam trong quá trình chuyển đổi số

Thứ nhất, tâm thế lãnh đạo: Tại Việt Nam, đa phần chủ doanh nghiệp xuất thân từ thế hệ 7X và 8X chưa quen với các công nghệ và quy trình số. Sợ hãi trước những gì mới lạ là bản chất của mọi cá nhân. Để vượt qua khó khăn này, đòi hỏi các lãnh đạo cần gia tăng tiếp xúc trải nghiệm số hóa các sản phẩm và dịch vụ trong ngành cũng như cuộc sống.

Thứ hai, quản lý cấp cao: Đa phần quản lý cấp cao không thích hoặc chống đối với quá trình chuyển đổi số vì họ đang trong vùng an toàn và có nhiều quyền lợi. Đối mặt với các công nghệ quy trình loại bỏ những mặt mạnh của họ trong công việc là một việc không dễ dàng. Tiếp cận với nỗi sợ hãi này chính là quá trình giúp họ hiểu số hóa sẽ giúp họ gia tăng sức mạnh tạo ra sản phẩm dịch vụ hay giá trị nhiều hơn từ đó quyền lợi của họ sẽ tăng hơn so với trước.

Thứ ba, phương thức quản lý và vận hành của nhân lực hiện tại: Chúng ta có thể hình dung trong doanh nghiệp khi các nhân viên thực hiện công việc sẽ bị ảnh hưởng trực tiếp từ cách thức quản lý và giám sát công việc.

Thứ tư, cơ cấu trong doanh nghiệp: Chuyển đổi số là hình ảnh phản chiếu của quy trình và vị trí từng công việc trong doanh nghiệp lên tấm gương số. Tại mỗi vị trí, khách hàng nội bộ là ai, các công việc cần giải quyết, KPI của từng vị trí. Chỉ khi nào cơ cấu trong doanh nghiệp chuẩn hóa chúng ta mới có khả năng số hóa doanh nghiệp. Có một hiện tượng là khi doanh nghiệp áp dụng ERP vào trong hoạt động, các yêu cầu vị trí trên hệ thống ERP rất khác xa với những vị trí thật tại doanh nghiệp.

Thứ năm, quy trình kinh doanh và vận hành trong doanh nghiệp: Cũng tương tự cơ cấu, các quy trình trong doanh nghiệp cũng cần được chuẩn hóa và theo bài bản. Có

một thói quen của nhân viên Việt Nam đó là thích làm theo kinh nghiệm, rất ít muốn thay đổi theo các tiêu chuẩn từ bên ngoài.

Thứ sáu, văn hóa quản trị doanh nghiệp: Có ba thay đổi lớn trong phương thức quản trị đó là tốc độ - các cấp quản lý cần phải đáp ứng nhanh với vấn đề xảy ra, khách quan - quy trình vận hành rõ ràng và minh bạch tạo ra các số liệu cho việc ra quyết định khách quan, trao quyền – người quản lý và nhân viên đều tiếp cận vấn đề giống nhau về mặt thông tin dẫn tới quản lý cần trao quyền quyết định mạnh mẽ hơn cho nhân viên.

Cuối cùng, kỹ năng và trình độ của nhân lực: Khi chuyển đổi số, khung kỹ năng và năng lực của nhân viên sẽ thay đổi để phù hợp cách thức vận hành kinh doanh mới. Khi nhân lực thiếu hụt các kỹ năng này, mô hình chuyển đổi số thất bại vì không có nhân lực.

3. Đề xuất nâng cao năng lực chuyển đổi số cho doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam

Có thể nói, sức ép cạnh tranh trong lĩnh vực bán lẻ ở Việt Nam ngày càng gia tăng khi các nhà phân phối nước ngoài ồ ạt đầu tư vào thị trường Việt Nam để giành thị phần. Ở Việt Nam có khoảng 700 siêu thị và trung tâm mua sắm, trong đó các nhà bán lẻ nước ngoài chiếm 40%, trong 125 trung tâm thương mại thì khu vực FDI có 31, chiếm khoảng 25%. Theo Bộ Công thương, đến năm 2020, Việt Nam có khoảng 1.200 – 1.300 siêu thị, 180 trung tâm thương mại và 157 trung tâm mua sắm. Sức ép này buộc các doanh nghiệp bán lẻ trong nước phải chủ động nâng cao năng lực để sẵn sàng cạnh tranh.

Thứ nhất, doanh nghiệp phải chủ động tự làm mới bản thân, như bán hàng đa kênh (omni channel) và bán lẻ trải nghiệm (experiential retail) đang là những xu thế bán lẻ trên thế giới. Trong đó, bán lẻ trải nghiệm là mô hình mới được nhiều chuỗi bán lẻ truyền thống (brick-and-mortar stores) theo đuổi vì giúp tận dụng được mặt bằng bán lẻ sẵn có.

Thứ hai, các nhà bán lẻ Việt Nam có nhiều lợi thế “truyền thống” như hiểu người tiêu dùng, có hệ thống phân phối mạnh và nguồn lực con người. Tuy nhiên, con đường phát triển của họ sẽ không như trong quá khứ được nữa. Thị trường đang có rất nhiều thay đổi, buộc các doanh nghiệp phải quan tâm, thích ứng và triển khai chiến lược phù hợp.

Dưới đây là bốn đề xuất cho doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam nâng cao năng lực chuyển đổi số trong bối cảnh CMCN 4.0:

- **Khi triển khai mô hình kinh doanh mới doanh nghiệp cần có nhiều hơn nữa những sự sáng tạo và đổi mới**

- Tập trung vào trải nghiệm khách hàng (cả online và offline)
- Kết nối và ứng dụng công nghệ thông tin
- Tính tới khả năng thực thi của đội ngũ hiện tại
- Chuẩn bị khả năng mở rộng nhanh và đồng bộ
- Môi trường mua sắm, bao gồm các thiết kế cửa hàng
- Sẵn sàng đáp ứng nhu cầu thay đổi trong tương lai

- **Ứng dụng công nghệ thông tin**

- Kết nối thông tin hiệu quả với không chỉ với khách hàng (B2C) mà còn giữa nhà bán lẻ với nhà cung cấp (B2B hoặc B2B2C).

- Khai thác dữ liệu hiệu quả: căn cứ thể theo hướng dữ liệu tức thì (on time), dữ liệu trở thành thông tin cần thiết để đưa ra quyết định kinh doanh, dữ liệu bán hàng của nhà bán lẻ cần trở thành dữ liệu thị trường mà các nhãn hàng cần đến.
- Tập trung xây dựng hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP) có tính kết nối, an toàn và bảo mật cao. Trên hết, để triển khai hệ thống ERP cho doanh nghiệp thành công, nhà bán lẻ cần có một tầm nhìn và chiến lược công nghệ thông tin đủ mạnh để thích ứng với một thế giới đang thay đổi nhanh chóng.

- **Hiểu biết đối thủ mới, mô hình mới và sự thay đổi của khách hàng**

Trước đây, các “đối thủ mới” thường sẽ nghiên cứu và học hỏi được từ các nhà kinh doanh hiện hữu. Tuy nhiên, điều đó đã không còn thường xuyên xảy ra. Các nhà bán lẻ mới tham gia thị trường bằng các mô hình kinh doanh mới, dịch vụ và trải nghiệm mới đã khiến các doanh nghiệp bán lẻ nội địa “giật mình” và nghiên cứu đối mới theo. Thậm chí, kẻ mới đến còn hiểu khách hàng hơn nhà bán lẻ hiện tại vì họ có kinh nghiệm quốc tế, đã quan sát thị trường đủ lâu và chuẩn bị mô hình kinh doanh, kế hoạch phù hợp để tham gia.

Mô hình cửa hàng chuyên doanh và cửa hàng tiện lợi như Circle K, 7-ELEVEN, Guardian, hay thậm chí Con Cưng, Mẹ và bé, Bách hóa Xanh, Điện máy Xanh, đã khiến cho cuộc đua mở rộng mô hình kinh doanh và mạng lưới trở nên hấp dẫn nhưng đầy quyết liệt hơn. Bên cạnh đó, các loại hình kinh doanh online của cả doanh nghiệp và người bán hàng online độc lập, hay thậm chí người nổi tiếng cũng tạo thêm sức ép. Những tác nhân như vậy đã khiến thị phần và tốc độ tăng trưởng của các doanh nghiệp bán lẻ lâu năm bị ảnh hưởng, thậm chí suy giảm.

Khách hàng đang thay đổi nhanh hơn sự hiểu biết và khả năng ứng phó của doanh nghiệp theo nhiều khía cạnh khác nhau như: thói quen, hành vi mua sắm tại cửa hàng. Với sự xuất hiện ngày càng nhiều các giao dịch qua điện thoại thông minh, rõ ràng mua sắm đã thay đổi, thậm chí dấu ấn thương hiệu cũng khác. Ví dụ, trước đây khách hàng mua sắm tại siêu thị còn có thể kết hợp với giải trí, thì tới nay thói quen này đã gần như đã chấm dứt. Thay vào đó, khách hàng có xu hướng giải trí tại rạp chiếu phim, quán cà phê, hay shopping mall. Rõ ràng mua sắm của khách hàng đã thay đổi theo xu hướng tự nhiên (family life cycle) hoặc theo nhu cầu mới dựa trên hàng mới, thu nhập và xu hướng chung của thị trường. Doanh nghiệp bán lẻ nên chủ động xây dựng đội ngũ chăm sóc khách hàng và hệ thống quản trị riêng để tổng hợp, phân tích, đánh giá những thông tin độc lập, qua đó, những thay đổi của thị trường được ghi nhận và thúc đẩy các yếu tố bên trong doanh nghiệp chuyển động theo để phục vụ khách hàng của mình, chứ không chỉ là tìm cách đối đầu trực tiếp với các đối thủ.

- **Nâng cao năng lực và chuyên nghiệp hóa nguồn lực**

Các nhà bán lẻ thường có xu hướng đưa ra quyết định dựa trên tình hình thực tế và thay đổi từ thị trường bên ngoài. Vì vậy, có khả năng phần lớn nguồn lực nội bộ bị “bỏ quên” trong quá trình đổi mới của doanh nghiệp. Ví dụ, đa số nhân viên mới thiếu cơ hội được đào tạo kỹ năng mới, nhưng có thể được giao nhiều nhiệm vụ hơn so với trước đây vì sức ép cạnh tranh. Theo đó, các doanh nghiệp bán lẻ nên thực hiện một số cải tiến trong mô hình quản trị, như:

- Quản trị tập trung: các công việc và nghiệp vụ quan trọng, rắc rối được tập trung giải quyết theo đầu mối thống nhất.

- Đơn giản hóa quy trình công việc để các nhân viên tập trung phục vụ khách hàng và bán hàng thay vì phải giải quyết rất nhiều công việc phía sau.
- Áp dụng các quy trình online: nhà bán lẻ nên nhớ nhân viên của chính họ cũng hiện đại như khách hàng. Vì vậy, họ sẽ cảm thấy hứng thú và hiệu quả hơn khi được áp dụng các quy trình công việc hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục thông tin Khoa học và công nghệ Quốc gia, 2016. *Tổng luận “Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4*
2. “*Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Việt Nam đang “đứng” đâu?*”
<http://khpl.moj.gov.vn/qt/tintuc/Pages/hoat-dong-khoa-hoc.aspx?ItemID=139>
3. “*Nền tảng công nghệ để doanh nghiệp, tổ chức chuyển đổi số*”, 2018.
<https://techinsight.com.vn/nen-tang-cong-nghe-de-doanh-nghiep-chuc-chuyen-doi/>
4. “*Chuyển đổi số là cuộc lột xác của doanh nghiệp vì vậy có rất nhiều khó khăn trong quá trình số hóa*”, 2018.
<http://enternews.vn/bay-kho-khan-trong-chuyen-doi-so-131585.html>
5. “*Số hóa doanh nghiệp – Tại sao doanh nghiệp Việt e ngại trong việc số hoá doanh nghiệp thời kỳ Cách mạng công nghệ 4.0*”, 2018.
<https://www.kici3.com/so-hoa-doanh-nghiep-tai-sao-doanh-nghiep-viet-e-ngai/>
6. doanhnhansaigon.vn, 2018, “*Cửa hàng không người bán: Xu hướng mới của ngành bán lẻ?*”
<https://doanhnhansaigon.vn/marketing-quang-cao/cua-hang-khong-nguoi-ban-xu-huong-moi-cua-nganh-ban-le-1084799.html>
7. doanhnhansaigon.vn, 2017, “*Ngành bán lẻ đưa công nghệ*”.
<https://doanhnhansaigon.vn/chuyen-lam-an/nganh-ban-le-dua-cong-nghe-1082532.html>
8. nhandan.com.vn, 2017, “*Cơ hội của ngành bán lẻ liệu có được tận dụng?*”
<http://www.nhandan.com.vn/baothoinay/baothoinay-xahoi/baothoinay-xahoi-vande/item/35064802-co-hoi-cua-nganh-ban-le-lieu-co-duoc-tan-dung.html>
9. enternews.vn, 2018, “*4 xu hướng trong ngành bán lẻ*”.
<http://enternews.vn/4-xu-huong-trong-nganh-ban-le-130164.html>
10. doanhnhansaigon.vn, 2018, “*Công nghệ đang thay đổi ngành bán lẻ*”.
<https://doanhnhansaigon.vn/thoi-su-quoc-te/cong-nghe-dang-thay-doi-nganh-ban-le-1085206.html>

MỐI QUAN HỆ GIỮA VIỆC HỌC TẬP CỦA TỔ CHỨC VÀ NĂNG LỰC ĐỔI MỚI TỔ CHỨC TRONG BỐI CẢNH CÁCH MẠNG CÔNG NGHỆ 4.0

Bùi Thị Thanh

Trường Đại học Kinh tế TP. HCM

Nguyễn Lê Duyên

Công ty ACS Trading Việt Nam

Tóm tắt

Nghiên cứu này nhằm đo lường mối quan hệ giữa việc học tập của tổ chức và năng lực đổi mới tổ chức. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ 281 nhân viên và nhà quản lý đang làm việc tại các doanh nghiệp ngành logistics ở TP. HCM. Mô hình nghiên cứu đề xuất dựa vào lý thuyết học tập của tổ chức, năng lực đổi mới tổ chức và nghiên cứu của Kiziloglu (2015), Calantone & cộng sự (2002); và được kiểm định bằng phương pháp phân tích hồi quy bội. Kết quả nghiên cứu xác định các thành phần học tập của tổ chức ảnh hưởng đến năng lực đổi mới tổ chức sắp xếp theo thứ tự quan trọng giảm dần: (1) cam kết đối với việc học tập; (2) chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập; (3) tư duy mở; (4) chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức. Từ kết quả nghiên cứu, đề xuất một số hàm ý liên quan đến việc học tập của tổ chức để gia tăng năng lực đổi mới tổ chức.

***Từ khóa:** Cách mạng công nghệ 4.0; doanh nghiệp Logistics; năng lực đổi mới tổ chức; việc học tập của tổ chức.*

1. Giới thiệu

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 với nền tảng công nghệ số và tích hợp công nghệ thông minh để tối ưu hóa quy trình, phương pháp sản xuất và quản lý đã và đang diễn ra mạnh mẽ trong tất cả các ngành nghề. Chính vì vậy, các doanh nghiệp cần nỗ lực duy trì lợi thế cạnh tranh bền vững thực sự của chính họ (như chất lượng nguồn nhân lực, việc học tập của tổ chức, năng lực đổi mới tổ chức,..) để tạo ra sự khác biệt với đối thủ trên thị trường (Kiziloglu, 2015). Nhiều nghiên cứu (Calantone & cộng sự, 2002; Kiziloglu, 2015; Hao & cộng sự, 2012) đã chỉ ra rằng, các doanh nghiệp có khả năng học tập sẽ thích nghi nhanh chóng với sự thay đổi của môi trường và năng lực học tập của tổ chức đóng một vai trò quan trọng trong việc cải thiện năng lực cạnh tranh, hiệu quả của tổ chức cũng như việc phát triển năng lực đổi mới trong tổ chức đó. Do đó, một doanh nghiệp muốn có năng lực đổi mới và tạo ra nó như một thói quen thì trước tiên họ cần tạo điều kiện cho những ý tưởng mới được ra đời và áp dụng những ý tưởng đó trong tổ chức (Weerewardena & cộng sự, 2006).

Tại Việt Nam, theo chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ đến năm 2020, ngành dịch vụ logistics được nhấn mạnh là yếu tố then chốt thúc đẩy phát triển sản xuất, hệ thống phân phối các ngành dịch vụ khác, lưu thông hàng hóa trong nước và xuất nhập khẩu. Năm 2012, theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới, chỉ số năng lực logistics quốc gia của Việt Nam đứng thứ 53 trên 155 nước khảo sát và đứng thứ 5 khu vực ASEAN; năm 2014, chỉ số này được cải thiện lên hạng 48/166 quốc gia; tuy nhiên, đến năm 2016, thì đã tụt hạng xuống 64/160 quốc gia (Nguyễn Thị Thanh Vân, 2018).

Bên cạnh đó, theo dự báo của Bộ Công Thương về chuỗi cung ứng và logistics toàn cầu đến năm 2020, cách mạng công nghiệp 4.0 với những bứt phá trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo tích hợp với mạng lưới kết nối Internet vạn vật (IoT) và các công cụ hiện đại hóa đang bắt đầu làm thay đổi toàn bộ viễn cảnh của dịch vụ kho bãi và phân phối hàng hóa trên toàn thế giới. Trong vòng 3 năm tới, IoT sẽ trở nên phổ biến trong lĩnh vực logistics (Logistics Việt Nam, 2017). Nhưng trong khi đó, đa phần các doanh nghiệp logistics nội địa đều có dịch vụ đơn lẻ, tính tích hợp chưa cao, quy mô nhỏ hoặc rất nhỏ, hoạt động manh mún, chưa có sự hợp tác với nhau, chất lượng dịch vụ còn yếu và hoạt động chưa theo định hướng bền vững; đội ngũ nhân lực ngành logistics còn thiếu về số lượng và yếu về chất lượng (Nguyễn Thị Thanh Vân, 2018); các nhà quản lý doanh nghiệp chưa chú trọng đến việc xây dựng văn hóa học tập của tổ chức (thời báo kinh tế Việt Nam, 2016). Do vậy, để có thể thích ứng với bối cảnh của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đang diễn ra nhanh chóng như hiện nay, thì một trong những hoạt động mà các doanh nghiệp ngành logistics cần phải quan tâm nhằm tạo ra năng lực đổi mới tổ chức, đó là xây dựng văn hóa học tập của tổ chức.

Cho đến hiện tại, còn rất ít nghiên cứu về mối quan hệ giữa việc học tập và năng lực đổi mới tổ chức, đặc biệt là chưa có nghiên cứu trong ngành logistics tại Việt Nam. Do đó, việc khám phá và đo lường các yếu tố của việc học tập của tổ chức ảnh hưởng đến năng lực đổi mới tổ chức, đặt cơ sở khoa học cho việc đề xuất các hàm ý quản trị có ý nghĩa hết sức quan trọng đối với các doanh nghiệp ngành logistics trong bối cảnh hiện nay.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Theo Senge (1990) *việc học tập của tổ chức* là quá trình phát triển kiến thức mới và hiểu biết mới từ những trải nghiệm của các thành viên trong tổ chức, và có khả năng tác động đến hành vi và cải thiện năng lực của tổ chức.

Calantone & cộng sự (2002) đề cập, việc học tập của tổ chức liên quan đến toàn bộ hoạt động của tổ chức về việc tạo ra và sử dụng kiến thức để nâng cao lợi thế cạnh tranh bao gồm các hoạt động thu thập và chia sẻ thông tin về nhu cầu khách hàng; thay đổi thị trường; hành động của đối thủ cạnh tranh; cũng như sự phát triển công nghệ mới để tạo ra sản phẩm/dịch vụ mới vượt trội hơn so với đối thủ cạnh tranh.

Spicer & Smith (2006) cho rằng, việc học tập của tổ chức phản ánh nỗ lực tạo ra và hệ thống hóa các kiến thức trong tổ chức để mang lại lợi thế cạnh tranh bền vững và không thể bắt chước trong môi trường kinh doanh mà công nghệ và sản phẩm có thể dễ dàng được sao chép và bắt chước.

Theo Aydın & Ceylan (2009), việc học tập của tổ chức là năng lực tổ chức, phát triển khả năng thu thập thông tin mới và chuyển đổi thông tin đó thành kiến thức. Đó là một quá trình kết hợp giữa các hệ thống tổ chức nội bộ và bên ngoài, văn hóa học tập (như giao tiếp cởi mở; phát triển và áp dụng kiến thức mới; tương tác thông tin) để từ đó thay đổi hành vi của nhân viên góp phần vào việc cải thiện hiệu quả tổ chức, thích ứng với sự thay đổi và phát triển năng lực đổi mới của tổ chức.

Tóm lại, lý thuyết học tập của tổ chức nhằm phân tích và xác định xem quá trình học tập được diễn ra như thế nào tại các tổ chức (Crossan và cộng sự, 1999). Do đó, nó tập trung nhấn mạnh các điểm sau: thay đổi thói quen của tổ chức; tiếp cận những kiến thức hữu ích; tăng năng lực tổ chức cho việc sản xuất mới; tạo ra và phát triển kiến thức

liên quan đến các hoạt động đầu ra của tổ chức; xác định và sửa lỗi (Edmonson & Moingeon, 1996).

Hurley & Hult (1998) đề cập đến *năng lực đổi mới* từ khía cạnh tổ chức, đó là sự cởi mở với những ý tưởng mới như một phần trong văn hóa doanh nghiệp của tổ chức; hay tổ chức sẵn sàng với sự thay đổi (Calantone & cộng sự, 2002). Wang và Ahmed (2004) cho rằng, năng lực đổi mới tổ chức chính là tổng thể khả năng đổi mới của một tổ chức; là việc giới thiệu sản phẩm mới ra thị trường, hoặc tạo ra một thị trường mới; thông qua sự kết hợp của định hướng chiến lược với sự đổi mới trong hành vi và quá trình hoạt động của tổ chức (Wang và Ahmed, 2004). Điều này được hiểu như sự thích ứng và áp dụng những ý tưởng và hành vi mới (Jiménez-Jiménez, 2010).

Nhiều nghiên cứu gần đây (Calantone & cộng sự, 2002; Kiziloglu, 2015; Hao & cộng sự, 2012;...) đã cung cấp bằng chứng về mối quan hệ tích cực giữa việc học tập của tổ chức và năng lực đổi mới tổ chức. Đồng thời, các nghiên cứu này cũng cho thấy, các yếu tố thành phần của học tập của tổ chức ảnh hưởng đến năng lực đổi mới trong tổ chức bao gồm: (1) cam kết đối với việc học tập; (2) chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập; (3) tư duy mở; (4) chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức. Kết quả nghiên cứu định tính bằng kỹ thuật thảo luận tay đôi với các nhà quản lý và nhân viên cũng cho thấy, các yếu tố thành phần năng lực học tập của tổ chức nêu trên là phù hợp với bối cảnh và điều kiện của các doanh nghiệp ngành logistics. Khái niệm của 4 thành phần này được trình bày dưới đây.

Cam kết đối với việc học tập: là khả năng thúc đẩy và khuyến khích môi trường học tập trong tổ chức. Cam kết coi việc học như một khoản đầu tư quan trọng cho sự sống còn của tổ chức trong môi trường thay đổi nhanh chóng như ngày nay. Và quan trọng nhất, nó liên quan đến định hướng chiến lược lâu dài của tổ chức vì các khoản đầu tư ngắn hạn cho việc học tập sẽ mang đến lợi ích dài hạn cho tổ chức (Calantone & cộng sự, 2002). Ví dụ, để khuyến khích việc học tập, các nhà quản lý có thể tạo điều kiện cho nhân viên sử dụng thời gian trong giờ làm việc để theo đuổi kiến thức bên ngoài phạm vi công việc của họ (Slater & Narver, 1994).

Đồng thời, nếu một tổ chức không khuyến khích phát triển kiến thức, nhân viên sẽ không có động lực để theo đuổi các hoạt động học tập (Calantone & cộng sự, 2002). Damanpour (1991) cho rằng một tổ chức cam kết với việc học tập có khả năng đổi mới lớn hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Tổ chức ấy sẽ hiểu được điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ, không chỉ học từ thành công mà còn từ những thất bại của đối thủ. Tất cả những điều này góp phần vào khả năng đổi mới của tổ chức (Calantone & cộng sự, 2002). Nghiên cứu của Kiziloglu (2015) đã kết luận cam kết đối với việc học tập ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức. Do vậy, cho phép đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết H1: Cam kết đối với việc học tập ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức.

Chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập: đề cập đến việc tập trung hoạt động của tổ chức vào việc học tập. Verona (1999) nhấn mạnh rằng, nếu không có việc chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập thì các hoạt động liên quan của các thành viên trong tổ chức sẽ ít có ý nghĩa hơn; ngay cả khi họ có động cơ để học hỏi, nhưng rất khó để biết phải cần học điều gì.

Do đó, một môi trường học tập tích cực đòi hỏi tổ chức tập trung vào kiến thức mới khi nó được thực hiện. Một định hướng rõ ràng cho việc học tập sẽ tạo thành sức

manh và năng lực cốt lõi cho tổ chức (Calantone & cộng sự, 2002). Brown và Eisenhardt (1995) cho rằng các cá nhân từ các bộ phận, phòng ban chức năng nhận thức được sự đổi mới theo nhiều cách khác nhau, do đó tổ chức cần hỗ trợ trong giao tiếp nội bộ, chia sẻ tầm nhìn đối với việc học tập để khuyến khích các phòng ban vượt qua rào cản giao tiếp, tăng lượng thông tin thu nhận được, phối hợp với các phòng ban khác hình thành ý thức chung về sự đổi mới. Đồng thời, nghiên cứu của Kiziloglu (2015), Hao & cộng sự (2012) đã kết luận, chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức. Do vậy, cho phép đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết H2: Chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức.

Tư duy mở: là việc sẵn sàng đánh giá một cách nghiêm túc các hoạt động của tổ chức trong việc chấp nhận những ý tưởng mới (Sinkula & cộng sự, 2012). Ngày nay, các doanh nghiệp đang phải thích ứng với thị trường thay đổi nhanh chóng, chính vì vậy mà kiến thức hiện tại trở nên lỗi thời rất nhanh. Mặc dù vậy, các bài học kinh nghiệm trong quá khứ vẫn có thể mang tính hướng dẫn nếu tổ chức cởi mở để đặt câu hỏi và tìm hiểu về chúng. Nó cũng quan trọng cho việc bỏ qua những cách thức cũ kỹ để cập nhật hoặc làm mới kiến thức (Calantone & cộng sự, 2002).

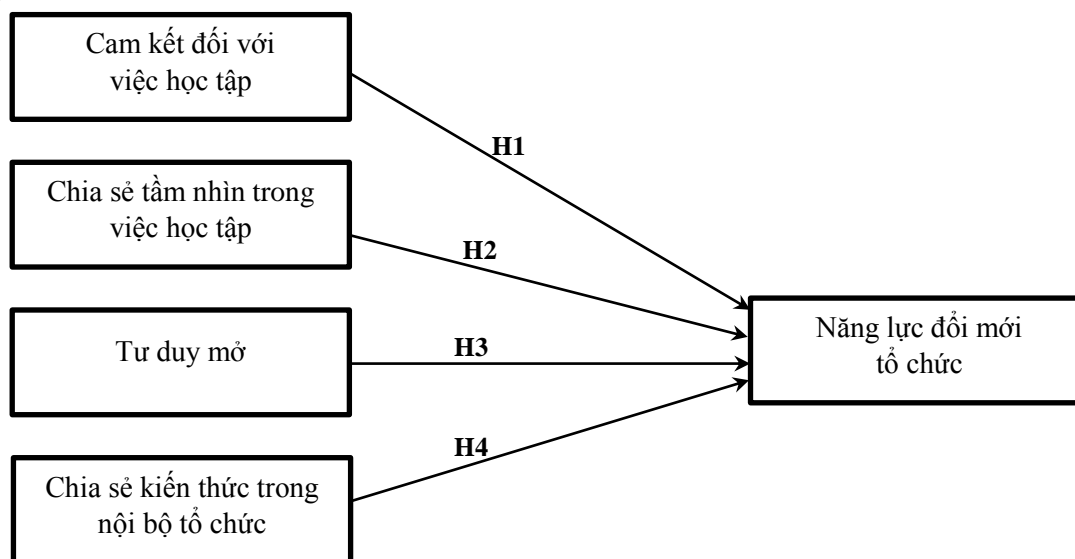
Do đó, tư duy mở trong việc tạo điều kiện cho học tập của các cá nhân và tập thể trong tổ chức sẽ góp phần tạo động lực cho năng lực đổi mới. Đồng thời, nghiên cứu của Calantone & cộng sự (2002), Hao & cộng sự (2012) đã kết luận tư duy mở ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức. Do vậy, cho phép đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết H3: Tư duy mở ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức.

Chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức: đề cập đến niềm tin, hành vi, hoặc thói quen tập thể liên quan đến việc học tập ảnh hưởng đến các bộ phận khác nhau của tổ chức. Những kiến thức và thông tin thu thập được từ nhiều nguồn khác nhau và được sử dụng để tham khảo cho những hoạt động và quyết định trong tương lai (Lukas & cộng sự, 1996). Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng việc học tập trong tổ chức sẽ không thể xảy ra nếu tổ chức đó không có hệ thống chia sẻ và sàng lọc thông tin. Việc chia sẻ kiến thức nội bộ không đơn giản chỉ là lấy thông tin từ nhiều nguồn khác nhau. Nó bao gồm tái xử lý, hệ thống và cấu trúc lại thông tin. Những kinh nghiệm và bài học cần được chia sẻ giữa các phòng ban và được lưu trữ trong bộ nhớ của tổ chức.

Do đó, một tổ chức khuyến khích việc chia sẻ kiến thức giữa các phòng ban, bộ phận khác nhau sẽ tạo điều kiện cho việc học tập cũng như tác động đến sự đổi mới trong tổ chức đó. Đồng thời, nghiên cứu của Calantone & cộng sự (2002), Kiziloglu (2015), đã kết luận chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức. Do vậy, cho phép đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết H4: Chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện bằng kỹ thuật thảo luận tay đôi (với 9 nhân viên và nhà quản lý đang làm việc tại các doanh nghiệp logistics), theo dàn bài thảo luận được xây dựng trước, nhằm điều chỉnh, bổ sung các thành phần của học tập của tổ chức, năng lực đổi mới tổ chức và phát triển thang đo các khái niệm này (thang đo Likert 1-5, 1 hoàn toàn phản đối; 5 hoàn toàn đồng ý). Kết quả khẳng định 4 yếu tố được đề xuất trong mô hình lý thuyết (Hình 1) là các yếu tố chính của việc học tập của tổ chức và phát triển thang đo gồm 22 biến quan sát (Bảng 1).

Bảng 1: Thang đo Việc học tập của tổ chức và Năng lực đổi mới tổ chức

Thang đo	Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
Cam kết đối với việc học tập (Commitment to learn – CL)	CL1	- Các nhà quản lý trong tổ chức của anh/chị cho rằng khả năng học tập của tổ chức là chìa khóa của lợi thế cạnh tranh của tổ chức	Calantone & cộng sự (2002)
	CL2	- Những giá trị cốt lõi trong tổ chức bao gồm việc khuyến khích học tập là chìa khóa của việc cải tiến công việc trong tổ chức của anh/chị	
	CL3	- Trong tổ chức của anh/chị, các nhà quản lý quan niệm rằng việc học tập của nhân viên là đầu tư chứ không phải là chi phí	
	CL4	- Trong tổ chức của anh/chị, việc học tập trong tổ chức được xem như là một trong những yếu tố cần thiết đảm bảo sự tồn tại, phát triển bền vững của tổ chức	
Chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập (Shared Vision)	SV1	- Chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập là việc phổ biến trong tổ chức của anh/chị	Calantone & cộng sự (2002), Hao & cộng sự (2012)
	SV2	- Học tập được xem là cần thiết để cải thiện, nâng cao hiệu quả của tổ chức, được chia sẻ ở	

– SV)	SV3 SV4	tất cả các bộ phận, phòng ban - Trong tổ chức của anh/chị, anh/chị đều được cam kết với mục tiêu học tập của tổ chức - Anh/chị xem bản thân anh/chị như một phần trong định hướng phát triển của tổ chức	
Tư duy mở (Open - mindednes – OM)	OM1 OM2 OM3 OM4 OM5	- Anh/chị không ngại trong việc nghiêm túc phản ánh, chia sẻ những nhận định của anh/chị về khách hàng - Anh/chị nhận ra rằng để thấu hiểu thị trường thì phải không ngừng đặt câu hỏi, tìm hiểu về nó - Những đóng góp ý tưởng của anh/chị luôn được đánh giá cao - Anh/chị liên tục đánh giá những quyết định, cách hoạt động của anh/chị theo thời gian - Văn hóa tổ chức của anh/chị thúc đẩy sự đổi mới liên tục trong công việc	Calantone & cộng sự (2002), Hao & cộng sự (2012)
Chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức (Intraorganizational knowledge sharing – IS)	IS1 IS2 IS3 IS4	- Nhiều cuộc trò chuyện cởi mở diễn ra trong tổ chức về những bài học được rút kết từ trong quá khứ - Tổ chức luôn chia sẻ những bài học kinh nghiệm không thành công và truyền đạt nó rộng rãi đến anh/chị - Tổ chức có cơ chế cụ thể để chia sẻ bài học kinh nghiệm trong các hoạt động của tổ chức từ bộ phận đến phòng ban - Các nhà quản lý cấp cao luôn luôn nhấn mạnh tầm trọng của việc chia sẻ kiến thức trong tổ chức của anh/chị	Calantone & cộng sự (2002)
Năng lực đổi mới tổ chức (Innovation – IN)	IN1 IN2 IN3 IN4 IN5	- Tổ chức của anh/chị thường xuyên thử nghiệm những ý tưởng mới - Tổ chức của anh/chị khuyến khích tìm ra những cách làm việc mới - Tổ chức của anh/chị sáng tạo trong cách thức hoạt động - Tổ chức của anh/chị thường đưa ra thị trường những sản phẩm và dịch vụ mới - Những sản phẩm/dịch vụ mới của tổ chức đã tăng lên trong 5 năm qua	Calantone & cộng sự (2002)

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính của nhóm tác giả

Phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu. Quá trình nghiên cứu định lượng bao gồm: thu thập dữ liệu; đánh giá độ tin cậy và giá trị (giá trị hội tụ và phân biệt) của các thang đo bằng hệ số Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA); kiểm tra ma trận tương quan và phân tích hồi quy bội. Trong đó, dữ liệu nghiên cứu được thu thập bằng hình thức phỏng vấn trực tiếp và gửi qua Google Docs gồm 281 nhân viên và nhà quản lý đang làm việc tại các doanh nghiệp thuộc Top 20 doanh nghiệp logistics Việt Nam – 2015, theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Thông tin về mẫu nghiên cứu được trình bày trong Bảng 2.

Bảng 2: Thống kê mẫu nghiên cứu

Đặc điểm		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	173	61.57%
	Nữ	108	38.43%
Cộng		281	100.00%
Tuổi	≤ 26 tuổi	63	22.42%
	26 tuổi – 35 tuổi	86	30.60%
	36 tuổi – 45 tuổi	89	31.67%
	trên 45 tuổi	43	15.30%
Cộng		281	100.00%
Trình độ học vấn	Sau đại học	86	30.60%
	Đại học	128	45.55%
	Cao đẳng	67	23.84%
Cộng		281	100.00%
Cấp bậc	Nhân viên	175	62.28%
	Quản lý	106	37.72%
Cộng		281	100.00%

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

4. Kết quả nghiên cứu:

Kết quả Cronbach's Alpha cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy (Bảng 3)

Bảng 3: Kết quả đánh giá sơ bộ các thang đo bằng Cronbach's Alpha

TT	Thang đo	Ký hiệu	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng bé nhất
1	Cam kết đối với việc học tập	CL	4	0.666	0.335
2	Chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập	SV	4	0.710	0.425
3	Tư duy mở	OM	5	0.745	0.427
4	Chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức	IS	4	0.676	0.343
5	Năng lực đổi mới tổ chức	IN	5	0.731	0.331

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu nghiên cứu

Kết quả EFA thang đo các thành phần việc học tập của tổ chức và năng lực đổi mới tổ chức bằng phương pháp trích Principal Component Analysis với phép xoay Varimax cho thấy (Bảng 4):

Bảng 4: Kết quả phân tích EFA các thang đo

TT	Thang đo	Ký hiệu	Số biến quan sát	Hệ số tải bé nhất	Giá trị Eigenvalue	Phương sai trích
1	Cam kết đối với việc học tập	CL	4	0.541	3.984	15.000
2	Chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập	SV	4	0.551	1.984	27.662
3	Tư duy mở	OM	5	0.562	1.645	40.085
4	Chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức	IS	4	0.552	1.294	52.391
5	Năng lực đổi mới tổ chức	IN	5	0.504	2.416	48.322

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu nghiên cứu

Thang đo các yếu tố thành phần việc học tập của tổ chức có chỉ số KMO = 0.769 (>0.5) với mức ý nghĩa sig = 0.000; đồng thời 17 biến quan sát được trích vào 04 nhân tố nguyên gốc tại Eigenvalue 1.294 với phương sai trích là 52.391% và đều có hệ số tải nhân tố >0.5 (bé nhất là 0.541).

Thang đo năng lực đổi mới tổ chức có chỉ số KMO = 0.729 (>0.5) với mức ý nghĩa sig = 0.000; đồng thời 05 biến quan sát được trích vào 01 nhân tố nguyên gốc tại Eigenvalue 2.416 với phương sai trích là 48.322% và đều có hệ số tải nhân tố >0.5 (bé nhất là 0.504).

Chúng tôi thang đo các yếu tố thành phần việc học tập của tổ chức và thang đo năng lực đổi mới tổ chức đạt yêu cầu cho các bước phân tích tiếp theo.

Kết quả kiểm tra hệ số tương quan cho thấy, tương quan giữa các thành phần học tập của tổ chức với nhau dao động từ 0.160 - 0.396; tương quan giữa các yếu tố này với năng lực đổi mới tổ chức từ 0.378 - 0.531. Chúng tôi ít có khả năng xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến, đồng thời các yếu tố đề xuất trong mô hình nghiên cứu có nhiều khả năng giải thích cho biến phụ thuộc là năng lực đổi mới tổ chức.

Kết quả phân tích hồi quy thu được: $R^2 = 0.502$; R^2 điều chỉnh = 0.495; giá trị kiểm định F = 69.581 và có ý nghĩa thống kê (Sig = 0.000). Chúng tôi mô hình lý thuyết phù hợp với dữ liệu thị trường về tổng thể ở mức 49.5%.

Cũng theo kết quả phân tích hồi quy, các giá trị B và Beta đều dương, đồng thời các kiểm định t đều có ý nghĩa thống kê (Bảng 5). Điều này chứng tỏ các giả thuyết H1, H2, H3, H4 đều được chấp nhận.

Kết quả kiểm tra các vi phạm giả định của mô hình hồi quy (có liên hệ tuyến tính giữa biến độc lập và biến phụ thuộc; phương sai của sai số không đổi; phần dư của phân phối chuẩn và không có tương quan giữa chúng; không có hiện tượng đa cộng tuyến) cho thấy các giả định này đều không vi phạm. Vì thế, mô hình hồi quy và các giả thuyết nghiên cứu trên đây được chấp nhận.

Bảng 5: Các thông số thống kê của mô hình hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Giá trị kiểm định t	Mức ý nghĩa	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn của sai số	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
Hằng số	-0.199	0.228		-0.870	0.385		
CL	0.338	0.049	0.322	6.853	0.000	0.819	1.222
SV	0.260	0.047	0.273	5.592	0.000	0.757	1.322
OM	0.237	0.045	0.242	5.312	0.000	0.870	1.150
IS	0.201	0.044	0.203	4.553	0.000	0.911	1.098

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu nghiên cứu

Như vậy, kết quả nghiên cứu cũng tương đồng với nghiên cứu của Calantone & cộng sự (2002), Kiziloglu (2015), Hao & cộng sự (2012). Đó là cam kết đối với việc học tập, chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập, tư duy mở, và chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức là những thành phần chính của học tập của tổ chức ảnh hưởng đến năng lực đổi mới tổ chức. Trong đó, hai yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến năng lực đổi mới tổ chức là cam kết đối với việc học tập và chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập, thứ đến là tư duy mở và chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức. Thảo luận kết quả này với các thành viên tham gia nghiên cứu định tính, các ý kiến đều đồng nhất cho rằng kết quả này là phù hợp thực tiễn ở các doanh nghiệp logistics hiện nay.

5. Kết luận và một số hàm ý quản trị

Tổng kết các lý thuyết và các nghiên cứu về mối quan hệ giữa việc học tập của tổ chức và năng lực đổi mới tổ chức, nhóm tác giả đề xuất mô hình việc học tập của tổ chức ảnh hưởng đến năng lực đổi mới tổ chức gồm 4 thành phần: (1) cam kết đối với việc học tập; (2) chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập; (3) tư duy mở; (4) chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức.

Kết quả phân tích hồi quy mẫu khảo sát từ 281 nhân viên và quản lý đang làm việc tại các doanh nghiệp đại diện cho ngành logistics tại TP. HCM cho thấy, 04 thành phần trên đây đều ảnh hưởng tích cực đến năng lực đổi mới tổ chức và được sắp xếp theo mức độ quan trọng giảm dần là: cam kết đối với việc học tập ($\beta = 0.322$); chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập ($\beta = 0.273$); tư duy mở ($\beta = 0.242$); chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức ($\beta = 0.203$). Như vậy kết quả này cũng tương đồng với nghiên cứu của Calantone & cộng sự (2002) và Kiziloglu (2015) về các thành phần học tập của tổ chức và mức độ ảnh hưởng của chúng đến năng lực đổi mới tổ chức, vì thế có cơ sở để tin cậy.

Bảng 6: Giá trị trung bình các yếu tố thành phần việc học tập của tổ chức và năng lực đổi mới tổ chức

TT	Thang đo	Ký hiệu	Số biến quan sát	Mức độ quan trọng	Giá trị trung bình
1	Cam kết đối với việc học tập	CL	4	0.322	3.618
2	Chia sẻ tầm nhìn trong việc học tập	SV	4	0.273	3.620
3	Tư duy mở	OM	5	0.242	3.458
4	Chia sẻ kiến thức trong nội bộ tổ chức	IS	4	0.203	3.607
5	Năng lực đổi mới tổ chức	IN	5		3.511

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Kết quả thống kê giá trị trung bình của các thành phần việc học tập của tổ chức cho thấy, hiện tại nhân viên và nhà quản lý đánh giá các yếu tố này chỉ xoay quanh mức trung bình và chưa có sự tương thích với mức độ quan trọng của chúng (bảng 6). Chúng tôi, năng lực đổi mới tổ chức tại các doanh nghiệp logistics vẫn chưa cao.

Do vậy, từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý đối với các doanh nghiệp ngành logistics tại TP. HCM như sau:

Các nhà quản trị cần chú trọng vào việc khuyến khích học tập tại tổ chức, xem việc học tập như một trong những yếu tố quan trọng của cải tiến trong công việc; là yếu tố đảm bảo sự tồn tại, phát triển bền vững của tổ chức cũng như lợi thế cạnh tranh của tổ chức. Đặc biệt, là việc khuyến khích nhân viên và các nhà quản lý học hỏi và áp dụng những nền tảng công nghệ mới như kết nối vạn vật (IoT), dữ liệu lớn (Big Data), tự động hóa phương tiện vận tải,... vào trong công việc. Bên cạnh đó, các nhà quản trị cần xem đầu tư cho việc học tập của nhân viên là một khoản đầu tư sẽ thu lợi trong tương lai thay vì xem nó như khoản chi phí.

Thường xuyên chia sẻ đối với nhân viên xem việc học tập như một phần trong định hướng phát triển của tổ chức, khuyến khích nhân viên tích cực và chủ động tham gia học tập những công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, áp dụng nền tảng kỹ thuật số, điện toán đám mây,... để cải thiện chất lượng công việc cũng như góp phần nâng cao hiệu quả của tổ chức.

Tạo điều kiện cho nhân viên được chủ động chia sẻ ý tưởng mới, quan điểm cá nhân về thị trường, khách hàng, công ty; về những thay đổi công nghệ đang diễn ra trên thị trường mà đối thủ hay khách hàng đang áp dụng. Thể hiện sự trân trọng, ghi nhận và đánh giá cao những đóng góp ý tưởng mới từ nhân viên. Đồng thời, khuyến khích nhân viên không ngừng đổi mới, cải tiến trong công việc hàng ngày đặc biệt những đổi mới trong việc áp dụng nền tảng công nghệ 4.0.

Khuyến khích các cuộc giao tiếp cởi mở giữa nhân viên ở các phòng/ban khác nhau và các nhà quản trị trong tổ chức để chia sẻ những bài học thành công cũng như không thành công của việc áp dụng công nghệ 4.0 vào trong công việc, những kinh nghiệm đúc kết được và áp dụng trong những hoạt động trong tương lai. Đồng thời, nhấn

manh tâm quan trọng của việc chia sẻ kiến thức trong tổ chức tác động tích cực lên sự đổi mới và năng lực cạnh tranh bền vững của tổ chức.

Cuối cùng, nghiên cứu cũng còn hạn chế nhất định, đó là chỉ kiểm định với cỡ mẫu 281 nhân viên và nhà quản lý đang làm việc tại các doanh nghiệp ngành logistics tại TP. HCM bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, phi xác suất. Bên cạnh đó, mô hình nghiên cứu mới chỉ xem xét được ảnh hưởng của học tập của tổ chức, mà chưa xét đến những yếu tố khác cũng có thể ảnh hưởng đến năng lực đổi mới tổ chức như chia sẻ tri thức, sự sáng tạo của nhân viên, vv. Do vậy, để khắc phục hạn chế này, những nghiên cứu tiếp theo cần đưa vào kiểm định nhiều yếu tố hơn và chọn mẫu rộng hơn ở các ngành nghề khác nhau, và nhiều tỉnh thành trong cả nước để tăng tính khái quát hóa của nghiên cứu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Aydin, B. & Ceylan, A. (2009). Does organizational learning capacity (OLC) have impact on organizational effectiveness? Research analysis of the metal industry. *Development and Learning in Organizations*, 23(3), 21–23.
2. Bộ Công Thương, 2017. *Báo cáo logistics Việt Nam 2017*. Hà Nội: nhà xuất bản công thương.
3. Brown, S.L. & Eisenhardt, K.M. (1995). Product development: past research, present findings, and future directions. *Academy of Management Review*, 20(2), 343–378.
4. Calantone, R.J., Cavusgil, S.T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31 (2002), 515–524.
5. Crossan, M., H. Lane & White, R. (1999). An organizational learning framework: from intuition to institution. *Academy of Management Review*, 24(3), 522-537.
6. Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *The Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590.
7. Edmondson, A. & Moingeon, B. (1996). *When to Learn How and When to Learn Why*. London: Sage Publications.
8. Hao, Q., Kasper, H., & Muehlbacher, J. (2012). How does organizational structure influence performance through learning and innovation in Austria and China. *Chinese Management Studies*, 6(1), 36-52.
9. Hurley, R.F. & Hult, G.T.M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42–54.
10. Jiménez-Jiménez, D. & Sanz-Valle, R. (2010). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, 64(4), 408–417.
11. Kiziloglu, M. (2015). The effect of organizational learning on firm innovation capability: An investigation in the banking sector. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 7(3), 17-33.

12. Lukas, B.A., Hult, G.T.M & Ferrell, O.C. (1996). A theoretical perspective of the antecedents and consequences of organizational learning in marketing channels. *Journal of Business Research*, 36(3), 233–244.
13. Nguyễn Thị Thanh Vân. (2018). *Chất lượng môi quan hệ trong kinh doanh: Trường hợp các doanh nghiệp logistics ở Việt Nam*. Luận án tiến sĩ kinh tế. Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
14. Senge, P.M. (1990). *The fifth discipline: the art & practice of the learning organization*. London: Random House.
15. Sinkula, J.M., Baker, W.E. & Noordewier, T.A. (1997). Framework for market-based organizational learning: linking values, knowledge, and behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(4), 305–318
16. Slater, S.F. & Narver, J.C. (1994). *Market orientation isn't enough: build a learning organization*. Report No. 94-103. Cambridge (MA): Marketing Science Institute.
17. Spicer, D.P. & Smith, E.S. (2006). Organizational Learning in Small Manufacturing Firms. *International Small Business Journal*, 24 (2), 133-158.
18. Verona, G. (1999). A resource-based view of product development. *Academy of Management Review*, 24(1),132–142
19. Wang, C.L., & Ahmed, P.K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313.
20. Weerawardena, J., O’Cass, A. & Julian, C. (2006). Does industry matter? Examining the role of industry structure and organizational learning in innovation and brand performance. *Journal of Business Research*, 59(1), 37-45.

THANH NIÊN KHỞI NGHIỆP TRONG THỜI ĐẠI CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

ThS. Cao Thị Hoa

Trường Đại học An Giang

Tóm tắt

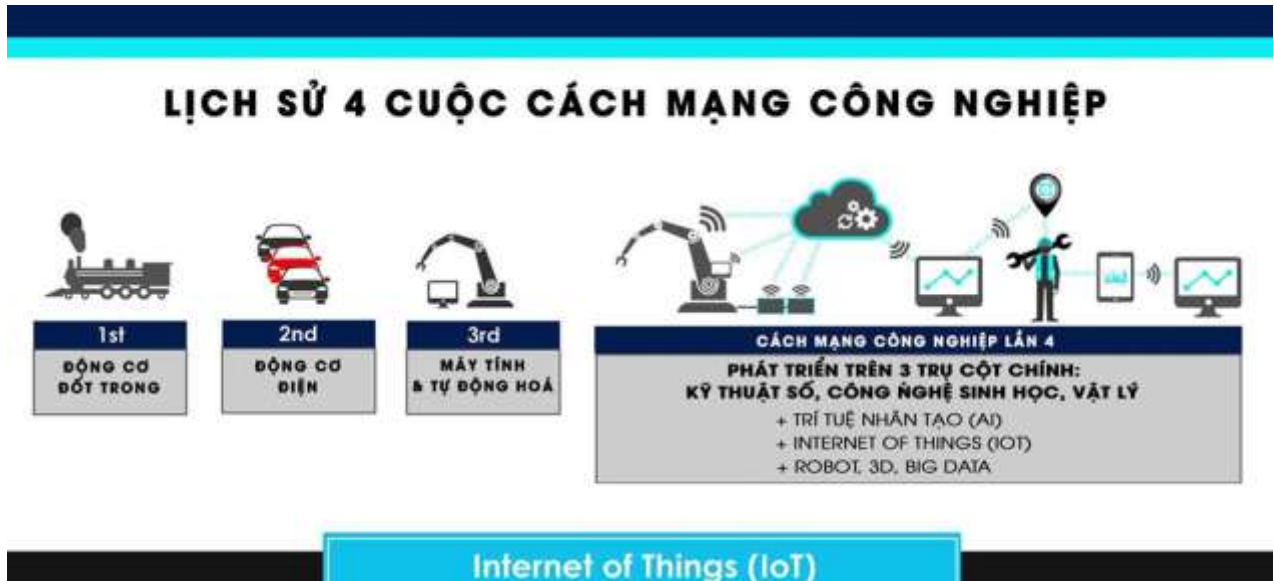
Trong lịch sử loài người, sự phát triển của khoa học – công nghệ trên toàn thế giới như hiện nay là chưa từng có và sự tiến bộ của khoa học – công nghệ không dừng lại để “chờ đợi” bất kỳ ai, nó đã dẫn con người đến với một xã hội thông minh. Một xã hội thay đổi nhanh về mọi mặt kinh tế – văn hóa – xã hội, đòi hỏi con người phải nỗ lực phát triển bản thân để thích ứng với xã hội và điều này được diễn ra tại các nước như Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Pháp, Trung Quốc, Philippine trong thời gian gần đây là một minh chứng. Với xu thế chung của thời đại, Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã tạo ra nhiều cơ hội, tiền đề để thanh niên tham gia khởi nghiệp bằng niềm đam mê và bản lĩnh trước những thách thức của xã hội. Bài viết hướng đến phân tích thực trạng cách mạng công nghiệp 4.0 tác động đến khởi nghiệp, tiếp đến chỉ ra những thuận lợi và khó khăn mà thanh niên gặp phải trong quá trình khởi nghiệp và sau cùng đưa ra một số ý kiến nhằm giúp thanh niên phát huy khả năng và tư duy sáng tạo trong quá trình khởi nghiệp.

Từ khóa: *Cách mạng công nghiệp 4.0, Khoa học – công nghệ, Khởi nghiệp, Thanh niên*

1. Đặt vấn đề

Xã hội đã trải qua ba cuộc cách mạng lớn: Cuộc cách mạng đầu tiên khi con người phát minh động cơ hơi nước; Đến khi con người phát minh ra động cơ điện, vận tải, hóa học, sản xuất thép và sản xuất trên cơ sở điện cơ khí và sang giai đoạn tự động hóa đó là cách mạng công nghiệp lần thứ hai; Và cuộc cách mạng công nghiệp thứ ba khi con người phát minh ra bóng bán dẫn, điện tử, kết nối thế giới liên lạc được với nhau bởi chất bán dẫn, siêu máy tính, laptop, Internet. Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư diễn ra với những công nghệ mới như Internet of Things (IoT), thực tế ảo (VR), mạng xã hội, điện toán đám mây, di động, công nghệ in 3D, robot, trí tuệ nhân tạo (AI), phân tích dữ liệu lớn (SMAC), công nghệ nano, sinh học, ... Đây là cơ hội để con người có thể tiếp cận và nắm bắt thông tin trong thời đại số, tham gia khởi nghiệp, làm chủ kinh doanh. Điều đó đòi hỏi con người phải có kiến thức quản trị kinh doanh và các kỹ năng cần thiết khác để thích ứng với môi trường làm việc trong thời đại hiện nay là một yêu cầu tất yếu và rất quan trọng.

Hình 1: Lịch sử phát triển của các cuộc cách mạng



Nguồn: Hình 1 Lấy từ <https://eraweb.co/blog/cach-mang-cong-nghiep-4-0-co-hoi-hay-thach-thuc.html>

2. Thực trạng Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tác động đến khởi nghiệp trong giai đoạn hiện nay

Cách mạng công nghiệp 4.0 (Industry 4.0) hay còn gọi là cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang diễn ra tại nhiều nước phát triển và đang phát triển trên thế giới, nó mô tả về một môi trường mà máy tính, tự động hóa và con người sẽ cùng nhau làm việc theo một cách hoàn toàn mới. Trong tương lai những con robot, hay máy móc nói chung, sẽ được kết nối vào những hệ thống máy tính. Các hệ thống này sử dụng thuật toán machine learning để học hỏi và điều khiển máy móc, cần rất ít hoặc thậm chí là không cần sự can thiệp nào từ con người cả. Đây là lý do mà nhiều người gọi Industry 4.0 như là một "nhà máy thông minh" [Klaus Schwab, (2016)].

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã đem con người đến với thế giới ảo, vạn vật trở nên thông minh, tinh xảo không thể lường trước được. Một thế giới có quá nhiều tiện ích và tạo nhiều điều kiện thuận lợi hơn cho con người [Hermann, Pentek, Otto, (2015)]. Thời gian gần đây, chúng ta có thể thấy uống ly trà sữa không cần phải đến tiệm, mua một bó hoa không cần phải đến shop hoa, dịch vụ đi lại cũng hiển thị giá tiền, ... hoặc có thể hẹn hò với bạn bè cả phê bằng những phần mềm ứng dụng: Zalo, Facebook, qua gọi điện thoại, ... Chúng ta có thể đọc sách, lướt web, xem phim, trao đổi công việc và xem thông tin thời sự, liên lạc với người thân, bạn bè qua một thiết bị thông minh như máy tính bảng hay Smartphone, ... hoặc có thể đăng ký tham gia chương trình hẹn hò qua đài truyền hình, trên fanpage, tìm kiếm người yêu, bạn bè bằng những thiết bị công nghệ mà không tốn nhiều thời gian. Đây là mạng lưới kết nối toàn cầu giữa con người với con người, con người với máy móc – trang thiết bị, máy móc – trang thiết bị với máy móc – trang thiết bị, ...

Xã hội hiện nay thay đổi rất nhanh, nên con người cũng phải thay đổi cái cũ, xây dựng và hoàn thiện cái mới phù hợp hơn với nhu cầu xã hội. Trong tương lai, sự sáng tạo công nghệ cũng sẽ dẫn đến sự thay đổi diệu kỳ từ phía nhà cung cấp, với những lợi ích lâu dài về hiệu quả và năng suất. Mọi chi phí có thể sẽ giảm xuống, các chuỗi cung ứng toàn cầu sẽ trở nên hiệu quả hơn. Tất cả những điều đó sẽ giúp mở rộng thị trường kinh

doanh và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, các công việc trở nên an toàn và thu nhập cao hơn và có thể sẽ tăng sau khi công nghệ số thay thế dần con người [Trần Thị Vân Hoa, (2018)].

Dưới tốc độ lan tỏa của công nghệ thông tin, có rất nhiều ngành nghề sẽ mất đi và thay vào đó là vô số ngành nghề mới không phân biệt đối tượng làm việc là ai? Có hoàn cảnh như thế nào? Sự thay đổi này đang diễn ra mạnh mẽ nhất là trong giới trẻ, họ luôn có hướng thiên về cái mới, cái độc và lạ để phục vụ người tiêu dùng. Từ đó, tìm kiếm cơ hội cũng như thể hiện bản thân, tìm cho mình một công việc theo đam mê, tự làm chủ. Và trong mỗi bạn trẻ luôn muốn tìm cho mình những hướng đi riêng phù hợp với bản thân, hoàn cảnh gia đình. Đặc biệt, thời gian qua tại Việt Nam việc chạy Uber, Grab hay GoViet là một điển hình công việc tự chủ bản thân, làm việc vào thời gian rảnh, chạy xe gắn với công nghệ. Người có điều kiện thì chạy Uber, Grab hay GoViet bằng xe ô tô tự mua, có người thuê xe để chạy, còn người không có điều kiện thì chạy Uber, Grab hay GoViet bằng xe mô tô hay còn gọi là "xe ôm công nghệ". Đa phần chủ thể tham gia công việc chạy Uber, Grab hay GoViet mô tô là sinh viên của các trường đại học cao đẳng và đây là công việc có thể kiếm được thu nhập khá cao ở các thành phố lớn như TP.HCM và Hà Nội. Điều đó cho thấy dịch vụ ra đời từ cuộc cách mạng 4.0 phục vụ người tiêu dùng đã phát triển lên một bước đáng kể.

Nói đến khởi nghiệp, người ta thường nghĩ đến việc thành lập công ty hay xuất phát từ những điều mới mẻ. Nhưng với tôi mỗi bạn trẻ khi bước ra khỏi cánh cửa đại học, cao đẳng hay trung học phổ thông đi tìm công việc, xây dựng cuộc sống đều có thể gọi là khởi nghiệp. Bởi vì, từ đây họ đã bắt đầu tìm kế mưu sinh, bắt đầu tính toán cho tương lai, cho sự nghiệp, làm bất kỳ công việc nào miễn phù hợp với khả năng và trình độ, một công việc có thể giúp họ ổn định cuộc sống. Có người mở công ty, có người mở cửa hàng, có người kinh doanh qua mạng xã hội, ... Thời gian gần đây, khởi nghiệp là một chủ đề luôn được các cơ quan, đơn vị, trường học quan tâm và đưa ra bàn luận trong các buổi hội nghị, hội thảo khoa học nhằm chia sẻ những kinh nghiệm trong khởi nghiệp mà các bạn trẻ đã và đang thực hiện [Khoinghieptre.vn, (2018)].

Hiện nay, khởi nghiệp nó gắn liền với khoa học và công nghệ, nhờ khoa học – công nghệ phát triển đã góp phần tạo nên sự thành công trong khởi nghiệp. Dịch vụ bán hàng qua mạng lan nhanh một cách đáng kể, ai cũng có thể tham gia bán hàng online kể cả sinh viên đang ngồi trên ghế nhà trường, những người ở vùng quê nhưng có kết nối wifi, 3G hay mạng LAN cũng có thể tham gia vào công việc này mà không cần đầu tư nhiều thời gian và vốn. Hoặc khởi nghiệp bằng cách lập công ty thì công nghệ cũng hỗ trợ nhiều mặt như: giới thiệu, trưng bày sản phẩm trên webside nơi mà con người có thể gõ từ khóa tìm kiếm ở Google thì có thể tìm được thứ mình cần tìm mà không cần phải đi đến cửa hàng để xem sản phẩm, có thể họp đối thoại trực tuyến mà không mất thời gian đi đến nơi, quản lý nhân viên làm việc qua camera, kiểm soát hàng hóa bằng máy tính, ... Tuy nhiên, cũng có những trường hợp phải đối diện trực tiếp mới giải quyết được vấn đề.

Theo nghiên cứu của học giả Erik Brynjolfsson và Andrew McAfee [*Klaus Schwab, (2016)*], thì cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 có thể đe dọa đến thị trường lao động khi tự động hóa sẽ thay thế lao động chân tay bằng Robot trong sản xuất, hàng triệu lao động trên thế giới có thể rơi vào cảnh thất nghiệp trong đó có Việt Nam. Việt Nam là một nước có lợi thế địa lý kinh tế và nguồn lao động trẻ dồi dào, trong tương lai, nguồn lao động này sẽ không còn là thế mạnh nữa, Việt Nam sẽ tụt hậu về kinh tế, nạn thất nghiệp và lạm phát xảy ra làm ảnh hưởng đến quá trình phát triển và ổn định kinh tế - chính trị - xã hội, an ninh của đất nước, phí phạm nguồn nhân lực, đồng thời dễ dẫn đến những hệ lụy về t

nạn xã hội, thậm chí dẫn đến biến động về chính trị như biểu tình, đình công, con người dễ bị xúi giục tuyên truyền lệch lạc, phản động gây bất ổn tới an ninh quốc gia. Khoảng cách công nghệ và tri thức nới rộng hơn dẫn đến phân hóa xã hội sẽ sâu sắc hơn.

Ngày nay, khởi nghiệp phụ thuộc và gắn liền với khoa học - công nghệ, khoảng 90% công việc phụ thuộc vào máy tính. Bán hàng online sẽ không có tín hiệu khi sóng wifi không đủ mạnh hoặc đứt, hệ thống công ty sẽ ngừng hoạt động khi cáp quang đứt, tắc nghẽn mạng điện thoại, hệ thống thông tin không thông, ... Tất cả những vấn đề đó làm cho công việc bị đình trệ, không hoàn thành, việc gấp không giải quyết được ảnh hưởng rất lớn trong quá trình sản xuất và kinh doanh.

Xã hội phát triển, công nghệ cũng thay đổi theo, sản phẩm làm ra phải đáp ứng với thị hiếu của xã hội. Một sản phẩm mẫu mã lỗi thời sẽ không được chú ý, hiệu quả kinh doanh không đạt yêu cầu, ảnh hưởng đến chiến lược kinh doanh. Trong khởi nghiệp nếu không đầu tư và áp dụng công nghệ thì khó đi đến thành công như trước đây. Chỉ có công nghệ mới có khả năng tạo ra những kỹ xảo trong quảng cáo sản phẩm.

Khởi nghiệp là khởi đầu của hành trình thực hiện ước mơ. Bất kỳ ai khi khởi nghiệp cũng phải đối mặt với rất nhiều khó khăn [Khoinghieptre.vn, (2018)].

Hình 2. Khởi đầu của hành trình thực hiện khởi nghiệp



Nguồn: Khoinghieptre.vn

3. Thanh niên Việt Nam khởi nghiệp trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0

Có thể thấy phong trào khởi nghiệp ở Việt Nam trong thời gian qua đã phát triển lớn mạnh, trong đó có rất nhiều thanh niên từ nông thôn đến thành thị tham gia khởi nghiệp với tinh thần không ngại khó, ngại khổ đã gặt hái được nhiều thành công, đem lại những lợi ích về kinh tế và chất lượng cuộc sống được nâng lên. Đây là thời điểm mà cả xã hội và nhà nước Việt Nam chú trọng và đầu tư cho xu hướng này ngày một tăng cao, cổ vũ, động viên, tạo điều kiện cho thanh niên khởi nghiệp, đây là giai đoạn mà thế giới bước vào cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 có quá nhiều cơ hội để thành công, thanh niên có nhiều cơ hội để tiếp cận nguồn thông tin mở để tìm kiếm cho mình một công việc theo sở trường và đam mê. Với lợi thế đó, thanh niên cả nước tham gia vào khởi nghiệp rầm rộ

và cũng đã có rất nhiều người đi đến được với thành công sau những ngày tháng miệt mài cố gắng và vất vả với dự án khởi nghiệp của mình. Tôi lấy ví dụ:

Lê Thanh Hoài - sáng lập kiêm Giám đốc điều hành Công ty TNHH Dịch vụ vận chuyển Dấu Chân Việt (Supership). Tự tin vào lựa chọn của mình, nhưng chỉ sau 3 tháng, Lê Thanh Hoài đã phải đối mặt với việc đóng cửa doanh nghiệp. Theo CEO 9x, với số vốn ban đầu ít ỏi, chi tiền thuê địa điểm mất 25 triệu, số tiền còn lại chỉ vừa đủ một tháng lương cho nhân viên. Giai đoạn đó, hầu như các thành viên sáng lập thay nhau ship vì thời gian này ít đơn hàng, thậm chí phải nhờ sinh viên ship giúp. Sau đó, các thành viên sáng lập của Supership cũng họp bàn để quyết định có nên đóng cửa doanh nghiệp. Trong khi một nửa thành viên bỏ cuộc, Lê Thanh Hoài cùng một người bạn vẫn quyết định xây dựng lại Supership. Sau một thời gian, may mắn đã mỉm cười với anh khi đơn hàng về ngày một nhiều và doanh số bắt đầu tăng [Huệ Chi, (2018)].

Trường hợp của chị Vũ Nguyệt Ánh, năm 2011, chị mở công ty hẹn hò và kết nối. Sự hoài nghi của người thân về khả năng của chị Ánh rất cao, gia đình phản đối. Dù vậy, chị vẫn quyết tâm thực hiện. Chị vay ngân hàng vài trăm triệu đồng để mở công ty, tổ chức event và kết nối. Để thu hút, công ty liên tục giảm giá dẫn tới thua lỗ. Đến năm 2016 chị lại tiếp tục thực hiện niềm đam mê của mình bắt đầu khởi nghiệp trở lại với công ty hẹn hò – kết nối Rudicaf và chị đã thành công [Tô Lan Hương - Hà Trần, (2017)]. Trong 6 năm kinh doanh, chị đã đạt được nhiều giải thưởng do VTV và Bộ khoa học công nghệ tổ chức trao giải [Quỳnh An, (2017)].

4. Những thuận lợi, khó khăn của thanh niên thời đại công nghệ 4.0

4.1. Thuận lợi

Cuộc cách mạng không chỉ trang bị cho thanh niên khả năng thích nghi kịp thời, thường xuyên với những thay đổi của thời đại, mà còn trang bị cho thanh niên về kỹ năng nắm giữ những chìa khóa làm chủ cuộc sống, làm chủ khoa học - công nghệ, hiểu biết sâu hơn và đặc biệt là thuận lợi hơn trong giao tiếp với đối tác kinh doanh quốc tế, rút ngắn khoảng cách địa lý, tiết kiệm chi phí, gia tăng lợi nhuận, góp phần tạo thuận lợi trong kinh doanh, ... nâng cao chất lượng cuộc sống cho toàn xã hội.

Hiện nay, thanh niên trẻ ở Việt Nam đã và đang khát khao đua nhau khởi nghiệp, đó là những con người khá năng động, sáng tạo, muốn chứng tỏ bản thân mình với những sản phẩm rất riêng. Họ dễ dàng tiếp xúc với thế giới bên ngoài, đa chiều, đa dạng thông tin mở, tư duy phát triển rất nhanh với nhiều ngành nghề. Họ tự tin, dám nghĩ, dám làm và chấp nhận thất bại, nếu có thất bại thì họ có được những kinh nghiệm và tiếp tục phấn đấu cho lần khởi nghiệp tiếp theo bởi họ là những con người còn rất trẻ với niềm đam mê khởi nghiệp mãnh liệt [Tinhte.vn, (2015)].

Thời gian gần đây, cụm từ khởi nghiệp (Start-up) đang nhận được sự quan tâm của nhiều thanh niên trong đó có cả sinh viên trên giảng đường đại học. Đã có rất nhiều thanh niên, sinh viên thử sức mình với những vai trò mới như là chủ quán cà phê, chủ cửa hàng quần áo, phụ kiện thời trang hay kinh doanh các mặt hàng handmade, ... Nếu dự án kinh doanh của bạn thành công – chứng minh được năng lực và sự nhạy bén của bản thân; trường hợp bạn thất bại, bạn sẽ nhanh chóng quay trở lại với cuộc sống thường ngày của mình. Quan trọng hơn cả, khi thất bại là bạn nhận được bài học quý về cách quản lý, kinh doanh, đây cũng là một điểm "sáng" trong hồ sơ ứng tuyển với các nhà tuyển dụng.

4.2. Khó khăn

Ngày nay tốc độ phát triển kinh tế ngày càng nhanh, đồng thời các dự án khởi nghiệp cũng bắt đầu nở rộ. Đặc biệt, trong 2 năm gần đây, việc phát triển các mô hình khởi nghiệp của giới trẻ đang được lan truyền như một phong trào làm giàu của đông đảo mọi tầng lớp. Các bạn trẻ từ những kinh nghiệm non nớt trong quá trình học tập, lý thuyết trên sách vở, một phần nguyên nhân xuất phát từ sự nôn nóng muốn đạt đến thành công, danh tiếng quá nhanh khiến nhiều bạn trẻ chưa đủ kinh nghiệm và nguồn lực đã khiến 90% Start-up hiện nay thất bại [Thuonggiaonline.vn, (2016)]. Mà khi đã thất bại thì việc xuất phát lại là vô cùng khó khăn, các bạn trẻ đang có ý định khởi nghiệp cần hiểu rõ những khó khăn trong quá trình khởi nghiệp để xác định được hướng đi tốt cho mình trong tương lai.

Khởi nghiệp là khi thanh niên có ý tưởng kinh doanh một mặt hàng nào đó và bắt tay tiến hành nhập hàng, bán hàng, quản lý hàng hóa, nhân sự, thu chi, ... để kiếm lợi nhuận từ công việc đó. Như vậy, tùy mô hình kinh doanh mà thanh niên khởi nghiệp phải đầu tư thời gian, công sức vào việc quản lý hoặc trực tiếp làm tất cả các khâu để duy trì và phát triển công việc kinh doanh. Nhiều thanh niên có ý tưởng kinh doanh hay nhưng nguồn vốn hạn hẹp, không có nền tảng về khoa học kỹ thuật, sản phẩm không có thương hiệu, thiếu tài sản thế chấp, tư duy sáng tạo hạn chế, kinh nghiệm chưa nhiều, thông tin khởi nghiệp chưa đáp ứng, thiếu kỹ năng viết đề án, kỹ năng mềm, kiến thức quản lý; trình độ chuyên môn chưa cao, ngoại ngữ hạn chế, khó khăn trong việc tiếp cận các nguồn lực; tiếp cận thông tin về các quy định pháp luật, hội nhập thị trường và các chương trình hỗ trợ. Đó là những rào cản mà thanh niên khởi nghiệp gặp phải trong thời đại hiện nay [Minh An, (2018)].

Giới trẻ ngày nay rất giỏi so với thế hệ 8x và 7x, khả năng tiếp cận thế giới bên ngoài dễ dàng, đa chiều và đang dạng thông tin. Từ đó, họ phát triển nhiều ngành nghề nhưng nóng vội, chủ quan và chưa thật sự chuẩn bị kỹ cho mình một ekip làm việc.

5. Những ý kiến nhằm phát huy tư duy khởi nghiệp của thanh niên trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0

Trong xu thế hội nhập và phát triển, đòi hỏi mỗi người phải luôn luôn suy nghĩ, tìm tòi, phát hiện ra cái mới và có những sáng kiến hữu ích để áp dụng vào công việc và cuộc sống hàng ngày; phải có tính độc lập, mạnh dạn tiếp thu, áp dụng tiến bộ công nghệ; không ngừng sáng kiến, cải tiến để nâng cao chất lượng hiệu quả công việc; do vậy mỗi người cần phải lao động cần cù, sáng tạo và tiếp tục vượt qua mọi thành kiến, thách thức vươn lên đóng góp tích cực vào các hoạt động xã hội. Để khởi nghiệp thành công thanh niên cần có những định hướng sau:

Thứ nhất, yếu tố quan trọng và đầu tiên của khởi nghiệp là phải có một số **vốn nhất định** cho việc đầu tư sản xuất hoặc mua sản phẩm, có vốn để chi trả các hoạt động trong sản xuất và chi phí kinh doanh [Minh An, (2018)]. Muốn khởi nghiệp mà không có tiền thì khó đi đến thành công, chỉ trừ **những tấm gương khởi nghiệp thành công từ tay trắng như Bill Gates, Mark Zuckerberg và Jack Ma** [Kenh14.vn, (2018)]. Đó là những thiên tài, triệu người thậm chí tỷ người mới có một người. Khởi nghiệp vốn dĩ muôn vàn khó khăn nhưng không phải là không thể với những người đang nung nấu ý chí dù có số vốn ít.

*Thứ hai, phải có **kế hoạch, sản phẩm, cơ sở hạ tầng** và muốn khởi nghiệp tốt phải có khối lượng kiến thức về quản trị kinh doanh thật tốt. Trước khi khởi nghiệp thì chúng ta cần nên tích lũy kinh nghiệm cho bản thân từ nhiều môi trường làm việc khác nhau. Bởi vì kinh doanh rất phức tạp và cay đắng rất nhiều chứ không hề đơn giản như chúng ta nghĩ là chỉ mở shop giày, mở quán bán trà sữa hay mì cay, ... dù làm bất cứ công việc gì chúng ta cũng cần phải có chiến lược thì mới đem đến thành công.*

*Thứ ba, nên chọn một ngành nghề không chỉ thích, mà còn phải **rất đam mê** để bắt đầu cho sự nghiệp khởi nghiệp của mình, chỉ nên làm những việc mà mình giỏi nhất, và nên chọn cách khởi nghiệp đơn giản, tinh gọn, hiệu quả. Khi chúng ta thực sự đam mê điều gì đó, thì chúng ta sẽ luôn cố gắng mà không thấy quá mệt mỏi, nguồn năng lượng tích cực đó sẽ tự nhiên chuyển hóa đến công việc, nhân viên, khách hàng và chiêm trồn cảm tình của họ cho những điều chúng ta đang làm.*

*Thứ năm, cần phải **tự tin, bản lĩnh, có ý tưởng, có chính kiến** trước cuộc sống, công việc và cả tinh thần chấp nhận rủi ro. Trong kinh doanh rủi ro là không thể tránh khỏi, chúng ta có thể huy hoàng trong một giai đoạn, đến lúc thời cơ kinh tế suy giảm nếu ta không biết cân bằng kinh tế và bản lĩnh thì có thể dẫn đến phá sản. Trước khi nghĩ về thành công, hãy nghĩ đến khoảnh khắc thất bại, dám vượt qua thất bại, dám đề ra phương án bước tiếp, phải tự tin vào chính khả năng của bản thân mình dù ở bất kỳ hoàn cảnh nào. Thanh niên phải tin vào kiến thức, hiểu về giá trị của bản thân nằm ở đâu. Xác định được sở trường của mình là gì, năng lực của mình ở đâu và như thế nào? Đó là những yếu tố cần thiết cho thanh niên trong khởi nghiệp.*

*Thứ sáu, điều quan trọng nhất để thanh niên khởi nghiệp thành công là đưa ra cho mình một **mục tiêu, sứ mạng và một khát khao thực hiện**, mạnh dạn khởi nghiệp với niềm đam mê, sáng tạo và có nhiệt huyết là điều rất đáng quý. Tuy nhiên đó mới là điều kiện cần, bên cạnh đó, thanh niên cũng cần phải có **kiến thức thực tế và kinh nghiệm** thì mới hội tụ đủ các yếu tố dẫn đến thành công trong khởi nghiệp [Minh An, (2018)]. Chỉ trừ khi chúng ta có sản phẩm hay dịch vụ rất khác và tỏa sáng so với các sản phẩm khác tới mức các nhà đầu tư tìm kiếm đến sản phẩm của mình như là pha một ly trà thật ngon, trồng một trái cam thật ngọt, làm ra một bông hoa kích thước thật to. Nhưng nếu đủ cần cù, đủ nghiên cứu, đủ tìm tòi sẽ đạt được công thức đó, tạo được điều khác biệt thì nhà đầu tư sẽ bỏ tiền vào. Điều này là không dễ thành công cho những ai mới bắt đầu khởi nghiệp.*

Thứ bảy, đối với sinh viên mới ra trường phải cân nhắc kỹ thời điểm lựa chọn khởi nghiệp của mình, thay vì khởi nghiệp thì nên đi làm để tích lũy kinh nghiệm, kiến thức chuyên môn, kỹ năng quản lý, tạo mối quan hệ bạn bè và đối tác, ... bởi vì kinh doanh phức tạp hơn mọi người nghĩ rất nhiều, nó cay đắng hơn rất là nhiều. Nó không phải tằm thấm màu hồng để chúng ta bước đi mà trên con đường đó có rất nhiều chông gai và thử thách. Nếu muốn tồn tại và sống còn trong kinh doanh gần như là điều viễn tưởng với người vừa tốt nghiệp đại học. Sinh viên mới ra trường kinh nghiệm không có, chưa có bản lĩnh để điều hành, để đi thuyết phục đối tác, cộng sự. Việc "việc tay không tác sắt", chỉ dùng lời nói rất khó lòng thuyết phục được nhà đầu tư về đội ngũ của mình. Tuy nhiên, cũng có sinh viên chưa tốt nghiệp ra trường vẫn có những cơ hội tốt để khởi nghiệp, đó là những sinh viên xuất sắc và là viên ngọc tỏa sáng.

6. Tóm lại

Cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đang đặt ra nhiều khó khăn, thách thức nhưng đồng thời cũng mở ra nhiều cơ hội cho thanh niên Việt Nam khi tham gia các hoạt động kinh doanh và khởi sự doanh nghiệp. Người trẻ hiện nay đã có những suy nghĩ rất khác đôi khi bị cho là "lệch chuẩn" khác biệt so với thế hệ trước nhưng có lẽ để tạo lên những điều mới mẻ, thú vị cũng như góp phần nhiều hơn vào sự tiến bộ của xã hội. Và với những dự định, tính toán khác nhau để khởi nghiệp mỗi người thanh niên trẻ luôn mang lại cho cuộc sống xã hội những màu sắc khác nhau tạo nên sự năng động làm cho xã hội phát triển. Điều này đòi hỏi con người cần phải không ngừng trau dồi bản thân, khiến mình đứng ở vị trí cao hơn, có thể điều khiển được máy móc một cách thông minh và hợp lý thì mới không bị đào thải giữa rất nhiều công nghệ tiên tiến như hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Đức Hiền, (5-6/2018). Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đến phát triển bền vững ở Việt Nam và gợi mở xây dựng pháp luật. Tạp chí nhịp cầu tri thức. Số 3.
2. *Hermann, Pentek, Otto, (2015). Desigh Principles for Industrie 4.0 Scenarios.*
3. Huệ Chi, (2018). “CEO 9X khởi nghiệp bằng nghề ship hàng” lấy từ <https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/doanh-nghiep/ceo-9x-khoi-nghiep-bang-nghe-ship-hang-3765386.html>
4. *Fujitsu, (2015). “introduction of Fujitsu’s Food and Agriculture Cloud Akisai”.* Lấy từ <https://www.fujitsu.com/global/Images/presentation-20150226-01.pdf>.
5. Kenh14.vn, (2018). Bill Gates và Mark Zuckerberg bỏ đại học và thành tỷ phú nhưng các chuyên gia khuyên bạn "đừng đại" mà làm theo. Lấy từ <http://kenh14.vn/bill-gates-va-mark-zuckerberg-bo-dai-hoc-va-thanh-ty-phu-nhung-cac-chuyen-gia-khuyen-ban-dung-dai-ma-lam-theo-20181104183435281.chn>
6. Khoinghieptre.vn, (2018). Khởi nghiệp là gì? Startup là gì? Định nghĩa khởi nghiệp kinh doanh. Lấy từ <https://khoinghieptre.vn/khoi-nghiep-la-gi-dinh-nghia-khoi-nghiep-kinh-doanh-startup/>
7. *Klaus Schwab, (2016). The Fouth Industrial Revolution.*
8. Minh An, (2018). Gửi những người trẻ khát khao khởi nghiệp: Muốn thành công, bạn phải thuộc nằm lòng những lầm tưởng cơ bản khiến một start-up thất bại. Lấy từ <http://cafef.vn/gui-nhung-nguoi-tre-khat-khao-khoi-nghiep-muon-thanh-cong-ban-phai-thuoc-nam-long-nhung-lam-tuong-co-ban-khien-mot-start-up-that-bai-20180904091816039.chn>
9. Quỳnh An, (2017). “Khởi nghiệp, chị em cần bản sắc, đam mê” Lấy từ <http://giadinh.net.vn/thi-truong/khoi-nghiep-chi-em-can-ban-sac-dam-me-2017092519333721.htm>.
10. Thuonggiaonline.vn, (2016). 90% doanh nghiệp khởi nghiệp thất bại do đâu? Lấy từ <http://thuonggiaonline.vn/90-doanh-nghiep-khoi-nghiep-that-bai-do-dau-18195.htm>
11. Tinhte.vn, (2015). Cách mạng công nghiệp 4.0 là gì, nó ảnh hưởng tới bản thân các bạn ra sao? Lấy từ <https://tinhte.vn/threads/cach-mang-cong-nghiep-4-0-la-gi-no-anh-huong-toi-ban-than-cac-ban-ra-sao.2770055/>
12. Tô Lan Hương - Hà Trần, (2017). “Vũ Nguyệt Ánh CEO của APP hẹn hò kén chọn nhất Việt Nam”. Lấy từ <http://afamily.vn/vu-nguyet-anh-ceo-cua-app-hen-ho-ken-chon-nhat-viet-nam-danh-doi-su-an-toan-de-duoc-di-con-duong-minh-chon-20171011040609039.chn>
13. Trần Thị Vân Hoa, (2018). Cách mạng công nghiệp 4.0 vấn đề đặt ra cho phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế của Việt Nam, Sách chuyên khảo, Nxb Chính trị Quốc gia Sự Thật.