

LỜI NÓI ĐẦU

Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hồng Đức là cơ quan ngôn luận chính thức của Trường Đại học Hồng Đức, có Mã số chuẩn quốc tế ISSN 1859 - 2759 (số tiếng Việt) và ISSN 2588 - 1523 (số tiếng Anh), hoạt động theo Giấy phép số 14/BTTTT-GPHĐBC ngày 01/01/2009, và Giấy phép số 125/GP-BTTTT cấp lại ngày 10 tháng 4 năm 2014 của Bộ Thông tin và Truyền thông; Tham gia cơ sở dữ liệu quốc gia online từ ngày 25/12/2017 do Cục Thông tin khoa học và Công nghệ Quốc gia (Bộ Khoa học và Công nghệ) quản lý, địa chỉ truy cập Tạp chí: <http://hdu.edu.vn/vi-vn/28/209/Tap-chi-khoa-hoc/> hoặc <https://www.vjol.info.vn/index.php/DHHD/issue/archive>.

Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hồng Đức là nơi phản ánh hoạt động giáo dục, đào tạo; Công bố các tác phẩm, công trình nghiên cứu khoa học của cán bộ, giảng viên, học viên, các nhà khoa học trong và ngoài trường; Tuyên truyền phổ biến các chủ trương đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước về công tác giáo dục, đào tạo; Giới thiệu, trao đổi các kết quả nghiên cứu, ứng dụng các thành tựu khoa học và công nghệ trong nước và quốc tế.

Hội đồng biên tập rất mong nhận được sự cộng tác nhiệt tình của đông đảo cán bộ giảng viên, cán bộ nghiên cứu, các nhà khoa học trong và ngoài trường để Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hồng Đức mang đến độc giả những kết quả, thông tin có giá trị khoa học và hữu ích.

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

**TẠP CHÍ KHOA HỌC
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC
SỐ 54 (4 - 2021)**

MỤC LỤC

1	<i>Nguyễn Thị Lan Anh</i>	Chiến lược phát triển văn hóa đất nước của Hồ Chí Minh và sự vận dụng của Đảng Cộng sản Việt Nam	5
2	<i>Trịnh Tố Anh</i>	Sáng tạo của Hồ Chí Minh về vấn đề giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp và giải phóng con người	12
3	<i>Lê Thị Hòa</i>	Tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô và ý nghĩa của nó trong cuộc đấu tranh phòng, chống tham nhũng ở Việt Nam hiện nay	22
4	<i>Phạm Văn Hiền</i>	Kinh nghiệm hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp của các trường đại học ở một số nước phát triển và bài học cho Việt Nam	30
5	<i>Nguyễn Thị Huyền</i>	Tạo động lực cho người lao động - Nghiên cứu điển hình tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hoá	39
6	<i>Lê Hữu Khuê Thiều Thị Hương</i>	Phát triển công nghiệp theo lãnh thổ tại tỉnh Thanh Hóa	50
7	<i>Lê Thị Thùy Linh Nguyễn Văn Nam</i>	Giải pháp phát triển hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa	61
8	<i>Trần Ngọc Lợi Mai Thị Phương Lan</i>	Hoàn thiện các biện pháp tài chính nhằm nâng cao hiệu quả tạo động lực làm việc cho người lao động tại Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa	72
9	<i>Nguyễn Thị Mai Đỗ Thị Mẫn</i>	Giải pháp tăng sự cân đối giữa học tập với việc làm thêm của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức	85
10	<i>Nguyễn Cẩm Nhung Lê Minh Tuấn</i>	Nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý thuế giá trị gia tăng tại Cục thuế Thanh Hóa - Nghiên cứu dưới góc độ của doanh nghiệp	96

- | | | | |
|----|--|---|-----|
| 11 | <i>Bùi Thị Ninh</i>
<i>Phạm Trung Kiên</i> | Giải pháp nâng cao năng lực thực thi công vụ của công chức Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa | 107 |
| 12 | <i>Lê Thị Nương</i>
<i>Hàn Xuân Minh</i> | Giải pháp hoàn thiện công tác quản trị nguồn nhân lực tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa | 123 |
| 13 | <i>Ngô Chí Thành</i>
<i>Lê Thị Hà Linh</i> | Giải pháp phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa | 139 |
| 14 | <i>Lê Thị Minh Trí</i>
<i>Lê Thị Thắng</i> | Tăng cường kế toán quản trị với việc đánh giá khả năng sinh lợi tại Công ty cổ phần Xây lắp dầu khí Thanh Hóa | 148 |
| 15 | <i>Nguyễn Thị Thanh Xuân</i>
<i>Lê Thị Kiên</i> | Giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing của Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa | 157 |

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN VĂN HÓA ĐẤT NƯỚC CỦA HỒ CHÍ MINH VÀ SỰ VẬN DỤNG CỦA ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM

Nguyễn Thị Lan Anh¹

TÓM TẮT

Sinh thời, Hồ Chí Minh luôn quan tâm đến văn hóa. Trên cơ sở truyền thống tốt đẹp của nền văn hóa dân tộc; tiếp thu, chắt lọc tinh hoa văn hóa phương Đông và phương Tây; văn hóa Mácxít, Hồ Chí Minh từng bước xây dựng lý luận văn hóa. Bài viết tập trung làm rõ chiến lược phát triển văn hóa của Hồ Chí Minh và sự vận dụng của Đảng cộng sản Việt Nam qua các giai đoạn cách mạng.

Từ khóa: Văn hóa, Hồ Chí Minh, chiến lược phát triển, sự vận dụng của Đảng.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong tư tưởng Hồ Chí Minh, văn hóa có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Văn hóa không chỉ là mục tiêu phấn đấu vươn tới những giá trị cao đẹp của cuộc sống mà còn có vai trò nền tảng và động lực hết sức to lớn trong phát triển các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội. Trong quá trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam, Hồ Chí Minh sớm đưa ra quan điểm xây dựng nền văn hóa mới, đồng thời Người cũng trực tiếp tổ chức, lãnh đạo xây dựng nền văn hóa đó. Chiến lược phát triển văn hóa của Hồ Chí Minh có ý nghĩa lý luận và thực tiễn sâu sắc, là cơ sở để Đảng ta hoạch định đường lối và lãnh đạo sự nghiệp phát triển văn hoá qua các giai đoạn cách mạng.

2. NỘI DUNG

2.1. Chiến lược phát triển văn hóa của Hồ Chí Minh

Theo Từ điển tiếng Việt, chiến lược được hiểu là phương châm và kế hoạch có tính chất toàn cục, xác định mục tiêu chủ yếu và sự sắp xếp lực lượng trong suốt cả một thời kỳ của cuộc đấu tranh xã hội - chính trị [7; tr.167].

Theo đó, có thể hiểu chiến lược phát triển văn hóa của Hồ Chí Minh là hệ thống các quan điểm lý luận mang tính khoa học và cách mạng về văn hóa và xây dựng nền văn hóa Việt Nam, được kết tinh và chắt lọc những giá trị văn hóa phương Đông, phương Tây, cả truyền thống và hiện đại, cả dân tộc và quốc tế. Chiến lược phát triển văn hóa xuyên suốt, nhất quán trong cuộc đời hoạt động của Người, trở thành kim chỉ nam cho hành động của Đảng, Nhà nước và nhân dân ta trong việc hoạch định chính sách xây dựng nền văn hóa Việt Nam.

¹ Khoa Lý luận Chính trị - Luật, Trường Đại học Hồng Đức; nguyenthilananh@hdu.edu.vn

Ngay từ rất sớm Hồ Chí Minh đã quan tâm đến văn hóa, thấy rõ vai trò, vị trí của văn hóa trong đời sống xã hội.

Hồ Chí Minh khẳng định: *“Vi lẽ sinh tồn cũng như mục đích của cuộc sống, loài người mới sáng tạo và phát minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, văn hóa, nghệ thuật, những công cụ cho sinh hoạt hằng ngày về ăn, mặc, ở và các phương thức sử dụng, toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hóa. Văn hóa là sự tổng hợp của mọi phương thức sinh hoạt cùng với biểu hiện của nó mà loài người đã sản sinh ra nhằm thích ứng với những nhu cầu của đời sống và đòi hỏi của sự sinh tồn”* [4; tr.431].

Trên cơ sở thấu hiểu sâu sắc các giá trị văn hóa dân tộc, chủ nghĩa Mác - Lênin và tinh hoa văn hóa thế giới, Hồ Chí Minh đã khắc phục được quan niệm phiến diện về văn hóa trong lịch sử và hiện tại (chỉ đề cập đến lĩnh vực tinh thần, trong văn học nghệ thuật hoặc chỉ đề cập đến lĩnh vực giáo dục, phản ánh trình độ học vấn). Trên thực tế, văn hóa bao gồm toàn bộ những giá trị vật chất và những giá trị tinh thần mà loài người sáng tạo ra, nhằm đáp ứng sự sinh tồn và cũng là mục đích cuộc sống của loài người.

Từ những ngày hoạt động bí mật tại nước ngoài, Hồ Chí Minh đã tố cáo thực chất cái gọi là “khai hóa văn minh” của chủ nghĩa thực dân Pháp ở Việt Nam. Đó là chính sách thống trị chuyên chế về chính trị, bóc lột về kinh tế, kìm hãm nô dịch về văn hoá. Bên cạnh đó, Người đã quan tâm tới việc xây dựng xã hội mới trong đó có văn hóa, xã hội. Cương lĩnh chính trị đầu tiên do Người soạn thảo được thông qua tại Hội nghị thành lập Đảng đầu năm 1930 đã đề cập đến các lĩnh vực chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội, trong đó đã đề cập đến vấn đề nam nữ bình quyền, phổ thông giáo dục theo hướng công nông hóa nhằm xóa bỏ văn hóa nô dịch, xây dựng nền văn hóa mới.

Năm 1943, Hồ Chí Minh đưa ra *Năm điểm lớn* định hướng cho việc xây dựng nền văn hóa dân tộc:

1. *Xây dựng tâm lý: tinh thần độc lập tự cường.*
2. *Xây dựng luân lý: biết hy sinh mình, làm lợi cho quần chúng.*
3. *Xây dựng xã hội: mọi sự nghiệp có liên quan đến phúc lợi của nhân dân trong xã hội.*
4. *Xây dựng chính trị: dân quyền.*
5. *Xây dựng kinh tế”* [4; tr.431].

Theo Hồ Chí Minh, *xây dựng về tâm lý* là *xây dựng tinh thần độc lập tự cường* cũng có nghĩa là sự giáo dục, định hướng tình yêu đất nước, niềm tự hào dân tộc, ý chí tự chủ, tự cường. Chế độ thực dân đã hủ hóa dân tộc Việt Nam bằng những thói xấu, lười biếng, gian xảo, tham ô và những thói xấu khác. Vì vậy, phải giáo dục lại tinh thần cho nhân dân ta, làm cho dân tộc ta trở thành một dân tộc dũng cảm, yêu nước, yêu lao động, một dân tộc xứng đáng với nước Việt Nam độc lập. Đó chính là cơ sở nền tảng bảo đảm cho sự đoàn kết, đồng thuận dân tộc, điều kiện để tạo nên sức mạnh bảo vệ độc lập dân tộc, chống lại mọi sự xâm lược, phá hoại từ bên ngoài.

Xây dựng văn hóa về tâm lý với nội dung là tinh thần độc lập tự cường là tư tưởng xuyên suốt và nhất quán trong nhận thức và hành động của Hồ Chí Minh. Đây cũng là chân lý mà Hồ Chí Minh đã tổng kết từ thực tiễn lịch sử của thế giới và từ chính những bài học xương máu của lịch sử đấu tranh dựng nước và giữ nước của dân tộc Việt Nam.

Xây dựng tinh thần tự lực tự cường nhằm giáo dục, quán triệt nhận thức, bài học đó thành tư tưởng, tình cảm, thành hành vi, lối sống của mỗi con người, thành một giá trị xã hội của Việt Nam. Đó cũng chính là mục tiêu hướng tới của sự phát triển con người Việt Nam, đồng thời là một điều kiện sống còn bảo đảm cho sự thắng lợi của cách mạng xã hội chủ nghĩa ở nước ta.

Xây dựng văn hóa về mặt luân lý, theo Hồ Chí Minh, chính là sự hình thành và không ngừng hoàn thiện về tư tưởng, đạo đức, lối sống, trong đó quan trọng nhất là biết hy sinh, làm lợi cho quần chúng. Đó cũng chính là nội dung quan trọng nhất của những chuẩn mực đạo đức xã hội mà mỗi người dân, mỗi cán bộ cách mạng cần hướng tới. Xây dựng văn hóa về *luân lý* chính là xây dựng văn hóa sống của con người. Hồ Chí Minh khẳng định: “*Muốn xây dựng chủ nghĩa xã hội, phải có con người xã hội chủ nghĩa và có tư tưởng xã hội chủ nghĩa. Phải đánh bại những tư tưởng công thần, địa vị, danh lợi của chủ nghĩa cá nhân, làm cho tư tưởng của chủ nghĩa tập thể thắng lợi, tức là phát huy tinh thần cần kiệm xây dựng chủ nghĩa xã hội, bảo vệ của công, chống tham ô, lãng phí*” [5; tr.159]. Đó cũng chính là cốt lõi văn hóa của con người mà chủ nghĩa xã hội hướng tới, là điều kiện, cơ sở cho sự phát triển của chế độ xã hội chủ nghĩa.

Hồ Chí Minh còn nhấn mạnh: “*Phải làm thế nào cho văn hoá vào sâu trong tâm lý của quốc dân, nghĩa là văn hoá phải sửa đổi được tham nhũng, được lười biếng, phù hoa, xa xỉ... văn hoá phải làm thế nào cho ai cũng có lý tưởng tự chủ, độc lập, tự do... làm thế nào cho một người dân Việt Nam từ trẻ đến già, cả đàn ông và đàn bà ai cũng hiểu nhiệm vụ của mình và biết hưởng hạnh phúc của mình nên được hưởng*” [5; tr.90]. Theo Người, văn hoá phải nuôi dưỡng, xây đắp cho con người những lý tưởng cao quý, những tư tưởng và tình cảm lớn, những phẩm chất tốt đẹp, từ đó con người có năng lực và khát vọng không ngừng hoàn thiện bản thân

Bản đến nội dung xây dựng văn hóa về *xã hội*, Hồ Chí Minh coi đó là *mọi sự nghiệp có liên quan đến phúc lợi của nhân dân trong xã hội*. Điều ấy có thể hiểu là việc phấn đấu cho phúc lợi của nhân dân là yêu cầu quyết định, thể hiện bản chất của chế độ. Nó phải được phản ánh trong mục tiêu, trong mô hình xây dựng, trong cơ chế vận hành của cả chế độ. Hồ Chí Minh nhìn nhận phúc lợi không đơn thuần là những giá trị vật chất. Đó còn là những yêu cầu về *tự do, dân chủ, học hành, nghỉ ngơi*, những điều kiện cần và đủ cho con người phát triển một cách toàn diện.

Xây dựng văn hóa về xã hội có ý nghĩa nhân văn cao cả. Đất nước ta còn nhiều khó khăn, nền kinh tế chưa phát triển đến mức đáp ứng đầy đủ mọi nhu cầu phúc lợi phong phú của nhân dân. Chính vì thế, việc thúc đẩy phát triển kinh tế, làm giàu, không ngừng tăng thêm phúc lợi cho nhân dân là một đòi hỏi khách quan, cấp thiết. Nhưng điều đó không cho phép chúng ta quên đi việc giáo dục về văn hóa trong phân phối, hưởng thụ các nguồn phúc lợi xã hội. Sự chia sẻ, tính tiết kiệm, sự công bằng, thái độ vô tư, ý thức cộng đồng, những điều ấy ở nghĩa sâu xa của nó, chính là sự biểu hiện sâu sắc của giá trị văn hóa, sự kết tinh văn hóa trong xã hội. Nó trở thành nền tảng cho việc sử dụng của cải, phúc lợi xã hội hợp lý, mang lại hạnh phúc cho con người.

Xây dựng *chính trị*, theo Hồ Chí Minh, đó chính là *dân quyền*. Văn hóa chính trị chính là mang lại và bảo đảm được *dân quyền*. Ở đây, *dân quyền* không chỉ là những quyền trên các lĩnh vực đời sống mà người dân được hưởng ngày càng đầy đủ, càng có ý nghĩa tốt đẹp cho sự phát triển toàn diện, mà còn là những quyền, lợi ích mà xã hội mang lại cho nhân dân ngày càng đầy đủ hơn, giúp cho cuộc sống của người dân hạnh phúc hơn, tiến bộ hơn.

Dân quyền dưới góc độ văn hóa không chỉ là những quyền và lợi mà nền chính trị mang lại cho người dân, đó còn là cách mà những quyền đó được mang lại như thế nào và ý nghĩa của những quyền và lợi ấy ra sao, có ý nghĩa tốt đẹp đến đâu đối với xã hội. Văn hóa chính là nền tảng để phát triển, mở rộng *dân quyền*, đồng thời *dân quyền* cũng tác động trở lại, thúc đẩy sự phát triển các giá trị văn hóa của xã hội. Theo Hồ Chí Minh, sự phát triển *dân quyền* vừa có ý nghĩa như đòi hỏi, điều kiện cho sự phát triển văn hóa, vừa thể hiện mục đích phục vụ cho con người công dân và sự phát triển toàn diện con người. Nội dung, mức độ, hình thức và khả năng thực thi *dân quyền* không thể tách rời các điều kiện kinh tế, xã hội, văn hóa và truyền thống của các cộng đồng người, các dân tộc trong các thời đoạn lịch sử. Điều ấy cũng có nghĩa là, cùng với việc Nhà nước mang lại ngày càng nhiều quyền cho nhân dân thì cũng đồng thời phải tiến hành giáo dục, nâng cao nhận thức, không ngừng cải thiện môi trường xã hội cho nhân dân. Văn hóa chính là một yếu tố tạo nên môi trường xã hội.

Đối với nội dung *xây dựng kinh tế*, Hồ Chí Minh chỉ rõ kinh tế thuộc cơ sở hạ tầng, là nền tảng của việc xây dựng văn hóa. Từ đó, Người đưa ra luận điểm: phải chú trọng xây dựng kinh tế, xây dựng cơ sở hạ tầng để có điều kiện xây dựng và phát triển văn hóa. Trong triết lý phát triển xã hội của Người, các quan hệ kinh tế có vai trò to lớn quy định cấu trúc xã hội và cơ cấu của kiến trúc thượng tầng. Tuy nhiên, Người cũng coi văn hóa là mục tiêu của xây dựng kinh tế, đồng thời văn hóa cũng là nội lực mạnh mẽ của việc xây dựng nền kinh tế đó. Mục tiêu lý tưởng của chủ nghĩa xã hội là giải phóng con người, mang lại cho con người cuộc sống tự do, sự phát triển toàn diện và vì thế mang lại hạnh phúc cho con người. Đó là một mục tiêu cao cả, nhân văn. Nhưng “*muốn tiến lên chủ nghĩa xã hội thì phải phát triển kinh tế và văn hóa. Vì sao không nói phát triển văn hóa và kinh tế? Tục ngữ ta có câu: Có thực mới vực được đạo; vì thế kinh tế phải đi trước. Nhưng phát triển để làm gì? Phát triển kinh tế và văn hóa để nâng cao đời sống vật chất và văn hóa của nhân dân ta*” [5; tr.59]. Nói cách khác, cần phải phát triển kinh tế để bảo đảm đời sống vật chất cho nhân dân. Nhưng nền kinh tế ấy không tách rời các nội dung, ý nghĩa của việc xây dựng văn hóa và nói cho cùng thì nó phải phục vụ cho mục đích phát triển văn hóa của nhân dân.

Thực tiễn cho thấy nền kinh tế Việt Nam hiện nay đã có một bước tiến vượt bậc so với thời kỳ trước đổi mới. Nguyên nhân không phải chỉ ở sự phát triển tự nhiên của các nhân tố kinh tế, mà còn do sự giải phóng tư tưởng và bước phát triển mới về trình độ, năng lực của đội ngũ quản lý và lực lượng lao động. Nghĩa là động lực của sự đổi mới kinh tế một phần quan trọng nằm trong những giá trị văn hóa đang được phát huy.

Những định hướng này thể hiện tầm nhìn chiến lược của Hồ Chí Minh trong việc xây dựng nền văn hóa Việt Nam trong tương lai.

2.2. Đảng cộng sản Việt Nam với sự vận dụng Chiến lược phát triển văn hóa của Hồ Chí Minh

Từ Chiến lược phát triển văn hóa của Hồ Chí Minh, Đảng cộng sản Việt Nam đã sớm nhận thức được vai trò quan trọng của văn hóa đối với sự nghiệp giải phóng dân tộc và xây dựng chế độ mới.

Điều này thể hiện rõ ở việc ngay sau hội nghị lịch sử họp bàn công tác chuẩn bị khởi nghĩa giành chính quyền về tay nhân dân do Ban Thường vụ Trung ương Đảng tổ chức (từ ngày 25 đến ngày 28/2/1943), trước bọn bè các công việc cấp bách cần gấp rút chuẩn bị, Tổng Bí thư Trường Chinh đã soạn thảo Đề cương văn hóa Việt Nam. Tuy ngắn gọn nhưng Đề cương đã trình bày một cách hệ thống các quan niệm, phạm trù, các quan điểm chỉ đạo, mục tiêu, phương châm, nguyên tắc của nền văn hóa dân tộc cần hướng đến, trong đó xác định văn hóa là một trong ba mặt trận (kinh tế, chính trị, văn hóa). Đề cương văn hóa Việt Nam vừa là kết quả của tư duy lý luận và tổng kết kinh nghiệm hoạt động lãnh đạo trên mặt trận văn hóa từ khi Đảng ta ra đời, vừa là đỉnh cao trí tuệ, là sự nhận thức sắc bén về tình hình, là những dự báo khoa học về mục tiêu, tính chất, nguyên tắc, nhiệm vụ của văn hóa. Đây cũng là cơ sở cho quá trình xây dựng văn hóa trong thời kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp, chống đế quốc Mỹ xâm lược.

Sau khi miền Nam hoàn toàn giải phóng, đất nước thống nhất, Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IV của Đảng đã xác định nhiệm vụ trung tâm của cách mạng tư tưởng và văn hóa là xây dựng nền văn hoá mới và con người mới xã hội chủ nghĩa; tuyên truyền, giáo dục sâu rộng chủ nghĩa Mác - Lênin và đường lối chính sách của Đảng; đấu tranh chống tư tưởng và văn hoá phản động, lạc hậu của các giai cấp bóc lột; tiến hành cải cách giáo dục, phát triển văn học, nghệ thuật; giáo dục tư tưởng xã hội chủ nghĩa, chống tư tưởng tư sản và tàn dư tư tưởng phong kiến, phê phán tư tưởng tiểu tư sản, quét sạch ảnh hưởng của tư tưởng và văn hoá thực dân mới ở miền Nam.

Từ khi thực hiện đường lối đổi mới toàn diện, nhiệm vụ và giải pháp xây dựng nền văn hóa Việt Nam cũng có sự thay đổi, bổ sung và phát triển cho phù hợp với yêu cầu mới.

Nghị quyết Trung ương 5 (khóa VIII) về *Xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc* đã bao quát những nội dung cơ bản và trọng yếu, có ý nghĩa chiến lược về văn hóa trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Nghị quyết Trung ương 9 (khóa XI) về *Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước* đã góp phần bồi dưỡng tinh thần yêu nước, lòng tự hào dân tộc, đạo đức, lối sống và nhân cách của con người Việt Nam trong thời kỳ mới.

Văn kiện Đại hội XII của Đảng cũng nhấn mạnh: “*Xây dựng nền văn hóa và con người Việt Nam phát triển toàn diện, hướng đến chân - thiện - mỹ, thấm nhuần tinh thần dân tộc, nhân văn, dân chủ và khoa học. Văn hóa thực sự trở thành nền tảng tinh thần vững chắc của xã hội, là sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc Tổ quốc vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh*” [1; tr.126].

Như vậy, trong quá trình lãnh đạo sự nghiệp giải phóng dân tộc và xây dựng chế độ mới qua các thời kỳ, Đảng cộng sản Việt Nam luôn quán triệt chiến lược phát triển văn

hóa của Hồ Chí Minh. Điều này thể hiện ở chỗ: Đảng ta luôn nhận thức đúng đắn về chức năng, vai trò, vị trí của văn hóa; coi văn hóa là một mặt trận, văn hóa đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội; coi văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu, động lực phát triển bền vững đất nước. Thực tiễn cách mạng Việt Nam trong gần một thế kỷ qua đã khẳng định đường lối, quan điểm của Đảng ta về phát triển văn hóa là đúng đắn, đáp ứng nhu cầu đòi hỏi cấp thiết của xã hội. Nhờ đó nền văn hóa Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu, góp phần cùng các lĩnh vực khác làm nên những thành tựu to lớn, có ý nghĩa lịch sử của dân tộc. Nền văn hóa Việt Nam đương đại với những giá trị mới sẽ là một tiền đề quan trọng đưa nước ta hội nhập và phát triển.

3. KẾT LUẬN

Từ định nghĩa văn hóa (bao gồm các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo ra), Hồ Chí Minh khẳng định vai trò, vị trí của văn hóa trong đời sống xã hội với tính cách là mục tiêu, động lực cho sự phát triển kinh tế - xã hội; đồng thời Người định hướng cho việc xây dựng nền văn hóa mới, xóa bỏ văn hóa nô dịch.

Chiến lược phát triển văn hóa của Hồ Chí Minh có ý nghĩa lý luận và thực tiễn sâu sắc. Những quan điểm của Người về văn hoá là kim chỉ nam để Đảng ta hoạch định đường lối, sách lược phát triển văn hoá nói riêng và các lĩnh vực khác nói chung qua các giai đoạn cách mạng.

Ngày nay, công cuộc đổi mới, xây dựng chủ nghĩa xã hội ở nước ta thực sự là cuộc hành trình đến những giá trị văn hóa đích thực. Tuy nhiên, con đường đi lên chủ nghĩa xã hội còn nhiều gian khổ, lâu dài. Chúng ta đang đứng trước nhiều thời cơ và thách thức mới. Trong bối cảnh đó, Đảng ta luôn khẳng định quan điểm văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, là mục tiêu và động lực phát triển bền vững đất nước, con người là trung tâm trong chiến lược phát triển. Các chỉ thị, Nghị quyết của Đảng về xây dựng, phát triển văn hóa thể hiện sự vận dụng sáng tạo những luận điểm cơ bản của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh vào thực tiễn cách mạng Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Chính phủ (2009), *Quyết định 581/ QĐ- TTg 2009 phê duyệt chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2020*.
- [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] Hồ Chí Minh (1997), *Về công tác văn hóa, văn nghệ*, Nxb. Sự thật, Hà Nội.
- [4] Hồ Chí Minh (2002), *Toàn tập*, tập 3, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [5] Hồ Chí Minh (2002), *Toàn tập*, tập 10, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [6] Văn phòng trung ương Đảng (2016), *Văn kiện hội nghị lần thứ IX, BCH TƯ khóa XI*, Hà Nội.
- [7] Viện khoa học xã hội Việt Nam, Viện ngôn ngữ học (1992), *Từ điển Tiếng Việt*, Trung tâm từ điển ngôn ngữ, Hà Nội.

HO CHI MINH' STRATEGIES FOR DEVELOPING NATIONAL CULTURE AND THE APPLICATION OF VIETNAMESE COMMUNIST PARTY

Nguyen Thi Lan Anh

ABSTRACT

During his time, Ho Chi Minh always paid attention to culture. Based on fine tradition of our national cultures; acquiring, refining Eastern and Oriental cultural quintessence, Marxist cultures, Ho Chi Minh built the theory of culture step by step. The article focuses on clarifying Ho Chi Minh' strategies for cultural development and the application of Vietnamese Communist Party throughout different revolutionary periods.

Keywords: *Culture, Ho Chi Minh, strategies for development, Vietnamese Communist Party's application.*

* Ngày nộp bài: 20/10/2020; Ngày gửi phản biện: 26/10/2020; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021.

SÁNG TẠO CỦA HỒ CHÍ MINH VỀ VẤN ĐỀ GIẢI PHÓNG DÂN TỘC, GIẢI PHÓNG GIAI CẤP VÀ GIẢI PHÓNG CON NGƯỜI

Trịnh Tố Anh¹

TÓM TẮT

Trong tư tưởng Hồ Chí Minh, cách mạng Việt Nam là cuộc cách mạng không ngừng, từ giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp tiến lên giải phóng con người. Ba vấn đề trên có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Trong đó, giải phóng dân tộc là tiền đề, điều kiện để giải phóng giai cấp. Giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, xây dựng xã hội mới cũng là nhằm giải phóng con người, đưa con người thoát khỏi mọi áp bức, bóc lột, bất công, đem lại cho con người cuộc sống ấm no, tự do, hạnh phúc. Trên cơ sở phân tích tư tưởng Hồ Chí Minh về vấn đề giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người, bài viết chỉ rõ sự sáng tạo, đóng góp to lớn của Hồ Chí Minh trong việc giải quyết mối quan hệ giữa ba vấn đề trên để đưa cách mạng Việt Nam đi tới những thắng lợi vẻ vang.

Từ khóa: *Tư tưởng Hồ Chí Minh, giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp và giải phóng con người thoát khỏi sự áp bức, bóc lột, bất công; thoát khỏi nghèo nàn, lạc hậu để có cuộc sống ấm no, tự do, hạnh phúc là nội dung cốt lõi chi phối toàn bộ cuộc đời, sự nghiệp cách mạng của Hồ Chí Minh. Trên cơ sở vận dụng chủ nghĩa C.Mác - V.I.Lênin vào điều kiện lịch sử cụ thể của Việt Nam, Người đã giải quyết đúng đắn, sáng tạo mối quan hệ hữu cơ giữa giải phóng dân tộc với giải phóng giai cấp, giải phóng con người; gắn liền độc lập dân tộc với chủ nghĩa xã hội, gắn kết chặt chẽ vấn đề giai cấp và dân tộc, dân tộc với con người; đưa phong trào đấu tranh giải phóng của nhân dân ta vào quỹ đạo của thời đại cách mạng vô sản; đặt nền tảng cho bước chuyển biến từ cách mạng dân tộc dân chủ nhân dân lên cách mạng xã hội chủ nghĩa ở nước ta; soi đường cho cách mạng Việt Nam đi tới thắng lợi.

2. NỘI DUNG

2.1. Giải phóng dân tộc gắn liền với giải phóng giai cấp, giải phóng dân tộc là điều kiện, tiền đề để giải phóng giai cấp

Cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX, phong trào đấu tranh chống thực dân Pháp, giành lại độc lập tự do cho dân tộc ở Việt Nam nổ ra liên tiếp, nhưng đều bị thất bại. Sinh ra và lớn lên trong cảnh nước mất nhà tan, tận mắt chứng kiến nỗi khổ cực của nhân dân và sự

¹ Khoa Lý luận Chính trị - Luật, Trường Đại học Hồng Đức; trinhtoanh@hdu.edu.vn

thất bại của các phong trào yêu nước của dân tộc, Hồ Chí Minh đã quyết tâm ra đi tìm một con đường cứu nước mới. Tháng 7/1920, sau khi đọc “*Sơ thảo lần thứ nhất Luận cương về dân tộc và thuộc địa*” của V.I.Lênin, Hồ Chí Minh đã tìm thấy con đường giải phóng dân tộc đúng đắn cho cách mạng Việt Nam. Người khẳng định: “Muốn cứu nước và giải phóng dân tộc không có con đường nào khác con đường cách mạng vô sản” [9; tr.30]. Như vậy, Hồ Chí Minh đã đặt cuộc cách mạng giải phóng dân tộc ở nước ta vào quỹ đạo của cuộc cách mạng vô sản. Người cho rằng, cách mạng giải phóng dân tộc ở các thuộc địa là một bộ phận không thể tách rời mà gắn bó khăng khít với cuộc đấu tranh cách mạng của giai cấp công nhân; độc lập dân tộc phải gắn liền với chủ nghĩa xã hội. Điều đó phù hợp với xu thế thời đại, và lợi ích của các giai cấp và lực lượng tiến bộ trong dân tộc; làm cho con đường cứu nước giải phóng dân tộc của Hồ Chí Minh khác biệt về chất với con đường cứu nước những năm đầu thế kỷ XX ở nước ta.

Khi lựa chọn con đường giải phóng dân tộc theo con đường cách mạng vô sản thì nảy sinh một vấn đề quan trọng mà Hồ Chí Minh cần xử lý đó là mối quan hệ giữa vấn đề dân tộc và giai cấp, giữa giải phóng dân tộc với giải phóng giai cấp. Phân tích mối quan hệ biện chứng giữa giải phóng dân tộc và giải phóng giai cấp, Hồ Chí Minh đã vạch ra hướng đi đúng đắn cho cách mạng Việt Nam, bèn bỏ đấu tranh chống các quan điểm không đúng về vấn đề giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp. Tư tưởng Hồ Chí Minh về mối quan hệ giữa giải phóng dân tộc và giải phóng giai cấp là sự vận dụng và phát triển sáng tạo của Hồ Chí Minh đối với học thuyết C.Mác - V.I.Lênin; là một trong những yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của cách mạng Việt Nam.

Trong thời đại của C.Mác - Ph.Ăngghen, sự phát triển của chủ nghĩa tư bản dẫn đến sự ra đời của các dân tộc tư bản chủ nghĩa. Học thuyết Mác đã cung cấp quan điểm cơ bản có tính chất phương pháp luận để nhận thức và giải quyết vấn đề dân tộc và vấn đề giai cấp, giải phóng dân tộc và giải phóng giai cấp. Tuy nhiên, trong học thuyết của Mác, vấn đề đấu tranh giai cấp được đặt lên hàng đầu, vấn đề dân tộc, giải phóng dân tộc chỉ được xem dưới góc độ cuộc đấu tranh của giai cấp vô sản chống lại giai cấp tư sản, là hệ quả của vấn đề giai cấp. Giải phóng giai cấp được coi là điều kiện để giải phóng dân tộc; việc giải quyết vấn đề giải phóng dân tộc phụ thuộc vào cuộc đấu tranh giai cấp của giai cấp vô sản đối với giai cấp tư sản. Nói về mối quan hệ này, Mác viết: “Hãy xoá bỏ nạn người bóc lột người thì nạn dân tộc này bóc lột dân tộc khác cũng bị xoá bỏ” [1; tr.624].

Đến thời đại đế quốc chủ nghĩa đã xâm lược và xác lập hệ thống thuộc địa trên phạm vi toàn thế giới. Vì vậy, ở các nước tư bản chủ nghĩa, ngoài mâu thuẫn cơ bản giữa giai cấp vô sản với giai cấp tư sản còn xuất hiện và phát triển ngày càng gay gắt mâu thuẫn giữa các dân tộc thuộc địa và phụ thuộc với chủ nghĩa đế quốc. Trong điều kiện đó, V.I.Lênin đã phát triển học thuyết của Mác lên một tầm cao mới. Trong học thuyết cách mạng của V.I.Lênin, vấn đề giải phóng dân tộc đã được coi trọng hơn, và được xem là một bộ phận hữu cơ của cách mạng vô sản thế giới. Theo V.I.Lênin, cuộc đấu tranh của giai cấp vô sản ở chính quốc sẽ không thể giành được thắng lợi nếu không biết liên minh với cuộc đấu tranh chống chủ nghĩa đế quốc của các nước thuộc địa. Người kêu gọi: Vô sản toàn thế giới

và các dân tộc bị áp bức, đoàn kết lại!. Tuy nhiên, xuất phát từ thực tiễn, yêu cầu của cách mạng vô sản ở châu Âu, cũng như C.Mác và Ph.Ăngghen, V.I.Lênin tập trung nhiều vào vấn đề giải phóng giai cấp, coi đó là chìa khoá giải quyết vấn đề cách mạng, giải phóng dân tộc vẫn được xem như là hệ quả của giải phóng giai cấp.

Trên cơ sở quan điểm của các nhà kinh điển chủ nghĩa C. Mác - V.I.Lênin về vấn đề giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, Hồ Chí Minh đã căn cứ vào tình hình thực tiễn ở Việt Nam và các thuộc địa khác để vận dụng, phát triển sáng tạo, đưa ra quan điểm mới và độc đáo về quan hệ giữa hai vấn đề trên. Theo Hồ Chí Minh, vấn đề giải phóng dân tộc và giải phóng giai cấp có mối quan hệ tương hỗ, tác động, thúc đẩy lẫn nhau, trong đó giải phóng dân tộc tạo tiền đề cho giải phóng giai cấp. Vì vậy, giải phóng dân tộc là vấn đề được đặt lên hàng đầu. Đây là một quan điểm hết sức sáng tạo trong tư tưởng Hồ Chí Minh.

Trước hết, Hồ Chí Minh chỉ rõ: vấn đề giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Cuộc cách mạng ở Việt Nam vừa phải giành độc lập dân tộc, vừa phải giải phóng nhân dân lao động khỏi áp bức, bóc lột. Người khẳng định: “nếu nước độc lập mà dân không hưởng hạnh phúc tự do, thì độc lập cũng chẳng có nghĩa lý gì” [7; tr.64]; “Dân chỉ biết rõ giá trị của tự do, của độc lập khi mà dân được ăn no, mặc đủ” [7; tr.175]. Độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội mới bảo đảm mọi quyền và đem lại hạnh phúc cho con người. Do đó, cách mạng giải phóng dân tộc trong thời đại mới muốn giành thắng lợi triệt để thì phải đi vào quỹ đạo và phải là một bộ phận khăng khít của cách mạng vô sản. Cuộc cách mạng ấy phải được lãnh đạo bởi chính Đảng của giai cấp công nhân, nhưng phải có toàn dân tham gia, trong đó lực lượng nòng cốt là liên minh công - nông. Cuộc đấu tranh giai cấp - giải quyết mâu thuẫn giai cấp trong nội bộ dân tộc không tách rời cuộc đấu tranh dân tộc - giải quyết mâu thuẫn giữa toàn thể dân tộc với kẻ thù xâm lược. Như vậy, Hồ Chí Minh nhấn mạnh yếu tố giai cấp trong lực lượng, nhưng lại luôn giữ vững tinh thần dân tộc trong đó, vấn đề giai cấp được thể hiện ở vấn đề dân tộc, còn vấn đề dân tộc được giải quyết trên lập trường của giai cấp công nhân.

Hồ Chí Minh đi tìm đường cứu nước, đến với chủ nghĩa C.Mác - V.I.Lênin, xác định con đường giải phóng dân tộc mình theo cách mạng vô sản. Nhưng xuất phát từ thực tiễn dân tộc thuộc địa, Hồ Chí Minh khẳng định cuộc cách mạng vô sản ở đây chưa phải chỉ là cuộc đấu tranh giai cấp mà trước hết phải là cuộc cách mạng giải phóng dân tộc. Người chỉ rõ, để con người được giải phóng, có cuộc sống ấm no, hạnh phúc thì điều tiên quyết, đất nước phải được độc lập, con người phải được tự do. Khi Việt Nam bị thực dân Pháp xâm lược, thống trị, khi nhân dân bị áp bức, bóc lột nặng nề, thì nhiệm vụ hàng đầu của cách mạng là phải giành được độc lập.

Những năm 20 của thế kỷ XX, do sự vận dụng máy móc, giáo điều chủ nghĩa Mác - Lênin, không đánh giá đúng thực tiễn xã hội thuộc địa, trong phong trào cộng sản và công nhân quốc tế, đã từng có luận điểm cho rằng vấn đề cơ bản của cách mạng thuộc địa là vấn đề nông dân, mà nông dân thì gắn với ruộng đất, vì thế phải nhấn mạnh cách mạng ruộng đất và cuộc đấu tranh giai cấp ở thuộc địa. Hồ Chí Minh chỉ rõ, vì lợi ích của mình, giai cấp tư sản ở chính quốc đã phát động cuộc chiến tranh xâm lược thuộc địa,

biến các dân tộc độc lập thành các dân tộc nô lệ. Quan hệ áp bức giai cấp giữa thực dân Pháp với nhân dân Việt Nam tồn tại không dựa trên tính tất yếu kinh tế nào, mà dựa trên sự thống trị dân tộc. Xuất phát từ lợi ích giai cấp tư sản chính quốc mà chế độ thực dân ra đời và hình thức quan hệ mâu thuẫn đầu tiên giữa người thực dân và người bản xứ là quan hệ áp bức dân tộc, thì cũng chính do lợi ích giai cấp tư sản thôi thúc mà từ quan hệ áp bức dân tộc sản sinh ra áp bức giai cấp, hay nói cách khác, áp bức giai cấp là thực chất, biểu hiện tập trung của áp bức dân tộc trong chế độ thực dân. Do sự thống trị dân tộc mà ách áp bức, bóc lột giai cấp được thực hiện. Như vậy, trong chế độ thực dân, mối quan hệ giữa người thực dân và người bản xứ được Hồ Chí Minh phản ánh trước hết là mối quan hệ áp bức dân tộc. Đó là mâu thuẫn chủ yếu trong lòng xã hội hiện thực dưới chế độ thực dân.

Phân tích thực tiễn xã hội thuộc địa, Hồ Chí Minh nhận thấy, sự phân hoá giai cấp ở các nước thuộc địa phương Đông chưa triệt để, sâu sắc như ở các nước tư bản phương Tây; xung đột về lợi ích chưa gay gắt và vì thế mâu thuẫn giai cấp trong xã hội Việt Nam được giảm thiểu. Trước khi bị xâm lược, cấu trúc xã hội phương Đông gồm hai giai cấp: địa chủ phong kiến và nông dân. Dưới tác động của những chương trình khai thác thuộc địa, những giai cấp mới lần lượt ra đời: công nhân, tư sản, tiểu tư sản. Mỗi giai cấp ở thuộc địa có địa vị kinh tế, thái độ chính trị khác nhau, thậm chí có lợi ích phát triển ngược chiều nhau, hình thành nhiều mâu thuẫn đan xen nhau. Do đó, trong xã hội nảy sinh nhiều mâu thuẫn mới nhưng có hai mâu thuẫn cơ bản: mâu thuẫn giữa nhân dân lao động mà chủ yếu là nông dân với địa chủ phong kiến; và mâu thuẫn giữa toàn thể dân tộc thuộc địa với chủ nghĩa thực dân và tay sai phản động - đây chính là mâu thuẫn chủ yếu, mâu thuẫn bao trùm nhất. Các giai cấp ở thuộc địa có sự khác nhau ít nhiều nhưng đều có một số phận chung: Không chỉ quần chúng lao động (công nhân và nông dân), mà cả các giai cấp và tầng lớp trên trong xã hội (tiểu tư sản, tư sản và địa chủ) đều phải chịu nỗi nhục của người dân mất nước, bị áp bức, bóc lột bởi thực dân Pháp và tay sai. Như vậy, nếu như mâu thuẫn chủ yếu ở các nước tư bản chủ nghĩa phương Tây là mâu thuẫn giữa giai cấp tư sản và giai cấp vô sản thì mâu thuẫn cơ bản và chủ yếu trong xã hội thuộc địa phương Đông là mâu thuẫn giữa dân tộc bị áp bức với chủ nghĩa thực dân xâm lược và tay sai của chúng. Mâu thuẫn ấy đang tạo động lực đấu tranh ngày càng mạnh mẽ. Vì vậy, ở các nước thuộc địa, muốn xóa bỏ tình trạng áp bức về mặt giai cấp, trước hết phải xóa bỏ tình trạng thống trị về mặt dân tộc. Trong bối cảnh sự phân hóa giai cấp trong xã hội Việt Nam chưa trở nên gay gắt, vấn đề dân tộc thực sự nổi lên hàng đầu. Với mục tiêu tập trung lực lượng để chống kẻ thù hàng đầu của dân tộc, Hồ Chí Minh chỉ rõ: “dân tộc cách mệnh thì chưa phân giai cấp, nghĩa là sĩ, nông, công, thương đều nhất trí chống lại cường quyền” [5; tr.287]. Lợi ích chung của toàn thể dân tộc trở thành cái chi phối và chính nó đã quay trở lại làm suy yếu thêm mâu thuẫn giai cấp trong xã hội Việt Nam lúc bấy giờ.

Do đó, yêu cầu bức thiết nhất của xã hội thuộc địa là phải tiến hành cuộc đấu tranh giành độc lập dân tộc, lật đổ ách thống trị của chủ nghĩa đế quốc thực dân chưa phải là

đấu tranh giai cấp, xoá bỏ sự tư hữu, sự bóc lột như trong các xã hội tư bản chủ nghĩa phương Tây. Còn giải quyết mâu thuẫn giai cấp, đánh đổ phong kiến sẽ thực hiện sau khi dân tộc đã giành được độc lập, tiến lên chủ nghĩa xã hội. Điều đó quy định tính chất và nhiệm vụ hàng đầu của cách mạng ở thuộc địa là giải phóng dân tộc; chỉ có giải phóng dân tộc thì mới giải phóng được giai cấp, và giải phóng dân tộc đã bao hàm một phần giải phóng giai cấp và tạo tiền đề cho giải phóng giai cấp; có độc lập dân tộc rồi mới có địa bàn để làm cách mạng xã hội chủ nghĩa. Trong “Đường cách mệnh”, Người phân loại thành 3 cuộc cách mạng: cách mạng vô sản, cách mạng tư sản và cách mạng giải phóng dân tộc. Ở đó Người nhấn mạnh tính chất và nhiệm vụ của cách mạng Việt Nam là cách mạng giải phóng dân tộc. Trong “Cương lĩnh chính trị đầu tiên” của Đảng do Nguyễn Ái Quốc soạn thảo xác định những nhiệm vụ chính trị, kinh tế, văn hoá - xã hội, nhưng nổi lên hàng đầu là nhiệm vụ chống đế quốc giành độc lập dân tộc. Hội nghị TW8 (5/1941) do Hồ Chí Minh chủ trì kiên quyết giương cao ngọn cờ giải phóng dân tộc, nhấn mạnh đó là nhiệm vụ bức thiết nhất. Tháng 5 - 1941, Hồ Chí Minh chủ trì Hội nghị lần thứ VIII Ban chấp hành Trung ương Đảng, viết thư Kính cáo đồng bào, chỉ rõ: “trong lúc này quyền lợi dân tộc giải phóng cao hơn hết thảy” [6; tr.230]. Người chỉ đạo thành lập Việt Nam độc lập đồng minh, ra báo Việt Nam độc lập, thảo Mười chính sách của Việt Minh, trong đó mục tiêu đầu tiên là: Cờ treo độc lập, nền xây bình quyền. Năm 1945, đứng trước thời cơ mới của cách mạng nước ta, khi nói chuyện với đồng chí Võ Nguyên Giáp tại Lán Nà Lừa cuối tháng 7/1945 Hồ Chí Minh khẳng định: “Lúc này thời cơ thuận lợi đã tới, dù phải đốt cháy cả dãy Trường Sơn cũng phải cương quyết giành cho được độc lập” [2; tr.196]. Trong nhiều bài viết, bài nói thời kỳ kháng chiến chống Pháp, chống Mỹ, Người tiếp tục khẳng định nhiệm vụ giải phóng dân tộc đặt lên hàng đầu... Nhìn lại lịch sử dân tộc ta trong thế kỷ XX, chúng ta càng thấy sự đúng đắn, sáng tạo của tư tưởng Hồ Chí Minh về vấn đề dân tộc và giai cấp.

2.2. Giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, xây dựng xã hội mới vì con người

Trong suốt cuộc đời hoạt động cách mạng của mình, Hồ Chí Minh luôn gắn liền mục tiêu giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp với việc giải phóng con người, mang lại tự do, hạnh phúc cho nhân dân. Theo Hồ Chí Minh, sự nghiệp giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người không có bức tường ngăn cách mà là cách mạng không ngừng. Giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp cũng là nhằm mục tiêu giải phóng con người. Cách mạng giải phóng dân tộc là điều kiện tiên quyết trong sự nghiệp giải phóng con người; đưa con người từ thân phận nô lệ lên địa vị làm chủ, giải phóng con người khỏi áp bức dân tộc. Giai đoạn tiếp theo có phần khó khăn, phức tạp và lâu dài hơn là xây dựng xã hội mới - xã hội chủ nghĩa, giải phóng con người khỏi nghèo nàn, lạc hậu, khỏi sự áp bức giai cấp. Xây dựng chủ nghĩa xã hội không chỉ là điều kiện để bảo đảm cho nền độc lập dân tộc và giải phóng giai cấp khỏi áp bức, bóc lột mà còn vì “Không có chế độ nào tôn trọng con người, chú ý xem xét những lợi ích cá nhân đúng đắn và bảo đảm cho nó được thoả mãn bằng chế độ xã hội chủ nghĩa và cộng sản chủ nghĩa” [8; tr.610]. Giải phóng con người thoát khỏi mọi áp bức, bóc lột, bất công, đem lại cho con người cuộc sống ấm no, tự do, hạnh phúc là

mục tiêu hàng đầu trong tư tưởng Hồ Chí Minh. Người nói: “Tôi chỉ có một sự ham muốn, ham muốn tột bậc, là làm sao nước ta được hoàn toàn độc lập, dân ta được hoàn toàn tự do, đồng bào ai cũng có cơm ăn áo mặc, ai cũng được học hành” [7; tr.187]. Với khát vọng, hoài bão cao cả, thiêng liêng cùng sự đấu tranh, hy sinh quên mình vì lý tưởng đó, Hồ Chí Minh đã trở thành một biểu tượng chói ngời trong sự nghiệp giải phóng con người của dân tộc Việt Nam và nhân loại tiến bộ.

Sinh ra và lớn lên trong bối cảnh nước mất, nhà tan, Hồ Chí Minh sớm thấu hiểu tình cảnh nô lệ và nỗi thống khổ của người dân Việt Nam. Xuất phát từ lòng yêu nước, thương dân tha thiết và khát vọng giải phóng dân tộc khỏi ách áp bức, thống trị của thực dân Pháp, Người đã đi tìm con đường giải phóng cho dân tộc. Trên hành trình đó, trải qua những tháng năm lao động kiếm sống, hoà mình vào cuộc sống của những người lao khổ trên thế giới, Hồ Chí Minh thấy rõ cảnh bất công, tàn bạo của xã hội tư bản, đời sống khổ cực của giai cấp công nhân và nhân dân lao động các nước. Hồ Chí Minh đã rút ra kết luận quan trọng: “Vậy là, dù màu da có khác nhau, trên đời này chỉ có hai giống người: giống người bóc lột và giống người bị bóc lột. Mà cũng chỉ có một mối tình hữu ái là thật mà thôi: tình hữu ái vô sản” [4; tr.287]. Người thấy được rằng không chỉ dân tộc mình mất tự do, đồng bào mình bị áp bức, bóc lột như nô lệ mà nhiều dân tộc khác cũng là nạn nhân của chủ nghĩa đế quốc, cùng chịu chung nỗi đau khổ đó. Từ nhận thức trên, Hồ Chí Minh coi giải phóng dân tộc và giải phóng con người không chỉ là vấn đề của Việt Nam mà là vấn đề toàn cầu: “Mặc dầu chúng ta là những người khác giống, khác nước, khác tôn giáo... Chúng ta cùng chịu chung một nỗi đau khổ: sự bạo ngược của chế độ thực dân. Chúng ta đấu tranh vì một lý tưởng chung: giải phóng đồng bào chúng ta và giành độc lập cho Tổ quốc chúng ta. Trong cuộc chiến đấu của chúng ta, chúng ta không cô độc, vì chúng ta có tất cả các dân tộc của chúng ta ủng hộ” [4; tr.208]. Điều này đã bổ sung thêm tiêu chuẩn cho sự lựa chọn con đường cách mạng của Người: Con đường đó không chỉ cho Việt Nam mà cho tất cả các dân tộc bị áp bức và nhân dân lao động bị bóc lột trên toàn thế giới. Cuối năm 1917, Hồ Chí Minh từ Anh trở về Pháp. Tại đây, Người đã biết ở nước Nga Xô Viết, V.I.Lênin lãnh đạo thành công Cách mạng Tháng Mười. Trải qua quá trình 10 năm tìm tòi, khảo nghiệm, năm 1920, sau khi đọc Sơ thảo lần thứ nhất những luận cương về vấn đề dân tộc và vấn đề thuộc địa của Lê-nin, Hồ Chí Minh đã tìm thấy con đường giải phóng dân tộc, đồng thời cũng giải phóng con người triệt để. Người lựa chọn con đường giải phóng dân tộc theo con đường cách mạng vô sản vì cuộc cách mạng này đã giải phóng giai cấp công nhân, nhân dân lao động khỏi sự áp bức, bóc lột, bất công, nâng họ lên địa vị làm chủ chế độ xã hội mới và tiến tới giải phóng toàn nhân loại. Vì vậy, Người xác định chủ nghĩa Mác-Lênin “là chủ nghĩa chân chính nhất, chắc chắn nhất, cách mệnh nhất” [5; tr.289], và khẳng định: “chỉ có chủ nghĩa cộng sản mới cứu nhân loại, đem lại cho mọi người không phân biệt chủng tộc và nguồn gốc sự tự do, bình đẳng, bác ái, đoàn kết, ấm no trên quả đất, việc làm cho mọi người, và vì mọi người, niềm vui, hòa bình, hạnh phúc” [4; tr.496].

Tư tưởng giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người luôn luôn gắn chặt, hòa quyện với nhau trong tư tưởng Hồ Chí Minh. Nhờ việc giải quyết đúng đắn

mối quan hệ dân tộc - giai cấp - con người trong cách mạng dân tộc dân chủ ở nước ta; kết hợp hài hòa lợi ích dân tộc với lợi ích của các giai tầng, của mỗi con người, Hồ Chí Minh đã thành công trong việc tập hợp tất cả các lực lượng yêu nước, đoàn kết toàn thể nhân dân Việt Nam tạo nên sức mạnh vô cùng to lớn để chiến thắng kẻ thù, giành lại độc lập cho dân tộc. Dưới sự chỉ đạo của Chủ tịch Hồ Chí Minh, Hội nghị Trung ương Đảng lần thứ 8 (1941) đã quyết định *thay đổi chiến lược* với việc đặt lợi ích dân tộc lên trên hết, nhưng trong *Chương trình Việt minh* vẫn chỉ rõ mục tiêu về con người là: *làm cho dân Việt Nam được sung sướng, tự do*. Tư tưởng Hồ Chí Minh về giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng và con người được khẳng định trước toàn thể giới qua “*Tuyên ngôn độc lập*” của nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa mà Người soạn thảo. Từ quyền con người trong “*Tuyên ngôn Độc lập*” của Mỹ (1776), “*Tuyên ngôn Nhân quyền và Dân quyền*” của Pháp (1789), Chủ tịch Hồ Chí Minh đã khẳng định: “Tất cả các dân tộc trên thế giới đều sinh ra bình đẳng, dân tộc nào cũng có quyền sống, quyền sung sướng và quyền tự do” [7; tr.1]. Nâng quyền tự nhiên của con người lên quyền dân tộc và gắn chặt chẽ quyền con người với quyền dân tộc, Hồ Chí Minh đã đặt nền tảng cho một trật tự và pháp lý quốc tế mới về quyền con người, quyền dân tộc và sự bình đẳng giữa các quốc gia - dân tộc. Ngay sau ngày Tuyên bố độc lập, trong phiên họp đầu tiên của Chính phủ, Chủ tịch Hồ Chí Minh nêu sáu vấn đề cấp bách mà tất cả đều vì con người, đó là: cứu đói, bảo đảm quyền được ăn để sống cho dân; chống nạn mù chữ; xây dựng Hiến pháp, thực hiện quyền tự do dân chủ; giáo dục tinh thần cần kiệm, liêm, chính; chống lối bóc lột vô nhân đạo, cấm hút thuốc phiện; tín ngưỡng tự do, lương giáo đoàn kết. Người đã chỉ thị cho các cấp ngay từ bước đầu “*phải giữ đúng phương châm*” là “*gắng sức làm cho ai nấy đều có phần hạnh phúc*” [7; tr.64]. Từ đó, chủ tịch Hồ Chí Minh và Đảng ta đã phát huy được tinh thần đồng lòng, đồng sức của toàn dân, tạo thành các phong trào toàn dân thi đua chống giặc đói, giặc dốt, giặc ngoại xâm, thực thi thành công các sách lược nhằm bảo vệ những thành quả của Cách mạng Tháng Tám. Với quan điểm tất cả vì hạnh phúc con người, Hồ Chí Minh luôn quan tâm, tìm hiểu nguyện vọng, nhu cầu, lợi ích thiết thực của tất cả các tầng lớp nhân dân: từ công nhân, nông dân đến phụ nữ, thanh niên, người già, trẻ em... Hồ Chí Minh luôn khuyến khích, động viên nhân dân phát huy tinh thần dân chủ, chủ nghĩa anh hùng cách mạng trong công cuộc đấu tranh giải phóng và xây dựng đất nước; chú trọng biểu dương, khen ngợi những tấm gương sáng trong lao động và chiến đấu, xây dựng những tập thể anh hùng, tập thể lao động xã hội chủ nghĩa; khơi dậy phẩm chất, đức tính tốt đẹp, đồng thời phê phán thói hư, tật xấu, chủ nghĩa cá nhân trong mỗi con người, đặc biệt là đối với cán bộ, đảng viên. Như vậy, thực hiện mục tiêu giải phóng con người, vì hạnh phúc con người, Hồ Chí Minh đã làm gia tăng gấp bội sức mạnh đoàn kết toàn dân tộc, để đưa cách mạng vượt qua mọi khó khăn, thử thách, giành những thắng lợi vẻ vang trong công cuộc *Kháng chiến - Kiến quốc*, trong sự nghiệp đấu tranh thống nhất nước nhà và trong xây dựng xã hội xã hội chủ nghĩa. Vấn đề giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp và tiến tới giải phóng con người trở thành tiêu chí để tập hợp lực lượng cách mạng, là cơ sở để xây dựng và thực thi các phương pháp cách mạng và là *động lực* chủ yếu để toàn dân

phần đầu tiên tới giải phóng dân tộc, xây dựng xã hội mới, thực hiện hoàn chỉnh những mục tiêu của chủ nghĩa xã hội vì lợi ích lâu dài của dân tộc và của mọi người Việt Nam. Thông qua tiêu chí chung và thực hiện từng bước những lợi ích thiết thực cho con người đó, Hồ Chí Minh đã khơi dậy được tiềm năng, sự sáng tạo của mỗi cá nhân, phát huy tinh thần đoàn kết dân tộc, làm gia tăng tối đa sức mạnh toàn dân trong sự nghiệp đấu tranh cách mạng. Đây là sự sáng tạo và đóng góp to lớn của Chủ tịch Hồ Chí Minh đối với dân tộc và nhân loại.

Như vậy, từ truyền thống yêu nước và khát vọng giải phóng dân tộc mà Hồ Chí Minh đã đến với chủ nghĩa C.Mác - V.I.Lênin, lựa chọn con đường cách mạng vô sản cho cách mạng Việt Nam. Trên nền tảng chủ nghĩa Mác - Lênin, Người đã giải quyết một cách sáng tạo vấn đề giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người phù hợp với điều kiện lịch sử của Việt Nam và thế giới, đáp ứng được những đòi hỏi của thời đại. Chính vì vậy, Người đã khơi dậy và phát huy được nguồn động lực mạnh mẽ nhất của toàn dân tộc, giành được sự ủng hộ vô cùng to lớn của nhân dân thế giới, kết hợp chặt chẽ sức mạnh dân tộc với sức mạnh thời đại, tạo ra thế và lực để đưa cách mạng Việt Nam đi tới thắng lợi.

Trong công cuộc đấu tranh giành độc lập dân tộc, tư tưởng Hồ Chí Minh đã trở thành kim chỉ nam, là ngọn cờ dẫn dắt cách mạng nước ta đi từ thắng lợi này đến thắng lợi khác. Trên cơ sở vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về cách mạng giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người, Đảng cộng sản Việt Nam đã đề ra đường lối đúng đắn để đoàn kết toàn dân tộc, kết hợp sức mạnh dân tộc và sức mạnh thời đại; đồng thời, nắm vững, tận dụng tinh thế và thời cơ cách mạng để làm nên thắng lợi của cuộc Cách mạng Tháng Tám năm 1945 và hai cuộc kháng chiến chống Pháp, chống Mỹ xâm lược, đưa đất nước bước vào kỷ nguyên mới - kỷ nguyên độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội. Hiện nay, tư tưởng Hồ Chí Minh về giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp tiến tới giải phóng con người, độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội vẫn luôn được khẳng định trong các Văn kiện của Đảng; giúp chúng ta nhận thức đúng những vấn đề lớn có liên quan đến việc bảo vệ nền độc lập dân tộc, phát triển xã hội và đảm bảo quyền con người trong hành trình đi tới mục tiêu vì một nước Việt Nam dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh.

3. KẾT LUẬN

Có thể nói, tư tưởng Hồ Chí Minh về giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người là một sự đóng góp to lớn của Người đối với cách mạng Việt Nam, đối với phong trào cộng sản và công nhân quốc tế cũng như đối với phong trào đấu tranh giải phóng dân tộc ở các nước thuộc địa. Hiện nay, trong công cuộc xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, bảo vệ xã hội chủ nghĩa, việc vận dụng và phát triển sáng tạo tư tưởng Hồ Chí Minh về giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người càng có ý nghĩa quan trọng. Bởi vì xây dựng chủ nghĩa xã hội là một sự nghiệp mới mẻ, khó khăn và phức tạp. Thực tiễn ở giai đoạn đầu đưa cả nước đi lên chủ nghĩa xã hội chúng ta đã mắc

phải những sai lầm khiến đất nước lâm vào tình trạng trì trệ, khủng hoảng; trong đó có những sai lầm về quan hệ giữa giai cấp và dân tộc: quá nhấn mạnh vấn đề giai cấp mà xem nhẹ vấn đề dân tộc, giải quyết vấn đề giai cấp một cách hẹp hòi, cứng nhắc, giáo điều trong việc hoạch định và thực hiện chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, dẫn đến lợi ích các giai cấp, tầng lớp không kết hợp hài hoà, sức mạnh dân tộc không được phát huy như một trong những động lực chủ yếu nhất. Trong thời kỳ đổi mới Đảng đã từng bước khắc phục những hạn chế đó. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay, việc xử lý mối quan hệ giữa dân tộc, giai cấp và nhân loại đang trở thành một vấn đề mang tính chiến lược lâu dài đối với mỗi quốc gia, đồng thời cũng là vấn đề hết sức nhạy cảm, phức tạp. Kiên trì con đường độc lập dân tộc gắn liền với chủ nghĩa xã hội mà Chủ tịch Hồ Chí Minh, Đảng Cộng sản Việt Nam và nhân dân ta đã lựa chọn, chúng ta cần tiếp tục quán triệt, vận dụng đúng đắn tư tưởng Hồ Chí Minh về giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người trên cơ sở nhận thức chính xác đặc điểm của dân tộc và sự thay đổi, phát triển của thời đại. Đây là một trong những yêu cầu quan trọng, cấp bách nhất đảm bảo để đưa cách mạng nước ta đi đến thắng lợi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phạm Ngọc Anh (chủ biên) (2009), *Giáo trình tư tưởng Hồ Chí Minh*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [2] Phạm Hồng Chương (2015), *Giải phóng dân tộc, giải phóng con người, hạt nhân tư tưởng Hồ Chí Minh*, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/c-mac-angghen-lenin-ho-chi-minh/ho-chi-minh/nghien-cuu-hoc-tap-tu-tuong/giai-phong-dan-toc-giai-phong-con-nguoi-hat-nhan-tu-tuong-ho-chi-minh-2543>.
- [3] C.Mác, Ph. Ăngghen (1995), *Toàn tập*, Tập 4, Nxb. Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
- [4] Đại tướng Võ Nguyên Giáp (1994), *Những chặng đường lịch sử*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [5] Phạm Văn Khánh (2004), *Tư tưởng Hồ Chí Minh về giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người*, <https://nhandan.com.vn/tin-tuc-su-kien/tu-tuong-ho-chi-minh-ve-giai-phong-dan-toc-giai-phong-giai-cap-giai-phong-con-nguoi-466465>
- [6] Nguyễn Tùng Lâm (2017), *Tư tưởng Hồ Chí Minh về giải quyết mối quan hệ giữa vấn đề dân tộc và giai cấp với sự nghiệp đổi mới ở Việt Nam hiện nay*, https://hcma.vn/Uploads/2017/3/4/LA%20_%20Nguyen%20Tung%20Lam%20_nop%20QD.pdf
- [7] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Tập 1, Nxb. Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
- [8] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Tập 2, Nxb. Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
- [9] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Tập 3, Nxb. Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
- [10] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Tập 4, Nxb. Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
- [11] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Tập 11, Nxb. Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
- [12] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Tập 12, Nxb. Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.

- [13] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Tập 15, Nxb. Chính trị Quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
- [14] Phòng Lý luận chính trị và Lịch sử Đảng (2016), *Tư tưởng Hồ Chí Minh về giải phóng dân tộc, giải phóng giai cấp, giải phóng con người*, <http://tuyengiaoangiang.vn/index.php/lam-theo-guong-bac/3204-tu-tuong-ho-chi-minh-ve-giai-phong-dan-toc-giai-phong-giai-cap-giai-phong-con-nguoi>.
- [15] Nguyễn Duy Quý (2015), *Mối quan hệ biện chứng giữa vấn đề dân tộc và vấn đề giai cấp trong tư tưởng Hồ Chí Minh*, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/c-mac-angghen-lenin-ho-chi-minh/ho-chi-minh/nguyen-cuu-hoc-tap-tu-tuong/moi-quan-he-bien-chung-giua-van-de-dan-toc-va-van-de-giai-cap-trong-tu-tuong-ho-chi-minh-2294>

HO CHI MINH'S CREATIVITY IN NATIONAL LIBERATION, CLASS LIBERATION AND HUMAN LIBERATION

Trinh To Anh

ABSTRACT

In Ho Chi Minh's Ideology, the revolution in Vietnam was a continuous revolution, from national liberation, class liberation to human liberation. These three issues are closely related to each other. Of these issues, National Liberation is the premise and the condition for class liberation. To liberate the nation, liberate the class, build a new society is also to liberate the people, bringing the people out of all oppression, exploitation, injustice and give them a life of fulfillment, freedom and happiness. On the basis of analyzing Ho Chi Minh's ideology of national liberation, class liberation and human liberation, the article clearly shows the creativity and great contribution of Ho Chi Minh in resolving the relationship between the three issues mentioned above to bring the Vietnamese revolution to glorious victories.

Keywords: *Ho Chi Minh's ideology, national liberation, class liberation, human liberation.*

* Ngày nộp bài: 2/11/2020; Ngày gửi phản biện: 8/1/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021.

TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH VỀ PHÒNG, CHỐNG THAM Ô VÀ Ý NGHĨA CỦA NÓ TRONG CUỘC ĐẤU TRANH PHÒNG, CHỐNG THAM NHŨNG Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

Lê Thị Hòa¹

TÓM TẮT

Tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô là một trong những nội dung quan trọng trong hệ thống quan điểm lý luận của Người. Ngay từ khi giành được chính quyền Hồ Chí Minh đã đề cập đến việc chống tham ô và tư tưởng này được thể hiện xuyên suốt quá trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam. Để chống tham ô có hiệu quả, Hồ Chí Minh chỉ rõ nguyên nhân, hình thức, biểu hiện, tác hại của tham ô cũng như vị trí vai trò, lực lượng và những biện pháp. Hiện nay, ở nước ta cuộc đấu tranh phòng chống tham nhũng đang diễn ra mạnh mẽ, quyết liệt thì những quan điểm lý luận của Người về phòng, chống tham ô càng có ý nghĩa sâu sắc cả về lý luận và thực tiễn.

Từ khóa: Tư tưởng Hồ Chí Minh, tham ô, tham nhũng.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô là bộ phận hợp thành quan trọng của tư tưởng Hồ Chí Minh trong đấu tranh giải phóng dân tộc và xây dựng chế độ xã hội mới ở nước ta. Trong suốt quá trình lãnh đạo đất nước, Hồ Chí Minh luôn chú ý đến xây dựng chính quyền liêm khiết và chống tham ô, nhũng lạm. Sự thống nhất tuyệt đối giữa nói và làm, kiên quyết đấu tranh chống tham ô và tự mình nêu tấm gương sáng nhất về đạo đức cách mạng “cần, kiệm, liêm, chính, chí công vô tư” đã làm nên sự độc đáo của tư tưởng Hồ Chí Minh nói chung, tư tưởng chống tham ô, nhũng lạm nói riêng. Nét đặc sắc và nội dung cơ bản của tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô vẫn còn nguyên giá trị cả về lý luận, thực tiễn và nó đang được Đảng, Nhà nước ta vận dụng vào công cuộc đấu tranh phòng, chống tham nhũng hiện nay.

2. NỘI DUNG

2.1. Tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô

Tham ô là vấn đề được Hồ Chí Minh quan tâm từ rất sớm và xuyên suốt quá trình lãnh đạo cách mạng Việt Nam. Ngay từ nhỏ, Người đã chứng kiến bọn quan lại tham lam, nhũng nhiễu, vơ vét của dân, đục khoét của công. Trong quá trình tìm đường cứu nước, Hồ Chí Minh đã nhìn rõ bản chất tham lam, tàn bạo của chính quyền thực dân phong kiến và Người đã công khai vạch trần, lên án nạn tham ô, nhũng lạm trong rất nhiều bài báo,

¹ Khoa Lý luận Chính trị - Luật, Trường Đại học Hồng Đức; lethihoah@hdu.edu.vn

bài viết của mình. Trong tác phẩm “*Bản án chế độ thực dân Pháp*”, viết bằng tiếng Pháp, xuất bản tại Paris năm 1925, Hồ Chí Minh đã dành hẳn một chương để viết về nạn tham nhũng trong bộ máy cai trị. Người cho rằng, chính thói tham lam, xa hoa, vô độ của bọn cai trị đã làm cho gánh nặng thuế khóa trên đôi vai người dân thuộc địa ngày càng trĩu xuống và buộc họ phải đấu tranh lật đổ chế độ cai trị của chủ nghĩa đế quốc thực dân.

Hồ Chí Minh nói rằng bản chất của tham ô là lấy của công làm của tư, là gian lận tham lam. Người đã nêu ra một khái niệm khái quát, làm rõ bản chất tham ô: “tham ô là gì? Đứng về phía cán bộ mà nói tham ô là: ăn cắp của công làm của tư, đục khoét của nhân dân, ăn bớt của bộ đội, tiêu ít mà khai nhiều, lợi dụng của chung của chính phủ để làm quỹ riêng cho địa phương mình, đơn vị mình cũng là tham ô. Đứng về phía nhân dân mà nói, tham ô là: ăn cắp của công, khai gian, lậu thuế” [6; tr.355].

Trong bài “*Tự phê bình*” đăng trên báo *Cứu Quốc* số 153, ngày 28-1-1946, sau khi khẳng định Chính phủ có làm được một số việc, Hồ Chí Minh đau lòng thừa nhận rằng: “Tuy nhiều người trong ban hành chính làm việc tốt và thanh liêm, song cái tệ tham ô, những lạm chưa quét sạch” [4; tr.192]. Đây là lần đầu tiên trong lãnh đạo chế độ mới, Hồ Chí Minh dùng hai từ “những lạm” với nghĩa là cán bộ lạm dụng quyền lực những nhiều dân chúng để đục khoét của dân. Theo Người, cán bộ có chức quyền những nhiều dân để tham ô là tham nhũng.

Nguyên nhân của tham ô

Theo Hồ Chí Minh, tham ô có nguồn gốc chủ quan từ chủ nghĩa cá nhân ở mỗi người. Chủ nghĩa cá nhân là nguyên nhân sâu xa, căn bản nhất, là gốc rễ gây ra bao nhiêu khuyết điểm, sai lầm và trở lực khác. Người viết: “Chủ nghĩa cá nhân đẻ ra trăm thứ bệnh nguy hiểm: quan liêu, mệnh lệnh, bè phái, chủ quan, tham ô, lãng phí... nó trói buộc, nó bịt mắt những nạn nhân của nó, những người này bất kỳ việc gì cũng xuất phát từ lòng tham muốn danh lợi, địa vị cho cá nhân mình, chứ không nghĩ đến lợi ích của giai cấp, của nhân dân” [8; tr.611].

Hồ Chí Minh cho rằng, nguyên nhân tham ô còn nảy nở do cán bộ mắc bệnh quan liêu. Người đặt câu hỏi: “vì đâu có lãng phí và tham ô?” và trả lời: “Vì cán bộ phụ trách lãnh đạo các cấp, các ngành quan liêu không đi sát công việc, cán bộ, quần chúng nhân dân. Có thể nói là bệnh quan liêu là chỗ gieo hạt vun trồng cho tham ô, lãng phí nảy nở được” [6; tr.345].

Trong cuộc đấu tranh chống tham ô, Hồ Chí Minh cho rằng nhân dân còn chưa mạnh dạn phê bình cán bộ, vì họ mang nặng chủ nghĩa cá nhân. Hồ Chí Minh viết: “Quan tham vì dân đại”. Nếu dân hiểu biết không chịu đút lót, thì “quan” dù không liêm cũng phải hóa ra LIÊM. Vì vậy, dân phải biết quyền hạn của mình, phải biết kiểm soát cán bộ, để giúp cán bộ thực hiện chữ LIÊM” [5; tr.127].

Hình thức biểu hiện của tham ô

Tham ô biểu hiện dưới rất nhiều hình thức đa dạng, nhưng Hồ Chí Minh đã khái quát thành hai hình thức cơ bản. Một là, tham ô trực tiếp tức là cán bộ nắm tiền, nắm quyền trong tay mà gian lận, tham lam, ăn cắp. Hai là, tham ô gián tiếp tức là ăn cắp thời giờ của Chính phủ, của nhân dân. Đã trả lương nhưng không làm tròn nhiệm vụ, kém lòng trách nhiệm, làm việc chậm chạp, đi muộn về sớm, không siêng năng, chăm chỉ. Hồ Chí Minh cho rằng,

tham ô trực tiếp có thể nhận ra, nhưng tham ô gián tiếp khó nhận biết bởi nó được che dấu bằng nhiều lý do khác nhau. Người viết: “Nói đến tham ô, có người chỉ nghĩ đến ăn cắp của công làm của tư mà không thấy thứ tham ô gián tiếp. Thí dụ một cán bộ, Chính phủ, nhân dân trả lương hàng tháng đều cho, nhưng lại kém lòng trách nhiệm, đứng núi này trông núi nọ, làm việc chậm chạp, ăn cắp giờ của Chính phủ, của nhân dân” [6; tr.345].

Tác hại của tham ô

Tham ô có tác hại vô cùng to lớn. Theo Hồ Chí Minh, tham ô là kẻ thù của nhân dân, của cán bộ và Chính phủ. Người viết: “tham ô, lãng phí và bệnh quan liêu là kẻ thù của nhân dân, của bộ đội và của Chính phủ. Kẻ thù khá nguy hiểm, vì nó không mang gươm mang súng, mà nó nằm trong các tổ chức của ta, để làm hỏng công việc của ta” [6; tr.357]. Hơn nữa, tham ô làm ảnh hưởng đến chính trị, kinh tế, xã hội, làm mất đoàn kết nội bộ, làm suy yếu sức mạnh của dân tộc, ảnh hưởng xấu tới cuộc đấu tranh bảo vệ và xây dựng chủ nghĩa xã hội. Chính vì thế, mọi người đều phải có trách nhiệm chống tham ô.

Là kẻ thù nguy hiểm của cách mạng, tham ô không những phá hoại sự phát triển kinh tế - xã hội mà còn làm tha hóa đội ngũ cán bộ, đảng viên, làm suy giảm lòng tin của quần chúng đối với Đảng và Nhà nước. Tính nguy hiểm của thứ “*giặc trong lòng*” này biểu hiện ở chỗ nó nằm sâu trong các cơ quan, tổ chức cách mạng, nằm trong tư tưởng và hành động của cán bộ, đảng viên.

Theo tư tưởng Hồ Chí Minh, chống tham ô là cách mạng, bởi tiến hành cách mạng là tiêu diệt những cái xấu, xây dựng những cái tốt, xóa bỏ chế độ thực dân phong kiến để xây dựng một xã hội mới do nhân dân lao động làm chủ. Hồ Chí Minh phân tích: “có những người trong lúc tranh đấu thì trung thành, hăng hái không sợ nguy hiểm, không sợ cực khổ, không sợ quân địch, nghĩa là có công với cách mạng. Nhưng đến khi có ít quyền hạn trong tay thì đâm ra kiêu ngạo, xa xỉ, phạm vào tham ô, lãng phí, quan liêu, không tự giác, sao nhãng rèn luyện đạo đức cách mạng, nên đã rơi vào chủ nghĩa cá nhân và biến thành người hại dân, hại nước, có tội với cách mạng. Chúng ta phải cứu vãn họ, giúp họ khôi phục đạo đức cách mạng, giáo dục họ đưa họ vào con đường cách mạng” [6; tr.361].

Hồ Chí Minh luôn nhắc công tác chống tham ô là rất quan trọng, phải thực hiện thường xuyên và dựa vào quần chúng, đi đúng đường lối của quần chúng. Cho nên, phong trào chống tham ô, lãng phí, quan liêu ắt phải dựa vào lực lượng quần chúng, phải động viên quần chúng, phải thực hành dân chủ, làm cho quần chúng hiểu rõ, hăng hái, tham gia đông đảo, tự giác mới thành công.

Lực lượng chống tham ô

Hồ Chí Minh chỉ ra rằng, nguồn gốc dẫn đến tham ô trước hết là do chế độ người bóc lột người, là căn bệnh của xã hội có giai cấp, mặt khác, nó xuất phát từ chủ nghĩa cá nhân ở mỗi người và từ sự quan liêu của đội ngũ cán bộ, đảng viên mà ra. Vì thế, chống tham ô là một nhiệm vụ đòi hỏi sự nỗ lực của toàn xã hội mà trước hết là toàn bộ hệ thống chính trị.

Hồ Chí Minh cho rằng muốn chống tham ô có hiệu quả phải huy động được sức mạnh tổng hợp của cả dân tộc; phải được tất cả các cấp các ngành thực hiện thường xuyên, có kế hoạch, có tổ chức.

Biện pháp chống tham ô

Hồ Chí Minh cho rằng phải kiên quyết tẩy trừ tệ tham ô vì chúng là “bạn đồng minh” của thực dân, phong kiến, là kẻ thù của nhân dân, phải coi đây là một mặt trận như đánh giặc. Để chống tham ô một cách hiệu quả, Người đã đưa ra những biện pháp cụ thể sau:

Một là, tăng cường giáo dục chính trị và tư tưởng, nâng cao đạo đức cách mạng quét sạch chủ nghĩa cá nhân. Theo Hồ Chí Minh: “Phải khai hội đủ mặt mọi người trong cơ quan, đơn vị, trường học... để giải thích rõ ràng, nói đi nói lại, cho mọi người đều hiểu: Tham ô, lãng phí, quan liêu có hại cho dân, cho nước thế nào? Vì sao phải chống nạn ấy” [6; tr.358].

Hai là, xây đi đôi với chống. Theo quan điểm của Hồ Chí Minh, trong cuộc đấu tranh chống tham ô phải kết hợp giữa “xây” và “chống”. Có thể ví xây và chống giống như hai bánh xe vững chắc, chống triệt để đảm bảo cho công việc xây thành công, xây phát triển mạnh mẽ thì đối tượng chống sẽ được xóa bỏ tận gốc.

Ba là, công khai, dân chủ và minh bạch. Hồ Chí Minh khẳng định: “tham ô, lãng phí, quan liêu là kẻ thù của nhân dân”; Vì thế “muốn chống tham ô lãng phí, chống quan liêu thì phải dân chủ...” [6; tr.434].

Bốn là, phải làm tốt công tác cán bộ. Người cho rằng cán bộ là gốc của mọi công việc. Muốn việc thành công hay thất bại, đều do cán bộ tốt hay kém.

Năm là, có chế độ thưởng phạt nghiêm minh. Hồ Chí Minh chỉ rõ: “những ai đã lầm đường mà nay biết hối cải thì sẽ được khoan thứ. Những người có công thì sẽ được khen thưởng” [5; tr.467] và “ai có lỗi mà không thật thà nói ra, sẽ bị kỷ luật. Ai ngăn cản, đe dọa những người kiểm thảo mình, sẽ bị kỷ luật” [6; tr.361].

Sáu là, tự phê bình và phê bình. Người viết: “Chính phủ và Đoàn thể hết sức chống bệnh quan liêu, chống tham ô, chống lãng phí. Tất cả mọi người đều phải trông thấy ai sai thì phê bình. Phê bình để sửa chữa, để tiến bộ. Không phê bình là tự mất quyền dân chủ” [6; tr.553].

Bảy là, phải tăng cường công tác kiểm tra, giám sát. Hồ Chí Minh coi công tác kiểm tra trong hoạt động cách mạng như “ngọn đèn pha” cho người lãnh đạo: “bao nhiêu tình hình, bao nhiêu ưu điểm và khuyết điểm, bao nhiêu cán bộ chúng ta đều thấy rõ” [5; tr.637].

Tám là, huy động được sức mạnh của nhân dân vào cuộc chiến chống tham ô. Trong cuộc đấu tranh chống tham ô, lãng phí, quan liêu, Hồ Chí Minh coi trọng vai trò quần chúng. Người chỉ rõ: “chống tham ô, lãng phí cũng là một nhiệm vụ chung của cán bộ và nhân dân” [7; tr.545].

Chín là, phát huy sức mạnh của báo chí vào công cuộc chống tham ô. Hồ Chí Minh coi báo chí là công cụ quan trọng trên mặt trận chống tham ô. Người yêu cầu nhà báo “viết phải thiết thực, nói có sách, mách có chứng... chống tham ô, lãng phí, thì nêu rõ ai tham ô? Ai lãng phí? Lãng phí cách nào? Ngày tháng nào?... Chớ có viết lung tung” [6; tr.120].

Những biện pháp chống tham ô mà Hồ Chí Minh đã chỉ ra là những quan điểm cụ thể, thiết thực và có giá trị thực tiễn sâu sắc. Những quan điểm này của Hồ Chí Minh tiếp tục được Đảng và Nhà nước ta vận dụng trong cuộc đấu tranh phòng, chống tham nhũng hiện nay.

2.2. Ý nghĩa của tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô trong đấu tranh phòng, chống tham nhũng hiện nay

Tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô là hệ thống quan điểm khoa học và sáng tạo, có giá trị lý luận và thực tiễn to lớn đối với sự nghiệp cách mạng nước ta. Tư tưởng này có ý nghĩa chỉ đạo việc xây dựng một Đảng cầm quyền chân chính, xây dựng thành công mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh. Đảng ta là Đảng cầm quyền, giữ vai trò lãnh đạo Nhà nước và xã hội. Do vậy, quyết tâm chính trị của Đảng là điều kiện tiên quyết trong cuộc chiến chống tham nhũng. Sự lãnh đạo của Đảng phải trong khuôn khổ luật pháp. Đảng cần phát huy dân chủ thực sự, nâng cao tính công khai, minh bạch về hoạt động của đội ngũ cán bộ các cấp. Bên cạnh đó, cần thẩm tra lại những vụ thanh tra đã phát hiện tham nhũng nhưng sau đó lại kết luận là xử phạt hành chính, đưa ra xét xử công khai tất cả các trường hợp đúng người, đúng tội, không để lọt người, lọt tội, cũng không để oan sai. Nếu phát hiện cán bộ cấp cao tham nhũng, cần đưa ra xét xử nghiêm minh và kịp thời.

Hiện nay, đấu tranh chống tham nhũng gắn liền với công tác xây dựng đảng cầm quyền trong sạch, vững mạnh trong đó vai trò của cán bộ, đảng viên là cực kỳ quan trọng. Đảng, Nhà nước cần phải có chủ trương, chính sách trọng dụng nhân tài đặc biệt là những cán bộ có năng lực, trách nhiệm để họ có cơ hội và khả năng cống hiến cho đất nước. Nói về điều này, Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XII, chỉ rõ: “tập trung xây dựng đội ngũ cán bộ, nhất là đội ngũ cán bộ cấp chiến lược, đủ năng lực và phẩm chất, ngang tầm nhiệm vụ. Có cơ chế, chính sách phát hiện, thu hút, trọng dụng nhân tài” [2; tr.207]. Kiên quyết phòng, chống tham nhũng, lãng phí với yêu cầu chủ động, phòng ngừa, không để xảy ra tham nhũng, lãng phí. Xây dựng cơ chế phòng ngừa, ngăn chặn quan hệ “lợi ích nhóm”, chống đặc quyền đặc lợi.

Tư tưởng và tấm gương của Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô là cơ sở lý luận quan trọng để Đảng cùng các cơ quan Nhà nước tuyên truyền, vận động quần chúng nhân dân phát huy quyền làm chủ tham gia vào mặt trận chống tham nhũng. Hiện nay, cuộc đấu tranh chống tham nhũng, lãng phí rất cần phát huy sức mạnh và quyền làm chủ nhân dân. Đảng ta khẳng định, cách mạng là sự nghiệp của quần chúng, vì vậy, quản lý đất nước không chỉ là việc của cơ quan Nhà nước mà còn là của nhân dân. Chỉ khi nào nhân dân trực tiếp tham gia vào các khâu, các bước của công tác quản lý nhà nước theo phương châm “dân biết, dân bàn, dân làm, dân kiểm tra” thì khi ấy mới triệt phá tận gốc tệ quan liêu, tham nhũng, lãng phí. Theo đó, cấp ủy, chính quyền các cấp cần tăng cường thực hiện tốt quy chế dân chủ ở cơ sở; tăng cường công tác kiểm tra, thanh tra nhân dân và phối hợp với các hoạt động thanh tra Nhà nước; tiếp tục nghiên cứu đa dạng hóa các hình thức đảm bảo quyền làm chủ nhân dân theo hướng dân chủ trực tiếp; động viên đội ngũ

cán bộ, công chức sống trung thực, giản dị, lời nói đi đôi với việc làm, lắng nghe và tôn trọng ý kiến của nhân dân. Phát huy dân chủ đi liền với tăng cường pháp chế xã hội chủ nghĩa. Để thanh trừ tệ tham nhũng, lãng phí, quan liêu, mọi người dân trước hết là cán bộ, Đảng viên, công chức phải sống làm việc theo Hiến pháp và pháp luật; kiên quyết đấu tranh với mọi hiện tượng dân chủ hình thức, vô kỷ luật; gần dân, hiểu dân và đáp ứng nhanh nhất những nguyện vọng chính đáng của nhân dân.

Trong công cuộc đổi mới đất nước, tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô có ý nghĩa rất lớn trong việc giáo dục, rèn luyện phẩm chất đạo đức cho cán bộ, công chức, xây dựng chính quyền liêm khiết. Hiện nay, công tác tư tưởng, tuyên truyền, giáo dục nâng cao phẩm chất, năng lực cho cán bộ, công chức là hết sức cần thiết. Việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục, làm cho mọi Đảng viên, cán bộ, công chức và người dân nhận thức đầy đủ, sâu sắc về tính nghiêm trọng, sự nguy hại của tệ tham nhũng và tính cấp thiết, phức tạp, khó khăn của cuộc đấu tranh phòng chống tham nhũng. Mỗi cán bộ, Đảng viên phải thấy rõ nghĩa vụ, trách nhiệm đối với công tác phòng chống tham nhũng; đồng thời mỗi cá nhân phải nâng cao hiểu biết kiến thức về luật phòng chống tham nhũng. Các đơn vị, tập thể cần có những hình thức biểu dương, khen thưởng đối với những tấm gương dũng cảm dám tố cáo, đấu tranh chống tham nhũng.

Đấu tranh chống tham nhũng là quyết tâm bảo vệ vững mạnh chế độ xã hội chủ nghĩa ở nước ta. Sự nghiệp xây dựng và bảo vệ đất nước, nhất là công cuộc đổi mới đất nước hơn 30 năm qua đã chứng minh tính ưu việt và bản chất tốt đẹp của chế độ xã hội chủ nghĩa mà Đảng, Nhà nước và nhân dân ta đang xây dựng. Thế nhưng, các thế lực thù địch với động cơ chính trị đen tối, luôn lợi dụng đấu tranh chống tham nhũng tìm cách phủ nhận, bôi đen, xuyên tạc bản chất tốt đẹp xã hội chủ nghĩa. Vì thế, trong cuộc đấu tranh chống tham nhũng hiện nay theo tư tưởng Hồ Chí Minh, toàn Đảng, toàn dân kiên quyết loại bỏ tham nhũng; tăng cường vai trò lãnh đạo của Đảng trong việc bảo vệ chế độ xã hội chủ nghĩa.

Hiện nay, tình trạng một bộ phận cán bộ, Đảng viên tham nhũng tiền của Nhà nước có ảnh hưởng nghiêm trọng đến sự phát triển kinh tế ở nước ta. Tham nhũng làm hao tổn lớn nguồn lực kinh tế của quốc gia, làm cho nền kinh tế đất nước rơi vào tình trạng tụt hậu ngày càng xa so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Tham nhũng làm tăng thêm gánh nặng về kinh tế đối với người dân trong điều kiện nền kinh tế nước nhà còn khó khăn. Tham nhũng còn làm cho sự chênh lệch về tài sản, sự phân hóa giàu nghèo trong xã hội ngày càng tăng. Các lợi ích kinh tế trong xã hội không được phân chia hợp lý, nguồn lực kinh tế của xã hội không được sử dụng hợp lý cho việc thỏa mãn nhu cầu hưởng thụ cũng như tái sản xuất của cải vật chất của xã hội. Vì vậy, để phát triển kinh tế nhanh và vững chắc cần thực hiện các biện pháp cần thiết để ngăn ngừa tham nhũng. Việc đấu tranh chống tham nhũng theo tư tưởng Hồ Chí Minh có ý nghĩa thực tiễn trong nền kinh tế phát triển nhanh và mạnh ở nước ta hiện nay.

Thực hiện nghiêm túc phòng, chống tham nhũng ở nước ta nhằm nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho nhân dân và tạo niềm tin trong quần chúng nhân dân. Đấu tranh chống tham nhũng là quyết tâm chính trị của Đảng, là ý chí, nguyện vọng của dân, là sự hòa hợp ý Đảng, lòng dân. Những năm qua, nhờ vào dân tin Đảng, Đảng dựa vào dân mà

đấu tranh chống tham nhũng đã có kết quả ngày càng lớn, củng cố niềm tin của Nhân dân với Đảng. Chỉ khi nào thực hiện tốt việc đấu tranh chống tham ô thì nhân dân mới thực sự có cuộc sống hạnh phúc và an lành. Nếu như trước kia vai trò của nhân dân được khẳng định trên mặt trận giải phóng dân tộc thì hiện nay, trong thời kỳ đổi mới vai trò ấy vẫn được thể hiện trong cuộc đấu tranh chống tham nhũng gay go và khó khăn. Vì vậy, Đảng, Nhà nước cùng nhân dân cần tích cực lên án mạnh mẽ các hiện tượng tham nhũng trong xã hội. Có như vậy mới thể hiện được bản chất tốt đẹp của chế độ ta và tạo niềm tin vững chắc trong nhân dân trên mặt trận chống tham nhũng.

Tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô đánh dấu bước ngoặt lớn trong Đảng và Nhà nước về phong trào đấu tranh chống tham nhũng và được thể hiện rõ ở đường lối, chính sách, văn bản,... Tại kết luận số 21-KL/TW Hội nghị Trung ương 5 khóa XI về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác phòng, chống tham nhũng, lãng phí đã nêu rõ rằng công tác phòng, chống tham nhũng, lãng phí vẫn chưa đạt yêu cầu và mục tiêu đề ra là ngăn chặn, từng bước đẩy lùi tham nhũng, lãng phí. Tham nhũng, lãng phí vẫn còn nghiêm trọng, với những biểu hiện tinh vi, phức tạp, xảy ra trên nhiều lĩnh vực, nhiều cấp, nhiều ngành. Từ đó, kết luận Hội nghị Trung ương 5 khóa XI cũng đã đề ra nhiệm vụ, giải pháp và tổ chức thực hiện để đấu tranh phòng, chống tham nhũng, lãng phí trong bối cảnh hiện nay. Đồng thời, hiện nay có nhiều văn bản được ban hành và thực hiện phòng ngừa tham nhũng trong lĩnh vực quản lý Nhà nước.

Sau gần 30 năm đổi mới, đất nước đã giành được nhiều thành tựu quan trọng trên các lĩnh vực xã hội, đời sống mọi mặt của nhân dân được nâng cao và không ngừng được cải thiện. Tuy nhiên, nền kinh tế thị trường cũng đang làm nảy sinh nhiều hiện tượng tiêu cực mới, tạo ra môi trường mới cho các hành vi tham nhũng, tiêu cực phát triển, gây nguy hại cho hầu hết mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Hiện nay, tham nhũng ngày càng gia tăng, phát triển cả về mặt số lượng, tổ chức, thủ đoạn ngày càng tinh vi, phức tạp. Tham nhũng đã và đang làm tha hóa một bộ phận không nhỏ cán bộ, Đảng viên có chức, có quyền, làm cho họ sa sút về phẩm chất đạo đức, lối sống, ý chí chiến đấu, xói mòn lòng tin của nhân dân với Đảng cầm quyền. Vì thế, những chỉ dẫn mà Hồ Chí Minh đã nêu, cùng với tấm gương đạo đức cách mạng của Người vẫn còn nguyên giá trị lịch sử.

3. KẾT LUẬN

Hồ Chí Minh là tấm gương sáng ngời về đạo đức cách mạng cần, kiệm, liêm, chính, chí công vô tư. Mặc dù Người đã đi xa nhưng tư tưởng của Người để lại cho dân tộc, nhân loại là trường tồn và mãi mãi soi đường cho sự nghiệp phát triển đất nước. Trong đó, tư tưởng Hồ Chí Minh về phòng, chống tham ô đã và đang trở thành cơ sở lý luận hết sức quan trọng của Đảng trong công cuộc đấu tranh chống lại tệ tham nhũng, lãng phí ở nước ta. Trong tình hình hiện nay, tham nhũng ngày càng rộng và tính chất ngày càng tinh vi, phức tạp làm cho lòng tin của nhân dân đối với Đảng, Nhà nước và đối với chế độ bị tổn thương sâu sắc. Chính vì vậy, việc nghiên cứu quan điểm và tấm gương Hồ Chí Minh về chống tham ô để vận dụng vào cuộc đấu tranh phòng chống tham nhũng hiện nay có ý nghĩa cả về mặt lý luận và thực tiễn sâu sắc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam (2012), *Kết luận số 21-KL/TW, ngày 25/5/2012 Hội nghị lần thứ 5 Ban Chấp hành Trung ương Đảng (khóa XI) Về tiếp tục thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ 3 BCHTW (khóa X) về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác phòng, chống tham nhũng, lãng phí*, tulieuvankien.dangcongsan.vn/van-kien-tu-lieu-ve-dang/hoi-nghi-bch-trung-uong/khoa-xi/ket-luan-so-21-kltw-ngay-2552012-hoi-nghi-lan-thu-5-ban-chap-hanh...
- [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] Kim Lư (2020), *Tăng cường công tác phòng, chống tham nhũng để giữ vững niềm tin của nhân dân đối với Đảng trong giai đoạn hiện nay*, www.tapchiconsan.org.vn/nghien-cuu/2018/815951/tang-cuong-cong-tac-phong-chong-tham-nhung-de-giu-vung-niem-tin-cua-nhan-dan.
- [4] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 4, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [5] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 6, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [6] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 7, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [7] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 10, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [8] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 11, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

HO CHI MINH'S IDEOLOGY IN THE PREVENTION AND COMBATION OF CORRUPTION AND ITS MEANING IN THE STRUGGLE AGAINST CORRUPTION IN VIETNAM NOWADAYS

Le Thi Hoa

ABSTRACT

Ho Chi Minh's thought on anti-corruption is one of the important contents in his theoretical point of view system. Right from the time Ho Chi Minh took over the government, he mentioned anti-corruption and this thought was expressed throughout the leadership of the Vietnamese revolution. In order to effectively fight against corruption, Ho Chi Minh clearly pointed out the causes, form, manifestations, and harms of corruption as well as its role, force and measures. Currently, in our country, when the anti-corruption fight is taking place vigorously and drastically, the more profound his theoretical views on anti-corruption are in terms of both theoretical and practical meanings.

Keywords: *Ho Chi Minh's thought, corruption, bribery.*

* Ngày nộp bài: 28/9/2020; Ngày gửi phản biện: 2/11/2020; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

KINH NGHIỆM HỖ TRỢ SINH VIÊN KHỞI NGHIỆP CỦA CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở MỘT SỐ NƯỚC PHÁT TRIỂN VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Phạm Văn Hiền¹

TÓM TẮT

Mục đích của bài nghiên cứu này là tổng hợp các kinh nghiệm hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp từ các trường đại học tại một số nước phát triển, gồm: Đức, Hoa Kỳ, Phần Lan, Đài Loan, Thái Lan. Kết quả tổng hợp cho thấy các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp chủ yếu gồm: thành lập Trung tâm ương tạo, hỗ trợ khởi nghiệp trong trường đại học; tổ chức đào tạo về khởi nghiệp; tổ chức cuộc thi khởi nghiệp; xây dựng, kết nối và quản lý mạng lưới cố vấn/ huấn luyện viên khởi nghiệp. Từ đó đề xuất các giải pháp về tổ chức các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp cho các trường đại học ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: *Hỗ trợ khởi nghiệp, sinh viên khởi nghiệp, các trường đại học.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong nhiều năm qua, khởi nghiệp trong các trường đại học đã được các nước quan tâm, đặc biệt là các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp. Theo tác giả Lee & cs (2006), khởi nghiệp được chú trọng trong các trường đại học ở nhiều quốc gia, được xem là cách thức để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm; tác giả Sobel & King (2008), khởi nghiệp là chìa khóa quan trọng để tăng trưởng kinh tế, chính vì vậy việc thúc đẩy giới trẻ khởi nghiệp là ưu tiên hàng đầu của các nhà hoạch định chính sách và của các trường đại học.

Ở Việt Nam, ngày 18 tháng 5 năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Đề án “*Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến 2025*” (Quyết định Số 844/QĐ-TTg, gọi là Đề án 844), đây là văn bản chính sách đầu tiên, bao quát nhất, nền tảng về chính sách hỗ trợ đối với doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của Việt Nam. Ngày 30 tháng 10 năm 2017, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Đề án “*Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025*” (Quyết định 1665/QĐ-TTg, gọi là Đề án 1665) làm căn cứ để các trường đại học tăng cường các chương trình đào tạo khởi nghiệp, thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và trang bị kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp cho sinh viên trong thời gian học tập tại trường; tạo môi trường thuận lợi để hỗ trợ sinh viên hình thành và hiện thực hóa các ý tưởng, dự án khởi nghiệp, góp phần tạo cơ hội việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp.

Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả chọn lựa một số nước phát triển, có nhiều kinh nghiệm và thành công trong hỗ trợ, thúc đẩy khởi nghiệp của sinh viên để phân tích, đối chiếu với những thành tựu đã đạt được trong thực tiễn Việt Nam, từ đó đưa ra một số bài học kinh nghiệm cho các trường đại học có cơ sở khoa học, định hướng trong tổ chức các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp hiện nay.

¹ Phòng Công tác Học sinh Sinh viên, Trường Đại học Hồng Đức; phamvanhien@hdu.edu.vn

2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

2.1. Hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp trong các trường đại học ở một số nước trên thế giới

2.1.1. Hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp trong các trường đại học của Đức

Ở Đức, trong một thời gian khá dài, nền kinh tế phát triển chủ yếu dựa vào các tập đoàn lớn và một số doanh nghiệp vừa và nhỏ. Từ năm 2005, loại hình doanh nghiệp khởi nghiệp được xem là một trong các động lực chính để thúc đẩy kinh tế phát triển. Hoạt động khởi nghiệp trong giới trẻ đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển nền kinh tế. Đến năm 2016 có khoảng 6.000 dự án khởi nghiệp, theo ước tính, cứ 20 phút, tại Berlin lại có một dự án khởi nghiệp được hình thành. Với con số ấn tượng này, Berlin hiện đang được coi là thủ đô khởi nghiệp tại Đức cũng như tại khu vực châu Âu.

Sự bùng nổ của làn sóng khởi nghiệp tại Đức đã không ngừng thu hút giới trẻ tự đứng ra thành lập doanh nghiệp riêng, trong số đó có không ít những sinh viên đang ngồi ghế nhà trường. Các trường đại học ở Đức có nhiệm vụ rõ ràng về đào tạo khởi nghiệp, đó là tập trung để thay đổi tư duy của sinh viên bằng cách “*Khởi nghiệp để tự tạo ra giá trị, hơn là tìm kiếm một việc làm*”.

Ở Đức, tất cả các trường đại học đều có Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp và nhiều trung tâm khác được thành lập với mục đích hỗ trợ khởi nghiệp, khuyến khích các hoạt động đào tạo khởi nghiệp. Các trung tâm còn tập trung vào việc thiết lập mạng lưới kết nối và hợp tác với các cựu sinh viên là sáng lập viên, các chuyên gia tư vấn kinh doanh và các tổ chức hỗ trợ kinh doanh, các nhà đầu tư thiên thần, cũng như là các quỹ đầu tư. Tất cả đều được đưa vào các hoạt động đào tạo nhằm mang tới các góc nhìn định hướng thực tế về khởi nghiệp cho sinh viên. Bên cạnh đó, các trường đều có phòng chuyên giao công nghệ, thường xuyên phối hợp với Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp để hỗ trợ cả cho các cá nhân đã tốt nghiệp và những nhà nghiên cứu trẻ trong khu vực. Các hoạt động khởi nghiệp và chuyên giao công nghệ được đặt trong các vườn ươm khác nhau, các công viên khoa học - công nghệ xung quanh các trường đại học.

Hàng năm, có rất nhiều sáng kiến trong đào tạo khởi nghiệp đã được hình thành, khuyến khích khởi nghiệp ở sinh viên và tạo ra các học phần mới về môn học khởi nghiệp. Việc phát triển rộng rãi các sáng kiến, với hạ tầng đa dạng đã khuyến khích các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp cả bên trong và bên ngoài trường đại học. Môi trường này có thể đảm bảo cho các giai đoạn khác nhau của quá trình tạo ra doanh nghiệp mạo hiểm và tập trung vào một vài phân khúc thị trường riêng biệt.

Cuộc thi khởi nghiệp kinh doanh và các cuộc thi nhỏ khác ở các trường đại học là chìa khóa trong việc marketing về khởi nghiệp. Các cuộc thi nhấn mạnh vào hướng kế hoạch kinh doanh và có cơ chế hỗ trợ cho mỗi giai đoạn phát triển doanh nghiệp khởi nghiệp. Chẳng hạn, tại Technical University tổ chức các sự kiện, đào tạo khởi nghiệp trong chuỗi chương trình giảng dạy với các cựu sinh viên, nhằm cải thiện các điểm yếu khi khởi nghiệp. Cuộc thi Venture Cup được cho là cách thức quan trọng để tìm kiếm được tài chính cho doanh nghiệp khởi nghiệp tại Rostock. Qua cuộc thi, có khoảng 50 ý tưởng được tạo ra mỗi năm với chất lượng ngày càng được cải thiện. Phần thưởng bằng tiền được sử dụng cho việc đầu tư nhằm hỗ trợ phát triển cho các ý tưởng, dự án khởi nghiệp.

Huấn luyện và cố vấn là chìa khóa của nền tảng hỗ trợ khởi nghiệp. Tất cả các trường đại học đều cung cấp chỗ làm việc cho các nhà sáng lập chọn lựa, có thể trong hoặc ngoài trường và miễn phí sử dụng các phòng thí nghiệm, hỗ trợ kế hoạch kinh doanh, giúp tăng vốn, mạng lưới kết nối và đào tạo về kế toán, marketing.

Tóm lại, các trường đại học ở Đức luôn có một nền tảng hỗ trợ khởi nghiệp tốt với các chương trình và sáng kiến hỗ trợ sinh viên, những người tốt nghiệp và các nhà nghiên cứu trẻ trong việc bắt đầu kinh doanh. Nền tảng ở đây là mức độ cao của năng lực và niềm đam mê đối với những người có kinh nghiệm về khởi nghiệp và họ được đào tạo tốt.

2.1.2. Hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp các trường đại học của Hoa Kỳ

Hàng năm, Hoa Kỳ có trung bình từ 500.000 đến 600.000 doanh nghiệp mới được thành lập trong khoảng thời gian từ năm 1970 đến năm 2010. Có rất nhiều yếu tố tạo nên thành công trong lĩnh vực hỗ trợ khởi nghiệp, trong đó vai trò của các trường đại học luôn được đặt lên hàng đầu. Minh chứng cho vai trò quan trọng của trường đại học trong việc hỗ trợ, thúc đẩy khởi nghiệp trong sinh viên được thể hiện qua các nội dung:

Xây dựng văn hóa khởi nghiệp và kỹ năng khởi nghiệp: Văn hóa khởi nghiệp được nuôi dưỡng ngay trong trường đại học, chẳng hạn như:

(1) Trường Đại học Babson, trường đại học đứng thứ Nhất tại Hoa Kỳ trong 3 năm liên tục về giảng dạy khởi nghiệp cho sinh viên theo xếp hạng US News. Babson xây dựng văn hóa khởi nghiệp bằng cách khuyến khích sinh viên thử nghiệm các ý tưởng kinh doanh mới; cấp vốn cho sinh viên phát triển và triển khai các hoạt động kinh doanh ngay từ năm thứ Nhất. Đồng thời, Babson kết hợp hỗ trợ kiến thức về khởi nghiệp cho sinh viên bằng hàng loạt các khóa học chuyên môn về pháp lý, sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm, tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm;

(2) Học viện công nghệ Massachusset (MIT) với văn hóa khởi nghiệp là một “*bộ gen của trường*”. Kể từ khi thành lập vào năm 1861, các sinh viên, giảng viên và cựu sinh viên đã trung thành tuân theo duy nhất một phương châm của trường “*mens và manus*” theo tiếng la tinh nghĩa là “*quan tâm, nắm lấy và áp dụng những gì được học tại MIT vào cuộc sống, đó là trong gen của chúng tôi*”. Đây là thông điệp đã được các thế hệ lãnh đạo của MIT từ khi thành lập luôn nhấn mạnh trong các buổi khai trường và mỗi đợt sinh viên tốt nghiệp. Tại mỗi trường trực thuộc của MIT đều có những đơn vị trực thuộc chuyên trách về hoạt động khởi nghiệp và nuôi dưỡng tinh thần, văn hóa khởi nghiệp trong sinh viên.

Thúc đẩy sự hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp (thể hiện qua nhiều hình thức). Theo Quỹ Khoa học Quốc gia Hoa Kỳ, có 4 cấu thành liên quan giữa đại học - doanh nghiệp là: (1) Hỗ trợ nghiên cứu, (2) Cộng tác nghiên cứu, (3) Chuyển giao tri thức và (4) Chuyển giao công nghệ. Sự tương tác giữa các doanh nghiệp trong vùng, hệ thống cựu sinh viên và các trường đại học luôn được chú trọng ở tất cả các trường đại học lớn nhất, như Stanford, MIT, Harvard, Berkeley và Princeton.

2.1.3. Hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp trong các trường đại học của Phần Lan

Phần Lan, đất nước luôn được coi là một trong những trung tâm khởi nghiệp công nghệ hàng đầu thế giới. Chỉ trong thời gian từ 2014 đến nay, Phần Lan có trung bình 400 công ty mới thuộc lĩnh vực công nghệ cao được thành lập với một quốc gia nhỏ bé chỉ có

khoảng 7 triệu dân. Đóng góp vào sự thành công đó, các trường đại học đóng một vai trò vô cùng quan trọng, cụ thể như:

Chính phủ Phần Lan luôn chú trọng việc gắn kết các trường đại học thành một khối thống nhất để hỗ trợ khởi nghiệp. Các trường đại học ngoài 2 chức năng truyền thống là nghiên cứu và đào tạo, thì chức năng thứ 3 là thực thi các hoạt động liên quan đến khởi nghiệp, thương mại hóa khoa học công nghệ để phục vụ cho phát triển kinh tế và đổi mới sáng tạo. Để thực hiện chức năng thứ ba này, thông thường chính phủ cung cấp 65% vốn và các trường đại học sẽ tự tìm 35% vốn còn lại.

Các trường đại học luôn luôn chú trọng vào các chính sách khuyến khích khởi nghiệp của sinh viên trong lĩnh vực công nghệ. Các doanh nghiệp khởi nghiệp tiềm năng được sự hỗ trợ bằng chính những kết quả của nghiên cứu khoa học từ các trường đại học và là bộ đỡ quan trọng cho sản phẩm của các doanh nghiệp khởi nghiệp đi đúng hướng, phù hợp với người dùng không chỉ riêng ở Phần Lan mà còn trên toàn cầu. Chính vì vậy, hệ sinh thái khởi nghiệp của Phần Lan là do giáo dục làm chủ, còn công nghệ chỉ là công cụ để phát triển các sản phẩm thực sự hữu dụng.

Tại Phần Lan, giáo dục và đào tạo khởi nghiệp được đẩy mạnh ở mọi cấp học, đặc biệt là ở bậc đại học để thúc đẩy và nuôi dưỡng tinh thần khởi nghiệp của sinh viên ngay cả khi họ còn ngồi trên ghế nhà trường. Trường Đại học đưa các môn học về kinh doanh tới rộng rãi sinh viên, khuyến khích sinh viên khởi nghiệp bằng cách tham gia sâu vào việc chuyển giao công nghệ và các doanh nghiệp khởi nghiệp trong trường, phát triển các doanh nghiệp có sẵn bằng cách thương mại hóa dựa vào các nghiên cứu của trường.

2.1.4. Hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp các trường đại học của Đài Loan

Năm 2015, Đài Loan đứng đầu Châu Á và đứng vị trí thứ 8 trên thế giới về chỉ số khởi nghiệp toàn cầu. Để có được vị trí này, Đài Loan đã có những hỗ trợ thông qua các trung tâm ươm tạo (Incubation Center - IC). Các IC là đơn vị tổ chức các chương trình đào tạo khởi nghiệp và chương trình hỗ trợ khởi nghiệp.

Từ năm 1996 đến 2015, Đài Loan có 140 IC và 81% trong số đó thuộc về các trường đại học. Điểm mạnh của các IC thuộc các trường đại học là thế mạnh về chuyên môn trong ngành đào tạo với các chuyên gia đầu ngành, đồng thời là sự phù hợp với đặc thù từng vùng, địa phương.

Tổ chức IC trong trường đại học

Mục tiêu thành lập các IC trong trường đại học không chỉ là nơi ươm tạo doanh nghiệp khởi nghiệp được sáng lập bởi các nhà nghiên cứu, sinh viên trong trường, mà còn có thể ươm tạo doanh nghiệp của các nhà khởi nghiệp từ bên ngoài. Sau khi các trung tâm này phát triển hoàn chỉnh, các IC sẽ thực hiện hai chức năng chính là: quản lý về sở hữu trí tuệ - chuyển giao công nghệ và huấn luyện khởi nghiệp.

Nội dung của các chương trình thúc đẩy khởi nghiệp thường là các khóa ngắn hạn (từ 6 tháng đến 1 năm), gồm các cấu phần về huấn luyện, hỗ trợ kêu gọi vốn đầu tư và xin kinh phí tài trợ, mở rộng mạng lưới quan hệ của doanh nghiệp. Nội dung ươm tạo là cung cấp các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp một cách toàn diện hơn, từ quy trình thành lập doanh nghiệp, nghiên cứu và phát triển sản phẩm, quản trị doanh nghiệp, phát triển doanh nghiệp, tới quảng bá và thâm nhập thị trường.

Cơ sở vật chất phục vụ cho các IC trong trường đại học thường không nhiều. Yêu cầu về không gian thường khoảng trên dưới 200m². Bộ máy nhân sự của một IC thường khoảng 10 người. Tuy nhiên, các IC đều có sự cộng tác của các chuyên gia ươm tạo khởi nghiệp từ bên ngoài. Bên cạnh đó, các IC trong trường đại học có thể huy động nguồn lực sinh viên tình nguyện.

Khi mới thành lập, nếu chưa sẵn có nguồn nhân lực cơ hữu có chuyên môn sâu về tư vấn khởi nghiệp, các IC trong trường đại học thường chỉ khởi đầu với các dịch vụ cơ bản về môi giới (như môi giới chuyển giao công nghệ của trường cho doanh nghiệp khởi nghiệp), tổ chức các lớp huấn luyện khởi nghiệp bằng cách mời chuyên gia tình nguyện từ bên ngoài và cho doanh nghiệp khởi nghiệp thuê văn phòng. Sau quá trình một vài năm hoạt động, các IC bắt đầu tích lũy nguồn nhân lực cơ hữu có năng lực cao hơn, đồng thời đã thâm nhập sâu hơn vào mạng lưới các nhà đầu tư để có nhiều thông tin hơn về các ngành công nghiệp. Từ đó, IC có thể cung cấp những dịch vụ mang lại giá trị gia tăng cao hơn cho doanh nghiệp khởi nghiệp được ươm tạo. Sau cùng, khi đã có đầy đủ thực lực, các IC trong trường đại học bắt đầu tham gia vào các mạng lưới ươm tạo khởi nghiệp quốc tế, mở văn phòng đại diện hoặc cơ sở ươm tạo tại nước ngoài nhằm giúp doanh nghiệp khởi nghiệp khai thác các lợi thế, nguồn lực quốc tế về vốn đầu tư, thị trường cung ứng đầu vào, thị trường tiêu thụ đầu ra.

Cách IC tại trường đại học cung cấp kiến thức và cung cấp thông tin

Vào năm 2003, Bộ Kinh tế Đài Loan xây dựng “Đại học Online cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ” đóng vai trò như một nền tảng thông tin về khởi nghiệp và cho phép tất cả các sinh viên có thể truy cập miễn phí. Đến năm 2012, có hơn 12 triệu người truy cập đại học ảo này và mỗi lượt truy cập kéo dài hơn 40 phút với hơn 1.100 khóa học về kinh doanh và 257 video chia sẻ của những nhà khởi nghiệp thành đạt.

Các dự án, ý tưởng khởi nghiệp của sinh viên sẽ nhận được sự tư vấn của chuyên gia, sự hỗ trợ từ phía nhà trường và bộ phận hỗ trợ thương mại hóa sản phẩm từ các phòng ban của trường. Bên cạnh đó, khởi nghiệp kinh doanh cũng nhận được sự hỗ trợ về vốn và nền tảng pháp lý trong giới hạn nhất định.

Các chương trình đào tạo khởi nghiệp ở mọi cấp độ đại học đã được quan tâm và phát triển dựa vào mô hình vòng tròn khởi nghiệp với 5 giai đoạn. Trong 3 giai đoạn đầu, mô hình sẽ tập trung vào đào tạo kiến thức, kỹ năng và khả năng tư duy để bước vào giai đoạn 4, sinh viên sẽ có đủ khả năng để trở thành “*người làm thuê cho chính mình*”, giải quyết các vấn đề kinh doanh một cách hiệu quả, khoa học và giai đoạn 5 là bước vào thời kỳ tăng trưởng.

2.1.5. Hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp các trường đại học của Thái Lan

Tại Thái Lan, việc thành lập các vườn ươm doanh nghiệp trong đại học được xem là một trong những hoạt động chính trong thúc đẩy khởi nghiệp. Vườn ươm doanh viên có nhiệm vụ kết nối với chính phủ và ngành công nghiệp thông qua các Công viên khoa học nhằm hỗ trợ hạ tầng tiện ích giúp giảm thiểu nguy cơ cho các công ty mới thành lập, khuyến khích việc sử dụng rộng rãi các nghiên cứu cũng như quyền sở hữu trí tuệ. Từ năm 2011 đến nay, đã có 35 vườn ươm được thành lập với 327 dự án được ươm tạo và đã

thành lập 60 doanh nghiệp. Các vườn ươm được triển khai dưới sự hỗ trợ liên kết giữa trường đại học và công nghiệp để cải thiện quá trình thương mại hóa công nghệ.

Năm 2015, Thái Lan đã lên kế hoạch thành lập “*Khu khởi nghiệp*” tại Bangkok, Chiang Mai và một số tỉnh khác trên toàn quốc. Mới đây, Chính phủ Thái Lan cũng vừa dành thêm ngân sách để giúp 27 trường đại học mở rộng các dự án nghiên cứu với mục đích thương mại. Hoạt động này nằm trong chính sách thúc đẩy “*Thailand 4.0*”, đặt trọng tâm vào việc thúc đẩy sáng tạo và phát triển các ngành công nghiệp tiên tiến nhằm đưa nền kinh tế thoát khỏi bẫy thu nhập trung bình. Điều này đã khuyến khích các trường đại học hợp tác thay vì cạnh tranh với nhau như trước đây.

Chương trình đổi mới sáng tạo tại Thái Lan là một trong số các chính sách nhằm hỗ trợ đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Chương trình được điều phối bởi Ủy ban giáo dục và các trường đại học nhằm cung cấp các dịch vụ cố vấn và tư vấn liên quan đến khởi nghiệp, hỗ trợ các nhà nghiên cứu và sinh viên của các trường đại học bắt đầu khởi sự doanh nghiệp từ các dự án nghiên cứu.

Bên cạnh đó, các trường đại học và hiệp hội các doanh nghiệp Thái Lan đang phối hợp để hình thành các quỹ của trường đại học dưới sự hỗ trợ của chính phủ và công nghiệp để dễ dàng triển khai thương mại hóa công nghệ, thúc đẩy một môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Một số trường đại học đã xây dựng những khóa học và các hoạt động nhằm huấn luyện tinh thần khởi nghiệp cho sinh viên và gắn kết với sự phát triển của địa phương, khu vực và quốc tế.

2.2. Một số bài học kinh nghiệm trong việc tổ chức các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp cho các trường đại học ở Việt Nam hiện nay

Từ ba năm trở lại đây, cùng với các chính sách của Nhà nước liên quan đến mục tiêu xây dựng nền kinh tế tri thức, bắt kịp cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, khởi nghiệp sáng tạo đã và đang trở thành một làn sóng mới ở Việt Nam, thu hút sự quan tâm của giới kinh doanh, nghiên cứu, báo chí, học sinh, sinh viên và các cấp chính quyền. Điều này tạo ra động lực và sự khích lệ đáng kể cho sinh viên các trường đại học hình thành và hiện thực hóa các ý tưởng, dự án khởi nghiệp. Từ kinh nghiệm các trường đại học của một số nước phát triển, sự nỗ lực của các trường đại học trong việc thúc đẩy khởi nghiệp, có thể rút ra một số kinh nghiệm sau:

Thành lập Trung tâm ươm tạo, hỗ trợ khởi nghiệp trong trường đại học

Các trường cần có xu hướng thành lập Trung tâm ươm tạo, hỗ trợ khởi nghiệp trong trường đại học. Trung tâm này cung cấp chỗ ngồi làm việc hoặc văn phòng làm việc, phòng thí nghiệm miễn phí cho các nhóm được ươm tạo trong nhà trường và thực hiện các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp.

Một trung tâm ươm tạo, hỗ trợ khởi nghiệp thường qua 3 giai đoạn phát triển, đó là: (1) Giai đoạn đầu: Vai trò chính là môi giới, gắn kết các nguồn lực sẵn có, tổ chức đào tạo sử dụng chuyên gia bên ngoài; (2) Giai đoạn hai: Nâng cấp hơn về hoạt động có thể bao gồm tư vấn khởi nghiệp, thương hiệu, thị trường, sử dụng nhiều hơn nguồn lực trong trường và (3) Giai đoạn ba: Tham gia đầy đủ vào thị trường sản phẩm đầu vào, đầu ra và thị trường vốn trong nước và quốc tế.

Tổ chức đào tạo về khởi nghiệp

Tổ chức đào tạo trong chương trình chính thức về khởi nghiệp, kinh doanh là những môn học phổ biến được lựa chọn cho nhà trường; phát triển chuyên ngành về khởi nghiệp; môn học khởi nghiệp được đào tạo ngay từ những năm đầu với 3 giai đoạn, gồm: (1) Đào tạo tư duy khởi nghiệp, (2) Đào tạo giải quyết vấn đề kinh doanh hiệu quả và (3) Đào tạo tăng trưởng. Bên cạnh đó, cần đào tạo thêm một số kỹ năng khởi nghiệp mang tính chuyên môn như: sở hữu trí tuệ, các vấn đề pháp lý, tiêu chuẩn chất lượng.

Tổ chức các khóa đào tạo khởi nghiệp là hoạt động nền tảng nhằm nâng cao nhận thức, kiến thức cho sinh viên về khởi nghiệp và tinh thần khởi nghiệp, từ đó tăng số lượng và chất lượng các cá nhân và nhóm khởi nghiệp trong trường. Các chương trình đào tạo khởi nghiệp sẽ cung cấp các công cụ và kỹ năng để sinh viên có thể vận dụng vào công việc hoặc phát triển ý tưởng khởi nghiệp, xây dựng đề án khởi nghiệp.

Bên cạnh đó, hoạt động đào tạo còn có thể thực hiện qua các sự kiện, hội thảo chia sẻ kiến thức, thông tin, kinh nghiệm khởi nghiệp. Nguồn giảng viên đào tạo huấn luyện có thể kết hợp giảng viên trong trường, cán bộ ương tạo, chuyên gia đến từ doanh nghiệp, cựu sinh viên. Để có thể phát triển tinh thần khởi nghiệp, đổi mới, sáng tạo của sinh viên, điều kiện quan trọng là giảng viên, giảng viên cần phải có tinh thần đó. Để phát triển được tinh thần đổi mới sáng tạo của giảng viên, họ cần phải được trao quyền và được quyền tự chủ về học thuật, yêu cầu chặt chẽ về kỹ năng nghiên cứu khoa học - là nguồn cho các sáng kiến khởi nghiệp.

Tổ chức cuộc thi khởi nghiệp

Cuộc thi khởi nghiệp là hoạt động trọng tâm nằm trong chuỗi các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp của trường đại học, là bước đệm quan trọng nhằm lựa chọn các ý tưởng, đề án khởi nghiệp của sinh viên chuyển sang ương tạo, triển khai thực tế.

Cuộc thi khởi nghiệp có tính chất lan tỏa, hiệu ứng truyền thông cao và thu hút được sự quan tâm của cộng đồng từ đó khuyến khích được sự tham gia của sinh viên và giảng viên. Ngoài ra, cuộc thi là sân chơi cho sinh viên (và cả giảng viên) phát huy tính sáng tạo, ứng dụng nghiên cứu khoa học và các kiến thức đã học vào thực tiễn. Trong một số trường đại học, cuộc thi còn là công cụ để tổng hợp tình hình khởi nghiệp của sinh viên, đưa ra báo cáo đánh giá chất lượng và sự quan tâm tới khởi nghiệp của sinh viên trong trường.

Xây dựng, kết nối và quản lý mạng lưới cố vấn/ huấn luyện viên khởi nghiệp

Việc tổ chức xây dựng, phát triển, kết nối và quản lý mạng lưới cố vấn khởi nghiệp được coi là hoạt động hỗ trợ quan trọng nhất đối với mọi Trung tâm ương tạo, hỗ trợ khởi nghiệp trong trường đại học. Trong đó, quan trọng nhất là sự đa dạng, chất lượng chuyên môn và kỹ năng cố vấn, cam kết đồng hành với chương trình khởi nghiệp của Nhà trường.

Về hỗ trợ tài chính, kết nối đầu tư

Các trường đại học cần thành lập quỹ hỗ trợ khởi nghiệp, cung cấp nguồn vốn ban đầu ở cấp độ nhỏ đến lớn cho các ý tưởng. Quỹ này chủ yếu đến từ nguồn tài trợ của các cựu sinh viên của trường. Mặt khác, các trường cần hỗ trợ cho các nhóm khởi nghiệp được tiếp cận đến các nguồn vốn khởi nghiệp của Nhà nước, các nhà đầu tư tiềm năng khác.

Tổ chức hoạt động truyền thông cho khởi nghiệp

Truyền thông được biết đến là nhân tố có vai trò rất quan trọng trong việc cung cấp nguồn thông tin khởi nghiệp và là một nhu cầu tất yếu đối với mọi tổ chức hỗ trợ kinh doanh. Các dự án/ doanh nghiệp khởi nghiệp của nhà trường thông thường chưa có sự tin tưởng của khách hàng, đối tác, chưa được sự đón nhận của thị trường..., vì thế đều cần nhu cầu truyền thông uy tín hỗ trợ để quảng bá sản phẩm, kiểm nghiệm và phát triển thị trường.

3. KẾT LUẬN

Mục tiêu tổ chức các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp trong các trường đại học là thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và trang bị kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp cho sinh viên trong thời gian học tập tại nhà trường; tạo môi trường thuận lợi để hỗ trợ sinh viên hình thành và hiện thực hóa các ý tưởng, dự án khởi nghiệp, góp phần tạo việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp. Kinh nghiệm các trường đại học của một số nước phát triển trên thế giới cho thấy các trường đại học ở Việt Nam cần phát huy vai trò trong tổ chức hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp. Thành lập Trung tâm ươm tạo, hỗ trợ khởi nghiệp trong trường đại học để hoạt động bài bản, hiệu quả và các hoạt động chính của Trung tâm sẽ là: tổ chức đào tạo, tổ chức cuộc thi, xây dựng, kết nối và quản lý mạng lưới cố vấn/ huấn luyện viên khởi nghiệp, thực hiện hỗ trợ tài chính, kết nối đầu tư cho các ý tưởng của sinh viên và tổ chức truyền thông cho khởi nghiệp. Bài viết là cơ sở để các trường đại học tham khảo và áp dụng một cách cụ thể, linh hoạt, góp phần nâng cao chất lượng các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp trong bối cảnh hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Giáo dục và Đào tạo (2019), *Tài liệu tham khảo về hỗ trợ khởi nghiệp (dành cho sinh viên các trường đại học)*.
- [2] Chính phủ (2016), *Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày ngày 16 tháng 5 năm 2016 của Chính phủ về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020*.
- [3] Chính phủ (2016), *Đề án Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến 2025 (Quyết định số 844/QĐ-TTg, ngày 18/5/2016)*.
- [4] Chính phủ (2017), *Đề án Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025 (Quyết định 1665/QĐ-TTg, ngày 30/10/2017)*.
- [5] Nguyễn Ngọc Huyền, Ngô Thị Việt Nga (2016), *Giáo trình khởi sự kinh doanh*, Nxb. Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [6] Hoàng Văn Hải và cộng sự (2012), *Tinh thần doanh nghiệp Việt Nam trong hội nhập*, Nxb. Đại học Sư phạm TP. Hồ Chí Minh.
- [7] Nguyễn Quang Thu, Trần Thế Hoàng, Hà Kiên Tân (2017), Vai trò gắn kết trong mối quan hệ giữa ý định và hành vi khởi nghiệp của sinh viên, *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 11/2017, 04-25.
- [8] Katharine Dunn (2015), *The entrepreneurship ecosystem*, <https://www.technologyreview.com/s/404622/the-entrepreneurship-ecosystem/>

- [9] Lee, S. M., Lim, S. B., Pathak, R. D., Chang, D., & Li, W. (2006), Influences on students attitudes toward entrepreneurship: A multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 351– 366. doi:10.1007/s11365-006-0003-2
- [10] Marques, C. S., Ferreira, J. J., Gomes, D. N., Gouveia, R., Ferreira, J., & Rodrigues, R. G. (2014), Entrepreneurship education and intention, *International Journal of Management*, 10(2-3), 114-128.
- [11] Shapero, A., & Sokol, L. (1982), The Social Dimensions of Entrepreneurship. In D. S. C. Kent, and K. H. Vesper (eds.) (Ed.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [12] Sobel, R. S., & King, K. a. (2008). Does school choice increase the rate of youth entrepreneurship? *Economics of Education Review*, 27(4), 429–438. doi:10.1016/j.econedurev.2007.01.005

EXPERIENCE OF SUPPORTING START-UP STUDENTS AT UNIVERSITIES OF SOME DEVELOPED COUNTRIES AND LESSON FOR VIETNAM

Pham Van Hien

ABSTRACT

The purpose of this study is to synthesize experiences in supporting start-up students from universities in some developed countries, including: Germany, the United States, Finland, Taiwan, and Thailand. The results show that the activities to support start-up students mainly include: establishing incubation centers, supporting start-up in universities; training, organizing start-up contests; building, connecting and managing start-up mentor/coach networks. From that, we give suggestions for organizing activities to support start-up students at Vietnam universities nowadays.

Keywords: *Supporting start-up, start-up student, universities.*

* Ngày nộp bài: 2/11/2020; Ngày gửi phản biện: 8/1/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số ĐT-2019-33 của Trường Đại học Hồng Đức.

TẠO ĐỘNG LỰC CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG - NGHIÊN CỨU DIỄN HÌNH TẠI CỤC QUẢN LÝ THỊ TRƯỜNG TỈNH THANH HOÁ

Nguyễn Thị Huyền¹

TÓM TẮT

Động lực làm việc của người lao động luôn đóng vai trò then chốt trong sự phát triển của mỗi tổ chức. Nghiên cứu này tập trung đánh giá thực trạng công tác tạo động lực cho cán bộ nhân viên của Cục quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa trên các phương diện đào tạo và phát triển, đánh giá thực hiện công việc, môi trường làm việc, chế độ lương thưởng và phúc lợi. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả nhận thấy hoạt động của Cục Quản lý thị trường (QLTT) tỉnh Thanh Hóa vẫn còn một số hạn chế, do vậy tác giả đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao động lực lao động của cán bộ nhân viên tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa.

Từ khoá: *Tạo động lực, người lao động, Cục Quản lý thị trường, Thanh Hoá.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Bất kỳ một cơ quan, tổ chức, quốc gia nào muốn phát triển bền vững luôn cần có các nguồn lực mạnh. Trong đó, nguồn lực con người là quan trọng nhất, có tính quyết định trong sự phát triển bền vững của tổ chức, quốc gia. Chính vì thế công tác tạo động lực cho người lao động là công tác hết sức cần thiết, mang tính chất quyết định cho sự tồn tại và phát triển của tổ chức, của quốc gia.

Cũng như các tổ chức khác, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa trong những năm gần đây luôn đặc biệt chú trọng quản trị nguồn nhân sự, đặc biệt là hoạt động tạo động lực cho người lao động. Tuy nhiên đến nay, các chế độ về lương, thưởng, phúc lợi, tạo môi trường làm việc,... vẫn còn những hạn chế nhất định, cần phải được khắc phục để đáp ứng mục tiêu phát triển của tổ chức.

Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa có chức năng giúp Tổng cục trưởng Tổng cục QLTT quản lý Nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật về phòng, chống, xử lý các hành vi kinh doanh hàng hoá nhập lậu; sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm, hàng hoá không rõ nguồn gốc xuất xứ; hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; hành vi vi phạm pháp luật về chất lượng, đo lường, giá, an toàn thực phẩm; hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các hành vi gian lận thương mại theo quy định pháp luật trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa; thực hiện chức năng thanh tra chuyên ngành theo quy định của pháp luật.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp thu thập thông tin thứ cấp: Thông tin được thu thập từ các báo cáo tổng kết của Cục, các báo cáo về luận văn, công trình nghiên cứu có liên quan tới đề tài.

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; nguyenthihuyenkt2@hdu.edu.vn

Phương pháp thu thập thông tin sơ cấp: Nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra thực tế, khảo sát thông qua phiếu khảo sát với 143 cán bộ đang làm việc tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa với các câu hỏi về các nội dung liên quan đến quản trị nhân sự : sự hài lòng về tiền lương, tiền thưởng, chế độ phúc lợi, chính sách đào tạo, cơ hội thăng tiến... của người lao động đang làm việc tại Cục QLTT Thanh Hoá nhằm tìm ra những mặt làm được, những hạn chế tồn tại và nguyên nhân từ đó đề xuất giải pháp khắc phục.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Thực trạng về tạo động lực làm việc cho người lao động tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hoá

Tạo động lực làm việc cho người lao động giúp kích thích cán bộ, công chức nỗ lực hoàn thiện bản thân. Tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa, chính sách tạo động lực luôn được quan tâm và chú trọng. Hàng năm, công chức được QLTT tỉnh Thanh Hóa tài trợ chi phí khám chữa bệnh và tham quan du lịch.

Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa quan tâm và tổ chức các chương trình, hoạt động nhằm tạo sự gắn kết giữa lãnh đạo và nhân viên cũng như giữa các nhân viên với nhau, tạo điều kiện cho công chức được nghỉ ngơi, được tham quan du lịch, giao lưu văn hóa văn nghệ, thi đấu thể dục thể thao; tổ chức ngày Tết thiếu nhi, rằm Trung thu... Như vậy, vừa giao lưu giữa lãnh đạo cơ quan và gia đình người lao động làm việc tại cơ quan, vừa thể hiện trách nhiệm trong việc nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho người lao động. Bên cạnh đó, các tổ chức đoàn thể của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa như: Công đoàn, Đoàn Thanh niên đã thực sự có tác dụng phát huy sức mạnh quần chúng bằng việc tổ chức tốt các phong trào thi đua nhằm hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu của QLTT tỉnh đề ra.

Hàng quý, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa đều tổ chức các buổi sinh hoạt chuyên đề nhằm giao lưu củng cố, bổ sung, nâng cao kiến thức cho cán bộ, công chức và lao động hợp đồng mới vào ngành. Buổi sinh hoạt chuyên đề có sự tham gia của toàn bộ đoàn viên công đoàn, văn phòng Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa. Tại buổi sinh hoạt đại diện các tổ công đoàn đã lần lượt bốc thăm và trả lời các câu hỏi. Sau phần thuyết trình của mỗi tổ công đoàn, Ban cố vấn có những nhận xét, chỉ ra những ưu điểm và thiếu sót trong câu trả lời, từ đó giúp đoàn viên công đoàn củng cố, nâng cao trình độ, nhận thức và kỹ năng xử lý công việc, góp phần thực hiện tốt nhiệm vụ được giao.

Ngoài ra, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa còn ban hành Quy chế dân chủ trong hoạt động cơ quan nhằm phát huy quyền làm chủ của cán bộ, công chức, lao động hợp đồng; xây dựng cơ quan trong sạch, vững mạnh; xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức có đủ phẩm chất năng lực, làm việc năng suất, chất lượng, hiệu quả đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ ngày càng cao của ngành và xã hội. Phát huy dân chủ đồng thời kiên quyết xử lý nghiêm các hành vi lợi dụng dân chủ vi phạm Hiến pháp, pháp luật và các quy định của Nhà nước, gây mất đoàn kết nội bộ trong cơ quan, cản trở việc thi hành công vụ, xâm phạm quyền tự do dân chủ của cán bộ, công chức.

Đối với cán bộ công chức được cử đi đào tạo:

Được hưởng 100% tiền lương theo cấp bậc hoặc chức vụ đang hưởng trước khi đi học;

Được thanh toán 100% học phí thực tế đóng cho trường;

Được thanh toán tiền tàu xe, tài liệu học tập.

Hàng năm, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa thực hiện may đo cấp quần áo, giày, mũ, thắt lưng, tất... cho người lao động. Đảm bảo đáp ứng điều kiện vật chất để người lao động hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Điều kiện làm việc của người lao động được Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa đặc biệt quan tâm, chú trọng. Trụ sở của Cục và các đội luôn được sửa chữa, nâng cấp, bảo trì, đảm bảo đầy đủ diện tích cũng như điều kiện, cơ sở vật chất làm việc theo tiêu chuẩn quy định.

Bảng 1. Các khoản chi chế độ cho cán bộ, công chức Cục QLTT tỉnh Thanh Hoá

STT	Các khoản chi cho người lao động	Số tiền
1	Chi Tết Dương lịch	1.000.000 đồng
2	Chi tết Âm lịch	1.000.000 đồng
3	Ngày Quốc tế phụ nữ 8/3	500.000 đồng
4	Ngày giỗ tổ Hùng Vương 10/3	500.000 đồng
5	Ngày lễ 30/4 và 1/5	1.000.000 đồng
6	Ngày Quốc khánh 2/9	500.000 đồng
7	Ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10	500.000 đồng
8	Ngày thành lập Cục 3/7	500.000 đồng
9	Tiền thu nhập tăng thêm	Tuỳ vào tiết kiệm của cơ quan
10	Công tác phí	500.000 đồng/tháng
Chi chế độ theo quy chế chi tiêu nội bộ		
1	Phụ cấp lưu trú đi công tác	180.000 đồng/ngày/người đối với đi trong tỉnh và 200.000 đồng/ngày/người với đi ngoài tỉnh
2	Thuê phòng nghỉ đi công tác	250.000 đồng/ngày/người đối với đi trong tỉnh và 300.000 - 450.000 đồng/ngày/người đối với đi ngoài tỉnh
3	Việc hiếu (phúng viếng)	500.000 đồng và 1 vòng hoa
4	Việc hỷ	1.000.000 đồng đối với cán bộ và 500.000 đồng đối với con cán bộ
5	Ồm đau	1.000.000 đồng
6	Trợ cấp ăn trưa	500.000 đồng/tháng
7	Hàng hoá thiết bị, ấn chỉ, sách, tài liệu và chi phí khác phục vụ hoạt động chuyên môn	Chi theo hoá đơn căn cứ vào quy định hiện hành
8	Chè, nước	30.000 đồng/người/tháng

Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động của Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

Khảo sát mức độ hài lòng của 143 cán bộ công chức của Cục QLTT tỉnh Thanh Hoá về chính sách tạo động lực như sau:

Bảng 2. Mức độ hài lòng của cán bộ, công chức về tạo động lực làm việc

STT	Tiêu chí	Điểm đánh giá trung bình (mean)
Đào tạo và phát triển		
1	Cơ quan thường tổ chức đào tạo, học tập nâng cao kiến thức, trình độ chuyên môn	3,94
2	Những đợt đào tạo, học tập của cơ quan rất bổ ích, tạo hiệu quả lớn phục vụ công việc chuyên môn của bạn	3,76
3	Công việc hiện tại tạo ra cơ hội tốt để thăng tiến bản thân trong cơ quan?	3,42
4	Cơ hội thăng tiến trong công việc cho mọi người trong cơ quan là như nhau?	3,27
Đánh giá hiệu quả công việc		
5	Công tác đánh giá kết quả thực hiện công việc được thực hiện đúng quy trình, công khai, minh bạch?	3,56
6	Bạn có hài lòng với mức tiền thưởng hiện tại hay không?	3,54
7	Bạn có hài lòng với chế độ phúc lợi tại cơ quan hay không?	3,77
8	Bạn luôn được hỗ trợ công tác phí trong quá trình làm việc và được cơ quan đóng bảo hiểm đầy đủ?	3,9
9	Cấp trên luôn quan tâm, động viên bạn khi gặp khó khăn trong công việc lẫn cuộc sống?	3,55
10	Đồng nghiệp luôn hoà đồng, thân thiện, hỗ trợ nhau trong công việc?	3,67
11	Môi trường công việc thoải mái, không khí làm việc đoàn kết?	3,52
12	Bạn luôn được đóng góp ý kiến và ghi nhận từ cấp trên và đồng nghiệp?	3,57
13	Bạn có hài lòng với cơ sở vật chất tại cơ quan không?	3,57

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả

Mức độ hài lòng về tiền thưởng hiện tại có hệ số mean = 3,54 chứng tỏ người lao động tương đối hài lòng với tiền thưởng tại đơn vị, mức tiền thưởng được chi trả công bằng có hệ số mean = 3,77 chứng tỏ người lao động hài lòng với sự công bằng của tiền thưởng được chi trả, chế độ phúc lợi tại cơ quan có hệ số mean = 3,8 chứng tỏ người lao động hài lòng với chế độ phúc lợi của đơn vị, hỗ trợ công tác phí trong quá trình làm việc và được cơ quan đóng bảo hiểm đầy đủ có hệ số mean = 3,9 chứng tỏ đơn vị thực hiện tốt chế độ công tác phí và bảo hiểm cho người lao động, cấp trên luôn quan tâm, động viên nhân viên khi gặp khó khăn có hệ số mean = 3,55, đồng nghiệp luôn hoà đồng thân thiện, hỗ trợ nhau trong công việc có hệ số mean = 3,67, môi trường công việc thoải mái, không khí làm việc đoàn kết có hệ số mean = 3,52, sự hài lòng về cơ sở vật chất tại cơ quan có hệ số mean = 3,57, bạn luôn được đóng góp ý kiến và ghi nhận từ cấp trên và đồng nghiệp có hệ số mean = 3,57.

Nhìn chung người lao động hài lòng với chính sách tạo động lực của đơn vị, tuy nhiên một bộ phận nhỏ cán bộ nhân viên chưa hài lòng, đòi hỏi đơn vị cần phải cố gắng hơn nữa hoàn thiện chính sách tạo động lực làm việc cho người lao động.

Như vậy, phần lớn cán bộ công chức người lao động tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hoá hài lòng với mức tiền thưởng và phúc lợi tại cơ quan, hài lòng với môi trường làm việc và cơ sở vật chất tại cơ quan. Tuy nhiên vẫn có một bộ phận cán bộ không hài lòng và cán bộ không có ý kiến về mức tiền thưởng, điều này cho thấy cán bộ công chức người lao động tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hoá vẫn kì vọng nhiều hơn vào chế độ chính sách của Cục.

3.2. Đánh giá chung về công tác tạo động lực làm việc cho người lao động tại Cục Quản lý thị trường Thanh Hoá

3.2.1 Những kết quả đạt được

Mức độ đánh giá sự hài lòng của cán bộ nhân viên đều đạt trên 3,2 điểm như vậy mức hài lòng của người lao động là tương đối cao. Điều này cho thấy cán bộ nhân viên đều thỏa mãn với công việc hiện tại, cho rằng công việc phù hợp với khả năng bản thân, thỏa mãn những yêu cầu của người lao động với công việc họ cần thực hiện.

Đối với tiền lương: tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa đã thực hiện một cách nghiêm túc và rõ ràng, theo đúng quy chế lương dành cho người lao động. Mức lương này cũng đã đáp ứng được nhu cầu sinh hoạt của người lao động trong cuộc sống.

Thông qua chính sách thưởng đối với cán bộ nhân viên, Cục đã thực hiện khen thưởng cho cán bộ nhân viên nhằm thúc đẩy hơn nữa tinh thần làm việc của họ với các chính sách thưởng theo tháng, năm, thưởng cá nhân, tập thể. Phần nào động viên được tinh thần của người lao động, để người lao động hăng say làm việc, nâng cao hiệu quả công việc.

Cục đã có những cố gắng đáng kể về chế độ phúc lợi dành cho cán bộ nhân viên, thực hiện đầy đủ chính sách phúc lợi bắt buộc theo quy định của Nhà nước, ngoài ra cũng triển khai một số chính sách phúc lợi tự nguyện cho cán bộ nhân viên, góp phần tạo được sự hài lòng cho người lao động, giúp mối quan hệ giữa cán bộ nhân viên và Cục thêm gắn bó, cán bộ nhân viên càng thêm tin tưởng và mong muốn cống hiến nhiều hơn.

Có thể nói môi trường và điều kiện làm việc ở Cục đã được quan tâm, thể hiện ở chỗ cơ sở vật chất, các trang thiết bị máy móc phục vụ công việc được đầu tư lớn, nhằm giúp cho người lao động không gặp khó khăn trong quá trình làm việc. Cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ cho công tác quản lý thị trường được bổ sung, sửa chữa thường xuyên, đáp ứng tốt cho công việc. Công tác vệ sinh an toàn lao động được coi trọng, mọi cán bộ nhân viên có ý thức trong công tác giữ gìn vệ sinh chung, đảm bảo một môi trường làm việc sạch, chuyên nghiệp và năng động. Do vậy đã tạo được động lực cho người lao động thông qua công tác này.

Cục QLTT đã luôn quan tâm tạo điều kiện cho người lao động được tham gia đào tạo, phát triển nghề nghiệp của bản thân, thường xuyên cử cán bộ nhân viên tham gia các khóa đào tạo. Không chỉ đem lại lợi ích cho Cục mà còn đem lại lợi ích cho chính bản thân cán bộ nhân viên, giúp họ trau dồi kiến thức và khẳng định năng lực của bản thân, làm việc đạt hiệu quả.

3.2.2. Những tồn tại, hạn chế

Bên cạnh những thành tựu đã đạt được, công tác tạo động lực làm việc cho người lao động tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa vẫn tồn tại những vấn đề cần phải khắc phục như sau:

Các biện pháp tạo động lực thực sự chưa có hệ thống và chưa được thực hiện một cách khoa học. Cục chưa thực hiện khảo sát và điều tra nhu cầu một cách quy mô và bài bản, điều này khó có thể cập nhật những nhu cầu thiết yếu của cán bộ nhân viên một cách phù hợp.

Cục trả lương theo chức danh công việc và hệ số lương chứ chưa căn cứ vào kết quả thực tế công việc bởi công tác đánh giá thực hiện công việc đôi khi còn mang tính chất định tính nhiều.

Chính sách giữ chân người tài, tôn vinh người gắn bó lâu năm của Cục chưa được chú ý đến.

Công tác đào tạo hiện tại chưa sát sao mà vẫn phụ thuộc vào chính sách đào tạo chung của Tổng cục.

3.2.3. Nguyên nhân của tồn tại hạn chế

Nguyên nhân của những hạn chế trên là do Cục chưa có hoạt động nhằm xác định nhu cầu của người lao động ngoài việc khảo sát. Kết quả khảo sát có thể chưa phản ánh trọn vẹn nhu cầu của người lao động do nhiều yếu tố chủ quan và khách quan, nếu chỉ sử dụng kết quả khảo sát để thiết lập chính sách tạo động lực cho người lao động sẽ có nguy cơ chủ quan, duy ý chí. Đánh giá hiện tại của Cục mới chỉ tập trung vào xác minh mức độ hài lòng với chính sách tiền lương, tiền thưởng, các điều kiện làm việc của người lao động. Về công tác phân công lao động, Cục chưa xây dựng được cơ sở chính sách phân công lao động thực sự khoa học do sự nghiên cứu tổng thể và toàn vẹn về công việc các bộ phận chưa được chú trọng. Trong công tác đánh giá lương, thưởng, thăng chức: việc chưa xác định hệ số hoàn thành công việc, hệ số tham gia công việc cũng như xác định điểm mức độ đóng góp của người lao động cũng là nguyên nhân làm giảm sút động lực của người lao động.

Các tiêu chí đánh giá kết quả thực hiện công việc còn chung chung, mang nhiều cảm tính. Tiêu chí đánh giá kết quả thực hiện văn hóa doanh nghiệp, môi trường làm việc chưa phân loại được người lao động nhiệt tình với công việc, thực hiện tốt công việc hay cá nhân làm việc đối phó, tạm thời, hời hợt... Phụ cấp của Cục chưa được thống nhất, các chính sách phụ cấp được chia ra áp dụng cho một số trường hợp nhất định hoặc thực hiện công việc trước trả phụ cấp sau, điều này cũng có thể gây khó khăn cho người lao động.

3.3. Giải pháp hoàn thiện tạo động lực làm việc cho người lao động tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

3.3.1. Đưa nội dung tạo động lực lao động trở thành một chính sách hệ thống

Giải pháp đầu tiên Cục cần thực hiện đó là đưa nội dung tạo động lực lao động trở thành một chính sách độc lập trong chính sách quản lý nhân sự, nhằm hệ thống hóa tạo động lực lao động thông qua các công việc cụ thể như sau:

Đưa nội dung tạo động lực lao động vào Điều lệ lao động hoặc phương hướng phát triển lao động hàng năm. Trước mắt, Cục có thể đưa mục tiêu tạo động lực lao động vào kế hoạch hoạt động năm 2020 - 2025.

Kế hoạch ngắn hạn (Đưa nội dung tạo động lực lao động vào Kế hoạch hoạt động hàng năm của Cục) cần có: (i) Các chính sách tạo động lực (tài chính, phi tài chính); (ii) Đánh giá nhân viên (năng suất lao động, hoàn thành công việc và kết quả hoạt động trong năm tài chính); (iii) Ban kiểm soát công tác tạo động lực lao động (thuộc phòng Hành chính - Nhân sự) và cơ chế hoạt động; (iv) Tổng kết, đánh giá công tác tạo động lực hàng năm.

Để thực hiện kế hoạch (2), Tác giả đề xuất chính sách thực hiện cơ chế tạo động lực và đánh giá hiệu quả tạo động lực như sau: Cục có một quỹ độc lập cho việc tạo động lực lao động hoặc có trừ bị khoản chi phí cụ thể trong kế hoạch tài chính hàng năm được Tổng cục thông qua. Quỹ/khoản tài chính này sẽ được sử dụng cho các mục tiêu: Khảo sát nhu cầu lao động; chi phí phát triển động lực lao động hỗ trợ cùng với quỹ của công đoàn để thưởng, quà các dịp lễ tết truyền thống, các hoạt động ngoại khóa; chi phí thuê dịch vụ phát triển động lực lao động trong Cục (nếu Cục xác định thuê chuyên gia lên kế hoạch, xây dựng chính sách tạo động lực); chi phí cho hoạt động trao đổi, tổng kết kết quả tạo động lực trong năm tài chính.

3.3.2. Đáp ứng về nhu cầu tài chính của người lao động

3.3.2.1. Về tiền lương của người lao động

Kết quả khảo sát cho thấy, nhu cầu đầu tiên và quan trọng nhất của cán bộ nhân viên ở Cục là nhu cầu tài chính bao gồm: tiền lương, tiền thưởng và các khoản phụ cấp khác.

Về tiền lương: Hiện tại, theo đánh giá của tác giả, tiền lương trung bình năm 2018 - 2019 mới chỉ đáp ứng nhu cầu tối thiểu và cơ bản của người lao động (mức bình quân 7 triệu đồng). Tỷ lệ tăng lương hàng năm dựa theo thâm niên, chưa dựa vào kết quả thực hiện công việc. Do vậy, Cục nên có chính sách tăng lương dựa vào cả thâm niên và kết quả thực hiện công việc thì sẽ tạo được động lực hơn.

3.3.2.2. Về tiền thưởng của người lao động

Về tiền thưởng: Dựa trên tình hình tài chính của Cục để quyết định cơ chế thưởng. Hiện nay Cục mới chỉ có thưởng cuối năm Âm lịch cũng là thời điểm phát thưởng của phần lớn các cơ quan, tổ chức của Việt Nam với mức thưởng trung bình là 01 tháng lương. Tác giả đề xuất Cục xem xét chuyển sang cơ chế thưởng 6 tháng/lần (Tết Âm lịch và tháng 7 hàng năm) để khuyến khích người lao động và tăng thời gian gắn bó với Cục. Mức thưởng tháng 7 có thể dựa vào tình hình thu chi 6 tháng đầu năm.

Với chính sách thưởng tốt sẽ là động lực để cổ vũ động viên người lao động làm việc nghiêm túc, hăng say và không ngừng sáng tạo. Chính vì vậy, trong việc thưởng của Cục cũng phải thường xuyên quan tâm hơn nữa đến thưởng cho sáng kiến, cải tiến công nghệ bởi vì bất kỳ sáng kiến nào có lợi thì Cục nên động viên và khen thưởng kịp thời nhằm tạo động lực làm việc cho người lao động. Hình thức thưởng có thể phong phú, đa dạng hơn, ngoài thưởng bằng tiền, có thể thưởng bằng các hình thức khác như bằng hiện vật, bằng các chuyến nghỉ dưỡng cả gia đình...

Ngoài ra, Cục cần phải chú ý hơn nữa đến việc kiểm điểm cán bộ nhân viên: Quy định rõ từng mức chế tài xử phạt cho từng hành vi phạm lỗi, quy định tần suất vi phạm - mức xử phạt... Nếu có chính sách phạt như thế cũng sẽ làm ảnh hưởng đến tâm lý người lao động. Người lao động sẽ phải điều chỉnh hành vi của mình để hạn chế bị xử phạt. Tuy nhiên, nếu số tiền phạt lớn hơn so với số tiền thưởng sẽ không những không có tác dụng ngăn ngừa sự lặp lại của hành động đó mà còn ảnh hưởng đến tâm lý làm việc của cán bộ, nhân viên. Vậy nên đơn vị cũng cần phải xây dựng hình thức xử phạt cho hợp lý, có như thế mới có tác dụng ngăn ngừa hành động làm sai trong tương lai.

3.3.3. *Đáp ứng nhu cầu phi tài chính của người lao động*

3.3.3.1. *Công tác đào tạo và phát triển*

Thông qua công tác đào tạo, người lao động được trau dồi thêm kiến thức phục vụ công việc hiệu quả, phát triển nghề nghiệp và khẳng định được bản thân. Do vậy, để công tác đào tạo trở thành động lực cho người lao động, thì Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa cần tiến hành một số nội dung:

Xác định đúng đối tượng đào tạo, xây dựng các tiêu chuẩn lựa chọn đối tượng đào tạo một cách chính xác và công bằng. Cụ thể: Có quy định cụ thể về các yêu cầu đối với người được cử đi đào tạo: Khi lựa chọn đối tượng cử đi tham gia các khóa đào tạo cần phải xem xét đến khả năng học tập của họ, các đóng góp của người lao động cho Cục.

Quan tâm đến nguyện vọng của cán bộ nhân viên, bởi họ là người hiểu rõ bản thân nhất, họ biết mình gặp khó khăn gì khi thực hiện công việc, từ đó xác định các kiến thức kỹ năng còn thiếu hụt của bản thân. Vì thế, Cục nên quan tâm đến nhu cầu đào tạo của người lao động, trên cơ sở đó xem xét phê duyệt cho những người có nhu cầu nguyện vọng học tập phù hợp với yêu cầu công việc. Người lao động được đào tạo đúng với nguyện vọng sẽ nâng cao tính tự giác trong học tập, khuyến khích họ nỗ lực làm việc.

Đa dạng hóa các phương pháp đào tạo nhằm tăng hứng thú và hiệu quả học tập. Để đào tạo phát triển nguồn nhân lực đạt hiệu quả, đơn vị cần đa dạng hóa các phương pháp đào tạo, thích hợp với từng đối tượng và nội dung đào tạo. Chẳng hạn như có thể khuyến khích phát triển các biện pháp như phương pháp hội nghị, hội thảo chuyên đề, luân chuyển công việc.

Thường xuyên tổ chức rà soát, đánh giá nhu cầu đào tạo của từng đơn vị, từng cá nhân người lao động, đảm bảo công tác đào tạo của Cục đáp ứng được nhu cầu, mong muốn của cán bộ nhân viên, để họ bổ sung được kiến thức, nâng cao được trình độ phục vụ tốt cho công việc, vừa đem lại lợi ích cho Cục, vừa đem lại lợi ích cho người lao động. Nâng cao kinh phí đào tạo hàng năm, có thể chiếm 10 - 15% trong tổng nguồn thu của Cục.

Ngoài ra, Cục nên khuyến khích và tạo điều kiện cho những cá nhân có tinh thần học tập, tham gia học tập tự túc bên ngoài để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, đáp ứng nhu cầu công việc của người lao động, để họ được phát triển tại Cục. Từ việc quan tâm và làm tốt công tác đào tạo, người lao động sẽ có cơ hội được học tập, bổ sung kiến thức để phục vụ các lợi ích của họ như: Tăng thu nhập do hiệu quả làm việc tốt, có cơ hội thăng tiến, phát triển nghề nghiệp và các chế độ phúc lợi, khen thưởng... Từ đó, động lực của người lao động được tăng lên.

3.3.3.2. Tạo cơ hội thăng tiến, phát triển nghề nghiệp cho người lao động

Việc tạo cơ hội thăng tiến, phát triển cho cán bộ nhân viên tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa vẫn còn một số hạn chế tồn tại, do vậy đề công tác này trở thành động lực cho người lao động, tác giả xin đưa ra một số giải pháp cụ thể như sau:

Hiện nay một số vị trí chức danh cán bộ lãnh đạo và cán bộ quản lý của Cục vẫn còn trống, Cục cần lập đề án quy hoạch cán bộ tầm nhìn đến năm 2025, đồng thời xây dựng tiêu chuẩn cán bộ và thông báo rộng rãi cho toàn thể cán bộ nhân viên Cục. Chỉ khi người lao động biết được rõ số lượng cán bộ cần có, so sánh với thực tế đang thiếu vị trí nào, đồng thời căn cứ bản tiêu chuẩn cán bộ, người lao động sẽ luôn có ý thức tu dưỡng rèn luyện và phấn đấu để được đề bạt vào vị trí còn thiếu đó, như vậy sẽ tạo được động lực cho họ và việc đề bạt thăng tiến trở lên công bằng và khách quan.

Việc đề bạt cán bộ cũng cần được thực hiện công bằng, công khai và đảm bảo rằng đối tượng được đề bạt là phù hợp, thì ngoài hội đồng xét duyệt là lãnh đạo Cục, cần tổ chức cuộc bỏ phiếu lấy ý kiến của những người lao động ở bộ phận mà dự kiến bổ nhiệm thêm cán bộ, để hội đồng xét duyệt Cục có thể đưa ra những quyết định mang tính khách quan hơn, có những điều chỉnh hợp lý nếu người được đề cử không được sự đồng lòng nhất trí của phần đông người lao động. Như vậy, người lao động sẽ thấy sự dân chủ, công bằng, công khai và đúng đắn, đồng thời tin tưởng, ủng hộ đối với những quyết định mà ban lãnh đạo Cục đưa ra. Ngoài ra việc đề bạt cán bộ phải tuyệt đối tuân theo những nội dung trong bản tiêu chuẩn cán bộ, có như vậy người lao động mới có niềm tin và tiếp tục phấn đấu, sẽ là động lực cho cán bộ nhân viên cố gắng nhiều hơn.

3.3.3.3. Xây dựng môi trường làm việc thân ái, hòa thuận

Môi trường làm việc thân ái, hòa thuận là tạo điều kiện cho người lao động tham gia vào các quyết sách, kịp thời phản ánh tình hình cho cấp trên. Để nhân viên đưa ra những lời đề nghị của họ rồi sau đó cấp trên mới quyết định. Bên cạnh đó, người quản lý trực tiếp và người quản lý bộ phận chính là những người đóng vai trò thống nhất tư tưởng, thống nhất chính lý và hoàn thiện những ý kiến của cấp cơ sở, kịp thời báo cáo tình hình với cấp trên và đưa ra những kiến nghị của mình.

Quan trọng hơn, sự đảm bảo chế độ làm việc lâu dài để nhân viên yên tâm và tăng thêm tinh thần trách nhiệm, cùng Cục chia sẻ vinh quang và khó khăn, gắn bó vận mệnh của họ vào vận mệnh của tổ chức.

Từ những quan điểm trên: Cục phải tạo được môi trường lao động mà trong đó những cán bộ quản lý các cấp phải thường xuyên quan tâm đến tất cả các vấn đề của người lao động, kể cả gia đình họ. Từ đó tạo thành sự hòa hợp, thân ái, không cách biệt giữa cấp trên và cấp dưới. Có như vậy mới tạo được sự hòa thuận, gắn kết người lao động trong tập thể Cục.

Cục tích cực phát huy các phong trào tập thể hiện có mà Cục đang duy trì. Thủ trưởng các đơn vị tích cực, chủ động tạo điều kiện hơn nữa việc cho người lao động tham gia các buổi sinh hoạt dã ngoại, du lịch... mà có chính thủ trưởng các bộ phận tham gia.

Tại các cuộc liên hoan tất niên cuối năm: Cục trưởng, đội trưởng các bộ phận là người chủ động thăm hỏi, động viên các nhân viên dưới quyền quản lý của mình, đồng thời trực tiếp tham gia tại khu vực tập trung đông nhân viên của bộ phận mình để tạo sự gắn kết, sau đó mới đi giao lưu bộ phận khác.

3.3.3.4. Xây dựng phong trào thi đua cho người lao động

Tổ chức các phong trào văn hóa thể thao và xây dựng mối quan hệ đoàn kết, gắn bó trong Cục. Việc hạn chế tổ chức các phong trào văn hóa thể thao như hiện nay tại Cục đã gây ra những nhàm chán trong người lao động, từ đó mà động lực lao động cũng có phần bị ảnh hưởng. Do vậy Cục cần thường xuyên tổ chức các phong trào văn hóa thể thao phù hợp, để tạo nên môi trường hoạt động thể chất lành mạnh và không khí thi đua sôi nổi trong toàn Cục, xây dựng được mối quan hệ đoàn kết, gắn bó cho người lao động, thông qua đó tạo được động lực cho người lao động hăng say làm việc đạt hiệu quả hơn.

Các phong trào văn hóa thể thao có thể tổ chức như: Hội diễn văn nghệ quần chúng Cục hàng năm, các giải thi đấu thể thao bóng đá, bóng bàn, cầu lông... phù hợp với khả năng và mong muốn của phần đông người lao động trong Cục. Ngoài ra Cục nên tổ chức các buổi gặp mặt nhân dịp tắt niên cuối năm, khai xuân đầu năm mới, các buổi thăm quan du lịch... sẽ xây dựng được mối quan hệ tốt giữa cán bộ nhân viên với nhau, giữa người lãnh đạo với nhân viên, hay giữa các tập thể đơn vị trong Cục với nhau, tạo nên bầu không khí tốt, tinh thần đoàn kết cao, người lao động làm việc hăng say, vui vẻ, phối hợp triển khai công việc thuận lợi và hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

4. KẾT LUẬN

Trong điều kiện toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ và trong điều kiện của thế giới chuyển từ nền văn minh công nghiệp sang văn minh tri thức ngày nay, bối cảnh cạnh tranh của thế giới cũng đã và đang thay đổi. Tạo động lực lao động đã và đang là chủ đề quan trọng cho sự tồn tại, phát triển của các quốc gia cũng như từng tổ chức.

Bài viết đã đánh giá được thực trạng tạo động lực cũng như đề xuất các giải pháp tạo động lực lao động cho cán bộ nhân viên tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa trong thời gian tới, nhằm mục tiêu phát triển tổ chức bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Văn Duẩn (2015), *Tạo động lực lao động để tăng năng suất lao động*, Báo Lao động ngày 14/10/2015.
- [2] Quốc Hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam (2013), *Bộ Luật Lao động*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [3] Bùi Anh Tuấn, Phạm Thúy Hương (2011), *Hành vi tổ chức*, tr.85-87, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [4] Bùi Anh Tuấn, Phạm Thúy Hương (2009), *Giáo trình hành vi tổ chức*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [5] Đoàn Thị Thu Hà, Nguyễn Thị Ngọc Huyền (2002), *Giáo trình Khoa học quản lý II*, Nxb. Khoa học Kỹ thuật, Hà Nội.
- [6] Lê Thanh Hà (2015), *Giáo trình Quản trị nhân lực*, Tập 2, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [7] Lê Thị Kim Chi (2002), *Vai trò động lực của nhu cầu và vấn đề chủ động định hướng hoạt động của con người trên Cơ sở nhận thức nhu cầu*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

- [8] Lương Văn Úc (2011), *Giáo trình Tâm lý học lao động*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [9] Nguyễn Hữu Thân (2012), *Giáo trình Quản trị nhân sự*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
- [10] Nguyễn Tiệp (chủ biên), Lê Thanh Hà (2006), *Giáo trình Tiền lương - Tiền Công*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [11] Nguyễn Văn Điềm, Nguyễn Ngọc Quân (2007), *Quản trị nhân lực*, tr.8-10, 62-63. Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [12] Trần Kim Dung (2011), *Giáo trình Quản trị nguồn nhân lực*, tr.3 - 4,13 - 15, Nxb. Tổng hợp, TP. Hồ Chí Minh.
- [13] Nguyễn Thanh Hội (2002), *Quản trị nhân sự*, tr.9-10, 17-19, 122-125, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
- [14] Vũ Thị Uyên (2008), *Tạo động lực cho lao động quản lý trong các Doanh nghiệp Nhà nước ở Hà Nội đến năm 2020*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [15] Vương Minh Kiệt (2005), *Giữ chân người lao động bằng cách nào*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.

MOTIVATION FOR EMPLOYEES - A CASE STUDY AT THANH HOA MARKET MANAGEMENT DEPARTMENT

Nguyen Thi Huyen

ABSTRACT

Work motivation of employees always plays a key role in the development of each organization. This study assesses the status of the work to motivate employees of Thanh Hoa's Market Management Department in terms of training and development, assessment of work performance, working environment, remuneration and welfare. From the results, the author realized that these activities of Thanh Hoa's Market Management Department still have some limitations, so the author proposes solutions to improve the labor motivation of employees at Thanh Hoa's Market Management Department.

Keywords: *Motivation, employees, Market Management Department, Thanh Hoa.*

* Ngày nộp bài: 22/4/2020; Ngày gửi phản biện: 28/4/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP THEO LÃNH THỔ TẠI TỈNH THANH HÓA

Lê Hữu Khuê¹, Thiều Thị Hương²

TÓM TẮT

Bằng việc sử dụng các chỉ số và bản đồ, bài báo đã phân tích tình hình phát triển công nghiệp theo lãnh thổ tại tỉnh Thanh Hóa. Kết quả cho thấy trong hai thập kỷ gần đây công nghiệp ở Thanh Hóa được phát triển ở tất cả các lãnh thổ hành chính cấp huyện (thị xã, thành phố) và vùng lãnh thổ. Trong đó các huyện thuộc vùng đồng bằng và ven biển, công nghiệp có mật độ cao hơn và phát triển nhanh hơn. Trên địa bàn Thanh Hóa đã hình thành 47 cụm, 16 khu, 5 dải và 2 trung tâm công nghiệp. Bài báo đã đề xuất một số giải pháp để phát triển công nghiệp theo lãnh thổ hợp lý tại Thanh Hóa đến năm 2030.

Từ khóa: *Phát triển công nghiệp, lãnh thổ, tỉnh Thanh Hóa.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Phát triển công nghiệp theo lãnh thổ là một yêu cầu tất yếu trong quá trình công nghiệp hóa đất nước và từng lãnh thổ, trong đó có Thanh Hóa. Thời gian gần đây đã có những đánh giá về sự phát triển công nghiệp Thanh Hóa nói chung [6], về cơ cấu công nghiệp và sự phát triển doanh nghiệp công nghiệp [4], hoặc các khu công nghiệp tập trung nói riêng [5]... Tuy nhiên, nghiên cứu về phát triển công nghiệp theo lãnh thổ tại Thanh Hóa còn ít được chú ý. Nghiên cứu của chúng tôi tập trung vào phân tích tình hình phát triển công nghiệp theo lãnh thổ trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa nhằm tìm kiếm những giải pháp để điều chỉnh không gian phân bố công nghiệp phù hợp với yêu cầu đưa Thanh Hóa trở thành một tỉnh công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2030 [1].

2. CHỈ SỐ VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Về chỉ số dùng để nghiên cứu, chúng tôi chọn 2 chỉ số: giá trị sản xuất công nghiệp và mật độ sản xuất công nghiệp để phân tích sự phát triển công nghiệp theo lãnh thổ tại Thanh Hóa:

Giá trị sản xuất công nghiệp: Chỉ số này được Cục Thống kê và Sở Công thương tỉnh Thanh Hóa tính toán và công bố hàng năm.

Mật độ sản xuất công nghiệp: Chỉ số này được tính bằng giá trị sản xuất công nghiệp trên mỗi km² (Density of Industrial Gross output at Constant 2010 prices by per km²). Chỉ số không lệ thuộc vào đơn vị đo cụ thể, là thước đo để đánh giá hoạt động công nghiệp theo lãnh thổ, cho biết giá trị mà hoạt động công nghiệp tạo ra trên lãnh thổ,

¹ Ban Quản lý Nhà ở sinh viên, Trường Đại học Hồng Đức, lehuukhue@hdu.edu.vn

² Giáo viên Trường Trung học phổ thông Triệu Sơn 5, tỉnh Thanh Hóa

những lợi ích mà công nghiệp mang lại cho lãnh thổ, những tác động của các nhân tố kinh tế và địa lý đối với sản xuất công nghiệp và hiệu quả của các chính sách phát triển công nghiệp theo lãnh thổ. Đáng chú ý là chỉ số mật độ GDP (GDP Density) đã được Gallup J. L., Sachs J. D., and Mellinger A. D sử dụng năm 1999 để lập bản đồ mật độ GDP toàn cầu. Đến năm 2017 Geography and Economic Development và Viện Chiến lược phát triển sử dụng để phân vùng kinh tế Việt Nam.

Về phương pháp: Hai phương pháp sử dụng để phân tích là phương pháp so sánh và phương pháp phân tích bản đồ. Chúng tôi tiến hành so sánh giá trị và mật độ giá trị sản xuất công nghiệp theo các đơn vị hành chính cấp 2 (27 huyện và tương đương), theo vùng và theo các hình thức tổ chức lãnh thổ công nghiệp. Đồng thời phân tích thông tin về phân bố các cơ sở, khu, cụm, trung tâm và dải công nghiệp trên bản đồ Thanh Hóa để rút ra những nhận xét cần thiết.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Khái quát chung về công nghiệp Thanh Hóa

Trong 5 năm qua (2016 - 2020), giá trị sản xuất công nghiệp tăng trưởng đột phá, bình quân hằng năm 20%, vượt kế hoạch và cao nhất từ trước đến nay. Năm 2020 đạt 144.532 tỷ đồng, gấp 2,5 lần năm 2015, đứng đầu các tỉnh Bắc Trung bộ. Đã hoàn thành và đưa vào hoạt động nhiều cơ sở công nghiệp mới, đặc biệt là Liên hợp Lộ hóa dầu Nghi Sơn (một trong 3 dự án công nghiệp lớn nhất cả nước); triển khai xây dựng một số dự án công nghiệp quy mô lớn, tạo tiền đề cho tăng trưởng kinh tế của tỉnh trong giai đoạn tới. Các sản phẩm công nghiệp chủ lực đều duy trì tốc độ tăng trưởng cao. Các ngành công nghiệp sử dụng nhiều lao động và sản xuất tiểu thủ công nghiệp được quan tâm phát triển, góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập cho lao động [6].

Tỷ trọng của công nghiệp trong GRDP của Thanh Hóa đã tăng từ 22,3% (2011) lên 32,4% (2019) và đạt mức 35% vào năm 2020. Đây được coi là mức cao (cả về tỷ lệ và tốc độ tăng) so với các địa phương trong vùng Duyên hải miền trung (đứng thứ hai, sau Hà Tĩnh: 39,1%) [4].

Giá trị sản xuất công nghiệp (SXCN) tăng đều qua các năm. Tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2011-2015 đạt trên 14,1%/năm (thấp hơn nhiều so với quy hoạch đề ra là 28,1%/năm) [2]; Giai đoạn 2016 - 2017, tăng trưởng chậm lại, trên 10%/năm; Từ năm 2018, do có một số dự án lớn đi vào hoạt động như: Dự án lọc hóa dầu Nghi Sơn (2018), dự án Thép Nghi Sơn (2019), nên tăng trưởng giá trị SXCN tăng cao, đạt 34,2% (năm 2018) và 32,6% (năm 2019) [4]. Trong nội bộ ngành công nghiệp, tỷ trọng giá trị sản xuất của phân ngành chế tạo, chế biến luôn chiếm cao (trên 95%) trong tổng giá trị sản xuất toàn ngành công nghiệp [6].

3.2. Phát triển công nghiệp Thanh Hóa theo các lãnh thổ hành chính cấp huyện

Do các huyện tăng cường huy động nguồn lực, có những ưu tiên để phát triển công nghiệp, tăng cường liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm,... nên công nghiệp ở tất cả các lãnh thổ cấp huyện đều có tốc độ tăng trưởng khá cao cả về giá trị sản xuất và mật độ công nghiệp.

Về tốc độ tăng trưởng. Trong giai đoạn 2011 - 2019, các huyện (và tương đương) có tốc độ tăng giá trị SXCN cao nhất là Thị xã Nghi Sơn (12,8 lần), gắn liền với sự vận hành thương mại nhà máy lọc hóa dầu. Sau đó đến Nga Sơn và Vĩnh Lộc (7,4 lần) do đẩy mạnh phát triển công nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng (Vĩnh Lộc), công nghiệp dệt, may, đóng giày... (Nga Sơn). Các huyện có tốc độ tăng trưởng công nghiệp chậm là Đông Sơn (0,8 lần), Như Thanh (1,2 lần), Thường Xuân (1,5 lần)... do khả năng thu hút đầu tư phát triển công nghiệp còn yếu (Bảng 1).

Về mật độ công nghiệp. Mật độ công nghiệp có sự chênh lệch rất lớn giữa các đơn vị hành chính cấp huyện. Thấp nhất là huyện Mường Lát (26 triệu đồng/km²) và cao nhất là thành phố Thanh Hóa (185,5 tỷ đồng/km²), chênh nhau 7.134 lần.

Sự chênh lệch về mật độ công nghiệp giữa các đơn vị cấp huyện cũng thể hiện ngay trong từng vùng. Trong nội bộ vùng núi, chênh lệch giữa huyện có mật độ công nghiệp thấp nhất là Mường Lát (26 triệu đồng/km²) và huyện có mật độ công nghiệp cao nhất là Thạch Thành (2.434 triệu đồng/km²) lên tới 93 lần). Trong nội bộ vùng ven biển chênh lệch giữa thị xã Nghi Sơn (137,8 tỷ đồng/km²) và huyện Quảng Xương (7,8 tỷ đồng/km²) là 17,6 lần và trong nội bộ vùng đồng bằng chênh lệch giữa thành phố Thanh Hóa (185,5 tỷ đồng/km²) và huyện thấp nhất là Triệu Sơn (3,7 tỷ đồng/km²) là 50 lần.

Nhóm lãnh thổ cấp huyện có mật độ công nghiệp cao là thành phố Thanh Hóa (185,5 tỷ đồng/km²), sau đó đến thị xã Nghi Sơn (137,8 tỷ đồng/km²) và thị xã Bỉm Sơn (126,1 tỷ đồng/km²). Đây chính là cơ sở để hình thành những trung tâm công nghiệp mạnh trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Nhóm các huyện có mật độ công nghiệp thấp nằm ở khu vực miền núi như Mường Lát, Quan Sơn, Quan Hóa, Thường Xuân...

Bảng 1. Giá trị và mật độ sản xuất công nghiệp Thanh Hóa các năm 2010, 2019 phân theo huyện, thị xã, thành phố

TT	Tên huyện, thị xã	Giá trị SXCN (Tỷ đồng - Giá so sánh 2010)		Tăng, giảm 2010 - 2019 (lần)	Diện tích (km ²)	Mật độ GTSXCN năm 2019 (Tỷ đ/km ²)
		Năm 2010	Năm 2019			
	Thành phố					
1	TP Thanh Hóa	8.755,9	27.312,02	3,1	147,2	185,5
2	TP Sầm Sơn	217,9	473,29	2,2	44,9	10,5
3	TX Bỉm Sơn	5.087,4	8.487,14	1,7	67,3	126,1
4	TX Nghi Sơn	4.902,6	62.801,21	12,8	455,6	137,8
5	Huyện Thọ Xuân	2.107,1	2.463,75	1,2	295,1	8,3
6	Huyện Đông Sơn	1.931,6	1.474,56	0,8	82,4	17,9
7	Huyện Nông Công	852,2	1.415,87	1,7	292,5	4,8
8	Huyện Triệu Sơn	626,0	1.092,69	1,7	290,1	3,7
9	Huyện Quảng Xương	601,4	1.659,54	2,8	212,4	7,8
10	Huyện Hà Trung	1.394,0	2.211,16	1,6	245,6	9,0

11	Huyện Nga Sơn	406,4	3.015,49	7,4	145,2	20,7
12	Huyện Yên Định	552,1	2.808,28	5,1	228,7	12,2
13	Huyện Thiệu Hóa	447,9	1.553,71	3,5	164,9	9,4
14	Huyện Hoằng Hóa	800,1	2.195,61	2,7	224,6	9,7
15	Huyện Hậu Lộc	371,0	1.402,97	3,8	162,0	8,6
16	Huyện Vĩnh Lộc	208,2	1.550,31	7,4	150,9	10,2
17	Huyện Thạch Thành	818,1	1.295,13	1,6	551,7	2,347
18	Huyện Cẩm Thủy	129,4	657,53	5,1	425,0	1,547
19	Huyện Ngọc Lạc	175,8	522,17	3,0	497,2	1,050
20	Huyện Lang Chánh	36,2	72,24	2,0	585,9	0,123
21	Huyện Như Xuân	94,9	315,06	3,3	543,7	0,580
22	Huyện Như Thanh	207,0	250,23	1,2	587,3	0,426
23	Huyện Thường Xuân	128,5	190,90	1,5	1.105,1	0,172
24	Huyện Bá Thước	82,1	440,19	5,4	774,2	0,568
25	Huyện Quan Hóa	86,1	340,90	4,0	995,1	0,342
26	Huyện Quan Sơn	17,3	61,04	3,5	943,5	0,064
27	Huyện Mường Lát	4,9	21,59	4,4	808,7	0,026
	Toàn tỉnh	31.042,1	126.084,63	4,06	11.120,6	11,34
	Miền núi	1.780,3	4.167,01	2,34	8.045,9	0,518
	Ven biển	7.299,4	71.548	9,80	1.957,0	36,560
	Đồng bằng	21.962,4	50.370	2,29	1.178,7	42,733

Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Thanh Hóa - Niên giám thống kê năm 2010 và năm 2019

3.3. Phát triển công nghiệp theo các vùng

Thanh Hóa tập trung phát triển công nghiệp trên cả 3 vùng lãnh thổ

Giai đoạn 2011 - 2015: Giá trị SXCN tập trung chủ yếu ở vùng xuôi (gần 95%). Một số địa bàn có mức độ công nghiệp tập trung lớn, như thành phố Thanh Hóa, thị xã Bim Sơn, thị xã Tĩnh Gia, Thọ Xuân và Hà Trung. Năm 2011, 05 địa phương này đã chiếm trên 77,2% giá trị SXCN toàn tỉnh; đến năm 2015 tăng lên trên 77,8%. Đáng chú ý là, bên cạnh TP Thanh Hóa luôn dẫn đầu trong công nghiệp của tỉnh (khoảng 40%), thì một số địa phương có sự phát triển công nghiệp khá như: Tĩnh Gia, Nga Sơn, Vĩnh Lộc... (Bảng 2).

Giai đoạn 2016 - 2020: Với sự phát triển của Khu kinh tế Nghi Sơn, cơ cấu công nghiệp theo lãnh thổ ở Thanh Hóa có những thay đổi rất lớn. Vùng ven biển từ 23,5% năm 2010 tăng lên 56,7% năm 2019, vùng núi chiếm tỉ trọng thấp và giảm từ 5,7% năm 2010 xuống còn 3,3% năm 2020. Vùng đồng bằng giảm từ 70,8% năm 2010 xuống còn 40% năm 2019 (Bảng 1).

Năm 2010 mật độ công nghiệp trung bình của Thanh Hóa là 2,79 tỷ đồng/km². Đến năm 2019, con số này là 11,34 tỷ đồng/km², gấp 4,06 lần. Năm 2019, mật độ công nghiệp của vùng núi rất thấp, trung bình chỉ 518 triệu đồng/km², vùng đồng bằng có mật độ công nghiệp cao nhất (42,7 tỷ đồng/km²) tiếp đến là vùng ven biển (36,5 tỷ đồng/km²).

Vùng đồng bằng chiếm 21,7% giá trị SXCN của tỉnh và tập trung phát triển các ngành công nghiệp chủ lực như: Lắp ráp ô tô, xi măng, dệt may, giày da và một số ngành sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo khác; phát triển Tiểu thủ công nghiệp.

Bảng 2. Một số chỉ tiêu về cơ cấu công nghiệp Thanh Hóa theo vùng năm 2020

DVT: %

Vùng	Diện Tích	Dân số	Nhân lực công nghiệp	Giá trị SXCN (giá so sánh 2010)	Tăng trưởng CN 2010-2015	Tăng trưởng CN 2016 - 2020
Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0	12,6	11,8
Vùng ven biển	17,6	45,4	59,6	72,9	13,3	14,5
Vùng đồng bằng	10,6	29,5	32,7	21,7	10,4	10,1
Vùng miền núi	71,8	25,1	7,7	5,4	12,7	8,2

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của sở Công Thương Thanh Hóa

Vùng ven biển chiếm 72,9% giá trị SXCN của tỉnh và tập trung phát triển công nghiệp ở Khu kinh tế Nghi Sơn chủ yếu các ngành công nghiệp nặng (lọc hóa dầu, cơ khí, luyện kim, nhiệt điện...) đồng thời tiếp tục phát triển các ngành công nghiệp nhẹ (sản xuất hàng xuất khẩu, chế biến nông thủy sản, chế biến thực phẩm, tiểu thủ công nghiệp...) theo hướng tập trung ở các Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp.

Vùng miền núi chiếm 5,4% giá trị SXCN của tỉnh và tập trung phát triển thủy điện, chế biến nông, lâm sản (thịt gia súc, gia cầm, gỗ, luồng), thức ăn gia súc, sản xuất vật liệu xây dựng, khai thác và chế biến khoáng sản, sản xuất hàng may mặc, giày xuất khẩu...

3.4. Phát triển các hình thức tổ chức lãnh thổ công nghiệp

Hiện nay, trên lãnh thổ Thanh Hóa đã hình thành 5 hình thức tổ chức lãnh thổ công nghiệp là điểm, cụm, khu, trung tâm và dải công nghiệp. Do số lượng điểm công nghiệp toàn tỉnh nhiều, nên trong bài báo nhóm tác giả chỉ đề cập đến một số điểm công nghiệp lớn, nổi trội hơn trong tỉnh.

3.4.1. Cụm công nghiệp

Theo quy hoạch (đến năm 2025, định hướng đến năm 2030), Thanh Hóa có 71 Cụm công nghiệp (tổng diện tích đất quy hoạch là 2.139 ha). Đến năm 2019, đã có 47 Cụm công nghiệp đi vào hoạt động, diện tích cho thuê đạt 559,7 ha (tỷ lệ lấp đầy 32,7%). Đến cuối năm 2020, tỷ lệ này đạt 40,1%. Vốn đầu tư hạ tầng lũy kế đến tháng 12/2020 đạt 1.674,96 tỷ đồng (đạt 37,8% so với kế hoạch).

Các Cụm công nghiệp đã thu hút được 243 doanh nghiệp vào hoạt động với tổng vốn đầu tư đạt 5.917,2 tỷ đồng; thu hút 73.996 lao động. Giá trị SXCN đạt 12.244,8 tỷ đồng; đóng góp cho ngân sách 352,1 tỷ đồng.

Quy mô trung bình của các Cụm công nghiệp là khoảng 30 ha. Các địa phương có nhiều Cụm công nghiệp là: Hà Trung (7 cụm), thành phố Thanh Hóa (4 cụm), Thọ Xuân (4 cụm), Yên Định (4 cụm), Triệu Sơn (4 cụm), các huyện miền núi chỉ 1 - 2 Cụm.

Tuy nhiên, trong số 71 Cụm công nghiệp được quy hoạch có tới 20 Cụm công nghiệp (28,17%) có diện tích dưới 20 ha. Tính đến 31/12/2018, trong số 47 Cụm công nghiệp đã đi vào hoạt động, có tới 20 Cụm công nghiệp (42,55%) có diện tích dưới 20 ha; trong đó có 7 Cụm công nghiệp (14,9%) có quy mô diện tích dưới 10 ha. Quy mô này là quá nhỏ và ảnh hưởng xấu đến thu hút đầu tư và sự phát triển của doanh nghiệp trong mở rộng sản xuất.

3.4.2. Khu công nghiệp

Thanh Hóa có 16 Khu công nghiệp, bao gồm 8 Khu công nghiệp và 8 Khu công nghiệp trong Khu kinh tế Nghi Sơn.

Các Khu công nghiệp độc lập. 08 Khu công nghiệp độc lập có tổng diện tích 2.035 ha với cơ sở hạ tầng tương đối đồng bộ, trong đó 100% các Khu công nghiệp có hệ thống xử lý nước thải tập trung.

Khu công nghiệp Lễ Môn (thành phố Thanh Hóa) có diện tích là 87,61ha với nhiều doanh nghiệp FDI hoạt động hiệu quả như: Công ty TNHH Sunjade (Đài Loan), Công ty TNHH Sakurai (Nhật Bản), Công ty TNHH Yotsuba Dress (Nhật Bản)... và những doanh nghiệp lớn của Việt Nam như Vinamilk... Khu công nghiệp Lễ Môn hiện đang khuyến khích thu hút các dự án ứng dụng công nghệ cao, chế tạo và gia công từ các nguồn nguyên liệu trong tỉnh, sử dụng nhiều lao động và sản xuất các mặt hàng xuất khẩu có giá trị kinh tế cao; nhóm ngành sản xuất hàng tiêu dùng, dệt may, giày da; chế biến nông, lâm, thủy sản; lắp ráp cơ khí, điện tử, thiết bị viễn thông.

Khu công nghiệp Đình Hương - Tây Bắc Ga (thành phố Thanh Hóa) có diện tích 150 ha, nằm ở phía Bắc thành phố Thanh Hóa với các lĩnh vực chính là sản xuất lắp ráp hàng điện tử, viễn thông; may mặc, bao bì; sản xuất đồ gia dụng, thủ công mỹ nghệ, chế biến nông lâm thực phẩm, thức ăn gia súc, gia cầm; các ngành cơ khí chế tạo, lắp ráp và dịch vụ.

Khu công nghiệp Hoàng Long (thành phố Thanh Hóa) có diện tích là 286 ha, đã đầu tư khá hoàn thiện cơ sở hạ tầng với các ngành công nghiệp chế biến thực phẩm, sản xuất hàng tiêu dùng, dệt, may, cơ khí...

Khu công nghiệp Bim Sơn (thị xã Bim Sơn), rộng 566 ha với các ngành công nghiệp: cơ khí, sản xuất vật liệu xây dựng, dệt may, hóa chất, phân bón, hàng tiêu dùng xuất khẩu...

Khu công nghiệp Lam Sơn - Sao Vàng (huyện Thọ Xuân) rộng 550 ha, tập trung phát triển các ngành điện tử, viễn thông; sản xuất và lắp ráp các sản phẩm điện tử, viễn thông. Sau năm 2020 sẽ phát triển thành khu công nghệ cao của tỉnh.

Khu công nghiệp Thạch Quảng (huyện Thạch Thành): Diện tích quy hoạch Khu công nghiệp là 100 ha. Thu hút các ngành chế biến nông, lâm sản, thực phẩm; thuốc; phân bón; sản xuất vật liệu xây dựng...

Khu công nghiệp Bãi Trành (huyện Như Xuân): Quy hoạch Khu công nghiệp với diện tích 116 ha, tập trung phát triển chế biến một số sản phẩm sau lọc hóa dầu, chế biến lâm sản, khoáng sản.

Khu công nghiệp Ngọc Lặc (huyện Ngọc Lặc): Diện tích quy hoạch là 150 ha, đầu tư hạ tầng tập trung vào chế biến nông, lâm sản, sản xuất dược liệu, chế biến gỗ, sản xuất mặt hàng xuất khẩu.

Các khu công nghiệp trong Khu kinh tế Nghi Sơn: có 8 Khu công nghiệp với tổng diện tích là 2.789,49 ha, bao gồm Khu liên hợp lọc hoá dầu, Trung tâm nhiệt điện Nghi Sơn, Khu công nghiệp luyện kim (473,60 ha) và 5 Khu công nghiệp tập trung (Khu công nghiệp số 1 (241,29 ha), Khu công nghiệp số 2 (128,37 ha), Khu công nghiệp số 3 (247,12 ha), Khu công nghiệp số 4 (385,24 ha), Khu công nghiệp số 5 (462,87 ha).

Khu liên hợp lọc hoá dầu: Diện tích quy hoạch 504 ha; trong đó 394 ha thuộc mặt bằng nhà máy giai đoạn 1 (bao gồm Khu nhà máy, khu cảng và khu đường ống dẫn dầu), 110 ha quy hoạch cho giai đoạn mở rộng công suất lên 20 triệu tấn/năm.

Trung tâm nhiệt điện Nghi Sơn: Diện tích quy hoạch 347 ha, gồm mặt bằng nhà máy nhiệt điện Nghi Sơn 1, Nhà máy nhiệt điện Nghi Sơn 2 và khu bến cảng chuyên dụng (20 ha).

Bảng 3. Một số chỉ tiêu kinh tế các KKT, KCN và CCN Thanh Hóa

STT	Chỉ tiêu	KKT Nghi Sơn	Các KCN	Các CCN
1	Giá trị sản xuất CN-TM-DV (tỷ đồng)	390.413	186.622	12.244,8
2	Giá trị xuất khẩu (triệu USD)	3.713	4.863	-
3	Thu ngân sách (tỷ đồng)	51.863	5.513	352,1
4	Giải quyết việc làm (người)	37.000	67.000	73.996
5	Tổng vốn đầu tư (tỷ đồng)	188.252	8.741	7.903,2
6	Đầu tư hạ tầng (% so với kế hoạch)	10	25	37,8
7	Tỷ lệ lấp đầy (% so với kế hoạch)	15,0	-	40,1

Nguồn: Báo cáo của UBND tỉnh Thanh Hóa [10]

Về đầu tư hạ tầng: Các khu công nghiệp đều đang đẩy nhanh hoàn thiện các hạng mục liên quan đến hạ tầng kỹ thuật (san lấp mặt bằng, đường giao thông, hệ thống cấp điện, cấp thoát nước, xử lý chất thải...) và hạ tầng xã hội (nhà ở cho công nhân, các khu tái định cư...) để tạo điều kiện tốt cho thu hút dự án đầu tư [6].

Về thu hút đầu tư: Từ 2016 đến nay, các khu công nghiệp đã thu hút được 143 dự án (gồm: 121 dự án FDI và 22 dự án trong nước, với tổng vốn đầu tư đăng ký 6.635 tỷ đồng và 219,7 triệu USD. Lũy kế, tại các Khu công nghiệp đã thu hút được 334 dự án trong nước, tổng vốn đăng ký đầu tư là 18.363 tỷ đồng, vốn thực hiện đạt 8.724 tỷ đồng và 38 dự án FDI với tổng vốn đăng ký đầu tư là 553 triệu USD, vốn thực hiện đạt 345,4 triệu USD. Năm 2019, Khu công nghiệp Bim Sơn đã thu hút được 9 dự án FDI với tổng vốn đăng ký 170,8 triệu USD, điển hình như các dự án: Nhà máy Intco Medical Việt Nam (dự án sản xuất sản phẩm trang trí công nghệ thân thiện môi trường), với tổng vốn đầu tư là 145 triệu USD,... Đến nay, các Khu công nghiệp trên đã có hơn 300 dự án đi vào hoạt động ổn định, đóng góp rất lớn cho sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

Như vậy, hạ tầng cho phát triển công nghiệp của Thanh Hóa hiện nay đã được hình thành và đang từng bước được hoàn thiện. Các Khu công nghiệp được quy hoạch với diện tích khá lớn (trừ Khu công nghiệp Lễ Môn có diện tích quy hoạch dưới 100 ha, còn lại đều trên 170 ha).

3.4.3. Trung tâm công nghiệp

Trung tâm công nghiệp Nghi Sơn: Khu kinh tế Nghi Sơn được Chính phủ phê duyệt năm 2006, quy hoạch ban đầu là 18.611,8 ha; năm 2018, được mở rộng lên 106.000 ha theo quy hoạch điều chỉnh, mở rộng đến năm 2035, tầm nhìn đến 2050 (QĐ số 1699/QĐ-TTg ngày 07/12/2018). Khu kinh tế Nghi Sơn là một Trung tâm công nghiệp lớn của Thanh Hóa và cả nước. Tỷ trọng giá trị SXCN của trung tâm công nghiệp Nghi Sơn trong giá trị SXCN Thanh Hóa tăng gấp hơn 3 lần trong 10 năm qua (từ 15,79% năm 2010 lên 49,81% năm 2019). Mật độ giá trị SXCN năm 2019 là 137,8 tỷ đồng/km².

Trung tâm công nghiệp Nghi Sơn có 8 Khu công nghiệp với tổng diện tích là 2.789,49 ha. Dự kiến đến năm 2035, tổng diện tích đất dành cho SXCN là 9.057,9 ha, bao gồm Khu Đông Bắc 1.720,0 ha; Khu trung tâm khoảng 781,0 ha; Khu cảng Nghi Sơn khoảng 2.733,4 ha; Khu phía Nam khoảng 1.431,5 ha; Khu phía Tây khoảng 2.392,0 ha. Sau năm 2035 sẽ phát triển thêm 3.000 ha đất công nghiệp về phía Tây Bắc KKT theo trục đường Cảng hàng không Thọ Xuân - Khu kinh tế Nghi Sơn.

Đến nay, một số dự án công nghiệp lớn, trọng điểm đã hoàn thành đầu tư và đưa vào hoạt động, đóng góp lớn cho tăng trưởng kinh tế của tỉnh, như: Liên hợp lọc hóa dầu Nghi Sơn, Nhà máy sản xuất dầu ăn và các sản phẩm chiết xuất từ dầu ăn, Dây chuyền 1 Nhà máy luyện cán thép Nghi Sơn, Nhà máy sản xuất bao bì Đại Dương, Nhà máy Nhiệt điện Nghi Sơn 2 (tổng mức đầu tư 2.793 triệu USD), Khu bến container và khu hậu cần cảng (6.100 tỷ đồng), Bến cảng tổng hợp Long Sơn (2.300 tỷ đồng), Dây chuyền 1&2 Nhà máy xi măng Đại Dương (7.700 tỷ đồng); hệ thống cấp nước Khu kinh tế Nghi Sơn (1.119 tỷ đồng).

Trung tâm công nghiệp TP Thanh Hóa: có các ngành chuyên môn hóa là công nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng, cơ khí, chế biến lương thực, thực phẩm, chế biến lâm sản và sản xuất giấy, may, đóng giày, điện tử... Giá trị sản xuất công nghiệp chiếm 28,21% năm 2019 và 21,66% năm 2020, giá trị sản xuất công nghiệp của Thanh Hóa và mật độ giá trị SXCN là 185,5 tỷ đồng/km². Trung tâm công nghiệp thành phố Thanh Hóa có 3 khu công nghiệp là Khu công nghiệp Lê Môn, Khu công nghiệp Đình Hương - Tây Bắc Ga và công nghiệp Hoàng Long và 4 Cụm công nghiệp với tổng diện tích là 98,4 ha gồm Cụm công nghiệp Vực (52,8 ha), Cụm công nghiệp Thiệu Dương (20 ha), Cụm công nghiệp Đông Lĩnh (8,6 ha) và Cụm công nghiệp Đông Hưng (17 ha).

3.4.4. Phát triển các dải công nghiệp

Trong 2 thập kỷ qua Thanh Hóa đã tập trung phát triển 5 dải công nghiệp sau:

Dải công nghiệp ven biển, kết nối Thanh Hóa với các tỉnh phía Bắc và tỉnh Nghệ An, thông qua tuyến đường bộ và đường thủy ven biển với các ngành công nghiệp mũi nhọn là khai thác và chế biến hải sản, lọc hóa dầu, sản xuất hàng tiêu dùng.

Dải công nghiệp quốc lộ 1A, kết nối Thanh Hóa với thủ đô Hà Nội, các tỉnh phía Bắc và Bắc Trung bộ, thông qua tuyến đường Quốc lộ 1A với các ngành công nghiệp mũi nhọn là chế biến chế tạo, năng lượng, sản xuất vật liệu xây dựng, sản xuất hàng tiêu dùng, chế biến lương thực, thực phẩm.

Dải công nghiệp dọc đường Hồ Chí Minh, kết nối Thanh Hóa với Hà Nội, các tỉnh phía Bắc và Nghệ An với các ngành công nghiệp mũi nhọn là công nghiệp chế biến nông lâm sản.

Dải công nghiệp Đông Bắc, kết nối Cảng Lạch Sung - Nga Sơn - Bim Sơn - Thạch Thành với các tỉnh phía Bắc thông qua Quốc lộ 217B và Quốc lộ 217 với các ngành công nghiệp mũi nhọn là sản xuất vật liệu xây dựng, chế biến nông sản, chế biến hải sản, sản xuất hàng tiêu dùng.

Dải công nghiệp Đông - Tây kết nối thành phố Sầm Sơn - thành phố Thanh Hóa - huyện Thọ Xuân thông qua Đại lộ Nam sông Mã, Đại lộ Lê Lợi, đường từ thành phố Thanh Hóa đi Cảng Hàng không Thọ Xuân với các ngành công nghiệp mũi nhọn là công nghiệp chế biến, chế tạo (chế biến lương thực, thực phẩm; sản xuất hàng tiêu dùng và công nghiệp công nghệ cao).

3.5. Đề xuất một số giải pháp phát triển công nghiệp theo lãnh thổ Thanh Hóa đến năm 2030

Trong 2 thập kỷ qua Thanh Hóa đã chú trọng phát triển công nghiệp trên tất cả các lãnh thổ, trong đó đã tập trung phát triển các Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp, dải công nghiệp và Trung tâm công nghiệp; đã hình thành được những ngành công nghiệp quan trọng với một số sản phẩm mới làm tăng giá trị SXCN. Tuy nhiên, hạ tầng các Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp, Trung tâm công nghiệp còn nhiều hạn chế, tỷ lệ lấp đầy thấp, chưa có các Khu công nghiệp dành riêng cho phát triển công nghiệp hỗ trợ, chưa tạo dựng và phát triển được các cụm liên kết ngành mà sản phẩm công nghiệp của Thanh Hóa là chủ đạo, phát triển công nghiệp ở miền núi còn hạn chế và chênh lệch vùng trong phân bố công nghiệp còn lớn.

Để phát triển công nghiệp theo lãnh thổ Thanh Hóa hợp lý hơn từ nay đến năm 2030, nhóm tác giả nghiên cứu đề xuất một số giải pháp sau:

Hoàn thiện, rà soát, bổ sung các quy hoạch, kế hoạch phát triển công nghiệp đã ban hành theo tinh thần Nghị quyết số 58-NQ/TW ngày 05/8/2020 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hóa đến năm 2030, định hướng đến năm 2045 và Nghị quyết số 13/NQ-CP ngày 03/02/2021 của Chính phủ về ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 58-NQ/TW ngày 05/8/2020 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Cơ cấu lại sự phân bố công nghiệp theo các vùng: Vùng đồng bằng phát triển các ngành công nghiệp chủ lực: lắp ráp ô tô, xi măng, dệt may, giày da và một số ngành sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo khác; phát triển trung tâm công nghiệp. Ưu tiên thu hút và tạo điều kiện phát triển các ngành, sản phẩm công nghiệp công nghệ cao, công nghệ phục vụ hóa dầu. Vùng ven biển phát triển chủ yếu các ngành lọc hóa dầu, cơ khí, luyện kim, nhiệt điện... đồng thời tiếp tục phát triển các ngành công nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu, chế biến nông thủy sản, chế biến thực phẩm,... theo hướng tập trung ở các Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp; Vùng miền núi tập trung phát triển công nghiệp thủy điện, chế biến nông, lâm sản (thịt gia súc, gia cầm, gỗ, luồng), thức ăn gia súc, sản xuất vật liệu xây dựng, khai thác và chế biến khoáng sản, sản xuất hàng may mặc, giày xuất khẩu...

Đẩy mạnh thu hút đầu tư, nhất là đầu tư trực tiếp của các tập đoàn, công ty lớn vào các dự án sản xuất có công nghệ cao như: Sản phẩm sau lọc hóa dầu, sản xuất điện, ô tô, kim loại, thiết bị điện tử, tin học,... Đồng thời, tiếp tục thu hút đầu tư các ngành công

ng nghiệp sử dụng nhiều lao động như: May mặc, giày da... Tăng cường huy động nguồn lực xã hội hóa cho đầu tư hạ tầng các Khu kinh tế, Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp theo hướng đồng bộ, hiện đại.

Hoàn thiện cơ chế, chính sách cho phát triển công nghiệp theo hướng: Điều chỉnh, bổ sung các cơ chế chính sách ưu đãi cho các dự án đầu tư vào các Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp trên cơ sở vận dụng tối đa các cơ chế chính sách ưu đãi cao nhất được Nhà nước cho áp dụng đối với các dự án đầu tư vào địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn. Thực hiện mức giá cho thuê đất thấp nhất đối với các dự án đầu tư xây dựng hạ tầng các Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp; Xây dựng và hoàn thiện chính sách hỗ trợ phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ; Ban hành chính sách hỗ trợ để thu hút lao động có chuyên môn cao, tay nghề giỏi về làm việc lâu dài tại các Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp và Trung tâm công nghiệp; Có chính sách đặc thù đối với các dự án đầu tư vào Khu kinh tế Nghi Sơn (đưa vào danh mục dự án đặc biệt quan trọng Quốc gia, miễn thuế trong 30 năm đầu tiên, giảm thuế thu nhập...); Hoàn thiện một số chính sách như chính sách đất đai, chính sách phát triển thị trường, xúc tiến thương mại, đào tạo nguồn nhân lực... và nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý Nhà nước về công nghiệp.

4. KẾT LUẬN

Trong hai thập kỷ qua Thanh Hóa đã chú trọng phát triển công nghiệp trên tất cả các lãnh thổ, nhưng mạnh nhất là đồng bằng và ven biển. Trong đó đã tập trung phát triển các Khu công nghiệp, Cụm công nghiệp, dải và trung tâm công nghiệp. Kết quả đã hình thành 47 cụm, 16 khu, 5 dải và 2 trung tâm công nghiệp. Tuy nhiên, các hình thức tổ chức lãnh thổ công nghiệp này còn nhiều hạn chế về cơ sở hạ tầng, tỷ lệ lấp đầy thấp. Công nghiệp ở khu vực miền núi còn kém phát triển và chênh lệch vùng trong phân bố công nghiệp còn lớn. Trên cơ sở đó nhóm tác giả đã đề xuất một số giải pháp để phát triển công nghiệp hợp lý trên lãnh thổ Thanh Hóa đến năm 2030.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Chính trị (2020), *Nghị quyết số 58-NQ/TW ngày 05/8/2020 của BCT về Xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*
- [2] Chính phủ (2015), *Quyết định số 872/QĐ-TTg ngày 17/06/2015 về Phê duyệt điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển Kinh tế - Xã hội tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.*
- [3] Cục thống kê tỉnh Thanh Hóa, *Niên giám thống kê các năm 2010 đến 2019.*
- [4] Dương Đình Giám (2020), *Phát triển công nghiệp trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa, thực trạng và giải pháp đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, Hội Khoa học Kinh tế Việt Nam tại Hội thảo Phát triển bền vững tỉnh Thanh Hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*
- [5] Lê Thị Lê (2016), *Sự phát triển các khu công nghiệp vùng Bắc Trung Bộ - Thực trạng và giải pháp*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

- [6] Tỉnh ủy Thanh Hóa (2020), *Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Thanh Hóa lần thứ X (2020) về phát triển kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh thời kỳ 2020 - 2025*.
- [7] Lê Văn Trường (2019), Xây dựng bộ tiêu chí tỉnh công nghiệp theo hướng hiện đại cho Thanh Hóa vào năm 2030, *Tạp chí khoa học Trường Đại học Hồng Đức*, Số (43)2/2019, Tr.114-124.
- [8] Lê Văn Trường, Nguyễn Đức Phụng (2020), Cơ cấu lãnh thổ kinh tế tỉnh Thanh Hóa, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hồng Đức*, Số (52)12/2020.
- [9] UBND tỉnh Thanh Hóa (2017), *Quyết định số 177/QĐ-UBND ngày 16/01/2017 về việc phê duyệt điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển công nghiệp và thương mại tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.
- [10] UBND tỉnh Thanh Hóa (2020), *Báo cáo tình hình thực hiện kinh tế - xã hội các năm từ 2015 đến 2020*.

INDUSTRIAL DEVELOPMENT IN CONFORMITY WITH TERRITORY IN THANH HOA PROVINCE

Le Huu Khue, Thieu Thi Huong

ABSTRACT

Using indicators and maps, the paper analyzes the state of industrial development by territory in Thanh Hoa province. The results show that in the last two decades, industry in Thanh Hoa has been developed in all districts, towns, cities and territorial zone. In districts, towns and cities on the plains and coastal zones, industry has a higher density and faster develops. Thanh Hoa province has formed 47 small industrial clusters, 16 industrial parks, 5 industrial strips and 2 industrial zones. The paper proposes some solutions to rationally industrial development in conformity with territory in Thanh Hoa province to 2030.

Keywords: *Industrial development, territory, Thanh Hoa province.*

* Ngày nộp bài: 19/4/2021; Ngày gửi phản biện: 26/4/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

Lê Thị Thùy Linh¹, Nguyễn Văn Nam²

TÓM TẮT

Những năm qua, hạ tầng thương mại tại Thanh Hóa đã được củng cố, có sự chuyển biến dần phù hợp với sự phát triển kinh tế - xã hội và quá trình hội nhập. Đầu tư phát triển hạ tầng thương mại bước đầu đạt kết quả tích cực qua sự phát triển các siêu thị và trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm tại các khu vực tập trung sản xuất và tiêu thụ hàng hóa, các chợ đầu mối nông sản. Hệ thống hạ tầng thương mại đã từng bước góp phần hình thành nên kênh phân phối thông suốt theo hướng văn minh hiện đại. Tuy nhiên hạ tầng thương mại tại Thanh Hóa cũng còn một số vấn đề bất cập, cần tìm hướng giải quyết. Bài viết được đánh giá đưa ra một số các thực trạng còn tồn tại và đề xuất giải pháp để phát triển hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Từ khóa: Hạ tầng thương mại, chợ, siêu thị, trung tâm thương mại.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cùng với sự phát triển toàn diện trên nhiều lĩnh vực kinh tế - xã hội, quốc phòng - an ninh của tỉnh Thanh Hóa dễ dàng nhận thấy sự thay đổi, nhất là sự phát triển lĩnh vực thương mại dịch vụ với nhiều công trình hạ tầng thương mại quan trọng được hình thành, tạo thành điểm nhấn về cảnh quan, kiến trúc tại các đô thị; góp phần cung ứng dịch vụ phục vụ nhu cầu tiêu dùng của người dân trên địa bàn tỉnh và du khách, như: Trung tâm thương mại Vincom Trần Phú (thành phố Thanh Hóa), Chợ thị trấn Nga Sơn (huyện Nga Sơn), chuỗi siêu thị điện máy HC (Sầm Sơn, Hậu Lộc, Yên Định,...).

Tuy nhiên, hạ tầng thương mại của tỉnh nhìn chung vẫn còn kém phát triển, lạc hậu; phát triển chưa đồng bộ giữa các vùng miền, khu vực; chưa khai thác và phát huy hiệu quả tiềm năng, thế mạnh của Tỉnh để đáp ứng đòi hỏi phát triển của lĩnh vực thương mại trong thời gian tới.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp thu thập số liệu thứ cấp: Các số liệu thống kê được thu thập thông qua các giáo trình, sách, báo chí, tài liệu tham khảo... và các tài liệu thống kê, báo cáo của UBND tỉnh Thanh Hóa, Sở Kế hoạch đầu tư Thanh Hóa và các Sở ban ngành có liên quan về hạ tầng thương mại tỉnh Thanh Hóa.

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; lethithuylinh@hdu.edu.vn

² Học viên Cao học QTKD K12, Trường Đại học Hồng Đức

Phương pháp điều tra, phỏng vấn: Tác giả đã tiến hành khảo sát 300 người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa về nhu cầu và mức độ hài lòng đối với cơ sở hạ tầng thương mại tỉnh Thanh Hóa trong khoảng thời gian tháng 10-11/2020. Ngoài ra tác giả có tiến hành phỏng vấn một số quản lý các chợ, siêu thị và Trung tâm thương mại để hiểu rõ hơn về thực trạng HTTM của tỉnh Thanh Hóa.

Phương pháp phân tích tổng hợp: Thông qua các số liệu thu thập được từ các tài liệu và phiếu điều tra, phỏng vấn, tác giả tổng hợp để phân tích đánh giá thực trạng và đưa ra giải pháp phát triển cơ sở hạ tầng thương mại tỉnh Thanh Hóa.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Cơ sở lý luận về hạ tầng thương mại

Khái niệm về Hạ tầng thương mại (HTTM) được đề cập chưa nhiều trong các nghiên cứu khoa học. Theo như đề tài nghiên cứu cấp Bộ “Giải pháp nâng cao hiệu quả đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại (hệ thống chợ)” của tác giả Phạm Hồng Tú có đề cập đến khái niệm về kết cấu HTTM: “Kết cấu hạ tầng thương mại là những nền tảng vật chất - kỹ thuật để thực hiện hoạt động thương mại của các chủ thể kinh tế bao gồm các doanh nghiệp và cá nhân”. Trong khái niệm này hoạt động thương mại bao gồm cả thương mại hàng hoá và thương mại dịch vụ. Đồng thời, các chủ thể kinh tế ở đây không chỉ là các doanh nghiệp và cá nhân hoạt động thương mại thuần túy mà bao gồm cả các doanh nghiệp, cá nhân hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực sản xuất.

Trong “Quy hoạch phát triển thương mại vùng kinh tế trọng điểm phía Nam đến năm 2025” của Bộ công thương thì Kết cấu hạ tầng thương mại được hiểu là tổng thể các công trình vật thể kiến trúc và các yếu tố đảm bảo các hoạt động của ngành thương mại theo đúng chức năng của ngành. Theo đó, kết cấu HTTM được chia thành hai nhóm lớn: nhóm phục vụ quá trình trao đổi hàng hóa (quá trình phân phối hàng hóa) gồm các hệ thống cửa hàng, hệ thống chợ, hệ thống Trung tâm thương mại (TTTM) và siêu thị, hệ thống kho tàng, bến, nhà xưởng (của các loại hàng hóa và xăng dầu,...), hệ thống hội chợ triển lãm, các trung tâm cung cấp dịch vụ thương mại hàng hóa, nhóm phục vụ thực hiện các dịch vụ thương mại khác (sở hữu trí tuệ, đầu tư, ngân hàng, tài chính, bưu chính viễn thông).

Tổng hợp các khái niệm trên, kết cấu HTTM được hiểu là tổng thể những công trình đặc trưng cho hoạt động của ngành thương mại, đảm bảo cho hoạt động lưu thông hàng hóa và dịch vụ được diễn ra một cách đồng bộ, an toàn, thuận tiện, nhanh chóng, hiệu quả và những công trình liên ngành đảm bảo cho hoạt động đồng bộ của toàn hệ thống. Loại hình HTTM được phân loại theo hoạt động thương mại được chia thành 3 nhóm lĩnh vực chính như sau:

HTTM phục vụ bán lẻ gồm công trình đặc trưng cho hoạt động bán lẻ, đảm bảo cho hoạt động bán lẻ được diễn ra thông suốt, đó là chợ bán lẻ, chợ bán buôn và bán lẻ, siêu thị, TTTM, trung tâm mua sắm, cửa hàng truyền thống và cửa hàng tiện lợi.

HTTM phục vụ xuất nhập khẩu gồm những công trình đặc trưng cho hoạt động xuất khẩu, đảm bảo cho quá trình vận chuyển và giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu diễn ra thông suốt. Trong đó, điển hình là các trung tâm phân phối, trung tâm logistics, kho ngoại quan,...

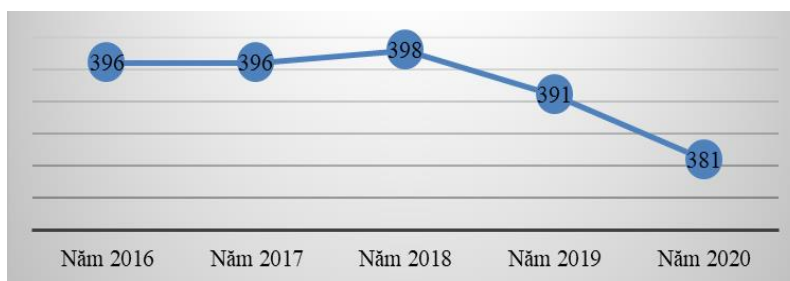
HTTM phục vụ xúc tiến thương mại gồm những công trình đặc trưng cho hoạt động xúc tiến thương mại, đảm bảo cho hoạt động xúc tiến thương mại diễn ra hiệu quả, đó là các trung tâm hội chợ triển lãm thương mại, cửa hàng trưng bày và giới thiệu sản phẩm.

Trong nghiên cứu này, tác giả chỉ tập trung ba loại hình chính trong HTTM có vai trò, ý nghĩa đối với hoạt động thương mại của Thanh Hóa, gồm: Chợ, Siêu thị, Trung tâm thương mại.

3.2. Thực trạng phát triển hạ tầng thương mại tỉnh Thanh Hóa

3.2.1. Thực trạng phát triển hạ tầng các chợ

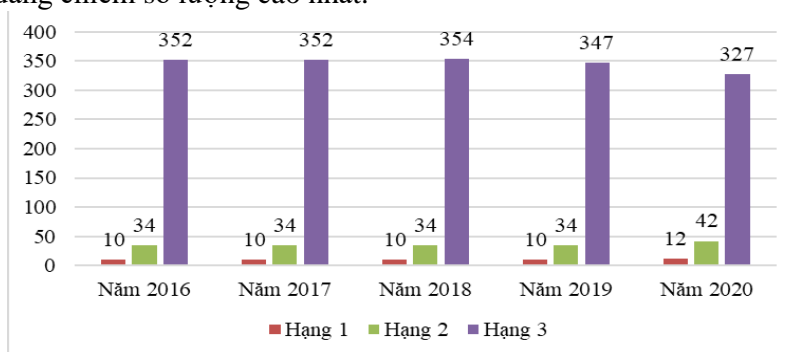
Theo số liệu tại báo cáo của Sở Kế hoạch và Đầu tư Thanh Hóa về kết quả thẩm định dự án Quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020: Năm 2016 toàn tỉnh có 396 chợ đang hoạt động nằm trong quy hoạch phát triển hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh được cấp có thẩm quyền phê duyệt; đến năm 2020 toàn tỉnh có 381 chợ (giảm 15 chợ so với năm 2016). Giai đoạn 2016 - 2020, số lượng chợ trên địa bàn tỉnh giảm, tăng trưởng -1%/năm, còn giai đoạn 2010 - 2015 tăng trưởng 1,6%/năm. Điều này cho thấy việc phát triển hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh đang được định hình theo chiều sâu (nâng cao hệ thống cơ sở vật chất, tập trung địa bàn đông dân cư...) thay vì tăng trưởng về số lượng; phù hợp với xu hướng phát triển kinh tế xã hội, khi các loại hình thương mại hiện đại và các loại hình thương mại tiện ích khác đang ngày càng phát triển và dần thay thế loại hình thương mại truyền thống.



Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thanh Hóa

Biểu đồ 1. Số lượng chợ trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

Theo Nghị định số 114/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 về quản lý và phát triển chợ, chợ được phân thành 3 hạng, bao gồm: hạng 1, hạng 2, hạng 3. Đối chiếu quy định nêu trên và hiện trạng hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh theo quy hoạch năm 2016, toàn tỉnh có 396 chợ, gồm: 10 chợ hạng 1, 34 chợ hạng 2 và 352 chợ hạng 3; năm 2020 có 381 chợ, gồm: 12 chợ hạng 1, 34 chợ hạng 2 và 327 chợ hạng 3. Có thể thấy hiện nay số lượng chợ hạng 3 vẫn đang chiếm số lượng cao nhất.



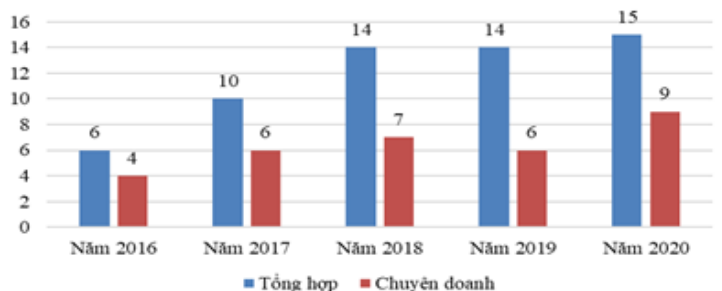
Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thanh Hóa

Biểu đồ 2. Số lượng chợ trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa theo phân hạng giai đoạn 2016 - 2020

Theo thống kê từ thực trạng phát triển hệ thống chợ của các địa phương, khối lượng hàng hoá lưu thông qua chợ trung bình trên địa bàn tỉnh chiếm tỉ trọng khoảng 30 - 35% tổng mức lưu chuyển hàng hoá. Ngoại trừ các chợ đầu mối bán buôn chỉ tập trung kinh doanh một số mặt hàng nhất định, hầu hết các loại hình chợ khác có cơ cấu hàng hoá lưu thông trên chợ khá phong phú với các nhóm hàng chính là: thực phẩm tươi sống, nông sản khô, sơ chế, thực phẩm công nghệ, tạp hoá, may mặc, giày dép, kim khí - điện máy, điện tử - điện lạnh, nông cụ, vật tư nông nghiệp, trang sức đất tiền.... Tuy nhiên, tỉ trọng các nhóm hàng này rất khác nhau trong tổng lượng hàng hoá kinh doanh tại chợ và không phải chợ nào cũng kinh doanh đầy đủ tất cả các mặt hàng. Các nhóm hàng chiếm tỷ trọng lớn hơn là: nông sản, thực phẩm, tạp hoá, may mặc, giày dép... (chiếm 70 - 80% tổng số hộ kinh doanh trong chợ) và còn lại các mặt hàng điện tử, điện lạnh, hàng trang sức đất tiền chiếm tỷ trọng nhỏ. Bên cạnh đó, tại khu vực thành thị chợ có xu hướng chuyển dịch theo hướng tăng cường tỉ trọng các mặt hàng thực phẩm tươi sống.

3.2.2. Thực trạng phát triển hạ tầng thương mại tại các siêu thị

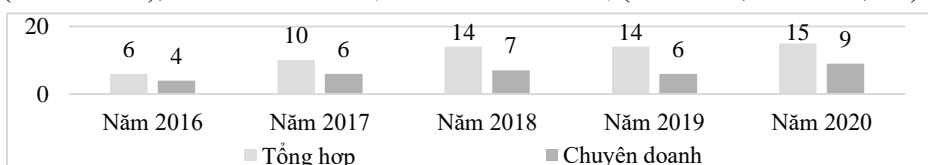
Năm 2016, toàn tỉnh có 10 siêu thị đang hoạt động được công nhận và phân hạng theo quy định tại Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2004 của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) ban hành quy chế siêu thị trung tâm thương mại, đến năm 2020 có 24 siêu thị và được thể hiện tại biểu đồ 3. Điều này cho thấy sự tăng trưởng và phát triển hệ thống siêu thị với số lượng năm sau luôn cao hơn năm trước.



Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thanh Hóa

Biểu đồ 3. Số lượng siêu thị trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020

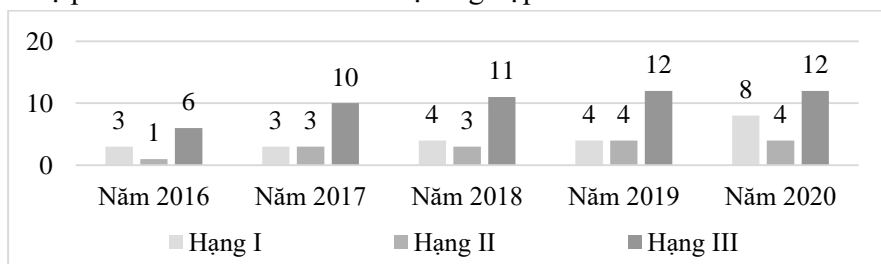
Ngoài ra, hiện nay trên địa bàn tỉnh có rất nhiều cơ sở kinh doanh của các thương nhân thương mại cơ bản đáp ứng được các điều kiện, tiêu chí đối với loại hình thương mại siêu thị như: Hệ thống cửa hàng Điện máy xanh; hệ thống cửa hàng Mediamart; hệ thống cửa hàng Thế giới di động; hệ thống cửa hàng Vinmart+; hệ thống cửa hàng mua sắm Lan Chi. Năm 2016 có 06 siêu thị kinh doanh tổng hợp (chiếm 60%) và 04 siêu thị chuyên doanh (chiếm 40%); năm 2020 lần lượt là 15 và 9 siêu thị (chiếm 62,5% và 37,5%).



Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thanh Hóa

Biểu đồ 4. Số lượng siêu thị trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa phân theo loại hình kinh doanh giai đoạn 2016 - 2020

Số lượng siêu thị tổng hợp chiếm tỷ lệ và có tốc độ tăng trưởng cao hơn so với siêu thị chuyên doanh. Phát triển loại hình siêu thị tổng hợp phát huy lợi thế tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng đến mua sắm, sử dụng được nhiều loại hàng hóa dịch vụ cùng một điểm hơn; song loại hình này cần đầu tư quy mô và diện tích kinh doanh lớn hơn so với siêu thị chuyên doanh. Do đó, nhìn chung trên thực tế nếu tính số lượng loại hình siêu thị chưa được công nhận theo quy định thì loại hình siêu thị chuyên doanh có số lượng, tốc độ phát triển nhanh hơn siêu thị tổng hợp.



Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thanh Hóa

Biểu đồ 5. Phân hạng siêu thị trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020

Năm 2016 có 3 siêu thị hạng I (chiếm 30%), 1 siêu thị hạng II (chiếm 10%), 6 siêu thị hạng III (chiếm 60%); năm 2020 có 8 siêu thị hạng I (chiếm 33,3%), 4 siêu thị hạng II (chiếm 16,7%) và 12 siêu thị hạng III (chiếm 50%). Nhìn chung hạng siêu thị đều có sự tăng trưởng ổn định, song số lượng siêu thị hạng I có sự phát triển nhanh trong năm 2020 và đưa số lượng siêu thị hạng I và hạng II bằng số lượng siêu thị hạng III. Điều này cho thấy sự tăng trưởng cả về chất lượng, quy mô, số lượng siêu thị hoạt động trên địa bàn tỉnh. Trong đó, siêu thị có quy mô lớn được các nhà đầu tư quan tâm, phát triển nhằm cung ứng, tích hợp nhiều tiện ích đa dạng hàng hóa, dịch vụ hơn phục vụ người tiêu dùng.

3.2.3. Thực trạng phát triển hạ tầng trung tâm thương mại

Trong giai đoạn 2016 - 2020, UBND tỉnh chấp thuận chủ trương đầu tư hoặc chuyển hình thức thực hiện dự án thành TTTM đối với 6 dự án (Vincom Tỉnh Gia Thanh Hóa, Vincom Trần Phú Thanh Hóa, Eden, Ánh Phương Tân Ninh Triệu Sơn, Hưng Phong Sầm Sơn, Miền Trung Quảng Thành), với tổng mức đầu tư khoảng 1.680 tỷ đồng; ngoài ra, trên địa bàn tỉnh có 5 dự án trung tâm thương mại khác (Nguyễn Kim Thanh Hóa, Mê Linh Plaza, Bắc Nam, Cửa Bạng, Bờ Hồ) đã được chấp thuận chủ trương đầu tư trước năm 2015 các nhà đầu tư đang tiếp tục tiến hành đầu tư xây dựng, hoàn thành công trình theo quy định. Trong đó, có 2 trung tâm thương mại được đầu tư do tập đoàn VinCom triển khai tại huyện Tĩnh Gia (nay là thị xã Nghi Sơn) và thành phố Thanh Hóa hoàn thành và đi vào hoạt động theo quy định. Số lượng TTTM tỉnh được hình thành, phát triển nhưng tốc độ chậm năm 2020 có 2 TTTM, đến năm 2015 có 3 TTTM và năm 2020 chỉ còn 2 TTTM. Loại hình kết cấu thương mại hiện đại xuất hiện là do quá trình phát triển kinh tế xã hội của tỉnh, điều này cho thấy phát triển loại hình ở tỉnh ta vẫn còn hạn chế do quy mô đầu tư lớn.

Bảng 1. Số lượng TTTM trên địa bàn tỉnh giải đoạn 2015 - 2020

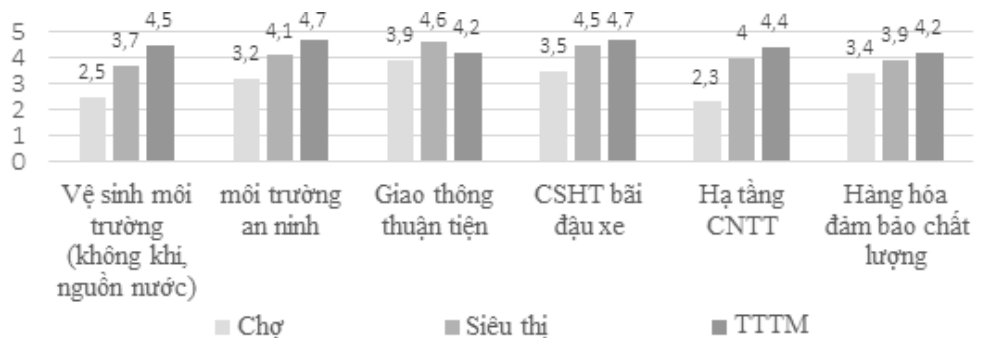
TT	Địa bàn/năm	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
	Tổng cộng:	3	0	1	2	2	2
1	Thành phố Thanh Hóa	3	0	-	1	1	1
2	Huyện Tĩnh Gia (nay là thị xã Nghi Sơn)	-	-	1	1	1	1
3	25 đơn vị hành chính còn lại chưa có trung tâm Thương mại						

Nguồn: Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Thanh Hóa

TTTM mới chỉ hình thành phát triển tại thành phố Thanh Hóa và huyện Tĩnh Gia (nay là thị xã Nghi Sơn). Điều này thể hiện tính chất của trung tâm thương mại là một loại hình kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ hiện đại, có quy mô đầu tư lớn nên việc thu hút, phát triển loại hình này rất khó khăn và được hình thành tại khu vực phát triển kinh tế trọng điểm của tỉnh.

3.3. Kết quả khảo sát về cơ sở hạ tầng thương mại trong việc đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng Thanh Hóa

Để hiểu hơn về mức độ hài lòng của người dân về cơ sở HTTM của tỉnh Thanh Hóa, tác giả đã tiến hành phát 300 phiếu khảo sát tại các chợ, siêu thị và TTTM về 6 yếu tố bao gồm: Vệ sinh môi trường (bao gồm nguồn nước, không khí và mức độ ô nhiễm), môi trường an ninh, giao thông thuận tiện, cơ sở hạ tầng bãi đậu xe, hạ tầng công nghệ thông tin, chất lượng hàng hóa với mức độ hài lòng từ 1 đến 5. Sau đó tiến hành so sánh mức độ hài lòng trung bình của từng yếu tố gắn với cơ sở hạ tầng chợ, siêu thị và TTTM (thể hiện ở biểu đồ 6).

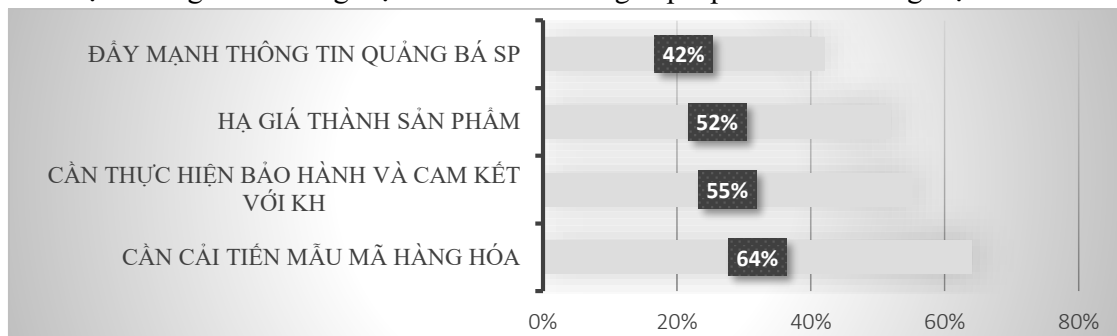


Nguồn: Khảo sát của tác giả

Biểu đồ 6. Khảo sát mức độ hài lòng cơ sở hạ tầng đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng về chợ

Hạ tầng thương mại trên địa bàn Tỉnh trong thời gian qua mặc dù được phát triển về số lượng nhưng chất lượng còn nhiều hạn chế, đặc biệt là đối với các chợ nông thôn. Ngoài các chợ trung tâm huyện/thành phố/thị xã, phần lớn mạng lưới chợ trên địa bàn Tỉnh còn chưa đảm bảo với cơ sở vật chất lạc hậu, xuống cấp, ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động sản xuất và mua bán hàng hóa của dân cư. Có thể thấy, tại các chợ yếu tố vệ sinh môi

trường như không khí, nguồn nước và yếu tố cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin có điểm trung bình khá thấp (2,3 và 2,5 điểm). Bên cạnh đó, người tiêu dùng tỏ ra khá hài lòng các yếu tố như môi trường an ninh, giao thông cũng như chất lượng hàng hóa tại TTTM và siêu thị. Tuy nhiên, thu nhập và thói quen mua sắm vẫn là một rào cản lớn của người tiêu dùng khi tới các siêu thị và TTTM. Có 15% khách mua hàng tại các Trung tâm thương mại, siêu thị chủ yếu là những người có thu nhập từ trung bình khá trở lên và đang có nhu cầu nâng cao mức sống bằng cách sử dụng các sản phẩm có nguồn gốc từ nước ngoài vì có mẫu mã đẹp, chất lượng tốt giá cả cao hơn hàng Việt Nam. Trong khi đó 85%, khách hàng mua hàng tại chợ truyền thống là người có thu nhập thấp và trung bình. Điều này đòi hỏi, các siêu thị và trung tâm thương mại cần đưa ra nhiều giải pháp xúc tiến thương mại hơn nữa.



Nguồn: Khảo sát tác giả

Biểu đồ 7. Ý kiến người tiêu dùng về giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh hàng hóa tại chợ, siêu thị và trung tâm thương mại

Từ kết quả điều tra về ý kiến của người dân về việc các siêu thị, chợ và trung tâm thương mại phải làm gì để người tiêu dùng tin tưởng hơn khi lựa chọn, sử dụng sản phẩm hàng hóa. Có 64% ý kiến cho rằng cần cải tiến mẫu mã hàng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm; 55% ý kiến thực hiện bảo hành sản phẩm và cam kết với người tiêu dùng; 52% hạ giá thành sản phẩm; 42% đẩy mạnh thông tin, giới thiệu quảng bá sản phẩm, hàng hóa.

Thực tế cho thấy, khi mức sống của người dân ngày càng tăng cao thì tâm lý và thói quen mua sắm cũng có nhiều thay đổi. Đến với các siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện ích như: Vincom, BigC, Co.opmart,... người dân không chỉ dừng lại ở việc mua sắm mà còn được giải trí, vui chơi, thụ hưởng các chính sách ưu đãi... Cùng với việc chọn lọc hàng hóa có chất lượng tốt, có nguồn gốc xuất xứ và được kiểm định nghiêm ngặt thì việc tạo ra các hình thức mua sắm mới lạ, thu hút khách hàng cũng được các siêu thị chú ý nhiều hơn.

3.4. Một số giải pháp và kiến nghị

3.4.1. Giải pháp

Thứ nhất, đối với việc huy động vốn

Đối với nguồn vốn từ ngân sách: Tập trung hỗ trợ công tác, chi phí bồi thường giải phóng mặt bằng và tái định cư; Đánh giá tác động môi trường và xử lý các tác động của

dự án đến môi trường; Lãi vay trong thời gian thực hiện dự án (đối với các dự án có sử dụng vốn vay), tổ chức chương trình xúc tiến đầu tư.... Ưu tiên nguồn vốn hỗ trợ đầu tư xây dựng mới, cải tạo, nâng cấp chợ địa bàn khó khăn, đặc biệt khó khăn với ngân sách địa phương là chủ yếu.

Đối với nguồn vốn từ các doanh nghiệp: Đây được xác định là nguồn vốn đầu tư chủ yếu để phát triển thương mại nói chung và kết cấu hạ tầng thương mại của Tỉnh nói riêng. Trong đó, nguồn vốn của các doanh nghiệp quy mô lớn chủ yếu tập trung nhằm phát triển mạng lưới siêu thị, TTTM, chợ đầu mối, chợ hạng 1...; còn nguồn vốn của các doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa, hộ kinh doanh... chủ yếu đầu tư phát triển các chợ bán lẻ quy mô hạng 2, hạng 3 và các cửa hàng tiện ích... Thu hút nguồn vốn từ các doanh nghiệp FDI được xác định là nguồn vốn chủ yếu để phát triển hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm logistics, trung tâm hội chợ triển lãm...

Thứ hai, định hướng sử dụng vốn đầu tư

Để đáp ứng nhu cầu đầu tư, cần tập trung thực hiện các biện pháp phân bổ và sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn đầu tư theo định hướng lớn như: Nguồn vốn ngân sách nhà nước sẽ tập trung đầu tư dự án chợ khu vực nông thôn, miền núi nơi khó thu nguồn vốn xã hội hóa khác. Còn đối với nguồn vốn ngoài ngân sách nhà nước có vai trò quyết định đến việc thực hiện thành công các mục tiêu, thì trong thời gian tới cần tập trung thu hút nguồn vốn này vào các dự án siêu thị, TTTM.

Thứ ba, giải pháp về cơ chế chính sách

Thực hiện tốt các cơ chế, chính sách ưu đãi do Trung ương ban hành; Tổ chức rà soát, sửa đổi, bổ sung và ban hành mới cơ chế, chính sách của tỉnh nhằm thúc đẩy phát triển HTTM theo hướng hấp dẫn các nhà đầu tư. Cụ thể, cần nghiên cứu ban hành chính sách hỗ trợ đầu tư xây dựng chợ, siêu thị, TTTM phù hợp với điều kiện, tình hình phát triển. Để có thể khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư xây dựng và kinh doanh các chợ này cần có chính sách hỗ trợ về đất đai, thủ tục hành chính cũng như những chính sách về thuế, lãi suất... để tạo thuận lợi trong quá trình đầu tư và kinh doanh khai thác chợ.

Tạo môi trường đầu tư thông thoáng, thuận lợi đối với các nhà đầu tư xây dựng các loại hình tổ chức thương mại hiện đại như siêu thị và TTTM.

Nghiên cứu chính sách hỗ trợ đầu tư xây dựng siêu thị, TTTM trên địa bàn tỉnh, đặc biệt là với những công trình đầu tư tại địa bàn khó khăn, địa bàn định hướng thu hút đầu tư với những hỗ trợ về cơ sở hạ tầng, về đào tạo nhân lực, về giá thuê đất.

Thứ tư, giải pháp phát triển nguồn nhân lực

Phát triển nguồn nhân lực đặt ra như là một trong những ưu tiên cần đặc biệt quan tâm đối với các cấp quản lý. Hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại về đào tạo để phát triển nguồn nhân lực nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp và hội nhập kinh tế quốc tế, bao gồm: đào tạo cán bộ quản trị doanh nghiệp, quản trị chuỗi cung ứng, quản lý

trung tâm logistics... và đào tạo các nhân viên có kỹ năng hiện đại, chuyên nghiệp trong nghiệp vụ kinh doanh thương mại, tăng cường khả năng ứng dụng công nghệ, kỹ thuật mới trong quản lý kinh doanh.

3.4.2. Kiến nghị

Theo Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 về quản lý và phát triển chợ và Nghị định số 114/2009/NĐ-CP ngày 23/12/2009 sửa đổi, bổ sung một số điều Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 về quản lý và phát triển chợ, thì một số quy định của hoạt động quản lý, phát triển chợ tại 2 Nghị định này không còn phù hợp với thực tế và các luật. Do đó, đề nghị Bộ Công Thương tham mưu Chính phủ ban hành nghị định mới, trong đó cần quy định rõ về quy trình thực hiện chuyển đổi mô hình quản lý, kinh doanh, khai thác chợ.

Theo Luật Quy hoạch, việc quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại sẽ thuộc danh mục các quy hoạch được tích hợp vào quy hoạch cấp quốc gia, quy hoạch vùng, quy hoạch tỉnh. Với sự hình thành, phát triển hai loại hình này hoàn toàn theo định hướng, quy luật thị trường, tuân thủ quy hoạch sử dụng đất, quy hoạch xây dựng. Vì vậy, đề khuyến khích phát triển loại hình này mạnh mẽ, kiến nghị Chính phủ xem xét loại bỏ danh mục quy hoạch siêu thị, trung tâm thương mại vào các quy hoạch nêu trên.

Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 22/6/2004 của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) ban hành quy chế siêu thị, trung tâm thương mại đã có hiệu lực từ rất lâu, một số nội dung không còn phù hợp với thực tế như: Quy định phê duyệt nội quy cần giao cho doanh nghiệp theo Luật Doanh nghiệp, giảm các thủ tục hành chính không cần thiết cho doanh nghiệp; Điều chỉnh tiêu chí phân hạng siêu thị, trung tâm thương mại... Do đó, cần phải có những điều chỉnh thay thế mới phù hợp hơn.

Tỉnh Thanh Hóa cần mạnh dạn, sớm loại bỏ việc tích hợp quy hoạch siêu thị, TTTM vào quy hoạch Tỉnh thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Để giảm bớt thủ tục pháp lý không cần thiết ảnh hưởng đến việc thu hút nhà đầu tư vào loại hình thương mại này. Đồng thời, sớm có văn bản kiến nghị Chính phủ về nội dung quy hoạch siêu thị, TTTM và hoàn chỉnh quy hoạch về xây dựng, sử dụng đất trong tích hợp quy hoạch tỉnh.

Tiếp tục giao cho các ngành, đơn vị liên quan nghiên cứu xây dựng cơ chế, chính sách đặc thù của tỉnh nhằm khuyến khích, thu hút nguồn vốn xã hội hóa vào đầu tư các HTTM; trong đó, cần đặt biệt quan tâm, ưu tiên đối với lĩnh vực xã hội hóa đầu tư xây dựng chợ để chuyển đổi hoạt động chợ từ mô hình đầu tư, quản lý từ Nhà nước sang doanh nghiệp/hợp tác xã đầu tư xây dựng, quản lý, kinh doanh, khai thác chợ.

4. KẾT LUẬN

Hệ thống HTTM có vị trí, vai trò quan trọng trong việc phát triển thương mại và kinh tế - xã hội của Thanh Hóa nói riêng và trên phạm vi cả nước nói chung. Tuy nhiên, HTTM chưa phát triển được như mong muốn và còn nhiều hạn chế, tồn tại. Để

HTTM phát triển mạnh mẽ, bền vững là động lực tạo thay đổi cảnh quan kiến trúc và góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân trong giai đoạn tới cần có những nghiên cứu cơ sở lý luận, đánh giá thực trạng xây dựng các giải pháp phát triển phù hợp từng thời kỳ, giai đoạn. Tác giả hy vọng bài viết “*Giải pháp phát triển hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa*” sẽ góp phần giải quyết một trong những vấn đề trong công tác quản lý và phát HTTM của tỉnh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Công thương (2004), *Quyết định Ban hành quy chế siêu thị trung tâm thương mại số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2004*.
- [2] Bộ Công thương (2017), *Quyết định Phê duyệt đề án Quy hoạch phát triển thương mại vùng kinh tế trọng điểm phía Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến 2035, số 1022/QĐ-BCT ngày 24/3/2017*.
- [3] Chính phủ (2003), *Nghị định về quản lý và phát triển chợ số 114/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003*.
- [4] Trần Việt Thảo (2015), *Chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại ở các đô thị lớn nước ta hiện nay*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Trường Đại học Thương mại.
- [5] Phạm Hồng Tú (2005), *Giải pháp nâng cao hiệu quả đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại (hệ thống chợ)*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, MS 2004-78-020, Bộ Thương mại.
- [6] UBND Tỉnh Thanh Hóa (2016), *Quyết định phê duyệt điều chỉnh quy hoạch phát triển hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020, định hướng đến năm 2025 số 4388/QĐ-UBND ngày 09/11/2016*.

SOLUTIONS TO DEVELOP COMMERCIAL INFRASTRUCTURE IN THANH HOA PROVINCE

Le Thi Thuy Linh, Nguyen Van Nam

ABSTRACT

Over the past years, the commercial infrastructure in Thanh Hoa has been strengthened, with gradual changes consistent with the socio-economic development and integration process. Investment in the development of commercial infrastructure initially achieved positive results through the development of supermarkets and commercial centers, shopping centers in areas focusing on production and consumption of goods, and wholesale markets for agricultural products. The commercial infrastructure system has gradually contributed to forming a smooth distribution

channel in the direction of modern civilization. However, the commercial infrastructure in Thanh Hoa still has some shortcomings and needs to find solutions. The article points out a number of existing shortcomings and proposes solutions to develop commercial infrastructure in Thanh Hoa province.

Keywords: *Commercial infrastructure, markets, supermarkets, shopping centers.*

* Ngày nộp bài: 19/4/2021; Ngày gửi phản biện: 26/4/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

HOÀN THIỆN CÁC BIỆN PHÁP TÀI CHÍNH NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ TẠO ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN CẤP NƯỚC THANH HÓA

Trần Ngọc Lợi¹, Mai Thị Phương Lan²

TÓM TẮT

Tạo động lực làm việc cho người lao động là một trong những vấn đề quan trọng trong khoa học quản trị nhân sự. Tạo động lực làm việc là việc doanh nghiệp áp dụng các biện pháp tài chính và phi tài chính nhằm thỏa mãn các nhu cầu vật chất và nhu cầu tinh thần của người lao động. Từ đó giúp người lao động yên tâm cống hiến, đóng góp cho sự phát triển của doanh nghiệp. Bài viết đánh giá thực tiễn áp dụng các biện pháp tài chính bao gồm tiền lương, tiền thưởng, chế độ phúc lợi tại Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện các biện pháp kích thích tài chính nhằm nâng cao hiệu quả tạo động lực làm việc cho người lao động.

Từ khóa: *Tạo động lực làm việc, biện pháp tài chính, Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

1.1. Nhu cầu và động lực làm việc

Maslow là một nhà nghiên cứu nổi tiếng với học thuyết nhu cầu của con người, học thuyết nhu cầu với việc xây dựng tháp nhu cầu đã được Maslow nghiên cứu từ những năm 1943 và được ông hoàn thiện nhiều lần qua từng thế kỷ. Maslow (1943) đã đưa ra định nghĩa về nhu cầu như sau: “*Nhu cầu là một hiện tượng tâm lý của con người: là đòi hỏi, mong muốn, nguyện vọng của con người về vật chất và tinh thần để tồn tại và phát triển. Tùy theo trình độ nhận thức, môi trường sống, những đặc điểm tâm sinh lý, mỗi người có nhu cầu khác nhau*”. Nói cách khác nhu cầu được hiểu là trạng thái tâm lý mà con người cảm thấy thiếu thốn không thỏa mãn về một cái gì đó và mong muốn được đáp ứng nó, gắn liền với sự tồn tại và phát triển của con người cũng như cộng đồng và tập thể xã hội [13; tr.23].

Nhu cầu theo các nhà nghiên cứu được chia thành nhiều loại. Theo Maslow (1943) nhu cầu gồm: Nhu cầu sinh lý - Physiological Needs, nhu cầu an toàn - Safety Needs, nhu cầu xã hội và sở hữu - Social and Belongingness Needs, Nhu cầu Esteem - Esteem Needs và nhu cầu tự thân - Self Actualization [13; tr.26,27]. Tác giả McClelland (1997) lại cho rằng nhu cầu của con người gồm 3 loại: nhu cầu thành tích - Achievement, nhu

¹ Học viên Cao học QTKD K12, Trường Đại học Hồng Đức, tranngocloi@hdu.edu.vn

² Phân hiệu Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Hà Nội tại tỉnh Thanh Hóa

cầu liên kết - affiliation và nhu cầu quyền lực - power [9; tr.30-32]. Clayton Alderfer và cộng sự (1973) cũng trên quan điểm 3 loại nhu cầu, tuy nhiên 3 loại nhu cầu của ông đưa ra bao gồm: Nhu cầu tồn tại - Existence needs, nhu cầu liên quan - relatedness needs và nhu cầu phát triển - growth needs [8; tr.15,16]. Tuy nhiên, theo phân tích của các nhà nghiên cứu về các nhu cầu có thể nhóm thành 2 nhóm chính là nhu cầu về vật chất và nhu cầu về tinh thần. Nhu cầu vật chất gắn liền với những mong muốn về vật chất để tồn tại và phát triển của con người, việc thỏa mãn chúng phụ thuộc vào thù lao tài chính. Thù lao tài chính càng cao thì mức độ thỏa mãn các nhu cầu vật chất càng cao. Nhu cầu tinh thần gắn liền với sự hài lòng thỏa mãn về tâm lý. Tùy thuộc vào từng loại công việc, cách ứng xử của nhà quản lý và tập thể lao động mà mức độ thỏa mãn các nhu cầu tinh thần có thể khác nhau [4; tr.142]. Theo đó, các doanh nghiệp xây dựng các biện pháp tài chính nhằm thỏa mãn các nhu cầu vật chất và các biện pháp phi tài chính để thỏa mãn các nhu cầu về tinh thần nhằm thúc đẩy, tạo động lực làm việc cho người lao động trong doanh nghiệp.

Trong thực tế, đối với bản thân con người nói chung và người lao động nói riêng thì có những mức độ đòi hỏi về các mức nhu cầu vật chất và tinh thần là khác nhau và cấp độ các nhu cầu cũng không giống nhau, khi tham gia vào các hoạt động xã hội, mỗi người đều mong thỏa mãn được nhu cầu của mình. Trong đó, nhu cầu vật chất là nhu cầu cần được thỏa mãn trước, nhu cầu tinh thần có thể đáp ứng sau, sau khi các nhu cầu về vật chất được đáp ứng đầy đủ, thậm chí dư thừa người lao động mới có nhu cầu về tinh thần mạnh mẽ hơn [9; tr.55]. Do đó, mặc dù thực hiện song song các biện pháp tài chính và phi tài chính nhưng các biện pháp tài chính nhằm đáp ứng các nhu cầu vật chất luôn được các doanh nghiệp ưu tiên tập trung thực hiện để tạo động lực làm việc cho người lao động.

1.2. Các biện pháp tài chính tạo động lực làm việc cho người lao động trong doanh nghiệp

1.2.1. Tạo động lực lao động thông qua tiền lương

Một trong những chức năng của tiền lương là chức năng kích thích, tác động, tạo ra động lực trong lao động. Trong hoạt động kinh tế thì lợi ích kinh tế là động lực cơ bản, nó biểu hiện trên nhiều dạng, có lợi ích vật chất và lợi ích tinh thần, lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài, có lợi ích cá nhân và lợi ích tập thể [14; tr.25]. Tiền lương là bộ phận thu nhập chính của người lao động nhằm thỏa mãn phần lớn các nhu cầu về vật chất và tinh thần của người lao động. Do vậy, sử dụng các mức tiền lương khác nhau là đòn bẩy kinh tế quan trọng để định hướng sự quan tâm và động cơ trong lao động của người lao động dựa trên cơ sở lợi ích cá nhân.

Tiền lương cao sẽ thu hút và hấp dẫn người lao động về với doanh nghiệp, bởi tiền lương là khoản thu nhập chính của người lao động để có thể chi trả và nâng cao mức sống của bản thân và gia đình người lao động. Ngoài ra, tiền lương còn biểu hiện giá trị, uy tín,

địa vị của người lao động, do đó tiền lương có tác dụng khuyến khích người lao động hăng hái làm việc và ngược lại nếu tiền lương không thoả đáng nó sẽ kìm hãm sự say mê của người lao động đối với công việc.

Hiện nay, các doanh nghiệp sử dụng tiền lương như một đòn bẩy kinh tế để thúc đẩy người lao động làm việc tốt. Để tiền lương thực sự phát huy được vai trò của nó, khi xây dựng chế độ trả lương phải chú ý đến các nguyên tắc sau:

Tạo sự công bằng bên trong doanh nghiệp và bên ngoài.

Tiền lương phải đảm bảo được chi tiêu tối thiểu của người lao động.

Năng suất lao động tăng nhanh hơn tiền lương bình quân.

Đảm bảo mối quan hệ hợp lý giữa các ngành nghề khác nhau trong nền kinh tế quốc dân.

1.2.2. Tạo động lực lao động thông qua tiền thưởng

Bên cạnh tiền lương cố định, trong doanh nghiệp còn có hình thức khuyến khích là tiền thưởng. Tiền thưởng là khoản tiền bổ sung ngoài tiền lương và tiền công nhằm khuyến khích người lao động. Tiền thưởng ngoài tác dụng bổ sung thu nhập cho người lao động nó còn là phương tiện để đánh giá công lao, sức lao động, tinh thần trách nhiệm, thành tích của người lao động đối với công việc và doanh nghiệp. Tiền thưởng là một trong những biện pháp khuyến khích lợi ích vật chất và tinh thần đối với người lao động, vì vậy, khi xây dựng tiền thưởng phải đảm bảo được các yêu cầu sau:

Tiền thưởng phải gắn liền với kết quả thực hiện công việc của người lao động.

Tiền thưởng cho người lao động phải gắn vào các chỉ tiêu thưởng cụ thể và phải phân loại, có các mức chênh lệch khác nhau rõ rệt.

1.2.3. Tạo động lực lao động thông qua chế độ phúc lợi

Phúc lợi là một phần thù lao được trả một cách gián tiếp cho người lao động dưới dạng các hỗ trợ cuộc sống. Việc cung cấp các hoạt động phúc lợi có ý nghĩa rất lớn đối với người lao động và tổ chức/doanh nghiệp, phúc lợi góp phần nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho người lao động. Đây là khoản ngoài tiền công, tiền lương và các khuyến khích tài chính. Phúc lợi và dịch vụ cho người lao động được chia làm hai loại đó là phúc lợi theo pháp luật quy định (bao gồm bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế...) và các phúc lợi, dịch vụ tự nguyện do công ty tự thành lập, tổ chức, tùy vào khả năng tài chính của công ty (như phúc lợi bảo hiểm, phúc lợi về mặt thời gian, dịch vụ ăn, ở đi lại...) nhằm kích thích động viên người lao động gắn bó với doanh nghiệp.

() Phúc lợi bắt buộc: Bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp*

Bảo hiểm xã hội là sự bảo đảm về nhu cầu vật chất cho người lao động khi ốm đau, thai sản, tai nạn lao động, hưu trí hoặc khi chết để góp phần ổn định cuộc sống của người lao động và gia đình họ. Các chế độ bảo hiểm xã hội bao gồm: Chế độ trợ cấp khi ốm đau, tai nạn lao động và bệnh nghề nghiệp, nghỉ hưu, thai sản, trợ cấp tử tuất.

(*) *Các loại phúc lợi và dịch vụ tự nguyện*

Bên cạnh phúc lợi bắt buộc do Nhà nước quy định, các doanh nghiệp thường áp dụng các loại phúc lợi và dịch vụ tự nguyện tùy theo khả năng tài chính của doanh nghiệp nhằm khuyến khích người lao động làm việc, yên tâm công tác và gắn bó với doanh nghiệp. Các loại phúc lợi và dịch vụ như: Xây dựng các công trình phúc lợi, trợ cấp mất sức, khó khăn, cung cấp các dịch vụ bổ sung....

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp thu thập số liệu: Số liệu được thu thập từ số liệu sơ cấp và số liệu thứ cấp. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua điều tra bảng hỏi đối với cán bộ, người lao động tại các bộ phận, các phòng ban về các vấn đề nghiên cứu liên quan đến tạo động lực làm việc như: Lương, thưởng, chế độ đãi ngộ... và ý kiến của họ về các chính sách tạo động lực làm việc cho người lao động tại công ty công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa. Số liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn tài liệu, báo cáo định kỳ hàng tháng, hàng năm của Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa, các báo cáo tài liệu của Sở Công thương, cục thống kê tỉnh Thanh Hóa; thông tin đã được công bố trên các giáo trình, báo, tạp chí, công trình và đề tài khoa học trong và ngoài nước liên quan đến đề tài.

Phương pháp phân tích số liệu: Trên cơ sở các tài liệu đã được xử lý, tổng hợp và vận dụng các phương pháp phân tích thống kê, phân tích kinh tế, so sánh, đối chiếu để đánh giá thực trạng tạo động lực làm việc cho người lao động tại Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Đặc điểm lao động tại Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa

Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa là doanh nghiệp được chuyển đổi từ doanh nghiệp 100% vốn nhà nước Công ty Cấp nước Thanh Hóa sang hoạt động theo Luật Doanh nghiệp theo Quyết định số 4753/QĐ-UBND ngày 17/11/2015 của Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hóa. Chức năng nhiệm vụ của Công ty là: Khai thác, sản xuất nước sạch, phục vụ cho nhu cầu sử dụng của thị xã Thanh Hóa, Sầm Sơn; khảo sát thiết kế, thi công xây dựng và quản lý công trình, hệ thống cấp nước do công ty quản lý, khai thác.

Với quan điểm nguồn nhân lực là tài sản chiến lược đối với sự phát triển của tổ chức, lãnh đạo công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa luôn quan tâm đến phát triển nguồn nhân lực. Hiện nay, công ty sở hữu đội ngũ nhân viên trẻ, năng động và nhiệt huyết. Bên cạnh đó, công ty còn có đội ngũ lãnh đạo giàu kinh nghiệm, phẩm chất chính trị vững vàng được tôi luyện và trưởng thành trong quãng thời gian dài với nhiều sự thay đổi trong môi trường kinh doanh. Tất cả những yếu tố trên đem lại cho công ty một môi trường hoạt động tối ưu với nhiều lợi thế cạnh tranh.

Bảng 1. Bảng tổng hợp cơ cấu lao động của Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa

STT	Chỉ tiêu	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1	Tổng số lao động	797	100
2	Phân theo giới tính		
	Nam	467	58.59
	Nữ	330	41.41
3	Phân theo trình độ chuyên môn		
	Sau đại học	35	4.39
	Đại học	335	42.03
	Cao đẳng, Trung cấp	235	29.49
	Công nhân kỹ thuật	192	24.09
4	Phân theo độ tuổi		
	< 30	203	25.47
	30 - 40	345	43.29
	> 40	239	29.99

Nguồn: Phòng nhân sự Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa, tính đến 31/12/2019

Tổng số lao động của công ty tính đến ngày 31/12/2019 là 797 người. Do đặc thù của công ty hoạt động chủ yếu trong các lĩnh vực chuyên về kỹ sư như kỹ thuật điện, xử lý nước và các công trình cấp nước nên số lao động nam chiếm tỷ trọng lớn 467 lao động, chiếm 58,60% tổng số lao động toàn công ty.

Phần lớn lao động trong công ty là lao động có chuyên môn, lao động trình độ đại học và sau đại học chiếm tỷ trọng lớn nhất, 370 lao động (46,42%) tiếp đến là lao động trình độ cao đẳng 235 lao động (chiếm 29,49% lao động toàn công ty). Còn lại là lực lượng công nhân kỹ sư 192 lao động (chiếm 24,09% lao động toàn công ty).

Độ tuổi trung bình người lao động trong công ty khá đồng đều, đáp ứng được yêu cầu công việc. Nhóm lao động từ 30 đến 40 tuổi chiếm tỷ trọng cao nhất là 345 lao động (chiếm 43,29% tổng số lao động toàn công ty), là lực lượng quan trọng tạo sự phát triển công ty. Nhóm lao động này có động lực cầu tiến cao, có nhiều cơ hội học tập nâng cao khả năng, nắm bắt kiến thức hiện đại để ứng dụng vào thực tiễn công việc. Nhóm lao động trẻ dưới 30 tuổi gồm có 203 lao động, chiếm 25,47% tổng số lao động, có xu hướng chưa ổn định, có nhiều sự lựa chọn nghề nghiệp, có xu hướng sẵn sàng chuyển đổi công việc nếu lương và điều kiện cao hơn hiện tại. Số lao động trên 40 tuổi chiếm 29,99% tổng số lao động tương ứng 239 người. Nhóm lao động này bao gồm hầu hết các lao động giữ vị trí lãnh đạo quản lý trong công ty do có trình độ chuyên môn cao, kinh nghiệm làm việc lâu năm, tích lũy tốt. Đây là lực lượng lao động chủ chốt trong việc điều hành các chiến lược hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trung và dài hạn.

3.2. Thực trạng các hoạt động tạo động lực làm việc bằng biện pháp tài chính tại Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa

3.2.1. Chế độ tiền lương

Việc sử dụng tiền lương để khuyến khích người lao động là hình thức kích thích lao động cơ bản giúp người lao động làm việc tốt hơn. Tiền lương không chỉ là phương tiện để người lao động có khả năng duy trì cuộc sống mà nó còn là sự công nhận của doanh nghiệp về những đóng góp của người lao động cho tổ chức. Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa xây dựng, thực hiện chế độ lương trên cơ sở đánh giá hoàn thành công việc; việc trả lương cho người lao động do phòng kế toán chịu trách nhiệm tính toán chi trả. Tiền lương của người lao động được tính trên cơ sở đánh giá hoàn thành công việc của người lao động.

Nguyên tắc trả lương: Công ty thanh toán lương cho toàn thể cán bộ nhân viên vào đầu tháng sau. Cán bộ công nhân viên tại công ty nhận lương trực tiếp bằng tiền mặt. Trong tương lai, theo nhu cầu thanh toán không dùng tiền mặt, công ty sẽ tiến hành trả lương thông qua hệ thống ngân hàng cho các cán bộ công nhân viên của công ty.

Cách thức tính lương: Tiền lương trả cho cán bộ người lao động tại công ty được trả làm 2 phần: phần tiền lương theo hệ số cấp bậc và phần tiền lương chi trả theo công việc.

Phần 1: Phần tiền lương tính theo hệ số cấp bậc. Được tính theo quy định của Nhà nước về hệ số tiền lương, hệ số tiền lương cấp bậc đối với bậc đại học tương ứng là 2,34. Phần lương này được tính theo công thức sau:

$$\text{Tiền lương cấp bậc} = \text{Hệ số lương cấp bậc} \times \text{Mức lương cơ bản}$$

Mức lương cơ bản được Nhà nước quy định theo từng thời điểm và có thể thay đổi theo từng thời kỳ. Mức lương này được công ty sử dụng để tính lương cho người lao động.

Phần 2: Phần tiền lương tính theo công việc. Mức tiền lương này được xác định theo công việc được giao cho người lao động cùng với mức độ hoàn thành công việc của người lao động. Mỗi vị trí công việc được quy định hệ số khác nhau, ví dụ công nhân thu tiền nước hệ số 1,2; nhân viên phòng kế hoạch hệ số 1,4. Hệ số của mỗi vị trí được quy định theo chế độ tiền lương tiền thưởng ban hành theo Quyết định số 583/2017/QĐ-HĐQT-CTCPCNTH, ban hành 12/09/2017 bởi chủ tịch Hội đồng quản trị công ty. Phần lương này được tính theo công thức sau:

$$\text{Tiền lương công việc} = \text{Hệ số lương công việc} \times \text{Mức lương công việc}$$

Mức lương công việc được công ty xác định hàng năm, dựa trên các số liệu về tình hình sản xuất kinh doanh trong năm vừa qua của công ty. Thông thường mức lương công việc được xác định dao động không quá lớn xung quanh mức lương cơ bản.

Cả 2 mức trả lương đều căn cứ vào mức độ hoàn thành nhiệm vụ đánh giá mỗi tháng của cán bộ nhân viên, người lao động. Việc xếp loại được thực hiện bởi các bộ phận, cuối tháng tổng hợp, họp toàn công ty đưa ra mức đánh giá phù hợp. Mức tiền lương được thanh toán theo các mức độ xếp loại tại công ty như sau:

Bảng 2. Mức xếp loại và phần trăm chi trả lương tháng

STT	Mức xếp loại hoàn thành nhiệm vụ trong tháng	Mức % trả lương	Ghi chú
1	A	100%	
2	B	90%	
3	C	70%	

Nguồn: Công ty Cổ phần cấp nước Thanh Hóa, quy chế tiền lương tiền thưởng ban hành kèm theo Quyết định số 583/2017/QĐ-HĐQT-CTCPCNTH

Hiện tại, việc trả lương được chia thành 2 phần, tuy nhiên cách thức tính lương cho các vị trí công việc trong cùng bộ phận là như nhau, trong khi mức độ hoàn thành nhiệm vụ của mỗi cá nhân là khác nhau. Điều này dẫn đến tâm lý không hài lòng của người lao động. Thêm vào đó, các chỉ tiêu đánh giá mức độ hoàn thành công việc tại công ty còn chung chung, chưa rõ ràng dẫn đến việc đánh giá đôi khi còn mang tính chủ quan.

3.2.2. Chế độ tiền thưởng

Bên cạnh tiền lương, Công ty Cổ phần cấp nước Thanh Hóa cũng coi trọng công tác khen thưởng để khuyến khích cả về vật chất và về mặt tinh thần nhằm tạo động lực cho người lao động hăng say làm việc để có kết quả tốt hơn. Các quy định liên quan đến tiền lương và tiền thưởng tại công ty được thực hiện theo quy định về chế độ tiền lương, tiền thưởng ban hành theo Quyết định số 583/2017/QĐ-HĐQT-CTCPCNTH, ngày 12/09/2017 bởi chủ tịch Hội đồng quản trị công ty. Theo đó, công ty tiến hành khen thưởng vào các thời điểm sau:

Khen thưởng đối với danh hiệu hoàn thành nhiệm vụ theo năm: Áp dụng đối với cá nhân và tập thể người lao động theo năm. Cuối năm bình xét kết quả công việc, danh hiệu tiên tiến xuất sắc trong năm tài chính, các cá nhân người lao động và tập thể được bình bầu sẽ được thưởng với mức tiền thưởng theo Quy chế chi tiêu nội bộ của công ty.

Khen thưởng đối với đơn vị hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ theo từng quý: Ngoài mức khen thưởng theo năm về mức độ hoàn thành nhiệm vụ, công ty còn tiến hành thưởng theo quý đối với các bộ phận hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, vượt kế hoạch đề ra. Người đứng đầu đơn vị đồng thời được thưởng cho thành tích đã quản lý, chỉ đạo hoàn thành nhiệm vụ đề ra.

Hình thức trả thưởng bằng hiện vật và giá trị: Giấy khen, tiền mặt và một số hiện vật kèm theo khác tùy thuộc vào từng mức thưởng.

Nhìn chung quy chế thưởng của công ty còn chưa đa dạng, mức tiền thưởng còn thấp, dẫn đến chưa thực sự kích thích được người lao động hăng say cống hiến.

3.2.3. Chế độ phúc lợi

Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa thực hiện tương đối đầy đủ chế độ bảo hiểm xã hội cho người lao động để người lao động thấy rằng mình được bảo đảm. Với những lao động nữ được hưởng đầy đủ các chế độ về thai sản, có thời gian công tác từ 24 tháng trở lên tính từ thời điểm ký kết hợp đồng đến thời điểm sinh để được hưởng các quyền lợi: Nghỉ sinh 6 tháng theo quy định của Nhà nước và hưởng trợ cấp thai sản do Cơ quan bảo hiểm xã hội chi trả theo chế độ hiện hành.

Bảng 3. Quy chế phúc lợi của Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa

Đơn vị tính: đồng/người

TT	Nội dung	Mức phúc lợi	
		Số ngày nghỉ	Mức hưởng
1	Tết dương lịch	1 ngày	1.000.000
2	Tết âm lịch	4 ngày	4.000.000
3	Ngày 30/4 và 1/5	2 ngày	200.000
4	Ngày 2/9	1 ngày	200.000
5	Giỗ tổ Hùng Vương	1 ngày	
6	Ngày thành lập công ty		500.000
7	Ngày 8/3, 20/10		500.000
8	Thiếu nhi 1/6		200.000
9	Người lao động ốm đau		1.000.000
10	Cha mẹ, con cái ốm đau		500.000
11	Người lao động kết hôn	3 ngày	500.000 đ
12	Con cái kết hôn	1 ngày	
13	Tử thân phụ mẫu mất	3 ngày	500.000 đ
14	Nghỉ mát		2.000.000 đ

Nguồn: Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa

Đối với kỹ sư, người lao động, 2 năm 1 lần, công ty trang bị công cụ bảo hộ lao động và công cụ làm việc tương đối đầy đủ, các công nhân xây dựng, sửa chữa đường ống nước có trang phục lao động riêng gồm quần, áo, đèn pin, mũ, giày ủng, gang tay chuyên dụng và các công cụ dụng cụ khác để thực hiện công việc. Đối với nhân viên văn phòng, được công ty cấp 1 bộ quần áo văn phòng, đối với các cấp lãnh đạo, được công ty cấp 1 bộ trang phục truyền thống, nam 1 bộ comple, nữ 1 bộ áo dài.

Đối với ngày thành lập công ty các năm chẵn như 70, 80 năm, người lao động được nhận số tiền 1.000.000đ và 1 phần quà. Công ty còn thành lập các quỹ khuyến học, khuyến tài dành cho con em cán bộ công nhân viên đạt thành tích xuất sắc trong học tập.

3.3. Giải pháp hoàn thiện các chính sách tài chính nhằm nâng cao hiệu quả tạo động lực làm việc tại Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa

3.3.1. Hoàn thiện chính sách tiền lương

Để có thể tạo được động lực làm việc cho người lao động thông qua chính sách tiền lương, chính sách quan trọng hàng đầu trong việc tạo động lực làm việc, ngoài việc thực hiện theo đúng quy định của pháp luật liên quan đến chế độ tiền lương tiền thưởng, Công

ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa nên áp dụng phương pháp trả lương dựa trên kết quả đánh giá công việc. Do đó, tác giả kiến nghị để nâng cao hiệu quả tạo động lực làm việc cho người lao động thông qua việc áp dụng hình thức trả lương theo hiệu quả công việc của mỗi cá nhân. Theo đó, việc đánh giá kết quả lao động cần được xây dựng bộ tiêu chí chi tiết, cụ thể, rõ ràng, dựa trên kế hoạch, mục tiêu đã đề ra của mỗi bộ phận, kết quả đánh giá cần gắn liền với chế độ lương để đảm bảo tính hiệu quả. Quy trình xây dựng bộ tiêu chí KPI (Key Performance Indicator) đánh giá hiệu quả công việc theo các chỉ tiêu định lượng được cụ thể hóa như sau:

Bước 1: Xác định tiêu chí đo lường hoàn thành công việc (xây dựng KPIs)

Các công việc khác nhau sẽ có các yêu cầu và tiêu chí đo lường hoàn thành khác nhau. Bộ chỉ tiêu KPI là bộ chỉ số hiệu quả, công cụ đo lường, đánh giá hiệu quả được thể hiện qua số liệu, tỉ lệ, chỉ tiêu định lượng, nhằm phản ánh hiệu quả hoạt động của các tổ chức hoặc bộ phận chức năng hay cá nhân. Tiêu chí hoàn thành công việc thường được xây dựng căn cứ vào bảng mô tả công việc, căn cứ vào mục tiêu yêu cầu đối với từng vị trí công việc. Trong đó mục tiêu đối với từng vị trí công việc được xây dựng căn cứ vào mục tiêu chung của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần nỗ lực để lượng hóa các tiêu chí đo lường hoàn thành công việc, trong trường hợp các tiêu chí không thể lượng hóa, có thể sử dụng các thang đo định lượng để đánh giá mức độ hoàn thành.

Bước 2: Đánh giá trọng số của mỗi nhóm tiêu chí đối với hiệu quả thực hiện công việc

Các tiêu chí hoàn thành công việc có tầm quan trọng khác nhau đối với hiệu quả thực hiện công việc, điều này cần được thể hiện qua điểm trọng số của từng tiêu chí. Mỗi nhóm tiêu chí của từng vị trí công việc khác nhau có trọng số không giống nhau. Các trọng số được xác định dựa trên mức độ đóng góp của từng chỉ tiêu KPI đối với mức độ hoàn thành công việc chung. Trong nội dung bản mô tả công việc của mỗi vị trí, bộ phận thường bao gồm nội dung công việc thường xuyên (KPI tổng hợp) gắn liền với chức danh công việc và công việc bổ sung (KPI bổ sung) gắn liền với các công việc kiêm nhiệm khác.

Bước 3: Đánh giá mức độ hoàn thành công việc

Dựa vào các tiêu chí KPIs đã được lượng hóa, doanh nghiệp thực hiện đánh giá hiệu quả công việc của từng nhân viên trên từng nhóm tiêu chí. Với các mức lượng hóa cho sẵn từ 1 đến 5, căn cứ vào mức độ hoàn thành công việc các cá nhân và bộ phận sẽ tiến hành đánh giá.

Bước 4: Đánh giá tổng hợp về năng lực thực hiện công việc của nhân viên

Đánh giá tổng hợp năng lực thực hiện của từng nhân viên được dựa trên kết quả tổng hợp sau đánh giá KPI tổng hợp và KPI bổ sung. Mỗi nhân viên có thể được đánh giá tốt về mặt này, khá về mặt khác. Đánh giá tổng hợp về năng lực thực hiện công việc của nhân viên sẽ được căn cứ trên điểm số trung bình của các yêu cầu, có tính đến trọng số của các yêu cầu đó. Ví dụ mẫu bảng đánh giá hiệu quả công việc cho vị trí nhân viên quản lý chất lượng công trình cung cấp nước tại bảng sau:

Bảng 4. Bảng mô tả các tiêu chí đánh giá hiệu quả công việc cho vị trí nhân viên quản lý chất lượng công trình cấp nước

TT	Nội dung	Mục tiêu trong kỳ	Trọng số	Điểm đánh giá kết quả	Tỉ lệ thực hiện	Kết quả TH
A	KPI tổng hợp (của chức danh công việc)					
1	Lập kế hoạch quản lý chất lượng công trình	Kế hoạch được xây dựng chi tiết cho 100% công trình quản lý	5%			
		Chuẩn bị những phương án quản lý chất lượng dự phòng khi công trình gặp sự cố	5%			
2	Kiểm soát vật tư, trang thiết bị thi công đầu vào của công trình	100% vật tư đầu vào đảm bảo chất lượng	15%			
		100% vật tư không đảm bảo được đảm phán tìm phương hướng khắc phục	5%			
		100% trang thiết bị thi công được kiểm tra nhằm đảm bảo tiêu chí an toàn và khả năng hoạt động tốt	5%			
3	Kiểm soát quá trình thi công	100% công trình đảm bảo quy chuẩn xây dựng	40%			
		100% hạng mục chưa đạt yêu cầu được yêu cầu các công nhân xây dựng chỉnh sửa, gia cố	10%			
4	Xử lý các vấn đề liên quan đến chất lượng công trình cấp nước	100% thắc mắc của chủ đầu tư về chất lượng công trình được giải đáp kịp thời, đầy đủ bằng văn bản	5%			
		100% nguyên nhân gây ảnh hưởng đến CLCT được tìm ra	5%			
		100% khiếu nại của chủ đầu tư về CLCT được xử lý một cách nhanh chóng, hiệu quả và không để lại lỗi tương tự trong tương lai	5%			
<i>Kết quả KPI của chức danh công việc</i>		80%	100%			
B	KPI bổ sung (công việc kiêm nhiệm khác)					
	Đề xuất những phương án cải thiện hiệu quả thi công, nâng cao chất lượng làm việc	Ít nhất 01 phương án/ năm	40%			
	Tô chức nghiệm thu công trình với chủ đầu tư	100% tham gia nghiệm thu công trình	20%			
	Làm báo cáo công việc định kỳ hoặc đột xuất theo yêu cầu	100% báo cáo hoàn thành đúng hạn	30%			
	Thực hiện các công việc phát sinh khác theo chỉ định của Ban chỉ huy công trường	100% công việc hoàn thành	10%			
	Kết quả KPI của công việc kiêm nhiệm khác	20%	100%			
Tổng hợp kết quả đánh giá						

Nguồn: Phân tích của nhóm tác giả

3.3.2. Hoàn thiện công tác khen thưởng

Công tác khen thưởng hiện nay còn một số tồn tại như: hình thức thưởng chưa đa dạng, mức thưởng còn thấp chưa đủ tạo động lực phấn đấu cho người lao động trong công ty. Để có thể tạo thêm động lực làm việc cho người lao động.

Công ty nên đa dạng hóa các hình thức thưởng dành cho người lao động, đối với những giải thưởng lớn, thưởng theo năm làm việc, công ty nên tăng mức thưởng để người lao động cảm nhận được sự tương xứng với sự cố gắng của bản thân trong một thời gian dài hoặc với năng lực vượt trội của người lao động. Ví dụ, sản xuất nước sử dụng nguồn nguyên liệu từ thiên nhiên là nước thô, yêu cầu về việc tiết kiệm nguồn nguyên liệu là vô cùng quan trọng. Để có thể nâng cao tinh thần tiết kiệm công ty có thể đưa ra các hình thức thưởng như thưởng tiết kiệm tài nguyên để có thể giảm chi phí, tăng lợi nhuận cho công ty. Hoặc các hình thức thưởng cho nhân viên chăm sóc khách hàng xuất sắc trong kỳ, khuyến khích các nhân viên chăm sóc khách hàng trong việc tư vấn, giải quyết các thắc mắc của khách hàng một cách kịp thời, nhanh chóng, nâng cao chất lượng phục vụ cũng như tính chuyên nghiệp của công ty trong hoạt động kinh doanh.

Quyết định khen thưởng cần được đưa ra một cách kịp thời, đúng lúc và công bố công khai. Khoảng cách từ khi người lao động có thành tích được thưởng cho đến khi được khen thưởng càng sớm càng tốt. Nếu chưa thể trao phần thưởng ngay thì cũng phải có những lời khen ngợi, biểu dương ngay đối với những thành tích xuất sắc mà người lao động đạt được.

Mức thưởng cần tương xứng với những đóng góp của người lao động đã bỏ ra, không nên quá ít không đủ động lực phấn đấu cho người lao động, tránh trường hợp quá nhiều sẽ ảnh hưởng đến chi phí của công ty.

3.3.3. Hoàn thiện các chính sách phúc lợi

Các chính sách phúc lợi hiện nay mới chỉ áp dụng các loại hình phúc lợi bắt buộc. Trong khi đó, người lao động lại có nhu cầu ưu tiên về chế độ phúc lợi, do đó để tạo động lực làm việc cho nhóm người lao động này, công ty cần có biện pháp thay đổi đa dạng hơn các chế độ phúc lợi cho người lao động nhằm tạo động lực làm việc cho người lao động trong công ty, cụ thể:

Công ty nên thực hiện thêm các chính sách phúc lợi khác như tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho người lao động, hỗ trợ vay vốn ngân hàng cho người lao động ổn định cuộc sống.

Tạo ra các dịch vụ cơ bản trong công ty, ưu tiên người lao động trong công ty đầu thầu thực hiện khi có đủ năng lực và điều kiện như các dịch vụ về dọn dẹp vệ sinh, dịch vụ bán lẻ, căng tin... Thông qua việc làm này Công ty vừa kinh doanh thêm, tạo điều kiện cho người lao động tăng thu nhập cũng như phục vụ được các nhu cầu đời sống vật chất tinh thần khác cho người lao động trong công ty.

Tăng cường vai trò của tổ chức công đoàn trong việc thực hiện các hoạt động phúc lợi như xây dựng các chính sách động viên giúp đỡ người lao động khi có các vấn đề khó

khẩn phát sinh xảy ra, giúp người lao động nhanh chóng khắc phục những khó khăn đó và trở lại công việc; Tổ chức thăm hỏi, động viên người lao động nhằm tạo sự tin tưởng của người lao động đối với công ty, giúp họ an tâm khi làm việc, gắn bó lâu dài với công ty.

4. KẾT LUẬN

Bài viết đưa ra các vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến tạo động lực làm việc thông qua các biện pháp tài chính, các biện pháp phi tài chính không được đề cập trong nghiên cứu này. Việc áp dụng các biện pháp tài chính đáp ứng các nhu cầu vật chất để nâng cao hiệu quả tạo động lực làm việc cho người lao động là một trong những yêu cầu cấp thiết trong quản trị nhân sự doanh nghiệp. Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa bước đầu đã đạt được những thành công nhất định, nhưng để có thể nâng cao hơn nữa hiệu quả tạo động lực làm việc cho người lao động, công ty cần hoàn thiện việc áp dụng các biện pháp tài chính để kích thích người lao động hăng say làm việc, cống hiến cho công ty.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Tài chính (2016), *Thông tư số 28/2016/TT-BLĐTBXH hướng dẫn về thực hiện quy định về lao động, tiền lương, thù lao, tiền thưởng đối với công ty cổ phần, vốn góp chi phối của Nhà nước, ban hành ngày 01/09/2016, có hiệu lực từ ngày 15/10/2016.*
- [2] Chính phủ (2016), *Nghị định số 53/2016/NĐ-CP thực hiện quy định về lao động, tiền lương, thù lao, tiền thưởng đối với công ty cổ phần, vốn góp chi phối của Nhà nước, ban hành ngày 13/06/2016, có hiệu lực từ ngày 01/08/2016.*
- [3] Công ty cổ phần cấp nước Thanh Hóa (2017), *Quy chế tiền lương tiền thưởng ban hành kèm theo Quyết định số 583/2017/QĐ-HĐQT-CTCPCNTH, ban hành ngày 23/9/2017.*
- [4] Lê Thanh Hà (2009), *Quản trị nhân lực Tập I*, Nxb. Lao động xã hội, Hà Nội.
- [5] Lê Gia Phú (2018), *Tạo động lực cho người lao động tại Công ty cổ phần bia Thanh Hóa*, luận văn thạc sĩ Trường Đại học Hồng Đức, Thanh Hóa.
- [6] Nguyễn Thị Hoài Thương (2016), *Tạo động lực cho người lao động tại công ty cổ phần Softech*, luận văn thạc sĩ Trường Đại học Lao động Xã hội, Hà Nội.
- [7] Bùi Anh Tuấn, Phạm Thúy Hương (2009), *Giáo trình hành vi tổ chức*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [8] Benjamin Schneider and Clayton P. Alderfer (1973), Three Studies of Measures of Need Satisfaction in Organizations, *Administrative Science Quarterly*, pp.489-505 (17 pages), Published By: Sage Publications, Inc.
- [9] D. C., McClelland, (1988), *Human Motivation*, Cambridge University Press.
- [10] Higgins, J. M. (1994), *The management challenge*, 2nd ed. New York: Macmillan.
- [11] Kreitner, R. & Kinicki, A. (2009), *Organizational Behaviour*, McGraw Hill Higher Education.

- [12] Maier & Lawler (1973), *Motivation in work organizations*, Belmont, Calif: Brooks/Cole, 61-88.
- [13] Maslow, A. H. (1943), *A Theory of Human Motivation*. Psychological Review, 50(4), 370-396.
- [14] V. H., Vroom (1964), *Work and Motivation*, Wiley.
- [15] Wright, B. E. (2003), *Toward Understanding Task, Mission and Public Service Motivation: A Conceptual and Empirical Synthesis of Goal Theory and Public Service Motivation*.

COMPLETING FINANCIAL ENFORCEMENT MEASURES TO IMPROVE EFFICIENCY IN CREATING EMPLOYEES WORKING MOTIVATION AT THANH HOA WATER SUPPLY JOINT STOCK COMPANY

Tran Ngoc Loi, Mai Thi Phuong Lan

ABSTRACT

Motivating employees to work is one of the most important issues in human resources science. Motivation to work is the application of financial and non-financial measures by enterprises to satisfy the material and spiritual needs of employees. From that assuring employees to dedicate contribute to the growth of the business. The article evaluates the practical application of financial measures including salary, bonus, welfare at Thanh Hoa Water Supply Joint Stock Company, on that basis proposing solutions to complete the finance measures in order to improve efficiency in building up motivation for employees.

Keywords: *Creating motivation to work, financial measures, Thanh Hoa Water Supply Joint Stock Company.*

* Ngày nộp bài: 19/4/2021; Ngày gửi phản biện: 26/4/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

GIẢI PHÁP TĂNG SỰ CÂN ĐỐI GIỮA HỌC TẬP VỚI VIỆC LÀM THÊM CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC

Nguyễn Thị Mai¹, Đỗ Thị Mẫn¹

TÓM TẮT

Việc làm thêm có nhiều ý nghĩa đối với sinh viên. Thông qua nghiên cứu này, nhóm tác giả đã chỉ ra một số hạn chế gây mất cân đối giữa học tập với việc làm thêm của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức, đồng thời đưa ra một số giải pháp khắc phục những hạn chế đó. Trong đó, nhấn mạnh đến việc sinh viên nên làm thêm gắn với chuyên ngành được đào tạo và chủ động, tích cực tham gia các hoạt động hỗ trợ việc làm cho sinh viên.

Từ khóa: Sinh viên, việc làm thêm, học tập, cân đối, Trường Đại học Hồng Đức.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Kinh tế thị trường phát triển, tốc độ số hóa nền kinh tế ngày càng cao đòi hỏi người lao động phải có khả năng thích nghi tốt với mọi thay đổi từ môi trường làm việc. Các nhà tuyển dụng cần những lao động năng động, sáng tạo, không chỉ có kiến thức chuyên môn mà quan trọng hơn là có “kỹ năng mềm” tốt, có kinh nghiệm thực tiễn trong công việc... Nhận thức được điều này, sinh viên đã tìm nhiều cách để trau dồi kỹ năng cho bản thân, trong đó việc làm thêm là một nhu cầu tất yếu.

Việc làm thêm có thể hiểu là một dạng việc làm mà thời gian lao động ít hơn so với thời gian được quy định trong Luật Lao động. Theo Khoản 1, điều 32 Luật Lao động (2019) thì “Người lao động làm việc không trọn thời gian là người lao động có thời gian làm việc ngắn hơn so với thời gian làm việc bình thường theo ngày hoặc theo tuần hoặc theo tháng được quy định trong pháp luật về lao động” [6]. Sinh viên Trường Đại học Hồng Đức đều là những người trong độ tuổi lao động. Mục đích chính của sinh viên là học tập và rèn luyện trong nhà trường. Vì vậy, khi có nhu cầu đi làm thêm bên ngoài thì sẽ là công việc bán thời gian (việc làm thêm).

Khi có sự sắp xếp hợp lý giữa học tập và làm thêm, đặc biệt về mặt thời gian và sức lực, thì việc làm thêm không chỉ tạo ra nguồn thu nhập cho sinh viên ngay khi còn ngồi trên ghế nhà trường, mà còn giúp sinh viên có kinh nghiệm trong công việc cũng như trong cuộc sống, cải thiện các mối quan hệ xã hội, nâng cao khả năng giao tiếp, được trải nghiệm thực tế, được áp dụng các kiến thức lý thuyết vào thực tiễn công việc... đặc biệt là còn khẳng định được giá trị bản thân.

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; nguyenthimaikt@hdu.edu.vn

Tuy nhiên, khi sinh viên đi làm thêm cũng sẽ nảy sinh những mặt hạn chế. Việc đi làm thêm quá nhiều ảnh hưởng xấu đến kết quả học tập và sức khỏe, có thể bị lôi kéo và sa vào tệ nạn xã hội... Khi sinh viên tập trung quá mức vào việc làm thêm cũng sẽ gây ra sự mất cân đối giữa hoạt động học tập và việc làm thêm. Điều này có thể sẽ tạo ra những hệ lụy rất nặng nề cho sinh viên về sau.

Vì thế, cần có sự định hướng đúng đắn, có sự kết hợp lí, hài hòa giữa hoạt động học tập với việc làm thêm của sinh viên, trong đó bản thân sinh viên luôn phải là người chủ động trong việc xác định thời gian và thời lượng làm thêm. Việc tạo ra sự cân đối giữa học tập với việc làm thêm là điều vô cùng quan trọng và cần thiết, nó vừa khắc phục những hạn chế lại phát huy được những ưu điểm của việc làm thêm.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Nguồn dữ liệu

Bài viết sử dụng cả hai nguồn dữ liệu là dữ liệu sơ cấp và dữ liệu thứ cấp.

Dữ liệu sơ cấp: Nhóm tác giả tiến hành điều tra chọn mẫu bằng phương pháp ngẫu nhiên thuận tiện thông qua phiếu điều tra. Quy mô mẫu được áp dụng theo công thức:

$$n = 5 * m$$

Trong đó: n là quy mô mẫu và m là số câu hỏi trong phiếu khảo sát [9].

Với 25 câu hỏi trong phiếu khảo sát, quy mô mẫu cần đạt là: $5 * 25 = 125$.

Nhóm tác giả khảo sát 200 phiếu vào tháng 11 năm 2020. Căn cứ vào quy mô và tỷ lệ sinh viên của từng khối ngành, nhóm tác giả đã chia ra khảo sát như sau: khảo sát 75 phiếu khối ngành Kinh tế - Quản trị kinh doanh; 70 phiếu khối ngành Sư phạm; 40 phiếu ngành Kỹ thuật - Công nghệ thông tin; 15 phiếu khối ngành Nông-Lâm-Ngư nghiệp; 10 phiếu khối ngành còn lại. Kết quả thu về được 186 phiếu hợp lệ.

Dữ liệu thứ cấp: Tác giả tiến hành thu thập các quy định, quy phạm pháp luật của Việt Nam về việc làm, việc làm thêm; các bài viết trên tạp chí, các công trình nghiên cứu trước đây có liên quan đến sinh viên và việc làm của sinh viên.

2.2. Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Tác giả sử dụng phần mềm Excel để thực hiện các thống kê mô tả và vẽ biểu đồ. Đồng thời sử dụng các phương pháp khác như: phương pháp phân tích, tổng hợp tài liệu; phương pháp đối chiếu, so sánh.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Thực trạng làm thêm của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức

Theo Thông báo tuyển sinh năm học 2020, Trường Đại học Hồng Đức đào tạo 30 ngành đại học và 1 ngành cao đẳng chính quy. Năm 2020 trường có gần 10.000 sinh viên đang theo học. Trong đó, khối ngành Kinh tế - Quản trị kinh doanh và khối Sư phạm có lượng sinh viên đông nhất. Tất cả các ngành đều có sinh viên đi làm thêm.

Bảng 1. Đặc điểm của mẫu nghiên cứu

Đặc điểm mẫu		Tổng số khảo sát		Số đi làm thêm		Số đang làm thêm	
		Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %
Giới tính	Nữ	120	64,5	101	63,5	71	68,9
	Nam	66	35,5	58	36,5	32	31,1
Ngành	Kinh tế - Quản trị kinh doanh	71	38,17	69	43,4	40	38,8
	Sư phạm	63	33,87	51	30,8	36	35,0
	Kỹ thuật - CNTT	36	19,35	30	18,9	16	15,5
	Nông - Lâm - Ngư nghiệp	13	6,99	9	5,7	9	8,7
	Khác	3	1,61	2	1,3	2	1,9
Số năm học	Năm thứ 1	13	7,0	8	5,0	3	2,9
	Năm thứ 2	27	14,5	24	15,1	19	18,4
	Năm thứ 3	76	40,9	65	40,9	49	47,6
	Năm thứ 4	70	37,6	62	39,0	32	31,1
Khu vực sinh sống	Thành thị	42	22,6	37	23,3	23	22,3
	Nông thôn	104	55,9	95	59,7	55	53,4
	Miền núi	40	21,5	27	17,0	25	24,3
Nhu cầu làm thêm	Không	30	16,1	18	11,3	3	2,9
	Có	156	83,9	141	88,7	100	97,1
Đã đi làm thêm	Chưa	25	13,4	0	0		
	Đã đi làm	161	86,6	161	100		
Đang có việc làm thêm	Không	83	44,6			0	0
	Có	103	55,4			103	100
Tổng		186	100,0	161	100	103	100

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

Bảng 1 cho thấy, lượng sinh viên nữ chiếm phần lớn trong tổng số sinh viên được khảo sát 120 sinh viên (tương ứng với 64,5%), trong đó có 161 sinh viên (chiếm 86,6%) đã từng và đang đi làm thêm, 103 sinh viên (chiếm 55,4%) đang có việc làm, 58 sinh viên (chiếm 31,2%) đã từng có việc làm nhưng hiện nay không còn đi làm nữa. So với tỷ lệ của khảo sát sinh viên toàn quốc thì tỷ lệ sinh viên đi làm thêm tại Trường Đại học Hồng Đức cao hơn, tuy nhiên tỷ lệ sinh viên đã từng đi làm nhưng hiện tại không đi làm cũng cao hơn. Điều này chứng tỏ việc đi làm thêm của sinh viên tại trường chỉ mang tính ngắn hạn, có tính thời vụ [5].

Sinh viên đi làm thêm nhiều nhất thuộc khối ngành kinh tế với 69/71 sinh viên được khảo sát đã từng và đang đi làm thêm, đạt 97,18% số sinh viên được khảo sát

trong khối ngành và 43,4% sinh viên đi làm thêm toàn trường. Tiếp đó là khối ngành sư phạm với 49/63 sinh viên được khảo sát đã từng và đang đi làm thêm, đạt 77,78% sinh viên được khảo sát trong khối ngành và 30,8% tổng số sinh viên đi làm thêm toàn trường. Tỷ lệ sinh viên đi làm thêm của các khối ngành khác trong toàn trường lần lượt là Kỹ thuật - Công nghệ, Nông - Lâm - Ngư Nghiệp, các ngành còn lại chiếm tỷ lệ không đáng kể.

Năm thứ ba là năm học có lượng sinh viên đi làm thêm nhiều nhất (65/161 sinh viên đã và đang làm thêm, chiếm 40,4%, trong đó có 49/103 sinh viên đang có việc làm thêm, chiếm 47,6%). Tiếp đó là năm thứ tư với con số tương ứng lần lượt là 62/161, chiếm 38,5% và 32/103, chiếm 31,1%. Ngược lại, năm thứ nhất có ít sinh viên đi làm thêm nhất. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với thực tế vì trong những năm đầu (năm thứ nhất và năm thứ hai), sinh viên mới thay đổi môi trường học tập và sinh hoạt, cần có thời gian để thích nghi, năm thứ ba là năm họ đã tích lũy đủ kinh nghiệm, có thể sắp xếp được thời gian học tập và có đủ các mối quan hệ, có nhu cầu tích lũy kinh nghiệm... nên họ có xu hướng đi làm thêm nhiều. Năm thứ tư tỷ lệ làm thêm giảm so với năm thứ ba vì sinh viên có rất nhiều các hoạt động trong năm này như cần tích lũy đủ lượng kiến thức cần thiết để tốt nghiệp, thực tập, báo cáo thực tập, làm khóa luận tốt nghiệp, thi tốt nghiệp...

Phần lớn sinh viên đi làm thêm thuộc khu vực nông thôn, chiếm đến hơn 50%. Khu vực thành thị và miền núi có tỷ lệ chênh lệch không nhiều. Điều này cũng phù hợp khi có một lượng rất lớn sinh viên đi làm thêm để tạo ra thu nhập. Theo kết quả khảo sát, khi được hỏi về mục đích đi làm thêm, có 140 sinh viên đi làm để tích lũy kinh nghiệm, 136 sinh viên đi làm để tạo ra nguồn thu nhập, 48 sinh viên đi làm để tạo ra các mối quan hệ xã hội, 18 sinh viên đi làm để nâng cao kỹ năng mềm và có 4 sinh viên đi làm vì mục đích khác. Kết quả này cho thấy mục đích chính để sinh viên đi làm thêm là để tích lũy kinh nghiệm và tạo ra thu nhập. Điều này cũng phù hợp chung với yêu cầu của xã hội và nhu cầu cuộc sống cá nhân của sinh viên. Việc đi làm thêm khi còn đi học có thể tạo ra cho sinh viên những kinh nghiệm thực tế để khi tốt nghiệp, họ sẽ có một hồ sơ xin việc với những kinh nghiệm phong phú hơn, có nhiều cơ hội việc làm tốt hơn trong tương lai. Đồng thời, một nhu cầu chính đáng nữa là họ có thêm thu nhập để chi trả cho các chi phí sinh hoạt, học tập trong khi phần lớn sinh viên trong trường xuất phát từ nông thôn, thu nhập của gia đình còn nhiều khó khăn.

Bên cạnh đó, kết quả khảo sát cũng cho thấy việc đi làm thêm phần lớn phục vụ cho mục đích ngắn hạn của sinh viên, khi có đến 98/161 sinh viên đi làm thêm những việc không liên quan đến ngành học của mình (bảng 2) chiếm 60,87%, có 63 sinh viên làm đúng ngành học chiếm 39,13%. Lượng sinh viên ngành sư phạm đi bán hàng và làm nhân viên phục vụ khá lớn với 24 sinh viên yêu thích và 30 sinh viên đã đi làm trong lĩnh vực này. Tình trạng cũng tương tự đối với các khối ngành còn lại trừ khối ngành Kinh tế - Quản trị kinh doanh.

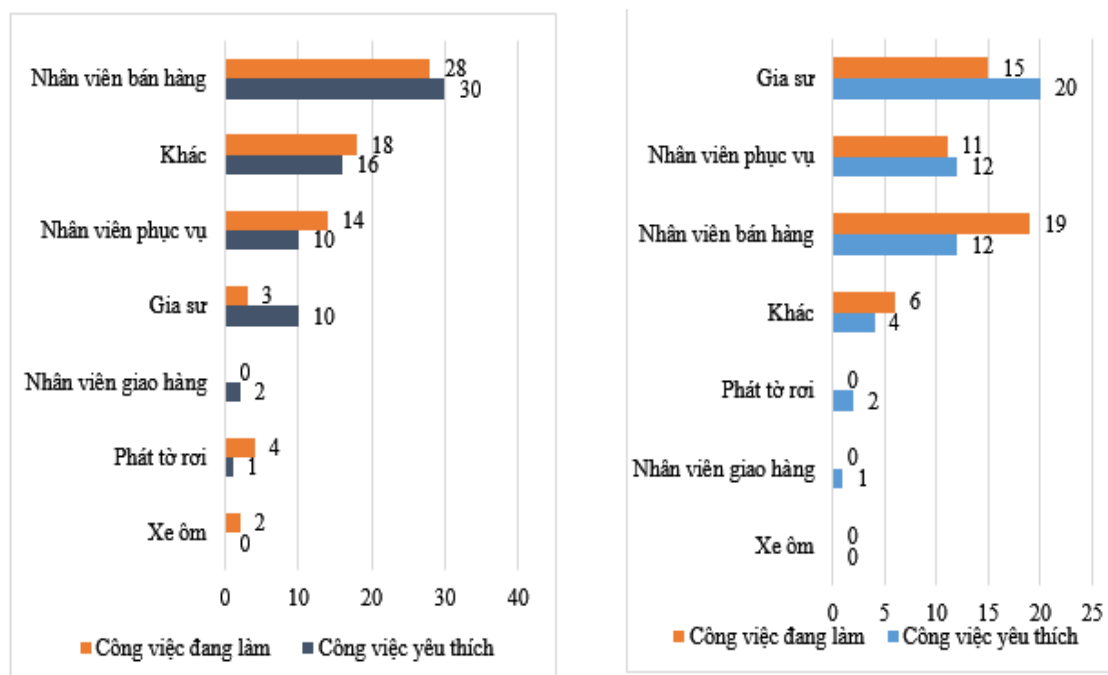
Bảng 2. Thống kê số lượng công việc yêu thích, công việc đã và đang làm thêm và sự liên quan đến chuyên ngành học

Chỉ tiêu		Ngành học					
		Kinh tế - quản trị kinh doanh	Sư phạm	Kỹ thuật - Công nghệ	Nông - Lâm - Ngư nghiệp	Ngành khác	Tổng
Gia sư	Yêu thích	10	20	5	0	0	35
	Đã/đang làm	3	15	4	0	0	22
Nhân viên bán hàng	Yêu thích	30	12	7	7	1	57
	Đã/đang làm	28	19	6	7	1	61
Phát tờ rơi	Yêu thích	1	2	0	0	0	3
	Đã/đang làm	4	0	0	0	0	4
Nhân viên phục vụ	Yêu thích	10	12	11	0	1	34
	Đã/đang làm	14	11	11	0	1	37
Nhân viên giao hàng	Yêu thích	2	1	0	2	0	5
	Đã/đang làm	0	0	0	2	0	2
Xe ôm	Yêu thích	0	0	2	0	0	2
	Đã/đang làm	2	0	2	0	0	4
Khác	Yêu thích	16	4	5	0	0	25
	Đã/đang làm	18	6	7	0	0	31
Tổng	Yêu thích	69	51	30	9	2	161
	Đã/đang làm	69	51	30	9	2	161
Mức độ liên quan	Không	34	36	25	8	2	98
	Có	35	15	5	1	0	63
Tổng		69	51	30	9	2	161

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

Cũng theo số liệu tổng hợp từ bảng 2 thì “nhân viên bán hàng” và “nhân viên phục vụ” vẫn là công việc được các bạn sinh viên ưa thích và lựa chọn khi tìm việc làm thêm (với tổng 91 sinh viên yêu thích và 98 sinh viên đã làm trong lĩnh vực này). Điều này có thể lí giải thông qua mức độ dễ tìm việc làm, bởi trong giai đoạn hiện nay, Thanh Hóa là tỉnh phát triển kinh tế mạnh và được ưu tiên nhiều nguồn lực cho phát triển kinh tế, lượng việc làm trong lĩnh vực này cũng nhiều và dễ tìm hơn các lĩnh vực khác. Do đó, khối ngành kinh tế cũng là khối ngành mà có tỷ lệ sinh viên đi làm thêm liên quan đến ngành học cao nhất (với 34/69 sinh viên cho rằng việc làm của mình có liên quan đến chuyên ngành học tập).

Phân tích riêng khối ngành Kinh tế - Quản trị kinh doanh. Hình 1 cho thấy: “nhân viên bán hàng” là lựa chọn hàng đầu của sinh viên (với 30 sinh viên yêu thích và 28 sinh viên đã đi làm); các lựa chọn khác là làm “nhân viên phục vụ” tại quán cà phê, quán ăn, nhà hàng, khách sạn; “việc khác” cũng được các bạn lựa chọn nhiều trong đó chủ yếu là tự chủ trong việc kinh doanh hoặc làm việc cho gia đình.



Nguồn: Nhóm tác giả xây dựng từ số liệu điều tra

Hình 1. Công việc yêu thích và công việc làm thêm của sinh viên khối ngành Kinh tế - Quản trị kinh doanh (trái) và khối ngành Sư phạm (phải)

Đối với khối ngành sư phạm, đây là ngành rất đặc thù nhưng chỉ có 20/51 (chiếm 39,22%) sinh viên yêu thích việc làm gia sư, trong đó có 15 sinh viên (chiếm 29,41%) thực sự đã đi làm gia sư, phần lớn số sinh viên này lại thuộc ngành Sư phạm tiếng Anh, và có nhiều sinh viên làm thêm tại các trung tâm tiếng Anh trên địa bàn tỉnh. Số liệu này đặt ra vấn đề về định hướng lựa chọn nghề nghiệp của sinh viên thuộc khối ngành này. Họ chưa thực sự yêu thích sư phạm. Ngược lại, các sinh viên sư phạm lại làm nhiều công việc liên quan đến kinh tế (có đến 27/51 sinh viên yêu thích công việc liên quan đến kinh tế, chiếm 52,94%).

Bảng 3 cho thấy có nhiều sinh viên làm việc dưới 30 giờ/tuần (114 sinh viên), trong đó dưới 20 giờ trên tuần là 59 sinh viên; làm trên 30 giờ/tuần có 47 sinh viên trong đó có 13 sinh viên làm trên 40 giờ/tuần. Số giờ làm việc bình quân một tuần của sinh viên trong trường là 24,94 giờ. Hiện tại, Luật lao động (2019) của Việt Nam vẫn chưa quy định mức trần về số giờ được làm thêm. Nhưng nhiều nước trên thế giới quy định số giờ tối đa được phép làm thêm là 28 giờ/tuần. So với mức này thì số giờ làm thêm trung bình của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức không cao. Tuy nhiên có đến 29,2% số sinh viên làm quá giờ nên làm. Đối với những người làm thêm quá 28 giờ/tuần sẽ ảnh hưởng đến các hoạt động chính, mà cụ thể ở đây là ảnh hưởng đến học tập. Tạo nên sự mất cân đối giữa hoạt động học tập và việc làm thêm, ảnh hưởng xấu đến kết quả học tập.

Bảng 3. Số giờ làm việc trong tuần và ảnh hưởng đến học tập

Ngành học	Số giờ làm việc trong tuần			
	Dưới 20 giờ	Từ 20-30 giờ	Từ 30-40 giờ	Trên 40 giờ
Kinh tế - Quản trị kinh doanh	31	26	8	4
Sư phạm	20	13	11	7
Kỹ thuật - Công nghệ	8	9	12	1
Nông - Lâm - Ngư nghiệp	0	6	2	1
Ngành khác	0	1	1	0
Ảnh hưởng đến học tập				
Ảnh hưởng tốt	30	21	4	0
Không ảnh hưởng	24	19	11	3
Ảnh hưởng xấu	5	15	19	10
Tổng	59	55	34	13

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

Theo kết quả bảng 3 cũng cho thấy, số giờ làm thêm thay đổi sẽ ảnh hưởng đến hoạt động học tập. Nếu số giờ làm thêm dưới 20 giờ/tuần, có 30/59 sinh viên, chiếm 50,8% chịu ảnh hưởng tốt; 24/59 sinh viên, chiếm 40,7% không bị ảnh hưởng và 5/59 sinh viên, chiếm 8,5% chịu ảnh hưởng xấu. Tỷ lệ có sự thay đổi theo hướng tăng thời gian làm thêm thì tỷ lệ sinh viên chịu tác động xấu đến học tập cũng có xu hướng tăng lên. Nếu thời gian làm thêm từ 20-30 giờ/tuần thì mức độ ảnh hưởng tốt, không ảnh hưởng, ảnh hưởng xấu lần lượt là 21/55 sinh viên chiếm 38,2%; 19/55 sinh viên chiếm 34,5% và 15/55 sinh viên, chiếm 27,3%. Nếu thời gian làm thêm tăng lên từ 30 - 40 giờ/tuần thì tỷ lệ sinh viên có ảnh hưởng tốt giảm còn 11,8% với 4/34 sinh viên; ngược lại, tỷ lệ sinh viên chịu ảnh hưởng xấu tăng lên đáng kể, chiếm 55,9% với 19/34 sinh viên, còn lại 11 sinh viên không bị ảnh hưởng, chiếm 32,4%. Sự thay đổi rõ rệt hơn khi thời gian làm thêm tăng lên trên 40 giờ/tuần, theo đó, có đến 76,9% sinh viên chịu ảnh hưởng xấu đến học tập từ việc đi làm thêm, 23,1% không bị ảnh hưởng và không có sinh viên có ảnh hưởng tốt trong trường hợp này. Những sự thay đổi này hoàn toàn phù hợp vì thời gian làm thêm càng nhiều, sinh viên càng ít có thời gian học tập và sức khỏe của sinh viên cũng có thể bị ảnh hưởng.

Bảng 4. Nguồn công việc làm thêm của sinh viên

Ngành học	Nguồn công việc					Tổng
	Bạn bè, người thân	Các tổ chức đoàn thể của trường	Trung tâm giới thiệu việc làm	Internet	Nguồn khác	
Kinh tế - Quản trị kinh doanh	26	7	8	20	8	69
Sư phạm	27	5	3	11	5	51
Kỹ thuật - Công nghệ	13	2	2	11	2	30
Nông - Lâm - Ngư nghiệp	6	0	0	3	0	9
Khác	2	0	0	0	0	2
Tổng	74	14	13	45	15	161

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

Bảng 4 cho thấy sinh viên vận dụng rất tốt các mối quan hệ hiện có của mình trong việc tìm việc làm thêm. Có 74 sinh viên (tương đương 45,96%) có việc làm thông qua bạn bè, người thân giới thiệu, kênh việc làm này chiếm ưu thế hơn hẳn so với các kênh khác; tiếp đó là nguồn từ internet (facebook, zalo, các website việc làm...) với 45 sinh viên (tương đương 27,95%), 13 sinh viên (tương đương 8,07%) cần thông qua trung tâm giới thiệu việc làm có mất phí và có 14 sinh viên (tương đương 8,69%) sinh viên có việc làm thêm thông qua các tổ chức đoàn thể của nhà trường.

Như vậy, qua những phân tích trên, việc làm thêm của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức vẫn còn một số hạn chế sau:

Thứ nhất, chưa có sự liên quan nhiều giữa ngành học và công việc làm thêm, mà đây là một trong những yếu tố quan trọng giúp nâng cao vai trò của việc làm thêm, gắn việc làm thêm với quá trình học tập của sinh viên;

Thứ hai, thời gian làm thêm của một số sinh viên còn nhiều, có đến 13 sinh viên làm thêm lên đến hơn 40 giờ/tuần, 34 sinh viên làm thêm từ 30 - 40 giờ/tuần. Việc làm thêm quá nhiều sẽ ảnh hưởng không tốt đến học tập và sức khỏe của sinh viên;

Thứ ba, các đoàn thể trong trường chưa phát huy mạnh mẽ vai trò làm cầu nối cho sinh viên với công việc làm thêm. Mặc dù nhà trường đã có nhiều chương trình giới thiệu việc làm cho sinh viên nhưng kết quả khảo sát chỉ có 14/161 sinh viên tiếp cận được việc làm từ các đoàn thể của nhà trường. Con số này còn rất khiêm tốn.

Thứ tư, mối quan hệ giữa mục đích làm thêm và công việc làm thêm chưa cao. Phần lớn sinh viên đi làm thêm vì muốn tích lũy kinh nghiệm nhưng lại làm không đúng ngành được đào tạo.

Với tất cả những kết quả trên đặt ra vấn đề cần phải có biện pháp để sinh viên cân đối lại hoạt động học tập với việc làm thêm để có kết quả tốt nhất.

3.2. Đề xuất một số giải pháp tăng sự cân đối giữa học tập với việc làm thêm của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức

Không thể phủ nhận tác động tích cực của việc làm thêm đối với sinh viên trong các trường đại học. Nhưng cũng có không ít sinh viên bị tác động xấu đến học tập và rèn luyện, bỏ bê học tập thậm chí phải bỏ học vì làm thêm. Do đó, để đảm bảo hiệu quả cao, nâng cao chất lượng cuộc sống cho sinh viên, cần có sự cân đối giữa học tập và làm thêm. Để đạt được sự cân đối này, cần thực hiện các giải pháp sau:

Thứ nhất, Sinh viên cần chủ động tìm kiếm và ưu tiên những công việc liên quan nhiều đến chuyên ngành đào tạo. Điều này giúp sinh viên học đi đôi với hành, vừa có kiến thức thực tế vừa hỗ trợ cho hoạt động học tập của sinh viên. Có thể thông qua nhiều kênh để tìm kiếm việc làm phù hợp. Tuy nhiên, sinh viên không nên quá đặt nặng vấn đề thu nhập trong hoạt động làm thêm của mình, mà cần hiểu rằng, khi đi làm thêm, bản thân sẽ có kiến thức thực tế, học đi đôi với hành trong suốt thời gian học tập và làm thêm. Sinh viên cần hiểu được ý nghĩa lâu dài của việc đi làm thêm là sẽ có nhiều cơ hội tốt cho công việc tương lai của mình. Từ đó xác định công việc làm thêm phù hợp.

Thứ hai, bản thân sinh viên cần có sự sắp xếp thời gian khoa học. Hoạt động chính của sinh viên là học tập nên điều kiện tiên quyết là không bỏ học để đi làm thêm. Cần

phải cân đối giữa thời gian học tập, làm thêm, các hoạt động ngoại khóa khác cũng như thời gian nghỉ ngơi và rèn luyện sức khỏe. Mỗi sinh viên có thể xây dựng cho mình một thời gian biểu phù hợp theo tuần, theo tháng. Và thời gian làm thêm không nên vượt quá 28 giờ/tuần. Thời gian biểu càng chi tiết thì việc thực hiện càng mang lại hiệu quả.

Thứ ba, tham gia các câu lạc bộ, ví dụ như Câu lạc bộ Nhà doanh nghiệp tương lai, tham gia các hoạt động đào tạo khởi nghiệp, tham gia các hoạt động ngoại khóa khác của khoa, của nhà trường. Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025” đã được phê duyệt trong đó đặc biệt chú trọng đến hoạt động đào tạo khởi nghiệp cho sinh viên và hỗ trợ nguồn vốn cho các dự án khởi nghiệp. Đề án này được triển khai đến từng trường đại học trên cả nước. Điều này thể hiện về mặt chính sách sự quan tâm của nhà nước đến việc làm cho sinh viên. Từ đó, các hoạt động được cụ thể hóa đến các cấp. Tại Thanh Hóa, nhiều cuộc thi “Ý tưởng khởi nghiệp cho đoàn viên, thanh niên” đã được tổ chức, là môi trường thuận lợi cho sinh viên tham gia vào phong trào khởi nghiệp của tỉnh nhà. Trường Đại học Hồng Đức cũng đã được giao chủ trì Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Quốc gia đến năm 2025” tại Thanh Hóa, nhà trường giao cho khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh thực hiện. Ngoài ra, sinh viên còn có thể tham gia ngày hội việc làm hàng năm do nhà trường và các khoa tổ chức. Đây cũng là cơ hội để sinh viên được tiếp cận, làm quen với môi trường làm việc chuyên nghiệp.

Thứ tư, chủ động, tích cực liên hệ với các đoàn thể của nhà trường trong tìm việc làm thêm. Điều này đòi hỏi phải có sự nỗ lực từ cả hai phía, phía nhà trường và phía sinh viên. Về phía nhà trường, có sự liên hệ chặt chẽ với các tổ chức, đơn vị, doanh nghiệp để tạo ra nguồn việc cho sinh viên; thành lập ra đoàn thể/trung tâm hỗ trợ việc làm thêm cho sinh viên... những điều này một mặt tạo ra môi trường làm thêm lành mạnh cho sinh viên, giúp sinh viên làm gần hơn với ngành đào tạo, mặt khác còn có thể quản lý được hoạt động làm thêm của sinh viên. Hiện nay, một số trường đại học đã có trung tâm hỗ trợ việc làm cho sinh viên và hoạt động rất hiệu quả như Đại học Quốc gia Hồ Chí Minh, Đại học Kinh tế Hồ Chí Minh, Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh,... Đặc biệt ngày 29 tháng 10 năm 2020, Mạng lưới hỗ trợ tìm kiếm việc làm và khởi nghiệp cho sinh viên Việt Nam (VEES - NET) với sự hợp tác của 08 trường đại học lớn tại Việt Nam đã được ra mắt tại trường Đại học Bách khoa Hà Nội. Những trung tâm này luôn là địa chỉ tin cậy cho sinh viên. Về phía sinh viên, cần chủ động trong mọi hoạt động của mình, có thái độ đúng đắn với việc làm thêm.

Ngoài ra, sinh viên cần rèn luyện sức khỏe, nâng cao thể lực cho bản thân. Vừa tạo thói quen sinh hoạt và học tập điều độ, vừa nâng cao sức khỏe cho các hoạt động của mình. Đồng thời tìm cho bản thân một phương pháp học tập hiệu quả để tiết kiệm thời gian học tập, cân đối được thời gian học, làm thêm và nghỉ ngơi.

4. KẾT LUẬN

Việc làm thêm bản chất của nó là hoạt động thêm sau hoạt động học tập, vì vậy để tạo ra sự cân đối giữa hai việc này, nhóm tác giả đã đề xuất được 6 giải pháp nhằm giảm thiểu những hạn chế của việc đi làm thêm và tạo ra môi trường lành mạnh nhất cho sinh viên, giúp họ đạt được các mục đích học tập và làm thêm của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Vương Quốc Duy (2015), Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định đi làm thêm của sinh viên đại học Cần Thơ, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, Số 40 (2015), Tr. 105-113.
- [2] Phùng Văn Hiền (2013), Chính sách hỗ trợ sinh viên - Những vấn đề đặt ra hiện nay, *Tạp chí Lý luận chính trị*, Số 6-2013, Tr. 50-56.
- [3] Lê Minh Hiền (2015), Tăng cường công tác tư vấn và giới thiệu việc làm cho sinh viên Trường Đại học Hồng Đức, *Tạp chí Giáo dục*, Số đặc biệt 7/2015, Tr. 71-73.
- [4] Lê Tiến Hùng và cộng sự (2020), Đề xuất giải pháp cân đối việc học và làm thêm của sinh viên Trường Đại học Thể dục Thể thao Đà Nẵng, *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Thể thao*, số 13-9/2020, Tr. 15 - 22.
- [5] Nghiên cứu thị trường Việt Nam (2015), *Việc làm thêm của giới trẻ Việt Nam*, https://www.slideshare.net/asiaplus_inc/part-time-job-among-vietnamese, truy cập tháng 12/2020.
- [6] Quốc hội (2019), *Bộ luật số 45/2019/QH ngày 20/11/2019 của Chủ tịch Quốc hội về Bộ luật Lao động*, Hà Nội.
- [7] Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 2474/QĐ - TTg ngày 30/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược; phát triển thanh niên Việt Nam giai đoạn 2011-2020*, Hà Nội.
- [8] Thủ tướng Chính phủ (2017), *Quyết định số 1665/QĐ-TTg ngày 30/10/2017 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025”*, Hà Nội.
- [9] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu với SPSS*, Nxb. Hồng Đức, thành phố Hồ Chí Minh.
- [10] Phú Văn (2020), *Ra mắt mạng lưới hỗ trợ tìm kiếm việc làm và khởi nghiệp cho sinh viên*, <http://netnews.vn/Ra-mat-mang-luoi-ho-tro-tim-kiem-viec-lam-va-khoi-nghiep-cho-sinh-vien-thoi-su-1-0-2469181.html?>, truy cập tháng 12/2020.
- [11] Ủy ban nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2017), *Quyết định số 701/QĐ-UBND ngày 07/3/2017 của Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hóa về việc ban hành Kế hoạch thực hiện chương trình việc làm tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2016 -2020*, Thanh Hóa.

SOLUTIONS TO INCREASE THE BALANCE BETWEEN LEARNING AND PART-TIME JOBS OF STUDENTS AT HONG DUC UNIVERSITY

Nguyen Thi Mai, Do Thi Man

ABSTRACT

Part-time jobs are important to students. By the research, the authors showed some limitations that cause imbalance between learning and part-time jobs of Hong Duc

University students, suggesting some solutions to tackle those problems. Especially, students should pay attention to part-time jobs which are very close their trained majors. They should take the initiative and be active in participating in the employment support activities for students.

Keywords: *Students, part-time jobs, studies, balances, Hong Duc University.*

* Ngày nộp bài: 6/1/2021; Ngày gửi phản biện: 8/1/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG QUẢN LÝ THUẾ GIÁ TRỊ GIA TĂNG TẠI CỤC THUẾ THANH HÓA - NGHIÊN CỨU DƯỚI GÓC ĐỘ CỦA DOANH NGHIỆP

Nguyễn Cẩm Nhung¹, Lê Minh Tuấn²

TÓM TẮT

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả thực hiện khảo sát 250 doanh nghiệp nhỏ và vừa thuộc quản lý của Cục thuế Thanh Hóa. Kết quả hồi quy bội OLS cho thấy các nhân tố (1) Hình thức cưỡng chế thuế, (2) Tính minh bạch thông tin, (3) Công tác thanh kiểm tra, (4) Phương tiện cơ sở vật chất, (5) Công tác tuyên truyền hỗ trợ có mức độ ảnh hưởng giảm dần đến chất lượng quản lý thuế GTGT tại Cục thuế Thanh Hóa. Sự dễ dàng sử dụng hệ thống thuế online và cán bộ công chức thuế không ảnh hưởng tới chất lượng quản lý thuế GTGT tại Cục thuế Thanh Hóa. Kết quả nghiên cứu làm cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp để nâng cao chất lượng quản lý thuế tại Cục thuế Thanh Hóa.

Từ khóa: *Chất lượng quản lý thuế, Thuế giá trị gia tăng, Cục thuế Thanh Hóa.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Luật thuế Giá trị gia tăng đã được quốc hội khóa IX thông qua và có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/1999. Sau hơn 20 năm thực hiện, trải qua nhiều lần điều chỉnh, sửa đổi và bổ sung, Luật thuế giá trị gia tăng đã phát huy tác dụng tích cực trong khuyến khích phát triển sản xuất kinh doanh. Ngày 26 tháng 11 năm 2006 luật Quản lý thuế được Quốc hội khóa XI thông qua và có hiệu lực thi hành từ 01 tháng 7 năm 2007, cho đến nay đã có nhiều văn bản thay đổi và ngày 13 tháng 6 năm 2019 Quốc hội đã ban hành luật Quản lý thuế mới nhất có hiệu lực 01 tháng 07 năm 2020. Việc triển khai quản lý thuế giá trị gia tăng ở Việt Nam nói chung và ở các địa phương nói riêng luôn có những khó khăn, vướng mắc và những tồn tại hạn chế nhất định. Chính vì vậy, vấn đề nghiên cứu về lĩnh vực quản lý thuế GTGT luôn được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm.

Có nhiều công trình nghiên cứu về thuế giá trị gia tăng và quản lý thuế giá trị gia tăng. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu trong nước chủ yếu tập trung vào nghiên cứu giải pháp hoàn thiện hoặc nâng cao công tác quản lý thuế giá trị gia tăng dựa trên đánh giá thực trạng quản lý thuế giá trị gia tăng của đơn vị. Nghiên cứu về chất lượng quản lý thuế giá trị gia tăng đã được một số công trình đề cập đến như: nghiên cứu của Nguyễn Thị Thùy Dung (2013), Mai Thị Lan Hương và Lê Đình Hải (2018). Các công trình này được sử dụng để tham khảo cho cơ sở lý thuyết về chất lượng quản lý thuế giá trị gia tăng đối với nghiên cứu này. Tuy nhiên, các nghiên cứu này được thực hiện trong bối cảnh khác nhau và nghiên cứu về hoạt động quản lý thuế nói chung nên đối tượng khảo sát bao gồm cả doanh nghiệp và hộ kinh doanh cá thể.

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; nguyencamnhung@hdu.edu.vn

² Học viên cao học QTKD.K12B, Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

Trong những năm gần đây, Cục thuế Thanh Hóa đã có những giải pháp như phối hợp tích cực trong việc đôn đốc thu, chống thất thu thuế, đẩy mạnh thủ tục hành chính,... Tuy nhiên, do địa bàn quản lý rộng, cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng được yêu cầu hiện đại hóa công tác quản lý thuế,... Bên cạnh đó, do tính đặc thù hoạt động quản lý thuế GTGT phát sinh nhiều phức tạp dẫn đến khó tính toán lượng thuế phải thu, nguồn thu không ổn định, hoặc rất khó nuôi dưỡng nguồn thu. Nếu không tiếp tục đổi mới, hoàn thiện quản lý thuế GTGT, có thể dẫn đến thất thu. Tại Cục thuế Thanh Hóa, đã có những công trình nghiên cứu về quản lý thuế GTGT. Tuy nhiên chưa có nghiên cứu nào về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý thuế giá trị gia tăng tại cục thuế Thanh Hóa. Trên cơ sở đó, nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý thuế GTGT tại Cục thuế Thanh Hóa có ý nghĩa rất quan trọng. Các phát hiện từ nghiên cứu này có thể giúp Cục thuế Thanh Hóa có những giải pháp phù hợp để nâng cao chất lượng quản lý thuế GTGT nói riêng và chất lượng quản lý thuế nói chung. Trên cơ sở kế thừa và phát triển nghiên cứu của Mai Thị Lan Hương và Lê Đình Hải (2018), nghiên cứu cho biết những nhân tố nào ảnh hưởng tới chất lượng quản lý thuế GTGT tại Cục thuế Thanh Hóa, mức độ ảnh hưởng của các nhân tố như thế nào. Từ đó gợi ý giải pháp nhằm nâng cao chất lượng công tác quản lý thuế GTGT tại Cục thuế Thanh Hóa.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Chất lượng công tác quản lý thuế giá trị gia tăng được định nghĩa là những đánh giá tổng quát của các đối tượng nộp thuế giá trị gia tăng (doanh nghiệp) về mức độ hài lòng và tin cậy vào quyết định thuộc quyền lợi và nghĩa vụ của mình do Cục thuế ban hành [3].

Chất lượng dịch vụ là mức độ mà một dịch vụ đáp ứng được nhu cầu và sự mong đợi của khách hàng [12]. Nhìn chung, chất lượng dịch vụ công được hiểu là mức độ cảm nhận của người dân về các thủ tục hành chính nhà nước và cách thức hướng dẫn, tiếp nhận, giải quyết công việc của các công chức nhà nước.

Theo Tse & Wilton (1988), sự hài lòng của khách hàng là một phản ứng để đánh giá việc cảm nhận sự khác biệt giữa sự mong đợi, kỳ vọng và thực hiện dịch vụ. Đối với khu vực công, Bovaird & Loffler (2012) cho rằng, quản trị công chất lượng cao không chỉ làm gia tăng sự hài lòng khách hàng với dịch vụ công mà còn xây dựng sự trung thực trong quản trị công thông qua quá trình minh bạch, trách nhiệm giải trình và thông qua đối thoại dân chủ. Trong nền dịch vụ hành chính thuế, người nộp thuế là khách hàng và cơ quan thuế là nhà cung cấp. Sự hài lòng của người nộp thuế là cảm nhận về kết quả nhận được từ các dịch vụ hành chính thuế do cơ quan thuế cung cấp so với nhu cầu của họ.

Parasuraman và cộng sự (1988), Cronin & Taylor (1992) cho rằng, cảm nhận chất lượng dịch vụ dẫn đến sự hài lòng của khách hàng. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng tuy là hai khái niệm khác nhau nhưng có liên hệ chặt chẽ với nhau trong nghiên cứu về dịch vụ [10]. Parasuraman và cộng sự (1988) cho rằng, giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng tồn tại một số khác biệt, mà điểm khác biệt cơ bản là vấn đề “nhân quả”. Do vậy, khi đo lường chất lượng dịch vụ luôn gắn với đo lường sự hài lòng.

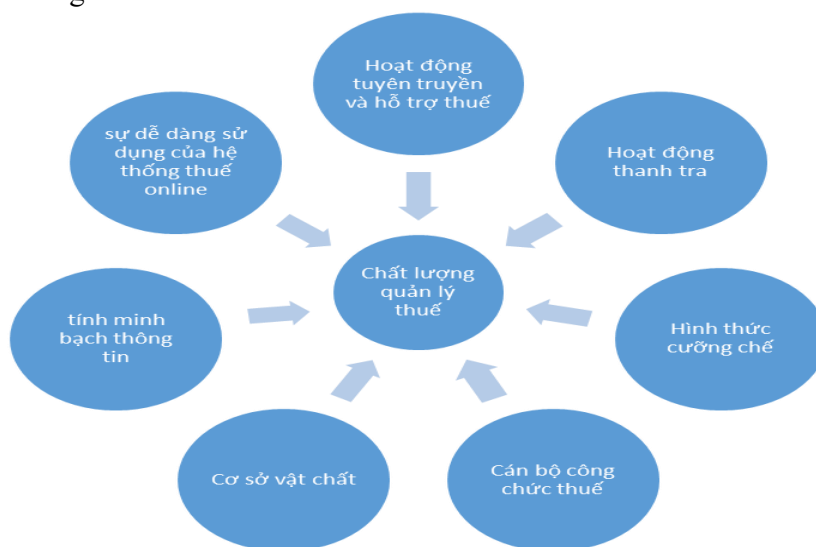
Trên cơ sở các nghiên cứu trước đây và kế thừa nghiên cứu của Mai Thị Lan Hương và Lê Đình Hải (2018) tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý thuế giá trị gia tăng tại Cục thuế Thanh Hóa bao gồm các nhân tố đã được nghiên cứu trong mô hình và đề xuất thêm yếu tố tính minh bạch của thông tin (trong nghiên cứu của Dabla - Norris và cộng sự, 2017) và tính dễ dàng sử dụng của hệ thống thuế online.

Lý do đề xuất thêm nhân tố tính minh bạch thông tin là do thực tế hiện nay vẫn còn hiện trạng người nộp thuế có tư tưởng hoài nghi để có thể giảm nhẹ trách nhiệm pháp lý cũng như không tuân thủ các quyết định về thuế. Mặt khác nghiên cứu của Dabla - Norris và cộng sự (2017) cho thấy tính minh bạch thông tin là một trong những yếu tố góp phần quản lý thuế hiệu quả. Chính vì vậy, trong mô hình nghiên cứu này, tác giả kiểm định xem có mối liên hệ giữa tính minh bạch thông tin với chất lượng quản lý thuế hay không, mức độ ảnh hưởng như thế nào.

Lý do đề xuất thêm nhân tố sự dễ dàng sử dụng hệ thống thuế online vì dịch vụ thuế online là một nghiệp vụ mới triển khai ở Việt Nam. Việc triển khai đăng ký và kê khai thuế online vẫn còn nhiều bất cập, hạn chế. Qua tìm hiểu sơ bộ một số doanh nghiệp nộp thuế cho thấy rằng việc sử dụng phần mềm vẫn còn những lỗi gặp phải. Do vậy, trong phạm vi nghiên cứu của mình, tác giả đánh giá xem yếu tố sự dễ dàng sử dụng hệ thống online có ảnh hưởng đến chất lượng quản lý thuế hay không.

Cục Thuế tỉnh Thanh Hoá là đơn vị trực thuộc Tổng Cục Thuế, sau 30 năm xây dựng và trưởng thành tính đến ngày 01/01/2020 Cục Thuế tỉnh Thanh Hoá có tổng số 1.342 công chức, trong đó trình độ trên đại học 217 công chức, đại học 889 công chức, cao đẳng 16 công chức, trung cấp 204, sơ cấp 16 công chức. Hiện nay Cục Thuế tỉnh Thanh Hoá đang hoạt động theo mô hình 2 cấp, cấp tỉnh là Cục Thuế gồm 12 phòng chuyên môn, cấp huyện, thị xã, thành phố gồm 12 Chi Cục Thuế khu vực trực thuộc).

Mô hình nghiên cứu đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất của tác giả

Hoạt động tuyên truyền được hiểu là hoạt động nhằm phổ biến, truyền bá những tư tưởng, quan điểm, nội dung cơ bản của chính sách thuế, quản lý thuế đến người nộp thuế và cộng đồng dân cư nhằm nâng cao nhận thức chung của xã hội về pháp luật thuế và nâng cao ý thức tuân thủ thuế. Cơ quan thuế sử dụng các biện pháp tuyên truyền phổ biến giáo dục pháp luật về thuế và hỗ trợ giải đáp thắc mắc về thuế cho người nộp thuế nhằm giúp người nộp thuế nắm bắt và hiểu đúng về pháp luật trong lĩnh vực thuế [4].

Hỗ trợ người nộp thuế là công tác hướng dẫn cụ thể các văn bản chính sách thuế, cung cấp và giải đáp các thắc mắc về thủ tục và nội dung thuế cho người nộp thuế để họ tuân thủ và thực hiện tốt các chính sách thuế của Nhà nước trong từng thời kỳ [4].

Thanh kiểm tra Thuế là hoạt động kiểm tra của tổ chức chuyên trách làm công tác Kiểm tra của cơ quan thuế đối với đối tượng Thanh tra nhằm phát hiện, ngăn chặn, xử lý những hành vi trái pháp luật [1].

Cưỡng chế nợ thuế là một trong những biện pháp được Tổng cục thuế áp dụng để xử lý tình trạng nợ thuế có khả năng thu hồi theo quy định của Luật Quản lý thuế.

Đối với công tác quản lý thuế, khi xem xét ảnh hưởng của cán bộ công chức thuế đến chất lượng quản lý thuế được thể hiện thông qua trình độ chuyên môn, trình độ đáp ứng công nghệ thông tin, thái độ làm việc, khả năng đáp ứng người nộp thuế và khả năng tạo niềm tin cho người nộp thuế [3].

Cơ sở vật chất là cơ sở hạ tầng phục vụ cho công tác quản lý thuế như trụ sở làm việc, thiết bị kỹ thuật, ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác quản lý [3].

Minh bạch thông tin là một khái niệm khá trừu tượng, để đo lường tính minh bạch là một công việc khó khăn. Tính minh bạch thông tin trong công tác quản lý thuế được hiểu là sự bình đẳng trong việc tiếp cận thông tin của người nộp thuế [8].

Sự dễ dàng sử dụng thuế online được hiểu là khả năng dễ dàng thao tác phần mềm quản lý thuế [9].

Giả thuyết nghiên cứu:

H1: Hoạt động tuyên truyền (HDTT) và hỗ trợ thuế có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng quản lý thuế GTGT.

H2: Hoạt động thanh tra thuế (TRT) có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng quản lý thuế GTGT.

H3: Hình thức cưỡng chế nợ thuế (HTCC) có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng quản lý thuế GTGT.

H4: Cán bộ công chức thuế có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng quản lý thuế GTGT.

H5: Cơ sở vật chất (PTVC) có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng quản lý thuế GTGT.

H6: Tính minh bạch thông tin (MBTT) có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng quản lý thuế GTGT.

H7: Sự dễ dàng sử dụng hệ thống thuế online (DDSD) có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng quản lý thuế GTGT.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Thang đo

Trên cơ sở mô hình nghiên cứu được kế thừa từ nghiên cứu của Mai Thị Lan Hương (2018), các nhân tố hoạt động tuyên truyền và hỗ trợ thuế, tổ chức hoạt động thanh tra kiểm

tra, hình thức cưỡng chế - xử phạt, cán bộ công chức thuế, phương tiện cơ sở vật chất được sử dụng thang đo từ nghiên cứu của Mai Thị Lan Hương (2018). Nhân tố tính minh bạch thông tin sử dụng thang đo của Dabla - Norris và cộng sự (2017). Nhân tố sự dễ dàng sử dụng được kế thừa từ nghiên cứu Mustapha và cộng sự (2015). Thang đo chất lượng quản lý thuế GTGT được kế thừa từ nghiên cứu của Mai Thị Lan Hương (2018).

2.2.2. Mô tả dữ liệu nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, với số biến quan sát là 32 biến quan sát (trong đó có 7 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc). Theo điều kiện nêu trên thì kích thước mẫu nghiên cứu nhóm tác giả sử dụng là 250 quan sát (kích thước mẫu nghiên cứu tối thiểu trong nghiên cứu phải là $32 \times 5 = 160$ quan sát). Để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý thuế GTGT, tác giả tiến hành khảo sát 250 doanh nghiệp nhỏ và vừa có nộp thuế GTGT đang hoạt động trên địa bàn thành phố Thanh Hóa, là những doanh nghiệp đang hoạt động và thuộc quản lý của Cục thuế Thanh Hóa. Phương pháp điều tra khảo sát được thực hiện bằng cách phát phiếu trực tiếp đến các doanh nghiệp thông qua gửi phiếu ở cán bộ thuế và đi thu thập trực tiếp tại doanh nghiệp.

Thời gian thu thập: từ ngày 01/3/2021 đến ngày 31/3/2021.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Trong 250 phiếu phát ra thu về và hợp lệ để đưa vào phân tích là 230 phiếu với tỷ lệ là 92% (loại bỏ những phiếu chỉ có trả lời 1 phương án và trả lời bị khuyết). Điều này hoàn toàn phù hợp và đảm bảo điều kiện để phân tích.

Các doanh nghiệp trả lời là những doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa, thuộc diện nộp thuế giá trị gia tăng tại Cục thuế Thanh Hóa

3.1. Phân tích độ tin cậy của thang đo với hệ số Cronbach's Alpha

Thực hiện chạy Cronbach's Alpha lần thứ nhất cho từng nhóm nhân tố, kết quả cho thấy các hệ số Cronbach's Alpha của biến tổng đều lớn hơn 0,6. Tuy nhiên, có một số biến quan sát không thỏa mãn điều kiện hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến nhỏ hơn biến tổng. Do vậy, kết quả chạy lần thứ nhất loại các biến quan sát TKT3, PTVC1, TTHT4, MBTT3, CBCC5, DDS4. Thực hiện chạy Cronbach's Alpha lần thứ hai sau khi đã loại những biến quan sát trên, kết quả cho thấy các hệ số Cronbach's Alpha của biến tổng đều nằm trong khoảng từ 0,736 - 0,92, đảm bảo điều kiện về độ tin cậy (lớn hơn 0,6 và nhỏ hơn 0,95). Tuy nhiên có biến quan sát CBCC1 có hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến nhỏ hơn biến tổng nên tiếp tục loại biến quan sát CBCC1 để chạy lại lần thứ ba. Kết quả lần ba cho thấy các biến quan sát đều đảm bảo điều kiện về độ tin cậy của thang đo và đủ điều kiện để tiếp tục thực hiện phân tích khám phá nhân tố.

3.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả kiểm định KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) and Bartlett's Test ở bảng trên cho thấy cơ sở dữ liệu này là hoàn toàn phù hợp vì giá trị kiểm định đạt 0,769 ($>0,5$) với mức ý nghĩa thống kê là 99%. Điều này cho thấy, kỹ thuật phân tích nhân tố là hoàn toàn có thể thực hiện được trong nghiên cứu này bởi vì trong trường hợp này quy mô mẫu thích hợp và đủ lớn để thực hiện.

Hệ số tải nhân tố của từng biến quan sát có giá trị lớn hơn 0,5, điểm dừng khi Eigenvalue = 1,030 > 1 (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) và tổng phương sai dừng để giải thích bởi từng nhân tố là 74,26% lớn hơn 50%.

Bảng 1. Kết quả phân tích khám phá các nhân tố độc lập trong mô hình

	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
TTHT5	.913						
TTHT3	.902						
TTHT2	.897						
TTHT1	.868						
PTVC4		.861					
PTVC3		.860					
PTVC2		.850					
CBCC2			.873				
CBCC3			.851				
CBCC4			.842				
DDSD2				.863			
DDSD1				.858			
DDSD3				.807			
HTCC1					.819		
HTCC3					.817		
HTCC2					.799		
MBTT4						.811	
MBTT2						.793	
MBTT1						.789	
TKT4							.800
TKT2							.780
TKT1							.761

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra

Các nhân tố trong mô hình khám phá không hình thành nhóm mới và đủ điều kiện để phân tích hồi quy. Có 7 nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý thuế GTGT tại Cục thuế Thanh Hóa.

3.3. Kiểm định mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý thuế giá trị gia tăng tại Cục thuế Thanh Hóa

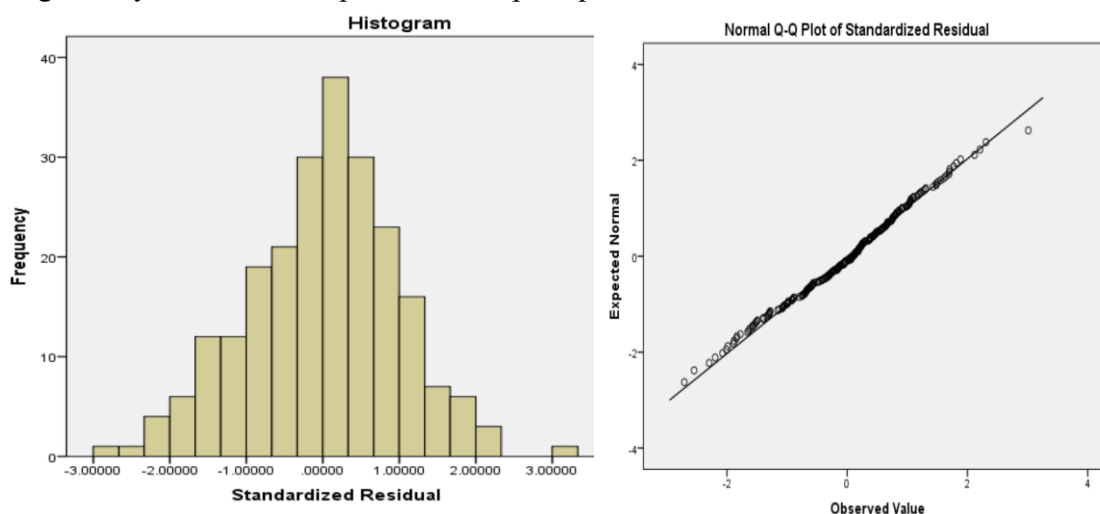
Để đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến chất lượng quản lý thuế GTGT tại Cục thuế Thanh Hóa, tác giả sử dụng mô hình hồi quy đa biến. Và trong mô hình, biến độc lập gồm 7 nhân tố còn biến phụ thuộc là chất lượng quản lý thuế GTGT. Sau khi chạy phần mềm SPSS cho kết quả như sau

Bảng 2. Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin- Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.670 ^a	.449	.432	.50857	.449	25.843	7	222	.000	1.681

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra

Kết quả nhận được cho thấy mức ý nghĩa Sig. rất nhỏ (Sig. = 0,000) và hệ số xác định $R^2 = 0,449$ (R^2 điều chỉnh = 0,432), tức có trên 43,2% chất lượng công tác quản lý thuế GTGT được đánh giá bởi 7 nhân tố trên. Thông thường hệ số R^2 điều chỉnh lớn hơn 50%, chính vì vậy mức độ giải thích của mô hình tạm chấp nhận được chứ chưa cao. Điều này có thể lý giải là do tính đại diện của mẫu chưa cao. Hệ số Durbin-Watson = 1,681 (>1) cho biết không có hiện tượng tự tương quan giữa các biến. Thực hiện kiểm định Kolmogorov-Smirnov, với Sig. = 0,2 (lớn hơn 0,05) cho thấy chấp nhận giả thuyết phân phối của phần dư là phân phối chuẩn. Bên cạnh đó, qua quan sát mức độ các điểm quan sát phân tán xung quanh đường thẳng kỳ vọng, ta thấy phân phối phần dư hoàn toàn trùng hợp với một phân phối chuẩn, các điểm quan sát không nằm quá xa so với đường thẳng kỳ vọng. Vì vậy có thể kết luận phần dư được phân phối chuẩn hóa.

**Hình 2. Biểu đồ và đồ thị so sánh của phần dư chuẩn hóa**

Mặt khác, kiểm định one - sample test đối với phần dư cho giá trị Sig.=1, cho thấy giá trị trung bình của các phần dư bằng 0; Kiểm định hệ số tương quan Pearson giữa phần dư và biến độc lập cho thấy giá trị Sig. giữa phần dư và các biến độc lập đều bằng 1, bác bỏ giả thuyết tự tương quan, do đó không có mối quan hệ tương quan giữa phần dư và các biến độc lập. Thỏa mãn giả thiết phương sai không đồng nhất. Hệ số VIF cao nhất = 1,270 < 10, không có hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy đủ điều kiện để hồi quy bội, kết quả như sau:

Bảng 3. Kết quả hồi quy bội

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.286	.274		1.044	.298		
	AVETKT	.144	.039	.206	3.678	.000	.787	1.270
	AVEPTVC	.110	.035	.167	3.089	.002	.853	1.173
	AVETTHT	.091	.031	.153	2.904	.004	.890	1.124
	AVEMBT	.172	.043	.218	3.976	.000	.827	1.210
	AVECBC	.071	.037	.099	1.950	.052	.971	1.030
	AVEDDSD	.039	.041	.048	.953	.342	.964	1.037
	AVEHTCC	.271	.051	.313	5.287	.000	.707	1.414

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra

Giá trị Sig. của nhân tố “Cán bộ công chức” và “Dễ dàng sử dụng” đều lớn hơn 0,5 nên không có ý nghĩa thống kê, do vậy loại 2 nhân tố này ra khỏi mô hình.

Thực hiện lại hồi quy lần 2, loại bỏ nhân tố CBCC và DDSĐ ta có kết quả phương trình hồi quy như sau:

$$CLQL = 0,203TKT + 0,158PTVC + 0,140TTHT + 0,224 MBTT + 0,334 HTCC + u$$

Kết quả hồi quy cho thấy dưới góc độ của người nộp thuế thì họ cho rằng chất lượng công tác quản lý thuế không được quyết định bởi cán bộ công chức thuế và sự dễ dàng sử dụng của hệ thống thuế điện tử. Về cán bộ công chức thuế hiện nay tại Cục thuế Thanh Hóa có trình độ chuyên môn cao và luôn có thái độ tốt, nhiệt tình trong công việc. Do vậy, cán bộ công chức thuế không ảnh hưởng đến sự hài lòng về công tác quản lý thuế hay niềm tin của người nộp thuế (NNT) về công tác quản lý thuế đối với đơn vị. Các biến độc lập trong mô hình đều có quan hệ cùng chiều với biến CLQL. Để xác định mức độ ảnh hưởng của các biến số độc lập ta sử dụng hệ số hồi quy đã chuẩn hóa. Ý nghĩa của hệ số hồi quy đã chuẩn hóa (β chuẩn hóa) cho thấy khi biến độc lập tăng lên 1 điểm thì biến phụ thuộc CLQL tăng lên β điểm. Cụ thể như sau:

Hình thức cưỡng chế là nhân tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến chất lượng quản lý thuế ($\beta=0,334$). Người nộp thuế cho rằng việc xử lý các vi phạm về thuế rõ ràng, minh bạch, các hình thức cưỡng chế về nợ thuế là công bằng và phát huy được các hình phạt thì mức độ hài lòng và niềm tin của người nộp thuế càng cao.

Minh bạch thông tin là nhân tố có mức độ ảnh hưởng thứ hai đến chất lượng quản lý thuế ($\beta=0,224$). Người nộp thuế cho rằng kết quả các hoạt động thanh kiểm tra được công khai đầy đủ, các thông tin liên quan đến quyền lợi và nghĩa vụ thuế luôn được công bố kịp thời, đầy đủ thì sự hài lòng và niềm tin của người nộp thuế về chất lượng quản lý thuế càng cao.

Phương tiện cơ sở vật chất và công tác tuyên truyền hỗ trợ là những nhân tố có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng công tác quản lý thuế, tuy nhiên mức độ ảnh hưởng không cao ($\beta=0,158$ và $\beta=0,140$).

3.4. Một số giải pháp nâng cao chất lượng quản lý thuế Giá trị gia tăng tại Cục thuế Thanh Hóa

Một là, tăng cường công tác cưỡng chế và thu nợ thuế

Đây là nhân tố có ảnh hưởng lớn đến chất lượng quản lý thuế GTGT tại Cục thuế Thanh Hóa. Trên thực tế, hầu như các doanh nghiệp đều thực hiện khá tốt việc tuân thủ thuế. Tuy nhiên vẫn còn tình trạng nợ đọng thuế lâu ngày, chây ì, cố ý chiếm đoạt tiền thuế làm ảnh hưởng chung đến uy tín của các doanh nghiệp. Chính vì vậy công tác đôn đốc, cưỡng chế thuế phải đảm bảo kịp thời, chính xác các khoản nợ đối với từng đối tượng nộp thuế.

Hai là, giải pháp thực hiện cải cách thủ tục hành chính theo hướng đơn giản, dễ thực hiện, công khai, minh bạch thông tin

Cục thuế Thanh Hóa tăng cường ban hành các chính sách thuế GTGT theo xu hướng đơn giản, minh bạch hóa việc kê khai, tính thuế, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp. Đảm bảo minh bạch nhưng phải công bằng: chính sách quy định doanh nghiệp vi phạm pháp luật thuế sẽ bị xử phạt với các mức phạt rất cụ thể; nhưng trường hợp cơ quan thuế hoàn thuế chậm cho doanh nghiệp so với thời gian quy định hoặc việc trả lời khiếu nại của doanh nghiệp chậm thì chưa có chế tài cơ quan thuế phải bồi thường, thanh toán tiền lãi cho doanh nghiệp.

Ba là, nâng cấp hệ thống phần mềm ứng dụng công nghệ thông tin hỗ trợ công tác quản lý thuế GTGT

Đến thời điểm hiện nay, về cơ bản thì Cục Thuế Thanh Hóa sử dụng một số ứng dụng hỗ trợ quản lý thuế GTGT như: BCTC (quản lý báo cáo tài chính), TTR (phần mềm quản lý Thanh tra Thuế), QLT (quản lý thuế), iHTKK (kê khai thuế), QLCV (quản lý công văn),... Tuy nhiên, mối liên thông dữ liệu cơ sở giữa các ứng dụng này chưa tốt, dẫn đến nhiều thông tin phải nhập lại, không tận dụng được nguồn dữ liệu đã có. Nâng cấp cơ sở dữ liệu về NNT, các chỉ tiêu, đánh giá phân tích tình hình nộp thuế của NNT. Thường xuyên cập nhật thông tin về NNT, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tra cứu thông tin về NNT. Bổ sung các trường dữ liệu về NNT trên hệ thống quản lý NNT như: thời hạn hoạt động, thông tin về các bên góp vốn, số người lao động hàng năm, mức độ ưu đãi, miễn giảm thuế, số lần được Thanh tra Thuế, thời kỳ đã Thanh tra Thuế, số lần bị xử phạt vi phạm pháp luật về thuế...

Bốn là, tăng cường công tác tuyên truyền, hỗ trợ người nộp thuế

Với việc thực hiện “Chiến lược cải cách hệ thống Thuế giai đoạn 2011 - 2020” thủ tục hành chính thuế liên tục thay đổi, mặc dù khi có sự thay đổi về chính sách mới Cục Thuế tỉnh Thanh Hóa luôn tổ chức ngay các buổi tập huấn hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện, tuy nhiên với số lượng doanh nghiệp ngày càng tăng khiến việc vi phạm pháp luật về thuế vẫn xảy ra khá phổ biến, vi phạm pháp luật thuế do sai sót không cố ý gây ra ngày càng tăng. Trong khi nguồn nhân lực cán bộ làm công tác quản lý còn hạn chế thì việc hạn

ché những sai sót không có ý do thiếu hiểu biết về thủ tục hành chính thuế là cần thiết và quan trọng để công tác quản lý có thể tập trung vào các đối tượng cố tình gian lận thuế. Chính vì vậy công tác tuyên truyền và hỗ trợ người nộp thuế cần được tăng cường và nâng cao hơn để có thể nâng cao nhận thức cũng như giải quyết tất cả những vướng mắc của NNT trong việc chấp hành thủ tục hành chính thuế, tránh việc vi phạm thủ tục hành chính thuế do không có ý gây ra.

4. KẾT LUẬN

Thông qua nghiên cứu định lượng với công cụ mô hình nghiên cứu SPSS, với bối cảnh nghiên cứu tại Cục thuế Thanh Hóa, nghiên cứu đã chỉ ra chất lượng công tác quản lý thuế không được quyết định bởi cán bộ công chức thuế và sự dễ dàng sử dụng của hệ thống thuế điện tử. Hình thức cưỡng chế thuế, tính minh bạch thông tin, công tác thanh kiểm tra, phương tiện cơ sở vật chất và tuyên truyền hỗ trợ có mức độ ảnh hưởng giảm dần đến chất lượng quản lý thuế GTGT. Hạn chế của nghiên cứu này là chỉ thực hiện đối với đối tượng doanh nghiệp nhỏ và vừa, chưa xem xét đến những yếu tố khác. Do đó, vấn đề này đưa ra một hướng nghiên cứu nữa cho các nghiên cứu tiếp theo của nhóm tác giả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Cảnh Bày (2014), *Hoàn thiện công tác kiểm tra, thanh tra thuế ở Cục thuế Hà Tĩnh*, Luận văn thạc sĩ quản lý kinh tế, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [2] Nguyễn Thị Thùy Dung (2013), *Một số giải pháp nhằm góp phần nâng cao chất lượng công tác quản lý thuế tại Chi cục thuế Chương Mỹ, Hà Nội*, Luận văn Thạc sĩ Trường Đại học Lâm Nghiệp.
- [3] Mai Thị Lan Hương, Lê Đình Hải (2018), Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng công tác quản lý thuế tại Chi cục Thuế huyện Ứng Hòa - TP. Hà Nội, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp*, (01), tr.178 - 188.
- [4] Phạm Xuân Tuyên (2016), *Hoạt động tuyên truyền người nộp thuế thực trạng năm 2015 và giải pháp năm 2016*, <https://daotaomof.vn/chuyen-de-18-hoat-dong-tuyen-truyen-ho-tro-nguoi-nop-thue-thuc-trang-nam-2015-va-giai-phap-nam-2016/>
- [5] Bovaird, T. & Loffler, E. (2012), *From engagement to co-production: How users and communities contribute to public services*, London: Routledge
- [6] Cronin, J. J., & Taylor, S.A. (1992), Measuring service quality: A re examination and extension, *Journal of Marketing*, 56, pp. 55 - 68.
- [7] Das-Gupta, A., Estrada G. B., & Park, D. (2016), *Measuring tax administration effectiveness and its impact on tax revenue*, Working, papers, Economic Research Institute for ASEAN and east ASIA.
- [8] Dabla-Norris, M. E., Misch, F., Cleary, M. D., & Khwaja, M. (2017), Tax administration and firm performance: new data and evidence for emerging market and developing economies, *International Monetary Fund*.

- [9] Mustapha, B., & Obid, S. N. B. S. (2015), Tax service quality: The mediating effect of perceived ease of use of the online tax system, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 2-9.
- [10] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988), SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64, pp. 12 - 40.
- [11] Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988), Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension, *Journal of Marketing Research*, 25, pp. 204-12
- [12] Wisniewski, M. and Donnelly, M. (1996), Measuring service quality in the public sector: The potential for SERVQUAL, *Total Quality Management*, 7, pp. 357 - 365

FACTORS AFFECTING QUALITY OF VALUE ADDED TAX ADMINISTRATION AT THANH HOA TAX DEPARTMENT

Nguyen Cam Nhung, Le Minh Tuan

ABSTRACT

In this study, the authors conducted the survey of 250 SMEs under the management of Thanh Hoa Tax Department. The OLS multiple regression results indicated that; (1) Tax enforcement, (2) Information transparency, (3) Inspection, (4) Facilities and Infrastructures, (5) Propaganda and supportation have no correlation with the quality of VAT administration at Thanh Hoa Tax Department. The results are referred to as the basis to propose solutions to improve tax administration quality at Thanh Hoa Tax Department.

Keywords: *Tax administration quality, value added tax, Thanh Hoa Tax Department.*

** Ngày nộp bài: 26/4/2021; Ngày gửi phản biện: 28/4/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021*

GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC THỰC THI CÔNG VỤ CỦA CÔNG CHỨC CỤC QUẢN LÝ THỊ TRƯỜNG TỈNH THANH HÓA

Bùi Thị Ninh¹, Phạm Trung Kiên²

TÓM TẮT

Yếu tố con người luôn được xem là yếu tố quan trọng bậc nhất và có tính chất quyết định cho sự tồn tại và phát triển của mọi tổ chức. Do vậy, năng lực của cán bộ nhân viên hay người lao động cần phải được đặc biệt chú trọng. Đặc biệt là đội ngũ công chức Việt Nam hiện nay, là đội ngũ chủ chốt trong các cơ quan Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và phát triển đơn vị vững mạnh. Nghiên cứu này đánh giá năng lực thực thi công vụ của công chức tại Cục quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa; từ đó đưa ra các giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao năng lực thực thi công vụ tại đơn vị trong thời gian tới.

Từ khóa: *Năng lực thực thi, chất lượng nguồn nhân lực, chất lượng công chức.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm qua, nhận thức được tầm quan trọng của đội ngũ cán bộ công chức - những người thực thi công vụ, Cục Quản lý thị trường (Cục QLTT) tỉnh Thanh Hóa đã quan tâm đến việc nâng cao chất lượng đội ngũ này nhằm đáp ứng yêu cầu cải cách hành chính. Hàng năm, Cục đã cử một số lượng lớn cán bộ, công chức Nhà nước tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng bao gồm cả trong nước và ngoài nước..., đồng thời có những chính sách nhằm khuyến khích, động viên đội ngũ cán bộ, công chức tích cực học tập, tu dưỡng để không ngừng nâng cao trình độ, năng lực. Nhờ những biện pháp đó mà trình độ, năng lực của cán bộ, công chức được nâng lên đáng kể.

Sau một thời gian nghiên cứu, nhận thấy một bộ phận cán bộ công chức tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa đã được chuẩn hóa về kiến thức, phù hợp với ngạch công chức và nhiệm vụ đảm nhận, nhưng vẫn còn một bộ phận công chức chưa đáp ứng yêu cầu về kỹ năng và thái độ.

Việc nghiên cứu năng lực thực thi công vụ là cần thiết, đặc biệt là nghiên cứu về kỹ năng, thái độ, hành vi của công chức hành chính, từ đó tạo cơ sở để tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ công chức hành chính nhằm thực hiện tốt hơn nhiệm vụ của mình, góp phần nâng cao hiệu lực, hiệu quả của hoạt động quản lý hành chính nhà nước nói chung và trong hoạt động quản lý thị trường nói riêng.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu thứ cấp: được thu thập từ phòng Tổ chức hành chính; các tài liệu, văn bản khác từ sách, báo, báo cáo của các sở ban ngành, báo cáo tổng kết hoạt động công tác Cục QLTT Thanh Hóa, tham khảo tài liệu trên mạng internet.

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; buithininh@hdu.edu.vn

² Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

Số liệu sơ cấp: Tác giả phát phiếu khảo sát cho đối tượng: Tất cả cán bộ nhân viên là công chức tại Cục QLTT. Tính thời điểm khảo sát có 155 cán bộ công chức, tác giả phát ra 131 phiếu (số còn lại trong quá trình đi công tác, đào tạo, nghỉ phép, nghỉ ốm). Có thể tham khảo tại phụ lục 1, phụ lục 2. Trong đó: Số phiếu phát ra: 131 phiếu. Số phiếu thu về: 131 phiếu. Số phiếu hợp lệ: 126 phiếu. Số phiếu không hợp lệ: 5 phiếu. Nội dung phiếu khảo sát điều tra về mức độ đáp ứng về trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và thái độ hành vi của công chức - các tiêu chí chính trong đánh giá năng lực thực thi công vụ của công chức Cục QLTT. Tác giả sử dụng thang đo Likert (cho điểm từ 1-5) từ “*rất không đồng ý*” cho đến “*rất đồng ý*” và tính điểm trung bình của từng nội dung.

Phương pháp phân tích: Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả, so sánh để đánh giá thực trạng quản trị nguồn nhân lực tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Tổng quan về Cục Quản lý thị trường Thanh Hóa

Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa tiền thân là Chi Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa được thành lập theo Quyết định 3650/QĐ-BCT ngày 11 tháng 10 năm 2018 của Bộ trưởng Bộ Công Thương là tổ chức trực thuộc Tổng Cục Quản lý thị trường, sắp xếp lại trên cơ sở Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa theo mục tiêu lộ trình thực hiện tại Đề án thành lập Tổng Cục Quản lý thị trường đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa có chức năng giúp Tổng Cục trưởng Tổng Cục Quản lý thị trường quản lý Nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật về phòng, chống, xử lý các hành vi kinh doanh hàng hóa nhập lậu; sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm, hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ, hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; hành vi vi phạm pháp luật về chất lượng, đo lường, giá, an toàn thực phẩm; hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các hành vi gian lận thương mại theo quy định pháp luật trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa; thực hiện chức năng thanh tra chuyên ngành theo đúng quy định của pháp luật.

Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa không ngừng nỗ lực phấn đấu hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ chính trị mà cấp trên giao phó, đồng thời duy trì trật tự kỷ cương trong hoạt động thương mại dịch vụ, chống các hoạt động buôn lậu, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng, chống gian lận thương mại và các hành vi kinh doanh trái phép khác trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Về kết quả quản lý thị trường

Trong báo cáo tổng kết công tác QLTT tỉnh Thanh Hóa 3 năm gần đây, tổng số vụ kiểm tra trong 3 năm qua liên tục giảm, từ 1343 vụ năm 2018 xuống còn 970 vụ năm 2019 và 845 vụ năm 2020. Có thể một trong hai nguyên nhân: một là do số vụ vi phạm thực tế giảm, hai là do cuối năm 2018 có sự thay đổi của Cục QLTT chuyển sang ngành dọc, đơn vị giảm so với năm 2017 gần 50 lao động. Năm 2020, lao động bổ sung thêm 10 cán bộ, tuy nhiên gặp phải dịch Covid-19, số doanh nghiệp, cửa hiệu dừng hoạt động nhiều nên có thể số vụ kiểm tra cũng giảm [6,7,8].

3.2. Đặc điểm nguồn nhân lực

Lực lượng toàn Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa năm 2018, 2019, 2020 lần lượt là 157, 155 và 165 người. Như vậy, hiện tại công chức chiếm 93%, lao động hợp đồng (theo nghị định số 68) là 10 người chiếm 7% (Kết quả bảng 1).

Bảng 1. Cơ cấu công chức theo giới tính, độ tuổi

Nội dung	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020	
	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %
Giới tính						
Nam	112	76,19	110	75,86	115	74,19
Nữ	35	23,81	35	24,14	40	25,81
Tổng	147	100	145	100	155	100
Độ tuổi						
Dưới 30	14	9,52	14	9,66	15	9,68
Từ 30 - 50	122	82,99	122	84,14	131	84,52
Từ 51 - 60	11	7,48	9	6,21	9	5,81
Tổng	147	100	145	100	155	100

Nguồn: Phòng Tổ chức hành chính

Số lượng công chức trong các cơ quan chuyên môn thuộc Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa giai đoạn (2018 - 2020) tương đối ổn định và có sự giảm đều về số lượng do việc hạn chế tuyển dụng công chức và chính sách tinh giản biên chế. Từ 30 đến 50 tuổi chiếm số lượng lớn trên 84%, đây là độ tuổi mà kinh nghiệm làm việc đã có trên vài năm trở lên, sức khỏe tốt nên có thể đáp ứng được công việc tương đối tốt (bảng 1).

3.3. Thực trạng năng lực thực thi công vụ của công chức tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

3.3.1. Thực trạng năng lực thực thi công vụ - Nhìn từ góc độ các yếu tố cấu thành năng lực

Để tìm hiểu được thực trạng năng lực thực thi công vụ của công chức tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa, một mặt nhóm tác giả tìm hiểu về thực tế khách quan liên quan đến năng lực thực thi, một mặt khác nhóm tác giả cố gắng tìm hiểu góc nhìn của chính công chức đơn vị.

3.3.1.1. Thực trạng về trình độ chuyên môn nghiệp vụ

Hiện tại, đội ngũ công chức Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa có chuyên môn cao, thể hiện trong trình độ chuyên môn nghiệp vụ. Tỷ lệ công chức đại học và trên đại học chiếm tỷ lệ lớn phần lớn công chức đang có trình độ đại học và trên đại học, phần nhỏ đang trong quá trình tham gia học tập nâng cao trình độ lên đại học.

Bảng 2. Cơ cấu lao động theo các chỉ tiêu cấu thành năng lực

Nội dung	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020	
	Người	Tỉ lệ	Người	Tỉ lệ	Người	Tỉ lệ
1. Nghiệp vụ	147	100	145	100	155	100
Công an	12	8,16	12	8,28	12	7,74
Bộ đội chuyên nghiệp	13	8,84	11	7,59	14	9,03
Luật kinh tế	20	13,61	20	13,79	21	13,55
Kinh tế - QTKD	19	12,93	18	12,41	22	14,19
Tài chính- kế toán	24	16,33	24	16,55	25	16,13
Thuế	18	12,24	18	12,41	20	12,90
Công nghệ kỹ thuật hóa học	7	4,76	7	4,83	8	5,16
Công nghệ kỹ thuật xây dựng	7	4,76	8	5,52	7	4,52
Chuyên môn khác	27	18,37	27	18,62	26	16,77
2. Trình độ lý luận chính trị	147	100	145	100	155	100
Cao cấp, cử nhân	17	11,56	14	9,66	15	9,68
Trung cấp	18	12,24	15	10,34	14	9,03
Sơ cấp	36	24,49	25	17,24	26	16,77
3. Trình độ ngoại ngữ	147	100	145	100	155	100
Đại học	93	63,27	93	64,14	100	64,52
Chứng chỉ	54	36,73	52	35,86	55	35,48
4. Trình độ tin học	147	100	145	100	155	100
Trung cấp trở lên	125	85,03	126	86,90	127	81,94
Chứng chỉ	22	14,97	19	13,10	28	18,06
5. Ngạch công chức	147	100	145	100	155	100
Chuyên viên cao cấp	1	0,68	1	0,69	9	5,81
Chuyên viên chính	10	6,80	12	8,28	14	9,03
Chuyên viên	100	68,03	99	68,28	103	66,45
Cán sự	30	20,41	28	19,31	32	20,65
Nhân viên	6	4,08	5	3,45	5	3,23
6. Trình độ chuyên môn	147	100	145	100	155	100
Trên đại học	18	12,24	19	13,10	22	14,19
Đại học	103	70,07	110	75,86	112	72,26
Cao đẳng	20	13,61	11	7,59	16	10,32
Trung cấp	6	4,08	5	3,45	5	3,23

Nguồn: Phòng Tổ chức hành chính

Qua số liệu bảng 2 ta thấy: Đa số công chức ở ngạch chuyên viên trở lên, chuyên viên cao cấp chiếm trên 6%, chuyên viên chính chiếm trên 10%, chuyên viên chiếm 23%. Về trình độ đào tạo, số lượng công chức có trình độ từ đại học trở lên, chiếm trên 82 - 84%. Nhìn chung, công chức tại các cơ quan chuyên môn thuộc Cục QLTT tỉnh đã đạt chuẩn về tiêu chuẩn ngạch công chức và trình độ đào tạo; trình độ chuyên môn nghiệp vụ, lý luận chính trị ngày càng tăng về số lượng và chất lượng.

Bảng 3. Mức độ đáp ứng của công chức về trình độ chuyên môn

STT	Nội dung	Mức độ đồng ý					Tổng	Trung bình
		1	2	3	4	5		
		Số lượng						
1	Trình độ chuyên môn nghiệp vụ đủ để đáp ứng thực thi công vụ	3	15	38	39	31	126	3,63
2	Chuyên ngành đào tạo khi được tuyển dụng phù hợp với công việc đang đảm nhận	0	21	45	44	16	126	3,44
3	Trình độ ngoại ngữ đủ để thực thi công vụ	0	8	32	48	38	126	3,92
4	Trình độ tin học đủ để thực thi công vụ	0	18	36	39	33	126	3,69
5	Trình độ lý luận chính trị thật sự cần thiết để thực thi công vụ	5	12	35	46	28	126	3,63

Nguồn: Tổng hợp điều tra của tác giả

Sau khi khảo sát và kết quả cho thấy tại bảng 3, giống như tác giả nhận định phía trên điểm trung bình 3,63 được coi là tương đối tốt, hầu hết công chức đều cho rằng trình độ chuyên môn của bản thân và đồng nghiệp là đủ để đáp ứng nhu cầu công việc, tuy nhiên, vẫn còn một số ít công chức không đồng ý (15 người) và rất không đồng ý (3 người). Lý do của công chức chưa đồng tình đó là có 1 số công chức chuyên ngành đào tạo chính không liên quan đến QLTT, và tương đối nhiều trong số công chức đó thực hiện công việc đạt hiệu quả không cao.

Một số cán bộ công chức cho rằng trình độ chuyên môn của bản thân/đồng nghiệp chưa thực sự phù hợp với nghiệp vụ QLTT. Điều này cũng tương đối dễ hiểu, bởi vì yêu cầu tuyển dụng kiểm soát viên thị trường theo Tổng Cục QLTT đôi khi có sự khác nhau trong tiêu chuẩn về bằng cấp. Việc tuyển dụng kiểm soát viên thị trường làm việc tại mỗi đơn vị lại có yêu cầu khác nhau: hoặc là tốt nghiệp đại học hoặc tốt nghiệp đại học Luật, kinh tế... Tại mục tuyển dụng không có mô tả công việc khiến các ứng viên khó hiểu lý do tại sao lại có sự khác nhau về trình độ chuyên môn như vậy.

Trình độ ngoại ngữ, tin học, bản thân công chức cho rằng bằng cấp đạt được không thể hiện được mức độ thành thạo, lý do là sự nỗ lực cố gắng trong công việc. Có nhiều trường hợp công chức chỉ có chứng chỉ nhưng sử dụng máy tính thành thạo và soạn thảo văn bản, báo cáo rất nhanh và khoa học, công chức của Cục QLTT cần tiếp tục phát huy. Công chức cho rằng việc đi học lý luận chính trị không hỗ trợ nhiều cho quá trình làm việc, mà chỉ giúp một phần nào đó cho nhận thức tốt hơn trong quá trình làm việc và đặc biệt giúp cho kỹ năng tiếp dân được chuẩn chỉ, thái độ đúng mực hơn.

3.3.1.2. Thực trạng về kỹ năng nghề nghiệp

Qua bảng khảo sát ở bảng 4 cho thấy trong công tác tham mưu đã được triển khai trong các cuộc họp báo cáo hằng tháng, hàng quý, hàng năm và báo cáo chuyên đề cho cấp trên, tuy nhiên chưa thực sự được chú ý. Vẫn còn đâu đó các trường hợp công chức

đi làm nhiệm vụ chỉ chăm chú việc của mình, có thể nhìn thấy được những bất cập trong quá trình công tác nhưng lại ít phát biểu trong các cuộc họp. Tác giả cho rằng đó là do một phần trách nhiệm công việc của cá nhân công chức chưa có, một phần nữa là do có thể tham mưu cho các cấp lãnh đạo nhưng lại không được chú ý và ghi nhận. Điểm trung bình 3,34 (chưa cao). Ngoài ra, một vài trường hợp còn đưa ra lý do: ngại ngần khi tham mưu cho cấp trên vì chưa thật sự thấy gần gũi.

Bảng 4. Mức độ đáp ứng của công chức về kỹ năng nghề nghiệp

STT	Kỹ năng	Mức độ đồng ý					Tổng	Trung bình
		1	2	3	4	5		
1	Kỹ năng tham mưu cho cấp trên	5	23	45	30	23	126	3,34
2	Lập kế hoạch công tác cá nhân	4	28	31	27	36	126	3,50
3	Kỹ năng phối hợp trong công việc	0	5	59	35	27	126	3,67
4	Kỹ năng giải quyết công việc	0	7	34	45	40	126	3,94
5	Sử dụng máy vi tính, điện thoại công nghệ cao	2	14	53	17	40	126	3,63
6	Soạn thảo văn bản	5	16	54	21	30	126	3,44
7	Giao tiếp hành chính/tiếp dân	7	22	45	23	29	126	3,36

Nguồn: Tổng hợp điều tra của tác giả

Như đã nêu ở trên, nhân lực của đơn vị chủ yếu ở độ tuổi 30 - 50. Lao động trên 30 dưới 40 có ít kinh nghiệm, kỹ năng xử lý, viết báo cáo nhìn chung chưa mạnh nhưng đổi lại tiếp thu tốt về công nghệ phục vụ công tác trong thời kỳ 4.0. Ngược lại đối với lao động trên 40 tiếp xúc với công nghệ không tốt lắm, nhưng các kỹ năng viết báo cáo, phân tích và giải quyết công việc, tiếp nhận và xử lý thông tin khá thành thạo, nhanh chóng và tương đối chính xác; việc phối kết hợp trong công việc tương đối tốt. Do đó, điểm trung bình của 2 kỹ năng này là 3,67 và 3,94.

Nguyên nhân của việc phối kết hợp và giải quyết công việc chưa thật tốt phần lớn do việc lập kế hoạch cá nhân chưa tốt. Chính vì thế điểm trung bình chỉ đạt 3,5.

Đối với kỹ năng tiếp dân/ hành chính, tác giả nhận thấy chưa thật sự tốt (điểm trung bình 3,36). Trong quá trình xử lý các vụ việc cần có sự mềm mỏng hơn, giúp người dân mắc phải vi phạm nhận biết được lỗi vi phạm, đồng thời vẫn tôn trọng thái độ làm việc của cán bộ QLTT. Cũng không tránh khỏi các trường hợp người dân có ý kiến phản hồi vì phải đi lại nhiều lần vì một lỗi vi phạm (thủ tục hành chính) do tư vấn cho người dân không rõ ràng, dứt khoát.

3.3.1.3. Thực trạng về thái độ hành vi

Thái độ, hành vi của công chức trong thực thi công vụ như tác phong làm việc, tinh thần trách nhiệm trong công việc, tinh thần phối hợp trong công tác thực hiện khá tốt. Tuy nhiên, thái độ công chức trong tiếp dân, trong giao tiếp hành chính ở mức trung bình, đạt nhưng chưa cao. Mức độ hài lòng của người dân về thái độ, hành vi của công chức hành chính tại các cơ quan chuyên môn thuộc Cục QLTT còn chưa thực sự cao thể hiện ở một số nội dung:

Tinh thần, thái độ phục vụ làm việc của công chức tại một số ít bộ phận công chức tại một số đơn vị còn chưa cao, tình trạng gây khó khăn, hách dịch, cửa quyền, hướng dẫn thiếu nhiệt tình... vẫn còn xảy ra.

Quá trình giải quyết công việc của một bộ phận công chức còn chậm, hiệu quả công việc, trách nhiệm trong xử lý công việc chưa cao, còn hiện tượng đùn đẩy trách nhiệm, xử lý công việc máy móc.

Nhiều công chức còn có ý thức, tác phong trong hoạt động công vụ chưa cao như: đi làm muộn, về sớm, xử lý công việc cá nhân trong giờ làm việc, thiếu ý thức trách nhiệm công vụ, không tận tình với công việc.

Bảng 5. Mức độ đáp ứng các yêu cầu về thái độ, hành vi

STT	Nội dung	Mức độ đồng ý					Tổng	Trung bình
		1	2	3	4	5		
		Số lượng						
1	Tác phong, phong cách làm việc tốt	12	9	33	32	40	126	3,63
2	Trách nhiệm trong công việc cao	7	16	42	46	15	126	3,37
3	Tinh thần cao trong phối hợp công việc	5	11	35	33	42	126	3,76
4	Thái độ tốt khi phục vụ nhân dân	13	30	40	19	24	126	3,09

Nguồn: Tổng hợp điều tra của tác giả

Qua bảng số liệu 5 cho thấy thái độ, hành vi của công chức trong thực thi công vụ như: tác phong làm việc, tinh thần phối hợp trong công việc. Tinh thần phối hợp trong công việc được cho điểm tương đối hay nói cách khác là thực hiện khá tốt; tuy nhiên thái độ công chức trong tiếp dân, trong giao tiếp hành chính ở mức độ trung bình (3,09 điểm). Vấn đề đặt ra cần khắc phục những hạn chế và đưa ra giải pháp để nâng cao thái độ hành vi của đội ngũ công chức đảm bảo giải quyết hiệu quả công việc cao nhất.

3.3.2. Thực trạng năng lực thực thi công vụ - Nhìn từ kết quả thực thi công vụ

3.3.2.1. Công tác chỉ đạo điều hành

Công tác chỉ đạo điều hành là kết quả đầu ra của nhóm công chức giữ vị trí lãnh đạo, quản lý và khả năng tham mưu của công chức không giữ vị trí lãnh đạo quản lý. Mọi hoạt động của Cục QLTT đều phải tuân thủ các quy định của pháp luật, UBND Tỉnh, Sở Công thương, Cục Quản lý thị trường và Quy chế làm việc; Quy chế kiểm tra xử lý vi phạm hành chính của Cục QLTT. Đảm bảo tuân thủ trình tự, thủ tục và thời gian giải quyết công việc theo đúng quy định của pháp luật, chương trình, kế hoạch và Quy chế làm việc, Quy chế kiểm tra xử lý vi phạm hành chính của Cục QLTT. Đảm bảo phát huy năng lực, sở trường của từng cán bộ công chức, đề cao sự phối hợp công tác trao đổi thông tin trong giải quyết công việc và trong mọi hoạt động theo chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được pháp luật quy định. Bảo đảm dân chủ, rõ ràng, minh bạch trong mọi hoạt động, không gây phiền hà, sách nhiễu, tham ô hối lộ khi thi hành công vụ.

Quy định về hoạt động kiểm tra và xử phạt vi phạm hành chính nhằm bảo đảm hoạt động kiểm tra, kiểm soát thị trường có hiệu quả, đúng quy định của pháp luật; đặc thù công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa; nhằm cụ thể hóa các văn bản quy phạm pháp luật; tăng cường vai trò, phát huy tinh thần trách nhiệm trong việc chỉ đạo, lãnh đạo và thực thi nhiệm vụ của lãnh đạo Cục QLTT, đội trưởng, trưởng phòng và công chức trong toàn Cục QLTT. Phòng Kiểm tra tăng cường kiểm tra đột xuất và giám sát các cuộc kiểm tra, kiểm soát thị trường của các Đội QLTT. Cán bộ phòng Kiểm tra xuống địa bàn nắm bắt tình hình (được phép mặc thường phục), nếu phát hiện có dấu hiệu vi phạm thì tiến hành kiểm tra lập biên bản đối với công chức vi phạm, báo cáo lãnh đạo Cục QLTT để xem xét xử lý nghiêm những hành vi vi phạm.

Pháp lệnh Quản lý thị trường năm 2016; Nghị định số 148/2016/NĐ- CP được coi là khung hành lang pháp lý cơ bản của lực lượng QLTT.

Để phù hợp với tình hình thực tế, diễn biến của thị trường và năng lực thực thi công vụ của công chức, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa đã xây dựng, ban hành và tổ chức thực hiện các quyết định, quy chế, kế hoạch kiểm tra, giám sát lẻ lỏi, tác phong làm việc, quá trình thực thi công vụ, chỉ đạo, điều hành của cán bộ, công chức trong toàn Cục QLTT, tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, bồi dưỡng kiến thức cho công chức trong toàn Cục QLTT.

Các văn bản chỉ đạo của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa đều hướng tới việc làm cho công chức quản lý thị trường nhận thức đúng về bổn phận và trách nhiệm của mình cũng như có đủ năng lực và trách nhiệm để thực hiện bổn phận và trách nhiệm mà nhà nước giao cho, cụ thể hóa các nhiệm vụ, quyền hạn, cách thức quản lý công chức của Cục QLTT, phù hợp với từng thời kỳ, giai đoạn phát triển của tỉnh gắn với diễn biến, thay đổi và đáp ứng nhu cầu phát triển trong xu thế hội nhập và mở cửa đất nước hiện nay.

Tuy nhiên, Cục QLTT cũng chưa có cơ chế cụ thể trong công tác điều hành chỉ đạo: quy trách nhiệm, gắn trách nhiệm của người đứng đầu, người quản lý địa bàn; khen thưởng, kỉ luật với các vụ việc, địa bàn xảy ra tình trạng buông lỏng quản lý, có tình trạng buôn lậu và vụ việc xảy ra kéo dài, phức tạp; xử lý vụ việc luân chuyển và điều động cán bộ còn chưa kịp thời, công khai biện pháp xử lý điều này cũng phần nào ảnh hưởng đến năng lực thực thi công vụ của những công chức “tâm huyết” với “nghề”, ngành quản lý thị trường.

3.3.2.2. Kết quả kiểm tra, xử lý

Tiến độ thực hiện công việc

Bảng 6. Tiến độ thực hiện kế hoạch theo số vụ

Năm 2018			Năm 2019			Năm 2020		
Kế hoạch (vụ)	Thực hiện (vụ)	TL hoàn thành %	Kế hoạch (vụ)	Thực hiện (vụ)	TL hoàn thành %	Kế hoạch (vụ)	Thực hiện (vụ)	TL hoàn thành %
1343	970	72,23%	970	730	75,26%	845	809	95,74%

Nguồn: Phòng nghiệp vụ - tổng hợp Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa

Qua bảng số liệu 6 trên cho thấy: Năm 2020 có sự vượt trội trong tỷ lệ hoàn thành kế hoạch trong phòng chống hàng nhập lậu. Tỷ lệ trung bình gần 96%. Trong đó rất đáng nhắc tới như đội 9, đội 10 tỷ lệ hai năm trước đó thấp dao động từ 42% đến 62%, nhưng đến năm 2020 lại hoàn thành 100%. Có tới 11/16 đội hoàn thành 100% kế hoạch đặt ra. Lý do: Việc thực hiện kiểm tra, kiểm soát ngày càng hiệu quả. Tuy nhiên, cũng không loại trừ khả năng, trong kế hoạch đề ra số liệu thấp hơn nhiều so với thực tế để có thể đạt tỷ lệ cao trong kiểm tra kiểm soát, đạt thành tích trong báo cáo nhiệm vụ.

Kết quả kiểm tra, kiểm soát

Hàng năm, Cục Quản lý thị trường đã chỉ đạo các đội tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường theo kế hoạch đã phân công. Số vụ vi phạm về hàng nhập lậu đã giảm qua các năm. Đáng ghi nhận kết quả của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa phát hiện và xử lý nhiều vụ vi phạm trong lĩnh vực hàng nhập lậu. Số vụ kiểm tra và xử lý của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa giảm cho thấy dấu hiệu đáng mừng trong công tác QLTT của cán bộ ngành trong việc đấu tranh về hàng nhập lậu. Các vụ việc được phát hiện và xử lý kiên quyết hơn. Tuy nhiên, chúng ta cũng nhìn thấy được mặt tiêu cực khác đó là tình trạng vận chuyển, kinh doanh và tiêu thụ hàng nhập lậu diễn biến vô cùng phức tạp.

Số vụ xử lý trong số vụ thực hiện kiểm tra kiểm soát về hàng nhập lậu ngày càng thấp. Điều đó cho thấy, số vụ kinh doanh hàng nhập lậu ngày càng giảm. Tuy nhiên, tỷ lệ số vụ thực hiện được xử lý là không cao, ngày càng giảm xuống Năm 2018 là 541/970 tương ứng 55,8%; năm 2019 là 222/730 tương ứng 30,4% và năm 2020 là 264/809 tương ứng 32,63%. Như vậy, vẫn còn nhiều vấn đề trong công tác kiểm tra, kiểm soát hàng nhập lậu.

Công tác phối hợp, tham gia các Đoàn kiểm tra liên ngành

Việc kiểm tra và giám sát về hàng nhập lậu được giao cho nhiều lực lượng khác nhau: Ở cửa khẩu biên giới, cảng biển, sân bay gồm: Lực lượng hải quan giữ vai trò chủ chốt, bộ đội biên phòng; kiểm tra, kiểm soát trên thị trường nội địa gồm: Quản lý thị trường, Công an, khoa học công nghệ,... Công tác kiểm tra, kiểm soát chưa được tổ chức thường xuyên, liên tục, nhiều nơi còn khá manh mún, các trường hợp vi phạm xử lý trên 87% từ thanh tra chuyên đề.

Phối kết hợp với đoàn kiểm tra liên ngành như phòng cảnh sát kinh tế mới thu được kết quả, các sở ban ngành khác không thu về được kết quả gì.

Công tác phối hợp giữa các cơ quan chức năng và các thành phần khác (các doanh nghiệp, tổ chức, đoàn thể xã hội, các cơ quan truyền thông... và người dân) chưa được phát huy tốt. Phần lớn các doanh nghiệp chưa quan tâm đến công tác chống hàng nhập lậu, chưa chủ động bảo vệ sản phẩm của mình cũng như phối hợp với các cơ quan chức năng.

Hiện nay, vẫn chưa có quy định cụ thể về cơ chế phối hợp, thời gian, thời hạn thực hiện kiểm tra, kiểm soát giữa Cục QLTT và các sở ban ngành phối hợp. Do đó, công tác phối hợp giữa các ngành, các cấp trong công tác đấu tranh chống hàng nhập lậu còn khá lỏng lẻo, tình trạng mạnh ai người ấy làm, tính địa phương, cục bộ còn diễn ra phổ biến.

Sự phối hợp giữa các cơ quan chức năng chưa đồng bộ, chưa tốt, thủ tục còn rườm rà, thiếu tin tưởng lẫn nhau, đôi khi sử dụng việc chông chéo về văn bản quy định, còn đùn đẩy trách nhiệm của các bên.

3.4. Đánh giá chung thực trạng năng lực thực thi công vụ của công chức tại Cục quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

3.4.1. Những ưu điểm

Đội ngũ công chức tại Cục QLTT Thanh Hóa nhìn chung có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc (điều này thể hiện các chỉ tiêu đạt được các năm luôn vượt chỉ tiêu được giao cả về số lượng và giá trị); có tinh thần đoàn kết, thống nhất trong toàn Cục QLTT; Có tinh thần học hỏi, hoàn thành, hoàn thành tốt mọi nhiệm vụ được giao. Trình độ, năng lực của đội ngũ công chức nhất là lớp trẻ ngày càng nâng lên, trình độ đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ ngày càng mở rộng cả về số lượng và chất lượng

3.4.2. Một số hạn chế

Bên cạnh những ưu điểm, năng lực thực thi công vụ của công chức tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa vẫn còn tồn tại những hạn chế sau:

Chất lượng và kỹ năng xử lý công việc của công chức tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa hiện nay chưa đồng đều giữa các đơn vị (đội thành phố và huyện), vẫn còn tình trạng Đội thừa - đội thiếu công chức (kể cả công chức lãnh đạo); chưa đáp ứng được yêu cầu trong tình hình mới.

Về độ tuổi và giới tính: Đội ngũ công chức tại Cục QLTT đang có biểu hiện già hóa. Cơ cấu nam - nữ trong đội ngũ công chức thiếu cân bằng, những điều này cũng ảnh hưởng không nhỏ đến năng lực thực thi công vụ của đội ngũ công chức toàn Cục QLTT.

Ý thức tổ chức kỷ luật, thái độ, tác phong công tác và trách nhiệm, đạo đức công vụ: Một bộ phận công chức tại Cục QLTT còn có những biểu hiện sa sút về đạo đức công vụ: hạch sách, quan liêu, cửa quyền, thiếu ý thức trách nhiệm và tinh thần phục vụ nhân dân. Trong công tác đấu tranh các biểu hiện tiêu cực còn nhiều hạn chế.

3.4.3. Nguyên nhân

Về con người: Lực lượng còn mỏng, yếu so với tình hình thực tế hiện nay. Chất lượng đội ngũ cán bộ công chức cũng chưa đáp ứng được yêu cầu thực tế. Chưa có cơ sở đào tạo riêng về nghiệp vụ quản lý thị trường. Một bộ phận không nhỏ các ngành sau thực hiện tinh giảm biên chế, rút gọn đầu mối đã xin chuyển ngang sang quản lý thị trường, điều này cũng là một trở ngại lớn cho Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa trong thực thi công vụ.

Kinh phí dành cho công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả còn ít, chưa đảm bảo và đáp ứng khối lượng được giao. Trang thiết bị và công cụ hỗ trợ cho công chức thực thi công vụ vẫn còn eo hẹp và hạn chế.

Chế độ tiền lương, thưởng, phụ cấp chức vụ và công tác cho lực lượng quản lý thị trường chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế hiện nay và còn thua kém rất nhiều so với lực lượng chuyên ngành khác.

Thể chế pháp lý, hệ thống văn bản chính sách phát luật về đấu tranh, chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả chưa đồng bộ, còn chồng chéo.

Việc quán triệt và thực hiện các văn bản chính sách, chỉ đạo từ cấp trên và cũng như đưa nội dung văn bản chỉ đạo của Cục QLTT vào công tác thực thi tại các đội địa bàn còn nhiều hạn chế, chưa có cơ chế giám sát cụ thể.

Các bài học kinh nghiệm về công tác tuyển dụng; công tác đào tạo bồi dưỡng sau tuyển dụng; thi đua khen thưởng; tuyên truyền phổ biến pháp luật... tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa cũng còn có vấn đề cần phải xem xét.

Công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát thực thi công vụ một số vụ việc còn chưa hiệu quả, việc xử lý vẫn còn “cả nể” mang nặng tình cảm cá nhân; không có biện pháp xử lý đúng, xử lý trúng những vụ việc, những biểu hiện, hành vi vi phạm của công chức.

Một số lượng tương đối công chức tại Cục QLTT vẫn còn thói quen, phương thức làm việc thủ công nhất là đội ngũ công chức lớn tuổi (trên 45 tuổi), không thường xuyên cập nhật số bộ, không có số liệu ghi chép, theo dõi... cũng là nguyên nhân dẫn đến chất lượng giải quyết công việc chưa cao.

Công tác giám sát và phản biện của người dân chưa thật sự được thực hiện trên thực tế, chưa có chế độ bảo vệ, khích lệ người dân đứng lên đấu tranh, trấn áp tội phạm do vậy vẫn còn tình trạng che dấu hoạt động vi phạm trong một bộ phận công chức quản lý thị trường Thanh Hóa.

Môi trường hoạt động “ảo” và việc phát hiện, thực hiện kiểm tra, thu thập chứng cứ đòi hỏi đội ngũ công chức quản lý thị trường phải có kiến thức chuyên sâu về công nghệ và được trang bị hệ thống máy móc thiết bị hiện đại: Tuy nhiên điều này không phải đội QLTT hay công chức QLTT nào cũng có thể làm được.

Công tác tuyên truyền, giáo dục để cùng cơ quan chức năng chống sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng lậu, hàng không đảm bảo an toàn thực phẩm còn chưa thường xuyên, chưa tạo được nhận thức sâu rộng trong bộ phận người tiêu dùng.

3.5. Giải pháp nâng cao năng lực thực thi công vụ của công chức tại Chi cục quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa là cơ quan quản lý hành chính nhà nước đơn thuần và từ những phân tích thực trạng năng lực thực thi công vụ của công chức tại Cục QLTT và nguyên nhân của thực trạng trên, để nâng cao năng lực thực thi công vụ của công chức, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa cần thực hiện tốt các nhóm giải pháp sau:

3.5.1. Ban hành đầy đủ, có tính khoa học về hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến tiêu chuẩn chức danh, quy hoạch công chức

Để xây dựng tiêu chuẩn chức danh, cần phải xây dựng bản mô tả công việc, khung năng lực cho mỗi vị trí công tác tại Cục QLTT mới có thể xác định rõ những yêu cầu cần phải có cho mỗi vị trí cán bộ, công chức diện quy hoạch và khi cán bộ, công chức tại Cục QLTT có đủ các yêu cầu này họ được bổ nhiệm vào vị trí được giao sẽ hoàn thành công việc một cách hiệu quả và tốt nhất.

Cục QLTT cần định kỳ rà soát bổ sung quy hoạch theo quy định. Việc quy hoạch phải xuất phát từ thực tiễn, thông qua việc tổng hợp kết quả thực thi công vụ, năng lực, phẩm chất chính trị, đánh giá công bằng khách quan.

Xây dựng tiêu chuẩn chức danh cán bộ, công chức: Xây dựng tiêu chuẩn chức danh cán bộ, công chức đối với từng lĩnh vực công tác gắn với mô tả công việc ở từng vị trí thực hiện công việc đạt hiệu quả hơn, mang tính chuẩn hóa, đẩy mạnh phân cấp quản lý công chức, giao quyền chủ động, tự chịu trách nhiệm cho thủ trưởng các đơn vị trong Cục QLTT điều hành công việc một cách linh hoạt, giải quyết nhanh chóng thuận lợi.

Tăng cường kiểm tra, nâng cao kỷ luật, kỷ cương hành chính của đội ngũ cán bộ công chức. Phát động phong trào thi đua rộng khắp trong các phòng, đội Quản lý thị trường; phát hiện và nhân rộng những gương “người tốt, việc tốt”, công tác thi đua với chủ đề “Chấp hành kỷ luật, đề xuất sáng tạo, nâng cao hiệu quả kiểm tra, kiểm soát thị trường” trong cán bộ, công chức và người lao động; phát hiện, phê bình và kiên quyết xử lý những hành vi tiêu cực của công chức, người lao động góp phần thực hiện tốt Luật Phòng chống tham nhũng và Luật Thực hành tiết kiệm, chống lãng phí.

3.5.2. Làm tốt công tác luân chuyển, điều động, tiếp nhận công chức

Việc điều động, luân chuyển công chức phải cụ thể, rõ ràng, có kế hoạch chặt chẽ, chủ động. Cục QLTT xây dựng kế hoạch luân chuyển công chức cần cụ thể về đối tượng được luân chuyển, địa bàn được luân chuyển, thời gian luân chuyển, đánh giá công tác luân chuyển chế độ, bố trí công tác sau luân chuyển, chế độ, chính sách, nhiệm vụ công tác khi được luân chuyển, điều động công chức sang đơn vị mới. Kế hoạch luân chuyển phải xác định rõ mục tiêu, yêu cầu, ý nghĩa công tác luân chuyển công chức để thực hiện có hiệu quả trên thực tế. Đây là cơ sở để đánh giá công chức sau luân chuyển có hoàn thành nhiệm vụ hay không. Kế hoạch điều động, luân chuyển công chức phải gắn với công tác quy hoạch cán bộ.

Đổi mới công tác tuyển dụng cán bộ, công chức theo hướng phân loại cán bộ, công chức theo trình độ, chuyên ngành đào tạo để áp dụng biện pháp tuyển dụng phù hợp.

Triển khai tổ chức tuyển dụng hàng năm nhằm kịp thời bổ sung biên chế, đảm bảo nguồn nhân lực tại các phòng, đội của Cục QLTT. Phân loại cán bộ theo trình độ, chuyên ngành đào tạo, theo vị trí việc làm, đối với cấp đội yêu cầu chỉ tiêu tuyển dụng phải có trình độ đại học; nâng dần về điều kiện ngoại ngữ, tin học để đảm bảo đáp ứng với công việc.

Thực hiện việc tinh giảm bộ máy, tinh giảm định biên cán bộ công chức gắn liền với công tác quản lý địa bàn.

Tăng cường đội ngũ công chức làm nhiệm vụ kiểm tra, giám sát thực thi công vụ: Xây dựng, củng cố đội ngũ cán bộ, công chức làm công tác kiểm tra nội bộ và biện pháp tăng cường công tác kiểm tra nội bộ để triển khai thống nhất từ Cục QLTT đến đội đảm bảo khách quan, hiệu quả.

3.5.3. Khuyến khích công chức tự đào tạo bồi dưỡng, nâng cao năng lực thực thi công vụ

Đổi mới công tác đào tạo, bồi dưỡng công chức cần đảm bảo tính liên kết giữa đào tạo, bồi dưỡng công chức mới với đào tạo lại, bồi dưỡng kiến thức chuyên sâu theo từng chức năng, nhiệm vụ quản lý cho công chức nhằm nâng cao năng lực, trình độ cho công chức.

Xây dựng mô hình chuẩn về đào tạo công chức tại Cục QLTT, trong đó quy định rõ cách thức đào tạo cho từng loại công chức như đào tạo kiến thức cơ bản về chuyên ngành cho công chức mới vào ngành, bồi dưỡng cơ bản về những kiến thức cơ bản cần thiết để công chức thực hiện công tác được phân công; bồi dưỡng chuyên sâu, chuyên ngành, kỹ năng thành thạo và kinh nghiệm xử lý các vấn đề trong thực tiễn; đào tạo, bồi dưỡng mỗi khi có thay đổi về chính sách, quy trình quản lý.

Xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng kiến thức chuyên môn chung kiến thức quản lý Nhà nước, lý luận chính trị, tin học, ngoại ngữ cũng như kỹ năng giao tiếp ứng xử, văn hoá công sở và đạo đức cho công chức; bên cạnh đó kết hợp tổ chức các khoá đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng chuyên sâu về kỹ năng quản lý đối với công chức đặc biệt là lĩnh vực thanh tra chuyên ngành công thương.

Khuyến khích công chức đang làm việc đi học nâng cao trình độ chuyên môn theo ngành lĩnh vực để kịp thời nắm bắt các thay đổi trong công tác quản lý, với nhiều hình thức khác nhau như học tập kinh nghiệm của đồng nghiệp (khác phòng, đội, Cục QLTT), quan sát học hỏi đồng nghiệp trong đơn vị... Việc tục đào tạo bồi dưỡng là hình thức dễ làm và hiệu quả nhất. Mỗi công chức quản lý thị trường phải tự ý thức được việc nâng cao năng lực thực thi công vụ là trách nhiệm, là nhiệm vụ thường xuyên.

3.5.4. Xây dựng và triển khai đề án xác định vị trí việc làm, định biên tiêu chuẩn chức danh công chức

Hoàn thiện vị trí việc làm đã được phê duyệt trên cơ sở xác định rõ chức năng, nhiệm vụ, xây dựng tiêu chí ứng xử nhằm đề cao trách nhiệm và đạo đức công vụ của công chức, người lao động.

Kiên toàn, sắp xếp lại tổ chức bộ máy của các phòng, đội quản lý thị trường đảm bảo nguyên tắc “một đầu mối - một việc xuyên suốt”. Tiếp tục hoàn thiện và điều chỉnh chức năng, nhiệm vụ, tổ chức bộ máy của các phòng, đội nhất là các Đội cơ động, Đoàn kiểm tra liên ngành tránh chồng chéo trong việc thực hiện nhiệm vụ được giao.

Thường xuyên bố trí, phân công nhiệm vụ hợp lý cho các công chức, người lao động để đáp ứng tốt nhiệm vụ.

3.5.5. Đề cao tinh trách nhiệm công chức trong công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường

Kiểm tra giám sát hoạt động thực thi công vụ của công chức tại Cục QLTT là hoạt động cần thiết, nhằm phát hiện nhân tố tích cực có nhiều thành tích, sáng kiến trong công tác để kịp thời khen thưởng tạo động lực làm việc, tiếp tục phát huy năng lực sở trường bản thân để nâng cao hiệu quả hoạt động công tác chuyên môn.

Các phòng, đội quản lý thị trường chủ động làm tốt công tác tự kiểm tra và phối hợp kiểm tra việc chấp hành kỷ luật, kỷ cương của cán bộ, công chức, người lao động. Người đứng đầu, cấp phó của người đứng đầu các phòng, đội phải chịu trách nhiệm trong việc quản lý điều hành khi để cấp dưới trực tiếp có hành vi vi phạm kỷ luật, kỷ cương hành chính. Nâng cao vai trò nêu gương người đứng đầu, cấp phó của người đứng đầu, nâng cao ý thức, trách nhiệm của công chức, người lao động trong việc thực hiện Quy chế làm việc của Cục QLTT bảo đảm đúng tiến độ và chất lượng theo kế hoạch.

3.5.6. Nâng cao chế độ đãi ngộ, tạo môi trường và điều kiện làm việc cho đội ngũ công chức

Thường xuyên rà soát, bổ sung nội dung, quy trình, quy chế đánh giá công chức hàng năm phù hợp với chức năng nhiệm vụ của từng Phòng, Đội quản lý thị trường và từng vị trí công tác.

Đổi mới phương thức đánh giá, phân loại cán bộ, công chức hàng năm. Xây dựng hệ thống đánh giá thành tích công tác của công chức, người lao động: hệ thống đánh giá thành tích công tác của công chức.

Thiết lập các quy định, quy tắc, thủ tục hỗ trợ thực hiện chính sách đãi ngộ. Tò thái độ quan tâm chân thành: nắm vững tên tuổi, hoàn cảnh gia đình, thường xuyên thăm hỏi động viên cấp dưới. Giảm bớt sự cách biệt giữa cấp trên với cấp dưới. Tạo điều kiện để cùng sinh hoạt, vui chơi, giải trí. Tránh sự phân biệt thái quá trong chính sách đãi ngộ. Định kỳ hàng năm tổ chức văn hóa, văn nghệ nhân các dịp lễ tết. Trong thực tế nhiều trường hợp động viên, khuyến khích bằng tinh thần quan trọng hơn động viên, khuyến khích bằng vật chất. Do đó lãnh đạo Cục QLTT, Đội cần dùng danh hiệu để phong tặng cho người lao động. Ngoài ra còn áp dụng một số hình thức khác như: gửi thư khen ngợi, đăng báo, dán hình tuyên dương tại bảng danh hiệu cơ quan...

Trang bị cho cán bộ, công chức có đủ phương tiện, công cụ để làm việc có hiệu quả, chất lượng. Không ngừng cải thiện điều kiện làm việc để đảm bảo sức khỏe và tâm trạng vui tươi thoải mái cho công chức, người lao động. Áp dụng thời gian làm việc linh động và chế độ nghỉ ngơi hợp lý.

Sự quan tâm của lãnh đạo đến đời sống tinh thần của công chức, người lao động có giá trị như đãi ngộ phi vật chất một lời khen đúng lúc, một món quà nhỏ hay đơn thuần chỉ là một lời chúc mừng nhân dịp sinh nhật, lễ tết, một sự chia buồn thông cảm khi công chức, người lao động gặp khó khăn... sẽ giúp họ gắn bó và nỗ lực cống hiến cho đơn vị.

Xây dựng quy chế làm việc trong các đơn vị trong toàn Cục QLTT, xác định rõ chức năng nhiệm vụ của từng Đội, Phòng, từng công chức trong đơn vị, tránh chồng chéo hoặc bỏ sót nhiệm vụ.

Hiện đại hóa công sở, môi trường làm việc trước hết đảm bảo đầy đủ cơ sở vật chất, trang thiết bị cần thiết cho công chức, đổi mới phương thức phục vụ của công chức theo hướng văn minh, hiện đại.

Cần đơn giản hóa, công khai quy trình, thủ tục giải quyết có liên quan đến người dân, tạo điều kiện cho người dân đến làm thủ tục.

3.5.7. Coi trọng việc đánh giá công chức

Việc đánh giá công chức tại Cục QLTT trước hết phải tuân thủ đúng quan điểm, đường lối của Đảng, pháp luật của Nhà nước trong quản lý, đào tạo và sử dụng cán bộ, công chức. Đánh giá công chức, người lao động thường xuyên, kịp thời, phát hiện những tiềm năng để bồi dưỡng đồng thời phát hiện các sai sót và tạo cơ hội để họ sửa chữa.

Cục QLTT Thanh Hóa cần phải xác định rõ: tiêu chí đánh giá công chức cần được quy định cụ thể, rõ ràng, chi tiết. Lãnh đạo Cục QLTT cần sử dụng nhiều công cụ, kênh

thông tin khác nhau để đánh giá về mức độ hoàn thành công việc của công chức như: đánh giá phản hồi của người dân, đánh giá của đồng nghiệp, cấp trên.

Trên bản đánh giá năng lực thực thi công vụ của từng công chức, từng đơn vị phòng, đội, Cục QLTT cần có đơn vị riêng giám sát, kiểm tra, xem xét và tổng hợp nội dung đánh giá, phân loại công chức cho phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh, tình hình thực tế tại thủ đô, từ đó có phương hướng khắc phục tồn tại để nâng cao hơn nữa hiệu quả, kết quả công việc. Phải lấy hiệu quả công tác và sự đóng góp thực tế làm thước đo phẩm chất và năng lực công chức.

Việc đánh giá công chức tại Cục QLTT chú trọng kết quả công việc thực hiện có vai trò quan trọng, là tiền đề để Cục QLTT làm tốt công tác đánh giá quy hoạch cán bộ lãnh đạo quản lý, góp phần làm tốt công tác điều động, luân chuyển, tiếp nhận công chức và bổ nhiệm cán bộ, công chức vào các vị trí chủ chốt.

4. KẾT LUẬN

Con người được xem là yếu tố quan trọng và có ý nghĩa hàng đầu cho sự phát triển của mỗi quốc gia, mỗi dân tộc, mỗi doanh nghiệp/tổ chức. Trong nền kinh tế thị trường với sự cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển bền vững thì cần phải đặt *năng lực thực thi công vụ của công chức tại Cục quản lý thị trường* lên hàng đầu.

Nghiên cứu đã phân tích và đánh giá thực trạng năng lực thực thi công vụ của công chức tại Cục quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa và từ đó rút ra những mặt đã đạt được, những hạn chế và nguyên nhân của hạn chế, từ đó đề xuất các giải pháp để khắc phục hạn chế cũng như hoàn thiện năng lực thực thi công vụ của công chức tại đơn vị trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Công thương (2013), *Thông tư số 09/2013/TT-BCT Quy định về hoạt động kiểm tra và xử phạt vi phạm hành chính của Quản lý thị trường do Bộ Công thương Ban hành ngày 02/5/2013*.
- [2] Bộ Công thương (2013), *Quyết định 907/QĐ-BCT Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục Quản lý thị trường thuộc Bộ Công thương, Bộ Công Thương ban hành ngày 06/02/2013*.
- [3] Bộ Công thương (2016), *Tài liệu Bồi dưỡng Ngạch Kiểm soát viên thị trường*.
- [4] Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa (2020), *Báo cáo tổng kết công tác QLTT năm 2019*, Thanh Hóa.
- [5] Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa (2019), *Báo cáo tổng kết công tác QLTT năm 2018*, Thanh Hóa.
- [6] Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa (2021), *Báo cáo tổng kết công tác QLTT năm 2020*, Thanh Hóa.
- [7] Nguyễn Thị Hồng Hải (2013), *Quản lý nguồn nhân lực chiến lược trong khu vực công và vận dụng vào thực tiễn Việt Nam* (sách chuyên khảo), Nxb. Lao động, Hà Nội.
- [8] Nguyễn Thị Hồng Hải (2013), *Quản lý thực thi công vụ theo định hướng kết quả* (sách chuyên khảo), Nxb. Lao động, Hà Nội.

- [9] Quốc Hội (2019), *Luật số 52/2019/QH14 Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật cán bộ, công chức và Luật viên chức.*
- [10] Phạm Hồng Thái (2003), *Công vụ, công chức nhà nước*, Nxb. Tư Pháp, Hà Nội.
- [11] Thủ tướng Chính phủ (2012), *Quyết định 1557/2012/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ phê duyệt đề án “Đẩy mạnh cải cách chế độ công vụ, công chức”*

**SOLUTIONS TO IMPROVE THE OPERATIVE CAPACITY OF
CIVIL SERVANTS AT THE MARKET MANAGEMENT
DEPARTMENT OF THANH HOA PROVINCE**

Bui Thi Ninh, Pham Trung Kien

ABSTRACT

Human is always considered the most important and decisive factor for the existence and development of any organization. Therefore, the capacity of the human needs to be paid special attention to especially for civil servants, who are playing an important role in building and developing strong state agencies in Vietnam. This study assesses the operative capacity of civil servants at the Market Management Department in Thanh Hoa province; from that, offering solutions and recommendations to improve the working competence of Civil servants at the Department in the future.

Keywords: *Operative capacity, quality of human resources, quality of civil servants.*

** Ngày nộp bài: 26/4/2021; Ngày gửi phản biện: 28/4/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021*

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CỤC QUẢN LÝ THỊ TRƯỜNG TỈNH THANH HÓA

Lê Thị Nương¹, Hàn Xuân Minh²

TÓM TẮT

Quản trị nguồn nhân lực là vấn đề mà mọi tổ chức cần quan tâm. Nghiên cứu này đánh giá thực trạng công tác quản trị nguồn nhân lực tại Cục quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa theo các nhóm chức năng, bao gồm thu hút nhân lực, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, duy trì nguồn nhân lực; từ đó nghiên cứu đưa ra các giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện công tác quản trị nguồn nhân lực tại đơn vị trong thời gian tới.

Từ khóa: *Thu hút nguồn nhân lực, đào tạo và phát triển, duy trì nguồn nhân lực.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Con người là yếu tố quan trọng và mang tính chất quyết định cho mọi sự phát triển. Do vậy, đảm bảo nguồn nhân lực đủ về số lượng và mạnh về chất lượng là một hoạt động không thể thiếu đối với bất kỳ một tổ chức, doanh nghiệp, ngành nghề kinh doanh hay bất kỳ một tổ chức kinh tế - xã hội nào. Trong giai đoạn cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang phát triển mạnh mẽ như hiện nay thì nguồn nhân lực có chất lượng cao lại càng trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết.

Trong quá trình hình thành, xây dựng và phát triển, Cục Quản lý thị trường (Cục QLTT) tỉnh Thanh Hóa luôn bám sát nhiệm vụ chính trị được giao; tăng cường phối hợp với các lực lượng chức năng kiểm tra, kiểm soát thị trường. Để làm được điều đó Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa luôn coi con người là nhân tố quyết định mọi hoạt động của đơn vị, bao gồm việc kiểm tra, kiểm soát thị trường và bình ổn hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. Yếu tố con người cả về chuyên môn và phẩm chất đạo đức luôn là yếu tố quan trọng nhất quyết định đến sự phát triển vững mạnh của toàn đơn vị. Từ ngày thành lập đến nay, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa đã có sự quan tâm, chỉ đạo đề cao việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, sử dụng nguồn nhân lực một cách hợp lý và hiệu quả. Tuy nhiên, vấn đề đào tạo phát triển, sử dụng nguồn nhân lực chưa thực sự hợp lý, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của thời đại. Do vậy, nâng cao công tác quản trị nguồn nhân lực là hết sức cần thiết.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu thứ cấp: thu thập số liệu về kết quả hoạt động, quy mô và cơ cấu nguồn nhân lực từ phòng Tổ chức hành chính của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2018 - 2020.

Số liệu sơ cấp: Để đánh giá thực trạng hoạt động quản trị nguồn nhân lực tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa, nhóm tác giả sử dụng bảng hỏi với thang đo Likert 5 mức độ

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; lethinuong@hdu.edu.vn

² Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

để điều tra mức độ đồng ý của cán bộ nhân viên với các hoạt động nhằm thu hút nguồn nhân lực, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực và duy trì đội ngũ nguồn nhân lực tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa. Số lượng phiếu phát ra là 165 (đúng bằng số lượng cán bộ nhân viên trong đơn vị), nhưng do thời điểm phỏng vấn có những cán bộ nhân viên đang đi công tác không có mặt tại cơ quan, nên số phiếu hợp lệ thu về là 136.

Phương pháp phân tích: Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả, so sánh để đánh giá thực trạng quản trị nguồn nhân lực tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Tổng quan về Nguồn nhân lực tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

Cục Quản lý thị trường (Cục QLTT) tỉnh Thanh Hóa tiền thân là Chi cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa được thành lập theo Quyết định Số 3650/QĐ-BCT ngày 11 tháng 10 năm 2018 của Bộ trưởng Bộ Công Thương, là tổ chức trực thuộc Tổng cục Quản lý thị trường (Tổng cục QLTT), sắp xếp lại trên cơ sở Chi cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa theo mục tiêu lộ trình thực hiện tại Đề án thành lập Tổng cục QLTT đã được Thủ tướng Chính Phủ phê duyệt.

Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa có chức năng giúp Tổng Cục trưởng Tổng cục QLTT quản lý nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật về phòng, chống, xử lý các hành vi kinh doanh hàng hóa nhập lậu; sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm, hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ, hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; hành vi vi phạm pháp luật về chất lượng, đo lường, giá, an toàn thực phẩm; hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các hành vi gian lận thương mại theo quy định pháp luật trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa; thực hiện chức năng thanh tra chuyên ngành theo đúng quy định của pháp luật.

Về đặc điểm nguồn nhân lực

Bảng 1. Quy mô đội ngũ người lao động tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị tính: Người

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		Chênh lệch 2019/2018		Chênh lệch 2020/2019	
	Số lượng (người)	Tỷ trọng (%)	Số lượng (người)	Tỷ trọng (%)	Số lượng (người)	Tỷ trọng (%)	TĐ1	TĐ2 (%)	TĐ1	TĐ2 (%)
Độ tuổi										
Từ 30 tuổi trở xuống	17	10,83	13	8,39	15	6,49	-4	-23,53	+2	15,38
Từ 31-40 tuổi	85	54,14	83	53,55	88	55,19	-2	-2,35	+5	6,02
Từ 41-50 tuổi	19	12,10	25	16,13	27	16,88	+6	31,58	+2	8,0
Trên 50 tuổi	36	22,93	34	21,93	35	21,43	-2	-5,55	+1	2,94
Giới tính										
Nam	112	71,34	111	71,61	115	69,7	-1	-0,89	4	3,6
Nữ	45	28,66	44	28,39	50	30,3	-1	-2,22	6	13,6
Tổng số NLD	157	100	155	100	165	100	-2	-1,27	+10	6,45

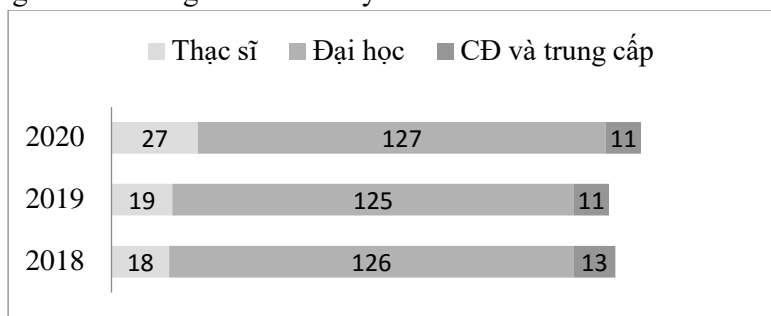
Nguồn: Phòng Tổ chức Hành chính - CQLTT tỉnh Thanh Hóa

Nhìn vào cơ cấu lao động theo độ tuổi ta thấy lực lượng lao động của đơn vị trong độ tuổi từ 31 - 40 chiếm tỷ lệ lớn nhất, đến hơn 1/2 tổng số lao động. Lực lượng lao động này mang lại rất nhiều ưu thế cho Cục bởi họ là những người đang còn trẻ, nhiều nhiệt huyết, năng động và tính sáng tạo, đồng thời cũng đã có được những kinh nghiệm đáng kể trong công việc. Lực lượng đông đảo thứ 2 là nhóm người trên 50 tuổi, nhóm này thì nhiều kinh nghiệm nhưng không còn năng động và nhiệt huyết nhiều như các lứa tuổi trẻ hơn.

Về giới tính: cơ cấu nguồn nhân lực của Cục QLTT Thanh Hóa theo giới tính thì nam chiếm đa số, hơn 2/3 trong tổng số người lao động (NLĐ) của đơn vị. Điều này cũng hoàn toàn dễ hiểu bởi đặc trưng công việc của Cục là phải đi kiểm tra, giám sát và xử lý các hoạt động vi phạm nên cần có sức khỏe tốt vì hay phải di chuyển, hơn nữa hoạt động kiểm tra các nhà kho và các nơi cất giấu tang vật nặng và khám xe vận tải lưu thông trên địa bàn... cũng khá vất vả nên đòi hỏi người lao động phải có sức khỏe tốt thì mới hoàn thành công việc nhanh và hiệu quả.

Về trình độ chuyên môn

Trình độ chuyên môn của đội ngũ NLĐ tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa được đánh giá theo những tiêu chí trong hình dưới đây:



Hình 1. Cơ cấu nguồn nhân lực theo trình độ chuyên môn

Nguồn: Phòng Tổ chức Hành chính - CQLTT tỉnh Thanh Hóa

Trong giai đoạn 2018-2020, tổng số NLĐ có trình độ đại học chiếm đa số trong tổng số NLĐ tại CQLTT tỉnh Thanh Hóa (chiếm trung bình khoảng 80% tổng số NLĐ). Số lượng NLĐ có trình độ thạc sĩ tăng mạnh trong năm 2020, năm 2019 tăng thêm 1 người so với năm 2018 và đến năm 2020 tăng thêm 8 người so với năm 2019, và ngược lại thì số lao động có trình độ cao đẳng và trung cấp giảm dần. Điều này thể hiện rằng cơ quan và bản thân NLĐ luôn có ý thức để nâng cao trình độ chuyên môn của NLĐ và của bản thân họ. So với mặt bằng chung của các cơ quan nhà nước thì trình độ NLĐ tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa như vậy là tốt. Điều này chính là lợi thế để đơn vị nâng cao năng suất lao động.

3.2. Thực trạng quản trị nguồn nhân lực tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

3.2.1. Hoạt động thu hút nguồn nhân lực

3.2.1.1. Phân tích công việc

Hoạt động phân tích công việc tại Cục vẫn đang thực hiện một cách rất đơn giản và không thường xuyên. Công việc này chỉ được trưng các bộ phận thực hiện mỗi khi có

những thay đổi về nhân sự hoặc thay đổi về quy mô, lĩnh vực hoạt động thông qua việc quan sát tại nơi làm việc.

Ngoài ra, thỉnh thoảng, các trưởng bộ phận sẽ có sự trao đổi với nhân viên về yêu cầu, chức năng, nhiệm vụ của từng vị trí công việc, để nắm được tâm tư của họ cũng như thể hiện sự quan tâm của lãnh đạo với nhân viên trong cơ quan.

Sau khi có các dữ liệu cần thiết, trưởng các bộ phận sẽ tiến hành phân tích và đưa ra các tiêu chuẩn về thực hiện công việc, như là: trình độ chuyên môn, kỹ năng, kinh nghiệm, tuổi tác, giới tính, sức khỏe,...

Bảng 2. Kết quả khảo sát về thực trạng phân tích công việc tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa

STT	Nội dung khảo sát	Mức độ đồng ý					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Cơ quan đã xây dựng được bảng mô tả công việc cho từng vị trí công việc.	0	6	92	32	6	3,28
2	Bảng mô tả công việc phản ánh đúng thực tế công việc của nhân viên hiện nay.	3	8	94	26	5	3,20
3	Cục quan tâm cập nhật bảng mô tả công việc cho sát với thực tế công việc của nhân viên	9	47	71	6	3	2,61
4	Cơ quan sử dụng bảng mô tả công việc để thực hiện tuyển dụng, đào tạo và đánh giá kết quả làm việc.	5	34	79	12	6	2,85

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra của tác giả

Kết quả điều tra khảo sát CBNV trong đơn vị về thực trạng phân tích công việc tại cơ quan cho thấy kết quả chỉ mới ở mức trung bình ($mean = 2,985$). Cơ quan đã xây dựng được bản mô tả công việc cho từng vị trí và bản mô tả công việc cũng phản ánh được thực tế công việc ở từng vị trí. Tuy nhiên, bản mô tả công việc lại không được cập nhật thường xuyên nên theo thời gian thì đôi khi không còn phản ánh chính xác được thực tế công việc. Ngoài ra, mặc dù cơ quan luôn lấy phương châm là đánh giá kết quả thực hiện công việc theo bản mô tả nhưng thực tế thì hoạt động này đôi khi còn mang nhiều cảm tính.

3.2.1.2. Hoạch định nguồn nhân lực

Hoạch định nguồn nhân lực là công tác quan trọng mang tính chiến lược cho hoạt động lâu dài của tổ chức, nhưng tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa không mang nhiều bản chất của hoạch định mà chỉ dừng lại ở việc quy hoạch đội ngũ cán bộ lãnh đạo kế thừa, thống kê, sắp xếp nhân sự, phân bổ nguồn nhân lực trên cơ sở chỉ tiêu biên chế được giao để đáp ứng cho các phòng, đội QLTT trực thuộc Cục QLTT sự điều hòa về biên chế, đảm bảo hoạt động đúng chức năng, nhiệm vụ được giao.

Bảng 3. Kết quả khảo sát thực trạng hoạch định nhân lực tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa

STT	Nội dung khảo sát	Mức độ đồng ý					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Cục quan tâm dự báo số lượng nhân sự để đáp ứng kế hoạch phát triển đơn vị trong những năm tới.	4	35	78	12	7	2,875
2	Cục quan tâm dự báo kiến thức và kỹ năng nhân sự cần có để đáp ứng kế hoạch phát triển đơn vị trong những năm tới.	2	25	68	36	5	3,125
3	Cục quan tâm lập kế hoạch phát triển nhân sự để đáp ứng kế hoạch phát triển đơn vị trong những năm tới bằng văn bản	2	23	60	45	6	3,22

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra của tác giả

Kết quả khảo sát CBNV của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa về thực trạng hoạch định nguồn nhân lực của cơ quan cho thấy đa số CBNV đều chưa đánh giá cao công tác hoạch định của Cục. Số điểm được đánh giá dao động từ 2,8 đến 3,2 cho thấy hoạt động này của Cục vẫn đang còn nhiều hạn chế. Cục chưa thực sự quan tâm đến vấn đề dự báo số lượng và các kiến thức, kỹ năng cần có để đáp ứng mục tiêu phát triển của đơn vị trong tương lai.

3.2.1.3. Quá trình tuyển dụng nhân viên

Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa là cơ quan chuyên môn trực thuộc Tổng cục QLTT nên chịu sự chỉ đạo về chuyên môn, quản lý về tổ chức, biên chế,.. của Tổng cục QLTT, nên biên chế của Cục QLTT do Tổng cục QLTT quyết định, việc tuyển dụng công chức, viên chức mới phải thực hiện thông qua đợt thi tuyển dụng của Tổng cục QLTT tổ chức.

Bảng 4. Kết quả khảo sát thực trạng tuyển dụng nhân lực tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa

STT	Nội dung khảo sát	Mức độ đồng ý					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Đơn vị có tiêu chuẩn tuyển chọn nhân sự phù hợp cho các vị trí công việc	3	24	67	36	6	3,13
2	Đơn vị có quy trình tuyển dụng chặt chẽ đảm bảo tuyển được người có năng lực phù hợp với công việc	4	15	50	62	5	3,36
3	Đơn vị tổ chức tuyển chọn ứng viên khách quan và công bằng cho ứng viên	0	23	46	60	7	3,375
4	Đơn vị tổ chức thi tuyển với đề thi đánh giá chính xác năng lực của người dự tuyển	0	17	56	47	16	3,46
5	Nhân sự được điều chuyển về có phù hợp với vị trí công việc	0	25	70	29	12	2,99

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra của tác giả

Khi được hỏi về thực trạng tuyển dụng tại đơn vị thì cơ bản người được hỏi đánh giá ở mức trung bình (mean = 3,263). Thực chất là quy trình tuyển dụng là quy trình chung, áp dụng cho tất cả các cơ quan đơn vị Nhà nước, vẫn còn quá cứng nhắc và có những trường hợp được điều chuyển về đơn vị không thực sự phù hợp với nhu cầu và vị trí công việc.

3.2.2. Hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

3.2.2.1. Hội nhập vào môi trường làm việc

Tất cả cán bộ công nhân viên khi mới tuyển dụng vào Cục sẽ được phòng Tổ chức Hành chính giới thiệu về quá trình hình thành và phát triển của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa, môi trường làm việc, quy định của Cục, đặc thù công việc của Cục để giúp họ làm quen với môi trường làm việc mới nhanh hơn, dễ dàng thích nghi với công việc hơn. Tuy nhiên, trên thực tế thì công tác này chủ yếu mang tính hình thức, chưa thật sự đầu tư.

3.2.2.2. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Trong những năm gần đây, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa luôn quan tâm đến hoạt động đào tạo cán bộ để nâng cao trình độ của NLD. Công tác tuyển chọn CBNV để cử đi học nâng cao trình độ được diễn ra hàng năm. Xét một cách khách quan thì Cục QLTT Thanh Hóa đã đạt được những kết quả nhất định trong công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, người lao động luôn có ý thức tự học tập bồi dưỡng nâng cao ý thức trách nhiệm trong công việc giúp cho chất lượng đội ngũ nguồn nhân lực được nâng lên, không tụt hậu so với các đơn vị khác. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định trong công tác đào tạo nhân lực, cụ thể như: cán bộ được đào tạo còn dàn trải, chưa đúng với nhu cầu thực tế (chuyên ngành cần thì lại có ít người đi học, trong khi có chuyên ngành không thực sự cần thiết thì lại nhiều cán bộ được cử đi học), kinh phí cho đào tạo còn hạn hẹp, chưa đáp ứng nhu cầu của người được cử đi học nên chưa khuyến khích được nhiều người tham gia đào tạo để nâng cao trình độ.

Bảng 5. Kết quả khảo sát thực trạng đào tạo nhân lực tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa

STT	Nội dung khảo sát	Mức độ đồng ý					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Công tác đào tạo có hiệu quả, đúng người, đúng chuyên môn	1	14	93	14	14	3,19
2	Việc cử đi học nâng cao trình độ nhằm nâng cao chất lượng xử lý công việc.	0	13	86	23	14	3,28
3	Công tác quy hoạch các chức danh được tiến hành công bằng, khách quan, dân chủ.	4	15	70	27	20	3,32
4	Công tác đề bạt, bổ nhiệm lãnh đạo đáp ứng yêu cầu, phù hợp với khả năng, năng lực.	2	12	85	17	18	3,28

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra của tác giả

Về công tác đào tạo, đa phần người đồng ý đều cho rằng công tác đào tạo mang lại hiệu quả thiết thực cho đơn vị; nâng cao năng lực chuyên môn của cá nhân người được đào tạo sẽ giúp tăng hiệu quả xử lý trong công việc.

Về công tác quy hoạch các chức danh lãnh đạo được đa số công chức đồng thuận với số điểm trung bình là 3,19 điểm. Tuy nhiên, công tác quy hoạch đối với các chức danh lãnh đạo từ cấp phòng trở lên vẫn còn gặp nhiều khó khăn do tiêu chuẩn đề ra khá cao, ngoài những tiêu chuẩn về phẩm chất, chính trị, đạo đức... còn yêu cầu về trình độ chuyên môn, chuyên ngành đào tạo, số năm kinh nghiệm, tuổi tác...

Công tác đề bạt bổ nhiệm các chức danh lãnh đạo đa số được CBNV đồng tình với chủ trương, có số điểm trung bình 3,28 điểm. Cán bộ được bổ nhiệm nhìn chung đáp ứng được nhu cầu công việc, có khả năng quản lý điều hành, có khả năng tập hợp quần chúng, thể hiện tinh thần trách nhiệm trong quá trình lãnh chỉ đạo. Cục QLTT thực hiện đảm bảo đúng quy trình hướng dẫn, công khai, dân chủ trên tinh thần ý kiến đồng thuận của toàn thể CBNV.

3.2.3. Hoạt động duy trì nguồn nhân lực

3.2.3.1. Đánh giá thành tích công tác

Để đánh giá thành tích công việc của CBCNV trong đơn vị, người quản lý trực tiếp sẽ quan sát kết quả làm việc và thái độ làm việc của nhân viên cấp dưới dựa trên các tiêu chí hiệu quả, khả năng hoàn thành công việc, thái độ chấp hành kỷ luật.

Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa đã đưa ra được các tiêu chí phân loại nhân viên qua quy chế xét trả thêm lương trong từng phòng/ban, nhưng chưa đưa ra được bản tiêu chuẩn công việc nên chưa xây dựng được hệ thống đánh giá thực hiện công việc của nhân viên. Việc đánh giá kết quả thực hiện công việc của nhân viên còn mang tính chất cảm tính.

Việc đánh giá sắp xếp chức danh được thực hiện 2 lần/ năm (đầu năm và cuối năm). Cách thức thực hiện là: Tại các phòng/ban trong Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa, đầu năm lập danh sách sắp xếp người lao động theo các chức danh từ chuyên viên đến lãnh đạo. Các chức danh đều dựa trên cơ sở các tiêu chuẩn đưa ra trong quy chế trả lương để xét cho người lao động trong phòng/ban mình. Trong tiêu chuẩn chức danh có xét đến các yếu tố: mức độ hoàn thành và độ khó của công việc được giao, khả năng lao động, chấp hành nội quy.

Bảng 6. Kết quả khảo sát thực trạng đánh giá kết quả làm việc tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa

STT	Nội dung khảo sát	Mức độ đồng ý					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Đơn vị có tiêu chuẩn đánh giá kết quả làm việc đo lường được kết quả làm việc của nhân viên.	1	16	79	35	5	3,20
2	Người quản lý thu thập thông tin và có đủ bằng chứng để đánh giá chính xác kết quả làm việc của nhân viên.	2	34	64	32	4	3,01
3	Việc đánh giá kết quả thực hiện công việc của anh chị là công bằng và chính xác.	3	35	65	27	6	2,99
4	Đơn vị sử dụng kết quả đánh giá để xét lương mềm và làm cơ sở đào tạo lại cho nhân viên.	3	16	79	23	15	3,28

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra của tác giả

Đa phần ý kiến CBCNV được khảo sát đều ít đồng ý về cách thức thực hiện nhận xét, đánh giá cũng như hiệu quả của công tác nhận xét, đánh giá, có số điểm trung bình không cao (dao động từ 2,99 đến 3,28), cho thấy việc nhận xét, đánh giá chưa thật sự mang lại hiệu quả.

Việc nhận xét, đánh giá CBCNV do đặc thù công việc của Cục QLTT cũng như một số cơ quan khác trong tỉnh có chức năng quản lý nhà nước, kết quả của công việc khó xác định chính xác mức độ hoàn thành, một số công việc có thể lượng hóa nhưng các số liệu lượng hóa đó không thể dùng để đánh giá chính xác mức độ hoàn thành công việc của cá nhân một cách chính xác. Ngoài ra, công tác đánh giá vẫn chưa được chú trọng nhiều trong cơ quan, đôi khi thực hiện qua loa và mang nhiều cảm tính.

3.2.3.2. Thiết lập và quản trị hệ thống lương

Để đảm bảo duy trì số lượng và chất lượng cán bộ công nhân thì Cục cần quan tâm nhiều đến chế độ đãi ngộ, vì đây là vấn đề then chốt.

Mức lương trung bình của cán bộ công nhân viên tại Cục không ngừng được cải thiện nhưng ở mức rất chậm. Mức lương trung bình của cán bộ nhân viên năm 2019 là 5.725.000 VND tăng 225.000 so với năm 2018 (5.500.000 VND) tương đương 4%, năm 2020 tăng thêm 7.000 VND so với năm 2019. Ngoài khoản lương cơ bản thì hàng tháng CBCNV của Cục còn được nhận thêm khoản thưởng, dao động từ 350.000 đến 400.000 VND.

Nguyên tắc trả lương tại Cục là người lao động làm công việc gì được trả lương theo công việc đó, chức vụ đó đồng thời căn cứ trên tiêu chuẩn cấp bậc và từng vị trí chuyên môn nghiệp vụ. Hiện nay, Cục trả lương cho cán bộ công nhân viên dựa trên đánh giá công tác hàng tháng của đơn vị.

3.2.3.3. Phúc lợi và các khoản trợ cấp đãi ngộ, kích thích về mặt tài chính và phi tài chính

Trong thời gian qua, Cục đã xây dựng được quy định khen thưởng một cách cụ thể, linh hoạt. Các hoạt động khen thưởng cho CBCNV có các thành tích xuất sắc trong quá trình làm việc đã được thực hiện kịp thời, qua đó khích lệ người lao động nỗ lực phấn đấu hơn nữa để đạt kết quả cao hơn.

Thưởng định kỳ: Vào các ngày lễ, ngày tết như tết dương lịch, âm lịch, 2/9 10/3, 1/5..., Cục sẽ có các khoản thưởng nhỏ để khích lệ tinh thần làm việc của CBCNV.

Thưởng đột xuất: Cá nhân hoặc tập thể người lao động có thành tích đóng góp thiết thực mang lại hiệu quả kinh tế cho Cục.

Phúc lợi: Chỉ cho các nhu cầu cần thiết nhằm cải thiện đời sống của CBCNV như du lịch hàng năm, trợ cấp cho các CBCNV có hoàn cảnh khó khăn,...

Y tế: Trong quá trình làm việc, nếu người lao động không may bị ốm đau các bệnh thông thường thì được khám bệnh, phát thuốc và nghỉ ngơi tại phòng y tế của Cục. Khi người lao động bị tai nạn lao động, hoặc bệnh nặng, cán bộ y tế của Cục sẽ kịp thời sơ cứu, điều xe chở ngay đến bệnh viện để cấp cứu, điều trị. Mỗi năm, tất cả người lao động được kiểm tra sức khỏe định kỳ.

Bảo hiểm xã hội: Được đóng các loại bảo hiểm theo quy định của pháp luật.

Bảng 7. Kết quả khảo sát thực trạng lương và phúc lợi tại Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa

STT	Nội dung khảo sát	Mức độ đồng ý					Điểm TB
		1	2	3	4	5	
1	Đơn vị có quy chế tiền lương rõ ràng và cụ thể	2	15	32	54	33	3,72
2	Đơn vị có tiền lương mềm trả theo kết quả làm việc	4	32	63	23	16	3,15
3	Đơn vị có tiền thưởng khuyến khích sáng kiến và vượt chỉ tiêu công việc	2	25	72	21	16	3,18
4	Đơn vị có nhiều khoản phúc lợi khác ngoài lương cho nhân viên.	15	56	48	15	2	2,5

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra của tác giả

Các khoản tiền lương và phúc lợi của cơ quan được NLD đánh giá ở mức trung bình khá. Cụ thể, đối với quy chế tiền lương thì theo quy chế của ngành và của Nhà nước nên rất rõ ràng và cụ thể nên được người lao động đánh giá cao (3,72 điểm). Còn đối với các khoản tiền thưởng, tiền lương mềm để thưởng và khuyến khích cho các hoạt động sáng tạo trong cơ quan còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu của người lao động, nên mức đánh giá vẫn chỉ ở mức trung bình khá. Đặc biệt, khoản phúc lợi ngoài lương rất ít bởi các nguồn trích của các khoản phúc lợi này từ thu nhập tăng thêm của cơ quan nên gần như rất hạn chế. Do vậy, người lao động trong cơ quan đánh giá khoản phúc lợi khác ngoài lương của cơ quan chỉ ở mức trung bình. Đây cũng là tình trạng chung của các cơ quan Nhà nước. Nguồn thu nhập chủ yếu của CBNV vẫn là lương, các khoản thu nhập tăng thêm, phúc lợi là rất ít do nguồn này được trích từ khoản tiết kiệm chi phí quản lý hành chính.

3.3. Đánh giá thực trạng quản trị nguồn nhân lực của Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

3.3.1. Ưu điểm

Quá trình hoạch định nhân sự có sự tham gia đầy đủ giữa các phòng và Ban giám đốc thể hiện tính công bằng, rõ ràng và chính xác.

Chính sách phát triển nguồn nhân lực thôi thúc nhân viên nỗ lực cống hiến nếu có mục tiêu phấn đấu lên vị trí cao hơn.

Hoạt động phân tích công việc đã được Cục xây dựng một cách khá chi tiết, đầy đủ cho tất cả các bộ phận trong cơ quan. Nhiệm vụ, chức năng, quyền hạn, các mối quan hệ giữa các cấp lãnh đạo, các phòng ban được quy định rõ ràng, cụ thể.

Quy trình và chính sách tuyển dụng được xây dựng một cách chi tiết và bài bản.

Cục luôn coi trọng vấn đề đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, số lượng cán bộ được cử đi học để nâng cao trình độ tăng lên hàng năm, chất lượng nguồn nhân lực của Cục được cải thiện rõ rệt qua các năm.

Hoạt động đánh giá nhân viên được diễn ra hàng năm và đánh giá trên nhiều mặt như là về chuyên môn, phẩm chất đạo đức, thái độ, tư tưởng; giúp nhân viên nỗ lực để phấn đấu và tránh sai sót trong công việc.

Ban lãnh đạo đã có những định hướng, chỉ đạo việc thực hiện đánh giá chất lượng lao động trong Cục nghiêm túc, đúng đắn, giảm bớt tiêu cực, tránh những chủ quan trong quá trình thực hiện.

Thu nhập bình quân của CBNV Cục không ngừng được tăng lên hàng năm. Ngoài ra, đãi ngộ phi vật chất cũng luôn được Cục chú trọng tạo động lực cho CBNV yên tâm hoàn thành tốt công việc.

3.3.2. Tồn tại và nguyên nhân

Tồn tại

Hoạt động hoạch định nguồn nhân lực mới chỉ được thực hiện trong ngắn hạn mà chưa có kế hoạch trong dài hạn.

Sắp xếp, bố trí, phân công công việc chưa thật sự dựa vào kết quả phân tích công việc mà hầu như chỉ dựa vào kinh nghiệm thâm niên công tác, do vậy vẫn còn tình trạng bố trí nguồn nhân lực chưa phù hợp với năng lực của cá nhân NLĐ.

Công tác đánh giá xếp loại nhân viên dựa vào các tiêu chuẩn đánh giá thực hiện các nội quy, quy định của Cục mà chưa chú trọng nhiều đến kết quả thực hiện công việc.

Hoạt động phân tích công việc chưa đề cập nhiều tới điều kiện làm việc, tiêu chuẩn đánh giá công việc, tiêu chuẩn công việc cho từng phòng ban, từng vị trí cụ thể.

Hoạt động đánh giá nhân viên mới chỉ đáp ứng yêu cầu về quản lý mà chưa phải là công cụ để kích thích nhân viên nỗ lực phấn đấu hơn nữa trong công việc.

Mặc dù công tác trả lương đúng theo chế độ tiền lương áp dụng cho đơn vị Nhà nước, nhưng việc xây dựng hệ số công việc cho từng nhân viên vẫn còn mang tính chất bình quân, trả lương theo bảng cấp và thâm niên công tác, chưa thật sự căn cứ vào hiệu quả làm việc, chưa thực hiện tốt việc đánh giá kết quả làm việc để làm căn cứ xây dựng hệ số công việc cho từng nhân viên.

Quy trình tuyển dụng được xây dựng và áp dụng chung cho các cơ quan Nhà nước nên đôi khi chưa linh hoạt, gò bó không sát với tình hình thực tế của Cục.

Việc cử CBNV đi đào tạo hàng năm chưa có kế hoạch cụ thể và dài hạn, chủ yếu mang tính ngắn hạn hoặc tự phát nên nhiều khi công việc trong đơn vị cũng bị xáo trộn.

Trong công tác đánh giá vẫn còn mang nhiều cảm tính, dẫn đến kết quả đôi khi không chính xác.

Lương bình quân của CBNV trong Cục đã tăng lên hàng năm nhưng không đáng kể và chưa xứng so với khối lượng công việc mà CBNV phải đảm nhận.

Khối lượng công việc tại Cục là tương đối nhiều, áp lực công việc của cán bộ nhân viên trong Cục là rất lớn.

Nguyên nhân

Nguyên nhân khách quan

Các văn bản pháp lý chưa đồng bộ và chưa chặt chẽ, thiếu tính liên tục, ban hành chậm, hiệu lực không cao, gây khó khăn trong triển khai và thực hiện. Việc áp dụng một số văn bản mới ban hành liên quan đến công tác quản lý thị trường bước đầu còn gặp một số khó khăn trong quy trình kiểm tra, xử lý.

Công tác quản lý thị trường liên quan đến nhiều lĩnh vực ngành nghề, nhiều cơ quan đơn vị, nhiều đối tượng, nhiều địa bàn... nên rất khó hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao.

Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, Công tác quản trị nguồn nhân lực chưa có sự cam kết và gắn trách nhiệm của cấp quản lý điều hành cụ thể ở các bộ phận. Còn có tư tưởng coi quản trị nguồn nhân lực là công việc riêng của Phòng Tổ chức - hành chính. Tư duy phát triển nguồn nhân lực còn nặng nề, mang nhiều tính chất hành chính hơn, nên việc thực thi các chức năng của quản lý phát triển nguồn nhân lực không sáng tạo.

Thứ hai, Cục vẫn chưa xây dựng được chiến lược phát triển nguồn nhân lực cũng như chính sách thu hút nguồn nhân lực một cách cụ thể và rõ ràng. Việc bố trí, sử dụng nguồn nhân lực mang tính chủ quan, áp đặt.

Thứ ba, Trình độ cán bộ quản lý, phụ trách còn nhiều hạn chế về năng lực và nhận thức về vai trò của mình. Sự phân công quản lý giữa các đơn vị trong Cục vẫn còn nhiều nội dung chưa rõ ràng, chông chéo về chức năng nhiệm vụ.

Thứ tư, Trong công tác chỉ đạo, điều hành, triển khai thực hiện nhiệm vụ còn gặp nhiều hạn chế:

Công tác chỉ đạo, điều hành chưa quyết liệt, thiếu kiểm tra, đôn đốc, đánh giá việc thực hiện các nhiệm vụ được giao chưa sâu sát, nhiều lúc còn chung chung. Ý thức trách nhiệm của một số tập thể, cá nhân chưa cao, làm việc mang tính đối phó, ngại va chạm, chỉ đạo thiếu kiên quyết.

Triển khai thực hiện các văn bản chỉ đạo của cấp trên có lúc còn chậm; một số nội dung triển khai chưa đầy đủ, chất lượng hạn chế.

Phân công, phân nhiệm, giao quyền còn mang tính hình thức, giao việc nhưng chưa theo dõi, đánh giá được kết quả, hiệu quả; một số đơn vị, bộ phận, cá nhân được giao nhiệm vụ chưa chủ động thực hiện nhiệm vụ, hiệu quả công tác chưa cao.

Công tác phối kết hợp vẫn còn nhiều lúng túng, chưa chặt chẽ, thiếu quyết liệt, đồng bộ, hiệu quả chưa cao.

Thứ năm, Về tổ chức bộ máy:

Mô hình tổ chức bộ máy Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa chưa đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ, chức năng nhiệm vụ, liên quan đến nhiều lĩnh vực, ngành nghề. Cán bộ công chức QLTT nhiều người đã lớn tuổi, trình độ học vấn thấp; phần lớn chuyển từ bộ đội và các ngành khác sang; chưa qua đào tạo cơ bản về chuyên môn nghiệp vụ nên trình độ năng lực hạn chế, chưa đáp ứng được yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới; một số cán bộ thoái hóa biến chất chưa được xử lý.

Tỷ lệ cán bộ công nhân viên có thể kiểm tra thị trường nên chưa đáp ứng yêu cầu của Thông tư 09/2013/TT-BCT ngày 02/5/2013 của Bộ Công Thương (quy định Tổ kiểm tra phải có ít nhất 2 công chức quản lý thị trường, do một công chức làm Tổ trưởng phải có thể kiểm tra thị trường).

Thứ sáu, Về cơ sở vật chất, kinh phí hoạt động: Một số đội, tổ QLTT chưa có trụ sở làm việc phải đi thuê hoặc một số trụ sở đã xuống cấp nghiêm trọng, không đảm bảo

an toàn. Phương tiện hoạt động, công cụ hỗ trợ, thiết bị kiểm tra nhanh, thiết bị phụ trợ, kinh phí hoạt động chưa đáp ứng yêu cầu.

3.4. Giải pháp hoàn thiện công tác quản trị nguồn nhân lực tại Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa

3.4.1. Giải pháp hoàn thiện chức năng thu hút nguồn nhân lực

3.4.1.1. Phân tích công việc

Phân tích công việc là bước đầu tiên nhưng đóng vai trò vô cùng quan trọng trong các hoạt động tiếp theo của quản trị nguồn nhân lực; do vậy hoạt động phân tích công việc phải được thực hiện bài bản và khoa học và phải do Ban lãnh đạo và các trưởng phòng chức năng đảm nhận. Tránh tình trạng phân tích công việc chỉ mang nặng tính lý thuyết và cảm tính.

3.4.1.2. Hoạch định nguồn nhân lực

Muốn công tác hoạch định nguồn nhân lực được thực hiện tốt và sát thực tế thì ban lãnh đạo Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa và các phòng ban, đơn vị trong Cục cần thực hiện tốt các công việc sau:

Xây dựng kế hoạch nguồn nhân lực: Kế hoạch nguồn nhân lực cần phải được xây dựng bài bản và mang tính trung hạn và dài hạn, tuân theo một quy định, quy trình rõ ràng phù hợp với mục tiêu chiến lược phát triển của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa.

Công tác dự báo nhu cầu nhân lực: Căn cứ vào mục tiêu và chiến lược phát triển của đơn vị cũng như tình hình thực tế về nguồn nhân lực, về công việc tại Cục để đưa ra dự báo về nhu cầu nguồn nhân lực trong tương lai của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa.

Công tác dự báo cung nguồn nhân lực: Cục cần phân tích, đánh giá nguồn cung nhân lực có thể đáp ứng tốt các yêu cầu công việc của Cục như thế nào, có dồi dào hay không, từ đó để có biện pháp khai thác, thu hút và sử dụng NNL hợp lý. Phân tích kỹ cả nguồn cung bên trong và bên ngoài để có chính sách tuyển dụng phù hợp.

Điều tiết cung cầu nhân lực: Căn cứ vào thực trạng cung và cầu nguồn nhân lực của đơn vị, Ban lãnh đạo Cục sẽ xây dựng kế hoạch tuyển dụng, thuyên chuyển và thăng chức hay tinh giản biên chế cho phù hợp với tình hình thực tế của đơn vị. Đây là vấn đề cốt lõi đảm bảo cho các hoạt động khác của công tác quản trị nguồn nhân lực được diễn ra một cách hiệu quả.

Đánh giá kiểm tra việc thực hiện hoạch định nguồn nhân lực: Sau khi đã thực hiện các công việc của hoạch định nguồn nhân lực, Ban lãnh đạo Cục cần phải kiểm tra, đánh giá các hoạt động hoạch định nguồn nhân lực, xác định các công việc đã hoàn thành, mức độ hoàn thành cũng như các việc chưa làm được, các sai sót trong quá trình thực hiện, nguyên nhân dẫn đến các sai sót đó và các biện pháp khắc phục.

3.4.1.3. Hoàn thiện công tác tuyển dụng nhân viên

Để làm tốt hơn công tác tuyển dụng thì Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa cần làm tốt các công việc cụ thể sau:

Hoạt động tuyển dụng phải dựa vào kết quả hoạch định nguồn nhân lực: Công tác tuyển dụng nguồn nhân lực cần được thực hiện một cách nghiêm túc và chặt chẽ dựa trên nền tảng của hoạch định nguồn nhân lực, bởi có như vậy thì mới đảm bảo được nguồn nhân lực đủ về số lượng, mạnh về chất lượng, đáp ứng tốt yêu cầu công việc.

Hoàn thiện quy trình tuyển dụng là vấn đề cốt lõi: Hiện nay quy trình tuyển dụng của Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa vẫn đang còn khá công kềnh, phức tạp, phải qua nhiều bước, chưa sát với tình hình thực tế của đơn vị. Vì vậy, trong thời gian tới, ban lãnh đạo và phòng tổ chức hành chính cần nghiên cứu để đưa ra quy trình tuyển dụng phù hợp hơn với Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa, giảm bớt sự công kềnh, điều đó đồng nghĩa với việc giảm bớt sai sót trong công tác tuyển dụng.

Công tác tuyển dụng cần được thực hiện nghiêm túc, công bằng, minh bạch: Cục cần thực hiện nghiêm túc, công bằng trong mọi hoạt động của công tác tuyển dụng thì sẽ thu hút và tìm ra được nguồn nhân lực mới có chất lượng, đảm bảo phù hợp với công việc của Cục.

3.4.2. Giải pháp hoàn thiện chức năng đào tạo, phát triển nguồn nhân lực

3.4.2.1. Hội nhập vào môi trường làm việc

Để giảm thiểu tỷ lệ nghỉ việc và chi phí tuyển dụng, cũng như giúp nhân viên mới hòa nhập nhanh hơn với môi trường làm việc tại Cục, việc tổ chức giai đoạn hội nhập cho nhân viên rất quan trọng bởi ông bà ta luôn có câu “đầu xuôi, đuôi lọt”, vì thế Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa cần thực hiện một số giải pháp để giúp nhân viên hội nhập thành công:

Ngay từ khi mới bắt đầu vào làm, phòng Tổ chức Hành chính cần cung cấp đến nhân viên mới những thông tin cơ bản và cần thiết về Cục, như là: Quy chế, nội quy, sổ tay nhân viên, quy trình làm việc, danh sách chương trình Huấn luyện và Đào tạo hội nhập... để nhân viên mới cần ghi nhận và thực hiện;

Phòng Tổ chức Hành chính cần thông báo với các bộ phận/đơn vị/phòng ban về việc sẽ có nhân viên mới và liệt kê danh sách công việc cần thực hiện tại mỗi bộ phận, thời gian cần hoàn tất và theo dõi tình trạng thực hiện. Danh sách công việc này cần lưu ý chia làm hai khoảng thời gian: Trước khi nhân viên nhận việc và sau khi nhân viên nhận việc;

Cung cấp cho nhân viên mới đầy đủ các dụng cụ, công cụ, nguồn lực cần thiết để thực hiện công việc. Cung cấp cho họ bản mô tả công việc cũng như bản mục tiêu công việc ngay từ khi họ bắt đầu vào làm để họ có định hướng được sẽ làm gì, làm như thế nào. Có sự trao đổi giữa người quản lý và nhân viên mới về mục tiêu công việc và có sự thống nhất giữa 2 bên.

Ra quyết định và bố trí nhân sự hướng dẫn nhân viên mới làm quen với công việc được giao;

Xây dựng và cung cấp cho nhân viên mới danh sách tất cả các cá nhân, bộ phận có liên quan đến công việc họ đảm nhận và họ có thể liên hệ khi cần và kèm theo quy trình liên hệ (nếu có).

Khảo sát mức độ hài lòng, theo dõi kết quả thực hiện theo danh sách công việc quy định từ Cục, danh sách công việc theo Bản mục tiêu thử việc, kết quả chương trình Huấn luyện và Đào tạo... trong 7 ngày đầu tiên hoặc 30 ngày đầu tiên để hiểu mức độ nhân viên làm quen, nắm bắt công việc và các vấn đề cần hỗ trợ.

3.4.2.2. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa cần có nhiều chương trình hỗ trợ tích cực hơn cho cán bộ nhân viên khi được cử đi đào tạo, học tập nâng cao trình độ trong nước và quốc tế. Cục nên động viên CBNV tích cực tham gia hoạt động đào tạo nâng cao trình độ bằng việc hỗ trợ vật chất và tinh thần cho CBNV tham gia đào tạo. Về mặt vật chất, Cục QLTT tỉnh Thanh Hóa cần nâng cao hơn nữa phụ cấp tiền sinh hoạt phí cho cán bộ nhân viên đang đi học tập đào tạo. Hiện nay, phụ cấp cho cán bộ nhân viên tham gia đào tạo tại các trường đại học trong nước là 100.000 VND/người/ngày. Mức này so với mức chi thực tế là thấp. Do vậy, trong thời gian tới, Cục cần xem xét để tăng mức này lên cho CBNV đang đi học có động lực hơn. Về mặt tinh thần thì ban lãnh đạo cũng nên thường xuyên hỏi han tình hình học tập của CBNV, ưu tiên thời gian cho họ đi học.

Đào tạo cán bộ chủ chốt: cán bộ chủ chốt là lực lượng sẽ đảm nhận những vị trí quan trọng của Cục trong tương lai, những người sẽ quyết định sự thành công hay thất bại của Cục. Vì vậy, cần phải có chính sách đào tạo cụ thể để họ có thể đảm đương tốt các nhiệm vụ mà họ được giao và vận dụng những kiến thức mà họ được đào tạo phục vụ cho công việc họ đảm nhận.

3.4.3. Giải pháp hoàn thiện chức năng duy trì nguồn nhân lực

3.4.3.1. Đánh giá chất lượng và thành tích công tác của nhân viên

Đánh giá chất lượng và thành tích công tác của nhân viên cần phải được thực hiện nghiêm túc và chuyên nghiệp. Hơn nữa, cần dựa vào bản mô tả công việc và mục tiêu công việc, có những tiêu chuẩn đo lường cụ thể để tránh việc đánh giá mang tính chủ quan, cảm tính. Để hoàn thiện công tác này Cục cần thực hiện những việc sau đây:

Thứ nhất, các nhà lãnh đạo nên tham khảo ý kiến của nhiều người sử dụng lao động khi xây dựng các tiêu chuẩn đánh giá thực hiện công việc, nên tổ chức lấy ý kiến đóng góp của người lao động để từ đó đưa ra những tiêu chí đánh giá thật chuẩn xác.

Thứ hai, cần nâng cao hơn nữa tính minh bạch của những buổi nói chuyện giữa nhân viên và lãnh đạo. Cục cần công khai kết quả đánh giá, tìm hiểu nguyên nhân dẫn đến kết quả như vậy của cán bộ nhân viên, trao đổi trực tiếp và kín với từng cán bộ công nhân viên về kết quả đánh giá. Có như vậy, kết quả đánh giá mới phản ánh đúng năng lực làm việc, phẩm chất của cán bộ nhân viên trong đơn vị.

3.4.3.2. Hoàn thiện chế độ về lương và phúc lợi

Để đảm bảo tính công bằng và chính xác thì công tác về lương, phúc lợi, khen thưởng và kỷ luật phải dựa trên kết quả đánh giá chất lượng lao động và kết quả công việc mà cán bộ công nhân viên thực hiện. Kết quả đánh giá thực hiện công việc và chất lượng lao động của cán bộ công nhân viên cần được công khai minh bạch, và các chế độ về lương, thưởng, phúc lợi cũng cần được công khai rõ ràng để cán bộ công nhân viên thấy được tính minh bạch, công bằng trong đánh giá và xét chế độ. Ngoài ra, Cục cũng cần phải thường xuyên sự quan tâm tới đời sống của cán bộ công nhân viên để có những sự hỗ trợ kịp thời về vật chất và tinh thần, giúp họ cảm thấy gắn bó hơn với cơ quan, và nỗ lực hơn để cống hiến cho đơn vị mình công tác.

3.4.3.3. Hoàn thiện chế độ thăng tiến

Cần tạo ra một môi trường làm việc thuận lợi, chuyên nghiệp để giúp nhân viên tập trung hoàn thành công việc có hiệu quả bằng cách duy trì môi trường làm việc thật sự tiện nghi, đầy đủ về cơ sở vật chất, không gian làm việc hiện đại, thoải mái.

Tạo điều kiện cho người lao động tiếp cận và nắm bắt các thông tin về công việc, về mục tiêu của công việc, về mục tiêu chiến lược của bộ phận, cơ quan; về định hướng phát triển của đơn vị để cho họ thấy được triển vọng phát triển trong công việc họ đang làm và từ đó sẽ nỗ lực phấn đấu hơn.

Tạo môi trường và điều kiện làm việc tốt nhất có thể để khuyến khích người lao động phát huy hết khả năng, năng lực và sự sáng tạo của mình; đồng thời có những hoạt động khen thưởng kịp thời đối với những cá nhân, tập thể có những ý tưởng sáng tạo mang lại lợi ích cho đơn vị.

Cục cần tạo điều kiện làm việc độc lập có định hướng và hỗ trợ cao, giúp nhân viên mới nhanh chóng hòa nhập với môi trường làm việc của cơ quan, tạo cho họ có cơ hội để phát huy hết năng lực của mình cũng như cơ hội để họ phát triển thăng tiến trong công việc.

Cần xây dựng và ban hành rõ ràng tiêu chuẩn cho từng vị trí quản lý để nhân viên các phòng ban có định hướng nỗ lực phấn đấu để được bổ nhiệm.

Công tác chăm sóc sức khỏe, chế độ nghỉ phép nghỉ dưỡng, du lịch, đoàn hội, hoạt động giao lưu, văn hóa thể thao cần phải được Cục quan tâm.

4. KẾT LUẬN

Con người được xem là yếu tố quan trọng và có ý nghĩa hàng đầu cho sự phát triển của mỗi quốc gia, mỗi dân tộc, mỗi doanh nghiệp/tổ chức. Trong nền kinh tế thị trường với sự cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển bền vững thì cần phải đặt công tác quản trị nguồn nhân lực lên hàng đầu. Quản trị nguồn nhân lực được xem như là “mặt chìm” bên trong doanh nghiệp nhưng lại quyết định kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

Nghiên cứu đã phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động quản trị nguồn nhân lực tại Cục quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa và từ đó rút ra những mặt đã đạt được, những hạn chế và nguyên nhân của hạn chế, từ đó đưa ra các giải pháp để khắc phục hạn chế cũng như hoàn thiện công tác quản trị nguồn nhân lực tại đơn vị trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Trần Xuân Cầu (2012), *Giáo trình Kinh tế nguồn nhân lực*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [2] Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa (2021), *Báo cáo công tác tổng kết Chi cục Quản lý Thị trường tỉnh Thanh Hóa các năm 2018 - 2020*.
- [3] Cục Quản lý thị trường tỉnh Thanh Hóa, *Lịch sử phát triển*, <http://qltt-thanhhoa.gov.vn/web/trang-chu/gioi-thieu-chung/lich-su-phat-trien>
- [4] Đỗ Minh Cường (2015), *Vai trò con người trong quản lý doanh nghiệp*, Nxb. Chính trị Quốc gia Hà Nội, Hà Nội.

- [5] Trần Kim Dung (2015), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nxb. Tổng hợp, TP. Hồ Chí Minh.
- [6] Nguyễn Văn Điềm (2014), *Quản trị nhân lực*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [7] Phạm Minh Hạc (2015), *Con người Việt Nam - mục tiêu và động lực của sự phát triển kinh tế - xã hội*, Đề tài Khoa học - Công nghệ cấp nhà nước mang mã số KX - 07.
- [8] Vũ Ngọc Quân (2012), *Quản trị nhân lực*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân,
- [9] Nguyễn Tiệp (2010), *Giáo trình Nguồn nhân lực*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [10] Trần Văn Tùng (2016), *Phát triển nhân lực, kinh nghiệm thế giới và thực tiễn nước ta*, Nxb. Chính trị quốc gia Hà Nội.

SOLUTIONS TO PERFECT HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AT THANH HOA'S MARKET MANAGEMENT DEPARTMENT

Le Thi Nuong, Han Xuan Minh

ABSTRACT

Human resource management is an issue that all organizations need to pay attention. This study assesses the current situation of human resource management at Thanh Hoa's Market Management Department in terms of human resource attraction, training and development, and human resource maintenance; Thereby, providing solutions and recommendations to improve the human resource management at the Department in the coming time.

Keywords: *Attracting human resources, training and development, maintaining human resources.*

** Ngày nộp bài: 13/4/2021; Ngày gửi phản biện: 15/4/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021*

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG PHÂN PHỐI THỰC PHẨM AN TOÀN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

Ngô Chí Thành¹, Lê Thị Hà Linh²

TÓM TẮT

Bài báo phân tích thực trạng hệ thống phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa qua các khía cạnh: Thực phẩm tiêu dùng được cung cấp qua chuỗi liên kết, chuỗi cung ứng; Sự phát triển của hệ thống chợ, hệ thống cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn; Sản phẩm thực phẩm sản xuất, chế biến theo mô hình sản xuất lớn, tập trung đáp ứng quy định về an toàn thực phẩm (ATTP); Sản phẩm thực phẩm cung ứng từ ngoài tỉnh vào trong tỉnh được kiểm soát, đáp ứng các quy định về ATTP. Trên cơ sở đó, bài báo đề xuất các giải pháp thúc đẩy phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Từ khóa: *Hệ thống phân phối, thực phẩm an toàn, tỉnh Thanh Hóa.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Công tác đảm bảo an toàn thực phẩm được sự quan tâm của hệ thống chính trị từ trung ương đến địa phương. Ngày 21/10/2011, Ban Bí thư Trung ương Đảng đã có Chỉ thị số 08-CT/TW về việc tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với vấn đề an toàn thực phẩm trong tình hình mới. Trong đó nhấn mạnh đưa các tiêu chí về an toàn thực phẩm vào kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Chính phủ cũng đã ban hành Nghị định số 15/2018/NĐ-CP Quy định chi tiết một số điều của Luật an toàn thực phẩm. Trên cơ sở đó, công tác đảm bảo an toàn thực phẩm nói chung, phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn nói riêng ngày càng phát triển.

Thanh Hóa là tỉnh lớn thứ hai cả nước về dân số và địa giới hành chính; là tỉnh có hệ thống phân phối bán lẻ phát triển, theo Niên giám thống kê tỉnh Thanh Hóa (2019), tính đến năm 2019, tỉnh Thanh Hóa có 391 chợ, 20 siêu thị và 02 trung tâm thương mại) và hệ thống chuỗi cửa hàng tiện lợi, cửa hàng thực phẩm an toàn. Hệ thống phân phối thực phẩm an toàn tỉnh Thanh Hóa nói chung và thành phố Thanh Hóa nói riêng đang phát triển hết sức đa dạng và phong phú. Tỉnh Thanh Hóa đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách và các văn bản chỉ đạo liên quan đến công tác đảm bảo an toàn thực phẩm. Một số chủ trương, cơ chế, chính sách đã được ban hành như: Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 18/8/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh đến năm 2020; Chỉ thị số 25/CT-UBND ngày 06/9/2016 của Chủ tịch UBND tỉnh về tăng cường trách nhiệm quản lý nhà nước về ATTP trên địa bàn tỉnh; Chỉ thị số 19/CT-UBND ngày 05/10/2018 về tăng cường lãnh đạo, chỉ đạo xây dựng xã, phường, thị trấn ATTP, số 09/CT-UBND ngày 17/6/2019 về tăng cường quản lý vận chuyển, giết mổ,

¹ Phòng Quản lý Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Hồng Đức; ngochithanh@hdu.edu.vn

² Học viên Cao học QTKD K12, khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

chế biến, tiêu thụ thịt gia súc gia cầm, số 18/CT-UBND ngày 11/6/2020 về việc tăng cường công tác quản lý nhà nước về ATTP trên địa bàn tỉnh trong tình hình mới.

Mặc dù đã có những bước phát triển đáng kể, tuy nhiên hệ thống phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh vẫn còn những hạn chế về quy mô hệ thống phân phối, số lượng, chủng loại thực phẩm an toàn, các chuỗi cung ứng, chuỗi liên kết. Trên cơ sở đó, bài báo nghiên cứu thực trạng hệ thống phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa và đề xuất các giải pháp phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn đáp ứng yêu cầu phát triển trong giai đoạn hiện nay và trong thời gian tới.

2. THỰC TRẠNG VỀ HỆ THỐNG PHÂN PHỐI THỰC PHẨM AN TOÀN

2.1. Tình hình đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

Trong những năm gần đây, công tác đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh đã đạt được những kết quả quan trọng. Số liệu từ bảng 1 cho thấy, đánh giá về sản phẩm thực phẩm được sản xuất, chế biến theo mô hình sản xuất lớn, tập trung đáp ứng quy định về ATTP, đã có: gạo 172.955,25 tấn; rau, củ, quả 78.000 tấn; thịt gia súc, gia cầm 150.093 tấn; thủy sản 197.934 tấn. Trong đó, 100% khối lượng sản phẩm đáp ứng quy định về ATTP. Bên cạnh đó, sản phẩm thực phẩm cung ứng từ ngoài tỉnh vào trong tỉnh được kiểm soát, đáp ứng các quy định về ATTP, bao gồm các sản phẩm: Sản phẩm lúa gạo; Sản phẩm rau, củ, quả; Sản phẩm thịt gia súc, gia cầm; Sản phẩm thủy sản; Thực phẩm bao gói sẵn, thực phẩm đóng chai. Số liệu cho thấy, tỷ lệ khối lượng sản phẩm được kiểm soát, đáp ứng các quy định về VSATTP đạt từ 60,5 đến 83,17%.

Bảng 1. Tình hình thực hiện công tác vệ sinh an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020

STT	Sản phẩm	Khối lượng sản phẩm		Tỷ lệ %
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)=(4)/(3)
1	<i>Sản phẩm thực phẩm sản xuất, chế biến theo mô hình sản xuất lớn, tập trung đáp ứng quy định về ATTP</i>	<i>Sản xuất, chế biến theo mô hình sản xuất lớn, tập trung (tấn)</i>	<i>Đáp ứng quy định về ATTP (tấn)</i>	100
-	Sản phẩm lúa gạo	172.955,25	172.955,25	100
-	Sản phẩm rau, củ, quả	78.000	78.000	100
-	Sản phẩm thịt gia súc, gia cầm	150.093	150.093	100
-	Sản phẩm thủy sản	197.934	197.934	100
2	<i>Sản phẩm thực phẩm cung ứng từ ngoài tỉnh vào trong tỉnh được kiểm soát, đáp ứng các quy định về ATTP</i>	<i>Khối lượng sản phẩm thực phẩm cung ứng từ ngoài tỉnh vào trong tỉnh (tấn)</i>	<i>Khối lượng sản phẩm được kiểm soát, đáp ứng các quy định về VSATTP (tấn)</i>	
-	Sản phẩm lúa gạo	26.265,6	21.845,1	83,17
-	Sản phẩm rau, củ, quả	34.394,5	25.529,7	74,23
-	Sản phẩm thịt gia súc, gia cầm	7.356	4.874,7	66,3
-	Sản phẩm thủy sản	10.713	7.093	60,5
-	Thực phẩm bao gói sẵn, thực phẩm đóng chai	393,6	238,3	71,2

Nguồn: UBND tỉnh Thanh Hóa (Báo cáo thực hiện Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 18/8/2016)

Tỷ lệ bếp ăn tập thể đáp ứng quy định về điều kiện ATTP đạt 100%, trong đó có 757/801 bếp ăn tập thể ATTP được công nhận, đạt 94,5%. Kết quả nghiên cứu cho thấy, số lượng lớn thực phẩm an toàn đã được sản xuất, chế biến theo mô hình sản xuất lớn; Thực phẩm an toàn cũng đã được phân phối qua các chuỗi cung ứng, chuỗi liên kết sản xuất, có xác nhận, đáp ứng quy định của ATTP.

2.2. Hệ thống phân phối thực phẩm an toàn

2.2.1. Chuỗi cung ứng, chuỗi liên kết

Nếu xét theo các chuỗi cung ứng, chuỗi liên kết sản xuất an toàn thực phẩm cho thấy, tỷ lệ thực phẩm tiêu dùng trên địa bàn tỉnh được cung cấp thông qua các chuỗi liên kết sản xuất, cung ứng thực phẩm an toàn có xác nhận đạt 55,3%, tương đương với 443.355 tấn/tổng sản lượng tiêu dùng là 801.536 tấn; trong đó: Gạo đạt 50%; Rau, củ, quả đạt 67,4%; Thịt gia súc, gia cầm đạt 50%; Thủy sản đạt 46,4%.

Bảng 2. Phát triển chuỗi cung ứng, chuỗi liên kết thực phẩm an toàn

STT	Sản phẩm	Khối lượng sản phẩm		Tỷ lệ %
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)= (4)/(3)
	<i>Thực phẩm được cung cấp thông qua các chuỗi liên kết sản xuất, cung ứng</i>	<i>Tổng sản lượng thực phẩm tiêu dùng trên địa bàn tỉnh (tấn)</i>	<i>Khối lượng thực phẩm tiêu dùng được cung cấp thông qua chuỗi có xác nhận (tấn)</i>	55,3
	Sản phẩm lúa gạo	488.160	242.813	50
	Sản phẩm rau, củ, quả	154.656	104.233	67,4
	Sản phẩm thịt gia súc, gia cầm	114.048	57.005	50
	Sản phẩm thủy sản	84.672	39.304	46,4

Nguồn: UBND tỉnh Thanh Hóa

(Báo cáo thực hiện NQ số 04-NQ/TU ngày 18/8/2016)

Qua nghiên cứu cho thấy, tỉnh Thanh Hóa đã xây dựng được 1.020 chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn, gồm: 32 chuỗi do Sở NN&PTNT xây dựng, 751 chuỗi do UBND cấp huyện xây dựng; trong đó có: 193 chuỗi cung ứng lúa, gạo; 219 chuỗi cung ứng rau quả; 269 chuỗi cung ứng thịt gia súc, gia cầm, trứng gia cầm; 102 chuỗi cung ứng thủy sản và các sản phẩm từ thủy sản. Hàng năm, cung ứng ra thị trường khoảng 800.870 tấn sản phẩm thực phẩm các loại; trong đó có 589 chuỗi, 443.355 tấn sản phẩm thực phẩm, 2,2 triệu lít nước mắm, 7,5 triệu quả trứng gia cầm được xác nhận sản phẩm chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn. Các chuỗi an toàn của tỉnh có sự tham gia, liên kết của các doanh nghiệp trong đầu tư, liên kết chế biến, tiêu thụ...

Bảng 3. Kết quả xây dựng chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn

STT	Tên đơn vị	Lúa gạo		Rau, quả		Thịt gia súc, gia cầm, trứng gia cầm		Thủy sản	
		Số lượng chuỗi	Sản lượng chuỗi (tấn)	Số lượng chuỗi	Sản lượng chuỗi (tấn)	Số lượng chuỗi	Sản lượng chuỗi (tấn)	Số lượng chuỗi	Sản lượng chuỗi (tấn)
I	Cấp tỉnh thực hiện								
1	Sở NN&PTNT	4,0	24.000,0	13,0	3.740,0	11,0	1.860,0	8,0	750,0
II	Cấp huyện thực hiện								
1	TP. Thanh Hóa	3,0	24.820,0	6,0	7.930,0	14,0	6.570,0	1,0	4.300,0
2	TP. Sầm Sơn	4,0	12.878,0	3,0	4.971,3	6,0	2.953,1	3,0	1.950,2
3	TX. Bỉm Sơn	1,0	5.060,0	2,0	3.536,0	4,0	707,7		
4	Huyện Đông Sơn	14,0	16.300,2	12,0	3.237,3	10,0	1.676,5	4,0	930,0
5	Huyện Quảng Xương	7,0	16.761,0	9,0	6.756,8	13,0	3.992,4	12,0	81.468,5
6	Huyện Hoằng Hóa	46,0	26.783,0	36,0	10.024,0	58,0	4.514,0	46,0	8.380,0
7	Huyện Hậu Lộc	9,0	23.882,5	17,0	34.977,0	35,0	9.813,0	12,0	8.322,0
8	Huyện Hà Trung	15,0	11.055,0	11,0	10.500,0	9,0	5.061,0	7,0	1.545,5
9	Huyện Nga Sơn	21,0	22.370,9	24,0	17.370,0	21,0	2.853,9	16,0	2.768,0
10	Huyện Thiệu Hóa	2,0	12.845,0	4,0	4.006,0	4,0	3.067,0		
11	Huyện Triệu Sơn	23,0	8.650,0	6,0	6.288,0	24,0	6.340,0	7,0	1.100,0

TẠP CHÍ KHOA HỌC TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC - SỐ 54.2021

12	Huyện Yên Định	11,0	14.461,0	18,0	6.942,0	15,0	4.507,0	3,0	2.198,0
13	TX. Nghi Sơn	5,0	34.497,2	4,0	29.898,0	4,0	6.197,0	4,0	20.585,0
14	Huyện Nông Cống	9,0	16.555,0	6,0	8.430,0	4,0	7.213,0	2,0	2.588,0
15	Huyện Ngọc Lặc			12,0	6.413,0	9,0	23.000,0		
16	Huyện Cẩm Thủy	4,0	7.700,0			6,0	2.279,0		
17	Huyện Thạch Thành	7,0	10.175,0	6,0	5.272,0	4,0	2.684,0		
18	Huyện Vĩnh Lộc	13,0	6.752,8	14,0	3.714,0	5,0	1.531,8	3,0	1.006,0
19	Huyện Thọ Xuân	11,0	15.900,0	14,0	9.150,0	19,0	5.720,0	4,0	2.290,0
20	Huyện Như Thanh		6.373,0	6,0	2.077,9	17,0	2.729,1		
21	Huyện Như Xuân	32,0	8.640,0	16,0	5.509,0	10,0	1.983,0	4,0	1.320,0
22	Huyện Thường Xuân	9,0	6.842,0	10,0	2.267,1	16,0	1.956,6	2,0	1.302,0
23	Huyện Lang Chánh	1,0	4.483,0	1,0	2.204,0	5,0	795,0		
24	Huyện Bá Thước			1,0	2.375,0	15,0	2.717,0		
25	Huyện Quan Hóa	1,0	438,0	2,0	103,1			1,0	56,3
26	Huyện Quan Sơn	2,0	1.762,4	14,0	883,5	3,0	694,8		
27	Huyện Mường Lát	4,0	6.000,0	13,0	23,0	2,0	12,0		
28	Tổng cộng	258,0	345.985,0	280,0	198.598,0	343,0	113.427,9	139,0	142.859,5

Nguồn: UBND tỉnh Thanh Hóa (Báo cáo thực hiện Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 18/8/2016)

2.2.2. Hệ thống chợ và cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn

Hệ thống chợ và cửa hàng kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong việc phân phối thực phẩm an toàn. Hiện nay, tỉnh Thanh Hóa đã có hệ thống chợ và cửa hàng kinh doanh thực phẩm phát triển. Đối với mô hình chợ an toàn thực phẩm, trên địa bàn tỉnh đã có 311 chợ đã được lựa chọn, triển khai xây dựng mô hình chợ kinh doanh thực phẩm theo TCVN 11856:2017 và QCVN 02-30:2018/BNNPTNT. Đến nay, đã có 184 chợ được đánh giá, chứng nhận hợp chuẩn và hoàn thành các thủ tục công bố theo quy định.

Bảng 4. Hệ thống chợ và cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn

STT	Mục tiêu cụ thể	Kết quả đạt được		Tỷ lệ %	
		Tổng số chợ hiện có	Số chợ an toàn thực phẩm được công nhận		
1	Chợ an toàn thực phẩm				
-	Cấp tỉnh quản lý	12	7	58,3	
-	Cấp huyện quản lý	41	23	56,1	
-	Cấp xã quản lý	325	154	47,4	
2	Cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn	Tổng số cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn được xây dựng	Số cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn		
			Được cấp giấy chứng nhận ATTP	Được kiểm tra đáp ứng điều kiện về ATTP	
		558	86	377	83

Nguồn: UBND tỉnh Thanh Hóa (Báo cáo thực hiện NQ số 04-NQ/TU ngày 18/8/2016)

Đối với mô hình cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn: đã triển khai xây dựng 538 cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn tại các khu vực đông dân cư; Trong đó, có 454 cửa hàng hoàn thành, được kiểm tra, cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP hoặc hướng dẫn ký cam kết đảm bảo ATTP.

2.2.3. Hoạt động kết nối sản xuất, kinh doanh đến tiêu thụ thực phẩm an toàn được đẩy mạnh

Hoạt động kết nối cung cầu đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tiêu thụ thực phẩm an toàn. Từ năm 2017 - 2019, UBND tỉnh đã tổ chức 3 hội nghị kết nối cung cầu và giới thiệu sản phẩm nông sản, thực phẩm an toàn với 282 gian hàng của 274 đơn vị tham gia trưng bày các sản phẩm thực phẩm an toàn. Đây là các nông sản đặc trưng, đặc sản, có lợi thế của các vùng, miền, địa phương trong tỉnh; Thông qua hoạt động kết nối cung cầu, các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm của tỉnh được tham gia các hội chợ, triển lãm nhằm quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm an toàn tới các tỉnh, thành trong cả nước. Nhiều sản phẩm của tỉnh đã tìm được đầu ra ổn định thông qua hệ thống

các siêu thị và cửa hàng kinh doanh thực phẩm an toàn, từng bước đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của nhân dân trong tỉnh và đem lại hiệu quả kinh tế thiết thực cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh thực phẩm an toàn. Tỉnh cũng đã xây dựng phần mềm kết nối cung cầu sản phẩm nông sản, thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh (truy cập tại địa chỉ truy cập: <https://nongsanantoanthanhhoa.vn>). Trên cơ sở đó đẩy mạnh tiêu thụ nông sản, thực phẩm trên môi trường mạng internet, giúp người tiêu dùng dễ dàng kiểm tra, truy xuất nguồn gốc, xây dựng niềm tin, tạo thương hiệu cho nông sản, thực phẩm của tỉnh.

Mặc dù đã đạt được những bước phát triển đáng kể, tuy nhiên hệ thống phân phối thực phẩm an toàn cũng còn những hạn chế. Hiện nay, các mô hình sản xuất, kinh doanh thực phẩm an toàn nhiều nhưng chủ yếu quy mô nhỏ, hiệu quả đạt được chưa cao. Phát triển các chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn chưa đảm bảo tính bền vững; chưa xây dựng được nhiều chuỗi có quy mô, sản lượng lớn; khối lượng thực phẩm an toàn tiêu thụ qua các hệ thống phân phối và kinh doanh chưa nhiều.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG PHÂN PHỐI THỰC PHẨM AN TOÀN

3.1. Kết nối thị trường tiêu thụ nông sản, thực phẩm có lợi thế của tỉnh

Tiếp tục tổ chức tốt hoạt động kết nối thị trường nhằm tăng cường công tác giới thiệu quảng bá, xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư, mở rộng thị trường tiêu thụ các sản phẩm nông sản, thực phẩm chủ lực, có lợi thế của tỉnh. Đẩy mạnh phát triển thị trường tiêu thụ nông sản, thực phẩm; Chú trọng công tác dự báo tình hình thị trường, giá cả nông sản, thực phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng để các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất điều chỉnh kế hoạch sản xuất, kinh doanh phù hợp với nhu cầu của thị trường và chủ động tìm kiếm đầu ra cho nông sản, thực phẩm an toàn.

3.2. Tăng cường hoạt động khuyến khích phát triển sản xuất, tiêu thụ sản phẩm an toàn

Có các cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển nông sản, thực phẩm gắn với xây dựng thương hiệu sản phẩm địa phương, gắn với truy suất nguồn gốc, xây dựng thương hiệu sản phẩm; Trên cơ sở đó quảng bá, giới thiệu nông sản, thực phẩm với người tiêu dùng qua các kênh phân phối truyền thống và hiện đại. Hoàn thiện hệ thống phân phối theo hướng phát triển song song cả hệ thống chợ, hệ thống cửa hàng và hệ thống phân phối hiện đại với các siêu thị, trung tâm thương mại. Từ đó, thúc đẩy phân phối, tiêu thụ thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh.

3.3. Thu hút nguồn lực đầu tư vào phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn

Để phát triển hệ thống phân phối nông sản, thực phẩm an toàn, tỉnh cần tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến đầu tư, thu hút các doanh nghiệp, hợp tác xã đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn để phát triển sản xuất, chế biến nông sản, thực phẩm an toàn, có giá trị kinh tế cao; hình thành mối liên kết thông qua hợp đồng giữa doanh nghiệp, hợp

tác xã và hộ nông dân, tạo đầu ra ổn định cho nông sản, thực phẩm an toàn của tỉnh. Có các chính sách khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi để thu hút các doanh nghiệp, hợp tác xã đầu tư xây dựng các vùng sản xuất, các cơ sở chế biến, giết mổ gia súc, gia cầm tập trung đảm bảo ATTP...; huy động các nguồn vốn hợp pháp, đẩy mạnh xã hội hóa để xây dựng các cơ sở sản xuất, kinh doanh thực phẩm an toàn.

3.4. Xây dựng và nhân rộng mô hình sản xuất, chế biến, kinh doanh thực phẩm an toàn

Để phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn một cách hiệu quả, các địa phương cần phối hợp với các sở, ngành liên quan, xây dựng và nhân rộng các mô hình chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn, các chợ, các cửa hàng kinh doanh thực phẩm. Xây dựng các mô hình trên cơ sở các quy trình sản xuất tiêu chuẩn chất lượng, các quy trình sản xuất tiên tiến; Khuyến khích các mô hình sản xuất gắn với truy suất nguồn gốc, tem nhãn, đóng gói, sơ chế, bảo quản để thúc đẩy tiêu thụ nông sản, thực phẩm an toàn.

4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hệ thống phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đã có những bước phát triển đáng kể. Tỉnh đã xây dựng được hệ thống chợ, cửa hàng thực phẩm an toàn. Cùng với đó, thực phẩm an toàn đã được phân phối qua các chuỗi cung ứng, chuỗi liên kết. Các chuỗi cung ứng, liên kết trong sản xuất, tiêu thụ thực phẩm an toàn đã có sự tham gia của các doanh nghiệp, tạo điều kiện để hệ thống phân phối phát triển và hoạt động hiệu quả. Bên cạnh những điểm mạnh, hệ thống phân phối thực phẩm an toàn cũng còn những hạn chế: các mô hình sản xuất, kinh doanh thực phẩm an toàn còn ở quy mô nhỏ; Phát triển các chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn chưa đảm bảo tính bền vững; chưa xây dựng được nhiều chuỗi có quy mô, sản lượng lớn; khối lượng thực phẩm an toàn tiêu thụ qua các hệ thống phân phối và kinh doanh chưa nhiều. Trong thời gian tới, để hệ thống phân phối thực phẩm an toàn trên địa bàn tỉnh đáp ứng được yêu cầu phát triển trong giai đoạn mới, tỉnh cần tập trung vào các giải pháp: Kết nối thị trường tiêu thụ nông sản, thực phẩm có lợi thế của tỉnh; Tăng cường hoạt động khuyến khích phát triển sản xuất, tiêu thụ sản phẩm an toàn; Thu hút nguồn lực đầu tư vào phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn; Xây dựng và nhân rộng mô hình sản xuất, chế biến, kinh doanh thực phẩm an toàn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban cán sự đảng UBND tỉnh Thanh Hóa (2021), *BC số 78/ BC-BCS, ngày 13/4/2021 của Ban cán sự UBND tỉnh về Đánh giá 05 năm thực hiện Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 18/8/2016 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020.*
- [2] Bộ Chính trị (2020), *Nghị quyết số 58 NQ/TW ngày 5/8/2020 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hoá đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*

- [3] Cục Thống Kê tỉnh Thanh Hóa (2019), *Niên giám thống kê tỉnh Thanh Hóa 2019*, Nxb. Cục Thống kê.
- [4] Nguyễn Tường Minh (2020), Thực trạng và phương hướng phát triển của thị trường thực phẩm an toàn Việt Nam hiện nay, *Tạp chí Công Thương*, Số tháng 2/2020.
- [5] Ngô Chí Thành (2020), *Sản xuất và tiêu thụ nông sản đặc trưng, đặc sản miền núi tỉnh Thanh Hóa trong điều kiện hệ thống phân phối chuyển đổi theo hướng hiện đại*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [6] Hà Phương (2020), *Đẩy mạnh phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn*, <https://baothanhhoa.vn/an-toan-thuc-pham/day-manh-phat-trien-he-thong-phan-phoi-thuc-pham-an-toan/123265.htm>. Ngày truy cập: 19/4/2021
- [7] Văn phòng Chính phủ (2020), *Đẩy mạnh phát triển hệ thống phân phối thực phẩm an toàn*, <http://www.vpcp.chinhphu.vn/Home/Day-manh-phat-trien-he-thong-phan-phoi-thuc-pham-an-toan/20202/27104.vgp>

SOLUTION FOR DEVELOPING SAFE FOOD DISTRIBUTION SYSTEM IN THANH HOA PROVINCE

Ngô Chí Thành, Lê Thị Hà Linh

ABSTRACT

The article analyzes the status of the safe food distribution system in Thanh Hoa province through the following aspects: Food for consumption is provided through the link chain, the supply chain; the development of the market system, the system of safe food stores; Food products manufactured and processed in conformity with production models, focusing on meeting food safety regulations; Food products supplied from outside the province into the province are controlled, meeting food safety regulations. On that basis, the article proposes solutions to promote the development of a safe food distribution system in Thanh Hoa province.

Keyword: *Distribution system, safe food, Thanh Hoa province.*

* Ngày nộp bài: 26/4/2021; Ngày gửi phản biện: 28/4/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

TĂNG CƯỜNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ VỚI VIỆC ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG SINH LỢI TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY LẮP DẦU KHÍ THANH HÓA

Lê Thị Minh Trí¹, Lê Thị Thắng²

TÓM TẮT

Trong những năm gần đây, việc vận dụng kế toán quản trị (KTQT) và các công cụ để phân tích tài chính ngày càng được các nhà quản trị doanh nghiệp cũng như các nhà đầu tư quan tâm, đặc biệt là đánh giá các chỉ số về khả năng sinh lợi trong doanh nghiệp. Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa (PVC-TH) là đơn vị thành viên của Tổng Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Việt Nam (PVC), hoạt động trong lĩnh vực xây dựng công trình dân dụng, xây lắp công nghiệp dầu khí, đầu tư hạ tầng khu công nghiệp, đầu tư kinh doanh bất động sản, khai thác khoáng sản tại tỉnh Thanh Hoá và khu vực Bắc Trung Bộ. Trong năm 2018, 2019 vừa qua công ty có các chỉ số hiệu quả hoạt động thấp hơn so với các năm. Bài viết trình bày thực trạng và giải pháp nhằm tăng cường kế toán quản trị với việc đánh giá khả năng sinh lợi tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa trong bối cảnh thị trường cạnh tranh hiện nay.

Từ khóa: Kế toán quản trị, khả năng sinh lợi, xây lắp dầu khí.

1. KHÁI QUÁT VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY LẮP DẦU KHÍ THANH HÓA

Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa tiền thân là Công ty cổ phần Thịnh Phát, được thành lập theo giấy chứng nhận số 2800947548 do Sở KH&ĐT tỉnh Thanh Hóa cấp lần đầu ngày 16/02/2006 và thay đổi lần thứ 9 ngày 23/09/2014. Năm 2010, Tổng công ty cổ phần xây lắp dầu khí Việt Nam tiến hành đầu tư vào Công ty cổ phần Thịnh Phát và tại Đại hội cổ đông họp ngày 22/08/2010 đã ban hành Nghị quyết số 50/NQ-ĐHĐCĐ về việc chính thức thay đổi tên Công ty cổ phần Thịnh Phát thành Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa (PVC-TH) và tăng vốn điều lệ từ 3,5 tỷ lên 210 tỷ đồng. Sứ mệnh là phát triển Công ty một cách bền vững, đủ sức mạnh cạnh tranh, huy động và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn tự có như nhân lực, công cụ máy móc thiết bị, sự hỗ trợ của Tổng công ty PVC cũng như Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam. Hiện nay công ty hoạt động chủ yếu trong các lĩnh vực: Xây lắp chuyên ngành dầu khí; xây dựng, phát triển hạ tầng khu công nghiệp, khu đô thị; đầu tư bất động sản và công trình hạ tầng trên đất để cho thuê; thăm dò, khai thác, chế biến khoáng sản.

Trong 3 năm gần đây, PVC - TH mở rộng thị trường thi công chủ yếu tại các Khu liên hợp Lọc hóa dầu Nghi Sơn, Nhà máy nhiệt điện Thái Bình 2, tỉnh Quảng Ninh, thị xã Quảng Trị, Quốc lộ 217 - Cẩm Thủy - Thanh Hóa, Công trình thị xã Cửa Lò - Nghệ An và các huyện lân cận thuộc tỉnh Thanh Hóa.

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức, lethiminhtrikt@hdu.edu.vn

² Phòng Kế hoạch - Tài chính, Trường Đại học Hồng Đức

Bảng 1. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2018, 2019

Khoản mục	ĐVT	Năm 2018	Năm 2019	Chênh lệch 2019 so với 2018 (%)
Giá trị sản lượng	Tỷ đồng	50,5	54,96	108,8%
Doanh thu	Tỷ đồng	37,86	43,4	114,6%
Lợi nhuận sau thuế		(1,49)	(7,77)	
Trong đó				
- Lợi nhuận từ hoạt động SXKD	Tỷ đồng	0,76	2,27	
- Đầu tư tài chính		(2,25)	(10,04)	
Nộp ngân sách Nhà nước	Tỷ đồng	3,5	0,8	22,9%
Thu nhập bình quân	Triệu đồng/ người/tháng	7,0	8,18	116,9%

Nguồn: Báo cáo thường niên của PVC - TH năm 2019

Năm 2019, Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa ghi nhận kết quả sản xuất kinh doanh khả quan, sản lượng và doanh thu đều tăng so với năm 2018. Giá trị sản lượng đạt 54,6 tỷ đồng tăng 8,8% so với năm ngoái. Doanh thu đạt 43,4 tỷ đồng tăng 14,6% so với cùng kỳ năm 2018. Tuy nhiên, năm 2018, 2019 doanh nghiệp bị lỗ, nguyên nhân là do lỗ từ hoạt động đầu tư tài chính mang lại. Bên cạnh đó, thu nhập bình quân của người lao động tăng 16,9% chứng tỏ doanh nghiệp đã thực sự quan tâm đến đời sống người lao động.

Trong năm 2019, Công ty tiếp tục thực hiện một số công trình xây dựng và ghi nhận doanh thu như sau: Công trình nhà máy nhiệt điện Thái Bình: 3,4 tỷ đồng, Công trình trụ sở liên cơ sở số 3 tỉnh Quảng Ninh: 3,37 tỷ đồng; Công trình dự án nâng cấp đường Quốc lộ 217 Cẩm Thủy: 26,5 tỷ đồng; Công trình đài bể cọc 0,3 tỷ đồng, gói thầu CVL6: 1,2 tỷ đồng; Cho thuê nhà và văn phòng: 5,8 tỷ đồng; doanh thu hoạt động tài chính 2,69 tỷ đồng.

Nhìn chung, trong năm 2018, 2019 là năm gặp nhiều khó khăn đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Quá trình thu thanh quyết toán vốn mất nhiều thời gian đồng nghĩa với khả năng rủi ro về thanh toán của nhà thầu. Dự án đầu tư của Công ty sử dụng đến 70% vốn vay. Khi lập kế hoạch kinh doanh và dự án đầu tư lãi suất tiền vay đã được tính, song có nhiều yếu tố dẫn đến việc tăng lãi suất tiền vay. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến tình hình sản xuất sinh doanh. Bên cạnh đó, hoạt động kinh doanh của Công ty có thể chịu ảnh hưởng bởi những rủi ro khác như thiên tai, biến động giá cả, tình hình chính trị, biến đảo... làm thị trường tiềm năng mất ổn định.

2. VAI TRÒ CỦA KẾ TOÁN QUẢN TRỊ VỚI VIỆC ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG SINH LỢI

Theo Luật Kế toán Việt Nam (2015), “*Kế toán quản trị là việc thu thập, xử lý, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính theo yêu cầu quản trị và quyết định kinh tế, tài chính trong nội bộ đơn vị kế toán*”. Như vậy, kế toán quản trị là lĩnh vực kế toán được sử dụng để thỏa mãn nhu cầu thông tin của các nhà quản trị doanh nghiệp, các cá nhân, trưởng các bộ phận trong doanh nghiệp [6].

Kế toán quản trị cung cấp những thông tin cần thiết giúp nhà quản trị doanh nghiệp làm căn cứ để xây dựng kế hoạch, tổ chức điều hành, kiểm tra giám sát việc thực hiện mục tiêu định trước. Đồng thời, kế toán quản trị cũng cung cấp thông tin cần thiết giúp nhà quản trị phân tích, đánh giá mọi hoạt động, nhờ đó có căn cứ để đưa ra các giải pháp phù hợp và đạt hiệu quả mong muốn. Bên cạnh đó, kế toán quản trị còn cung cấp tài liệu dự toán phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh giúp các nhà quản trị phát hiện ra khả năng tiềm tàng và tìm ra các biện pháp huy động vào quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nhằm không ngừng nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp [3].

Thông tin về khả năng sinh lợi thể hiện khả năng tạo ra lợi nhuận từ các nguồn lực đầu vào, chi phí đầu vào hay đầu ra phản ánh kết quả sản xuất của doanh nghiệp [2]. Khả năng sinh lợi là một công cụ tài chính quan trọng được nhiều đối tượng (nhà quản trị doanh nghiệp, nhà đầu tư, cổ đông, tổ chức tín dụng) quan tâm. Bởi nó gắn liền với lợi ích của họ ở hiện tại và tương lai. Khả năng sinh lợi có mối quan hệ chặt chẽ với năng lực hoạt động và khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

Để đánh giá khả năng sinh lợi cần đánh giá hiệu quả hoạt động của trung tâm lợi nhuận. *Trung tâm lợi nhuận*: là trung tâm mà nhà quản trị doanh nghiệp chịu trách nhiệm về chi phí, doanh thu nhưng không kiểm soát các nguồn lực đầu vào trung tâm. Thước đo để đánh giá hiệu quả trung tâm lợi nhuận bao gồm các chỉ tiêu: chi phí sản xuất, chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, số lượng hàng bán, chỉ tiêu lợi nhuận gộp, lợi nhuận bộ phận, lợi nhuận thuần, lợi nhuận sau thuế [4].

Các trung tâm trách nhiệm này thường được gắn với bậc quản lý cấp trung, đó là giám đốc điều hành công ty, các đơn vị kinh doanh trong tổng công ty như các công ty phụ thuộc, các chi nhánh... Nếu nhà quản trị không có quyền quyết định mức độ đầu tư tại trung tâm, thì chỉ tiêu lợi nhuận là thích hợp nhất để đánh giá kết quả thực hiện của trung tâm này.

Mục tiêu của trung tâm lợi nhuận là tối đa hóa lợi nhuận, để tối đa hóa lợi nhuận, một mặt cần phải tăng doanh thu đồng thời giảm chi phí. Do vậy, trách nhiệm của trung tâm lợi nhuận không chỉ dừng lại ở doanh thu mà có trách nhiệm cả về chi phí.

Khi đánh giá trách nhiệm của nhà quản trị trong trung tâm trách nhiệm thường đi theo các nội dung: So sánh mức lợi nhuận thực hiện so với kế hoạch về số tương đối và tuyệt đối:

$$\text{Chênh lệch lợi nhuận} = \text{Lợi nhuận thực tế} - \text{Lợi nhuận kế hoạch} \quad (2.1)$$

Đồng thời, nội dung quan trọng để đánh giá trung tâm lợi nhuận đó là khả năng sinh lợi và tính hiệu quả của trung tâm. Để đánh giá nội dung này các nhà quản trị có thể sử dụng đánh giá trách nhiệm của trung tâm thông qua các chỉ tiêu: Tỷ lệ lợi nhuận gộp, Lợi nhuận bộ phận, Tỷ lệ lợi nhuận bộ phận trên doanh thu bộ phận [5].

$$\text{Tỷ lệ lợi nhuận gộp} = \frac{\text{Lợi nhuận gộp}}{\text{Doanh thu}} \times 100 \quad (2.2)$$

$$\text{Lợi nhuận bộ phận} = \text{Lợi nhuận gộp} - \text{Định phí bộ phận} \quad (2.3)$$

$$\text{Tỷ lệ lợi nhuận bộ phận} = \frac{\text{Lợi nhuận bộ phận}}{\text{Doanh thu}} \times 100 \quad (2.4)$$

Các chỉ tiêu này thể hiện mức đóng góp lợi nhuận của từng bộ phận vào lợi nhuận của toàn DN. Qua các chỉ tiêu này, các nhà quản trị có thể đánh giá hiệu quả hoạt động

cũng như khả năng sinh lợi của từng bộ phận của doanh nghiệp, từ đó có chính sách, quyết định kinh doanh phù hợp.

Để đánh giá hiệu quả và trách nhiệm của trung tâm lợi nhuận, thường dựa vào báo cáo kết quả kinh doanh được lập theo mức độ hoạt động, từ đó xác định và đánh giá mức lợi nhuận của từng bộ phận vào lợi nhuận chung của toàn doanh nghiệp. Bên cạnh đó, để đánh giá trách nhiệm của từng trung tâm lợi nhuận, người ta có thể so sánh kết quả thực hiện với dự toán hoặc so sánh tỷ lệ lợi nhuận trên doanh thu với tỷ lệ chung của toàn đơn vị hay ngành.

Ngoài ra, để cung cấp thông tin nhằm đánh giá khả năng sinh lợi của doanh nghiệp, kế toán quản trị có thể sử dụng nhiều chỉ tiêu phản ánh khả năng sinh lợi khác nhau như: tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu, tỷ lệ doanh thu trên chi phí, tỷ lệ lợi nhuận trên chi phí hoặc số dư đảm phí của bộ phận và báo cáo kế toán quản trị như báo cáo phân tích các chỉ tiêu kinh tế...

Khi vận dụng chỉ tiêu này để đánh giá khả năng sinh lợi tại các Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa ta có thể tính toán khả năng sinh lợi cho từng yếu tố nguồn lực cụ thể như tài sản, vốn chủ sở hữu, doanh thu. Như vậy, để cải thiện khả năng sinh lợi, doanh nghiệp cần nâng cao hiệu quả hoạt động, cắt giảm những khoản chi phí phát sinh không cần thiết và khai thác các tài sản với tần suất hợp lý.

3. THỰC TRẠNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ VỚI VIỆC ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG SINH LỢI TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY LẮP DẦU KHÍ THANH HÓA

3.1. Thực trạng các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lợi tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa

Mục tiêu cuối cùng Các doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh hiện nay là lợi nhuận. Lợi nhuận là một chỉ tiêu tài chính tổng hợp, là kết quả cuối cùng của hoạt động sản xuất, kinh doanh, hoạt động tài chính tại doanh nghiệp. Để có được cách nhìn đúng đắn, khách quan về lợi nhuận thì nhà quản trị không chỉ quan tâm đến tổng mức lợi nhuận mà cần phải xem xét lợi nhuận trong mối quan hệ với vốn, tài sản, nguồn lực tài chính mà doanh nghiệp đã đầu tư để tạo ra lợi nhuận trong phạm vi, nhiệm vụ cụ thể.

Theo cơ cấu tổ chức hiện nay của Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa, trung tâm lợi nhuận bao gồm các chi nhánh tiêu thụ, gắn với trách nhiệm của các trưởng bộ phận do vậy chưa tách biệt trung tâm doanh thu và trung tâm lợi nhuận. Mục tiêu của nhà quản trị là lợi nhuận, muốn tăng lợi nhuận hoặc là cắt giảm chi phí, hoặc là tăng doanh thu, hay đồng thời vừa cắt giảm chi phí vừa tăng doanh thu. Giám đốc kinh doanh và các trưởng bộ phận có trách nhiệm theo dõi hoạt động kinh doanh của bộ phận mình, kiểm tra doanh thu đồng thời kiểm soát chi phí tương ứng, đảm bảo hoạt động kinh doanh có lãi.

Qua tìm hiểu tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa, nhận thấy Công ty có áp dụng nội dung kế toán quản trị khả năng sinh lợi, đồng thời tiến hành lập dự toán lợi nhuận, trung tâm lợi nhuận. Tuy nhiên, thông tin mà kế toán quản trị cung cấp chưa được thường xuyên, chưa phục vụ để đánh giá hiệu quả sinh lợi mà chủ yếu phục vụ cho kế toán tài chính. Bên cạnh đó, công ty chưa sử dụng các chỉ tiêu như: Khả năng sinh lợi của tài sản, khả năng sinh lợi của vốn chủ sở hữu, khả năng sinh lợi kinh tế của tài sản, khả năng sinh lợi của doanh thu và báo cáo kế toán quản trị như báo cáo phân tích các chỉ tiêu kinh tế... để đánh giá khả năng sinh lợi cũng như chưa có hệ thống báo cáo trung tâm lợi nhuận để cung cấp thông tin đánh giá hiệu quả sinh lợi cho nhà quản trị.

Trong báo cáo tài chính của doanh nghiệp, việc phân tích, đánh giá các chỉ số về khả năng sinh lợi là rất cần thiết hiện nay. Nhờ việc phân tích, đánh giá các chỉ số về khả năng sinh lợi mà nhà quản trị có thể đánh giá được hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, từ đó cung cấp thông tin phục vụ cho việc ra quyết định của nhà quản lý, nhà đầu tư, các cổ đông và các tổ chức tín dụng.

Bảng 2. Chỉ số sinh lợi tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa

Chỉ tiêu \ Năm	2017	2018	2019
Tỷ suất sinh lợi trên tài sản ROA	3.43%	0.73%	0.46%
Tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ sở hữu ROE	8.19%	1.58%	0.95%
Tỷ suất sinh lợi trên vốn đầu tư ROIC	3.69%	0.74%	0.46%
Tỷ suất sinh lợi trên doanh thu ROS	7.52%	2.91%	2.92%

Nguồn: Báo cáo thường niên Công ty Cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa

3.2. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lợi tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa

Khả năng sinh lợi trên tài sản (ROA)

Khả năng sinh lợi trên tài sản của Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa thể hiện qua chỉ tiêu “Tỷ suất sinh lợi của tài sản” (ROA). Đây là một chỉ số tài chính phản ánh tỷ lệ phần trăm của lợi nhuận sau thuế mà doanh nghiệp thu được trong mối quan hệ với tổng tài sản. ROA là một chỉ số lợi nhuận quan trọng, nó cho thấy tiềm lực của doanh nghiệp trong việc sử dụng tài sản để tạo ra lợi nhuận.

Công thức xác định:

$$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản bình quân}} \times 100\% \quad (3.1)$$

Qua bảng 2 ta thấy khả năng sinh lợi tài sản của PVC - TH năm 2019 (0,46%) giảm sút quá nhanh so với năm 2017 (3,43%) và thấp hơn khả năng sinh lợi trung bình của ngành 2017 (4,5%), năm 2018 (4,6%). Nguyên nhân chính của sự giảm sút này là do sự giảm sút nghiêm trọng của chỉ tiêu doanh thu tiêu thụ sản phẩm và hiệu suất sử dụng tổng tài sản. Để ROA tăng cao thì doanh nghiệp cần có biện pháp tăng doanh số và nâng cao hiệu quả sử dụng tổng tài sản.

Khả năng sinh lợi trên vốn chủ sở hữu (ROE)

Khả năng sinh lợi trên vốn chủ sở hữu được Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa đo lường qua chỉ tiêu “Tỷ suất sinh lợi của vốn chủ sở hữu” (ROE). Chỉ số này đo lường mức độ hiệu quả của việc sử dụng vốn chủ sở hữu trong doanh nghiệp. Chỉ số này cho thấy cứ 100 đồng vốn chủ sở hữu đầu tư vào kinh doanh, công ty kiếm được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế [2].

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản bình quân}} \times 100\% \quad (3.2)$$

Theo bảng 2, khả năng sinh lợi của vốn chủ sở hữu của Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa năm 2019 là 0,9%, giảm mạnh so với năm 2017 (8,2%) và năm 2018 (1,6%). ROE thấp không làm hài lòng các chủ sở hữu. Nguyên nhân ROE thấp là do

doanh thu thấp và hầu như không tăng, bên cạnh đó, chi phí tăng cao, do đó lợi nhuận sau thuế giảm, khả năng sinh lợi của vốn chủ sở hữu, giảm sút một cách nghiêm trọng. Việc đơn vị không kiểm soát và đo lường hiệu quả trong dài hạn sẽ khiến cho nhà quản trị không thể có cái nhìn tổng thể về hiệu quả hoạt động của đơn vị. Điều này dẫn tới việc nhà quản trị cấp chiến lược, các cổ đông của PVC - TH không có thông tin để đưa ra các quyết định dài hạn, chiến lược tiếp tục vận hành, đầu tư hay thoái vốn đầu tư.

Khả năng sinh lợi trên vốn đầu tư (ROIC)

Khả năng sinh lợi trên vốn đầu tư được Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa đo lường qua chỉ số “Tỷ suất sinh lợi của vốn đầu tư” (ROIC). Chỉ số ROIC cho biết cứ 100 đồng vốn đầu tư, Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa thu được mấy đồng lợi nhuận sau thuế. ROIC là một chỉ tiêu phổ biến được sử dụng để phân tích, đánh giá các kết quả đầu tư tài chính, đầu tư kinh doanh [4].

Công thức xác định:

$$ROIC = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế của chủ sở hữu và nhà cung cấp tín dụng}}{\text{Vốn đầu tư bình quân}} \quad (3.3)$$

Theo bảng 2 ta thấy khả năng sinh lợi trên vốn đầu tư năm 2019 là 0,5%, giảm mạnh so với năm 2017 là 3,7%. Chỉ số này cho thấy hiệu quả đầu tư của PVC - TH thấp, kế toán quản trị của đơn vị chưa thường xuyên đánh giá lại hiệu quả tài chính dài hạn tính theo cả vòng đời của dự án. Hạn chế này khiến cho nhà quản trị chiến lược của PVC - TH không có thông tin để đưa ra những quyết định chiến lược liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị.

Khả năng sinh lợi trên doanh thu (ROS)

Khả năng sinh lợi trên doanh thu tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa được phản ánh qua chỉ tiêu “Tỷ suất sinh lợi của doanh thu” (ROS). Chỉ tiêu này được sử dụng để đánh giá hiệu suất hoạt động PVC - TH, phản ánh cứ 100 đồng doanh thu thuần thu được sẽ đem lại cho PVC - TH bao nhiêu đồng lợi nhuận [4].

$$ROS = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu thuần}} \times 100\% \quad (3.3)$$

Theo bảng 2 ta thấy chỉ tiêu khả năng sinh lợi trên doanh thu ROS năm 2019 của Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa bằng với năm 2018 (2,9%) và thấp hơn nhiều so với năm 2017 (7,5%) đồng thời thấp hơn mức trung bình của ngành. Như vậy, khi doanh thu không tăng, nếu doanh nghiệp quản lý chi phí tốt, giảm thiểu hóa được các chi phí (chi phí nguyên vật liệu, nhân công, chi phí bán hàng, quản lý doanh nghiệp...), lợi nhuận sẽ cao đồng thời ROS cũng được cải thiện. Nếu doanh nghiệp quản lý chi phí không tốt sẽ làm ROE thấp và hiệu quả kinh doanh bị ảnh hưởng.

Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa có hiệu quả hoạt động thấp, đặc biệt năm 2019, các chỉ số hiệu quả thấp hơn so với các năm. Do năm 2019 PVC - TH gặp không ít khó khăn nhưng vẫn đạt được doanh số trên 43,4 tỷ đồng. Tuy nhiên các chỉ số đánh giá hiệu quả ROA, ROI, ROS và ROE cho thấy vẫn còn quá thấp, doanh nghiệp vẫn lỗ nhiều.

Qua nghiên cứu, tác giả nhận thấy Kế toán quản trị tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa chưa được quan tâm đúng mức. Đồng thời đơn vị chỉ mới quan tâm sử dụng các chỉ tiêu: ROA, ROI, ROS và ROE trong đánh giá hiệu quả sinh lợi mà chưa quan tâm đến việc phân tích khả năng sinh lợi của từng nhóm tài sản cũng như từng loại vốn sử dụng trong quá trình kinh doanh. Do đó việc tăng cường kế toán quản trị với việc đánh giá hiệu quả sử dụng các yếu tố đầu vào tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa là rất cần thiết.

4. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ VỚI VIỆC ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG SINH LỢI TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY LẮP DẦU KHÍ THANH HÓA

Để tăng cường vai trò kế toán quản trị trong việc đánh giá khả năng sinh lợi tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa, tác giả đưa ra một số kiến nghị sau:

Thứ nhất, Thông qua các số liệu tuyệt đối phản ánh doanh thu, chi phí, lợi nhuận kế toán quản trị tại PVC - TH cần phải thực hiện đánh giá hiệu quả tài chính thông qua các chỉ tiêu tài chính tương đối định kỳ hàng năm. Thông qua đó, nhà quản trị có thể đánh giá được hiệu quả tài chính trong ngắn hạn và trung hạn của đơn vị, có cơ sở để đưa ra các quyết định điều chỉnh dự toán/kế hoạch sản xuất kinh doanh cho kỳ tiếp theo. Sử dụng các phương pháp để đánh giá hiệu quả sinh lợi trong ngắn và trung hạn (chỉ tiêu ROA, ROI, ROE, ROS) như: Phương pháp so sánh, phương pháp loại trừ, phương pháp Dupont.

Thứ hai, Công ty chưa sử dụng chỉ tiêu số dư đảm phí, tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu và mức chênh lệch của chúng với số dự toán để đánh giá được thành quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Để đánh giá hiệu quả sinh lợi, trung tâm lợi nhuận thường so sánh sự biến động lợi nhuận giữa thực tế với kế hoạch hoặc sự biến động của lợi nhuận thực tế giữa các năm.

Mục đích của trung tâm lợi nhuận nhằm tạo lợi nhuận cao nhất, để đạt được mức lợi nhuận cao nhất phải tăng doanh thu, đồng thời tối thiểu hóa chi phí. Do đó, trách nhiệm của trung tâm này bao gồm cả doanh thu và chi phí. Đánh giá trách nhiệm của nhà quản trị trung tâm này theo các nội dung sau:

Về kết quả: Khi đánh giá và kiểm tra hoạt động quản lý tại trung tâm lợi nhuận, cần phải xem xét và so sánh với lợi nhuận ước tính theo dự toán lợi nhuận thực tế đạt được. Từ đó đánh giá chênh lệch lợi nhuận và nhân tố ảnh hưởng đến lợi nhuận như: Doanh thu, giá vốn hàng bán, chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp.

$$\text{Chênh lệch lợi nhuận} = \text{Lợi nhuận thực tế} - \text{Lợi nhuận kế hoạch} \quad (4.1)$$

Về mặt hiệu quả: Trung tâm có thể lượng hóa bằng tiền đầu vào và đầu ra do đó hiệu quả hoạt động của trung tâm này sẽ được đo lường bằng chỉ tiêu sau:

$$\text{Lợi nhuận bộ phận} = \text{Lợi nhuận góp} - \text{Định phí bộ phận} \quad (4.2)$$

Các chỉ tiêu này phản ánh mức đóng góp lợi nhuận của từng bộ phận vào lợi nhuận của toàn đơn vị.

Thứ ba, Nhận diện lợi nhuận, đánh giá khả năng sinh lợi qua chỉ tiêu chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, giá vốn hàng bán.

Nhận diện lợi nhuận: Căn cứ vào chức năng hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty, lợi nhuận bao gồm lợi nhuận hoạt động sản xuất kinh doanh, lợi nhuận hoạt động tài chính và lợi nhuận khác. Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa cần theo

đổi chi tiết ba loại lợi nhuận trên cho từng bộ phận, đơn vị cụ thể nhằm lập báo cáo lợi nhuận, báo cáo bộ phận cung cấp thông tin để đánh giá hoạt động và trách nhiệm quản lý của các nhà quản trị trong trung tâm lợi nhuận.

Khả năng sinh lợi phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực sẵn có của Công ty để đạt được kết quả cao nhất trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Thực chất, khả năng sinh lợi là biểu hiện của việc kết hợp theo một tương quan xác định cả về mặt số lượng và chất lượng của các nhân tố cấu thành quá trình kinh doanh như: tư liệu lao động, đối tượng lao động và lao động. Bên cạnh đó, chi phí là nội dung được quan tâm hàng đầu trong đánh giá hiệu quả hoạt động. Chi phí của công ty bao gồm như chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, giá vốn hàng bán. Do đó, tùy vào mục đích và dữ liệu thu thập được mà tiến hành đánh giá khả năng sinh lợi của từng loại chi phí cho phù hợp. Trên cơ sở đó, để cung cấp thông tin cho việc đánh giá khả năng sinh lợi, tác giả tiến hành đánh giá khái quát sức sinh lợi của chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, giá vốn hàng bán qua các chỉ tiêu sau:

Đánh giá khái quát khả năng sinh lợi của giá vốn hàng bán

$$\text{Sức sinh lợi của giá vốn hàng bán} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng giá vốn hàng bán}} \quad (4.3)$$

Công thức trên cho biết: 1 đồng giá vốn hàng bán đem lại mấy đồng lợi nhuận sau thuế. Sức sinh lợi của giá vốn hàng bán càng cao, khả năng sinh lợi của giá vốn hàng bán càng lớn, dẫn đến hiệu quả kinh doanh càng cao và ngược lại.

Đánh giá khái quát khả năng sinh lợi của chi phí bán hàng

$$\text{Sức sinh lợi của chi phí bán hàng} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng chi phí bán hàng}} \quad (4.4)$$

Công thức trên cho biết: 1 đồng chi phí bán hàng đem lại mấy đồng lợi nhuận sau thuế. Sức sinh lợi của chi phí bán hàng càng cao, khả năng sinh lợi của chi phí bán hàng càng lớn, dẫn đến hiệu quả kinh doanh càng cao và ngược lại.

Đánh giá khái quát khả năng sinh lợi của chi phí quản lý doanh nghiệp

$$\text{Sức sinh lợi của chi phí quản lý doanh nghiệp} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng chi phí quản lý doanh nghiệp}} \quad (4.5)$$

Công thức trên cho biết: 1 đồng chi phí quản lý doanh nghiệp đem lại mấy đồng lợi nhuận sau thuế. Sức sinh lợi của chi phí quản lý doanh nghiệp càng cao, khả năng sinh lợi của chi phí quản lý doanh nghiệp càng lớn, dẫn đến hiệu quả kinh doanh càng cao và ngược lại.

Qua chỉ tiêu trên, nhà quản trị có thể đánh giá hiệu quả hoạt động cũng như khả năng sinh lợi của từng bộ phận vào đơn vị, từ đó có những quyết sách, quyết định sản xuất kinh doanh phù hợp.

5. KẾT LUẬN

Ngày nay, kế toán quản trị có vai trò rất quan trọng trong việc cung cấp thông tin cho các nhà quản trị thực hiện các chức năng điều hành doanh nghiệp. Tuy nhiên, việc xây dựng và vận dụng kế toán quản trị nói chung và kế toán quản trị với việc đánh giá khả năng sinh lợi tại Công ty cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa nói riêng cần có những giải pháp đồng bộ, kết hợp từ phía Nhà nước, cá nhân và bản thân đơn vị.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Tài chính (2006), *Thông tư 53/2006/TT-BTC ngày 12 tháng 6 năm 2006 của Bộ Tài chính về hướng dẫn áp dụng kế toán quản trị trong doanh nghiệp*, <https://vbqp.mof.gov.vn/Detail?contentType=LegalDocument&id=29802&tab=99>
- [2] Công ty Cổ phần VCCorp (2020), *Công ty Cổ phần xây lắp dầu khí Thanh Hóa (HNX)*, <https://s.cafef.vn/hose/PVC-TH-cong-ty-co-phan-xay-lap-dau-khi-thanh-hoa.chn>
- [3] Nguyễn Hoàn, Hoàng Đình Hương (2019), *Giáo trình kế toán quản trị*, Nxb. Xây dựng, Hà Nội.
- [4] Nguyễn Văn Công và cộng sự (2017), *Giáo trình Phân tích báo cáo tài chính*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [5] Nguyễn Văn Công (2013), *Giáo trình Phân tích kinh doanh*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [6] Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, khoá XIII (2015, 20 11), *Luật số 88/2015/QH13 của Quốc hội: Luật Kế toán*, Retrieved 10 2017, from Thông tin chi tiết Văn bản quy phạm pháp luật: http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&mode=detail&document_id=183198

**INCREASING MANAGEMENT ACCOUNTING WITH
ASSESSMENT OF PROFITABILITY AT THANH HOA
PETROLEUM CONSTRUCTION JOINT STOCK COMPANY**

Le Thi Minh Tri, Le Thi Thang

ABSTRACT

In recent years, the application of management accounting (IRS) and tools for financial analysis have been increasingly paid attention to by corporate administrators as well as investors, especially in evaluating the number of profitability in the business. Thanh Hoa Petroleum Construction Joint Stock Company (PVC-TH) is a member unit of Petro Vietnam Construction Joint Stock Corporation (PVC), operating in the field of civil construction, construction and installation. oil and gas industry, industrial zone infrastructure investment, real estate investment and business, mineral exploitation in Thanh Hoa province and North Central region. In the years 2018 and 2019, the company had lower performance indicators compared to other years. The article presents the current situation and solutions to enhance management accounting with assessment of profitability at Thanh Hoa Petroleum Construction Joint Stock Company in the current competitive market context.

Keywords: *Management accouting, profitability, petroleum construction.*

* Ngày nộp bài: 17/12/2020; Ngày gửi phản biện: 6/1/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG MARKETING CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN BIA HÀ NỘI - THANH HÓA

Nguyễn Thị Thanh Xuân¹, Lê Thị Kiên²

TÓM TẮT

Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa là một thành viên trực thuộc Tổng Công ty Bia rượu - Nước giải khát Hà Nội. Với chiến lược định vị tạo hương vị bia mang đậm chất tự nhiên, giá thấp - chất lượng vừa phải và đem lại nhiều lợi ích xã hội, trong những năm gần đây, Công ty đã và đang gặt hái được những thành công đáng kể, khẳng định vị thế của mình không chỉ riêng trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa mà còn vươn xa ra các tỉnh khác và kể cả thị trường xuất khẩu. Có được điều này không thể không nhắc đến những điểm nổi bật trong các hoạt động marketing của công ty, tuy nhiên xét trên 4 phương diện về Chính sách sản phẩm, Chính sách giá, Chính sách phân phối và Chính sách xúc tiến vẫn còn nhiều hạn chế. Mục đích của nghiên cứu này nhằm đánh giá thực trạng hoạt động marketing của công ty, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện các hoạt động này trong thời gian tới.

Từ khóa: Định vị, hoạt động marketing, Bia Hà Nội - Thanh Hóa.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, trên thị trường tất cả các hàng hóa, sản phẩm đều có sự cạnh tranh quyết liệt, hầu hết các doanh nghiệp đều phải có các giải pháp tối ưu để tồn tại và phát triển trong cơ chế thị trường đầy biến động. Marketing là một trong những hoạt động đóng vai trò then chốt trong việc quyết định nhu cầu và kết nối giữa nhà cung ứng và người tiêu dùng. Thông qua hoạt động marketing, doanh nghiệp có thể phát huy hết nội lực hướng vào những cơ hội hấp dẫn trên thị trường, giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh, tăng cường khả năng cạnh tranh trong quá trình mở cửa và tự do hóa nền kinh tế. Vai trò của marketing được rất nhiều các học giả và chuyên gia khẳng định, nhưng thực hiện các hoạt động đó như thế nào có hiệu quả nhất là mối trăn trở quan tâm của các nhà quản trị.

Công ty Cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa, tiền thân là một doanh nghiệp nhà nước được cổ phần hóa, là thành viên trong hệ thống Tổng công ty cổ phần Bia Rượu Nước Giải khát Hà Nội (Habeco), chuyên sản xuất và kinh doanh các sản phẩm đồ uống, nước giải khát, trong đó sản phẩm bia là chủ lực. Thị trường kinh doanh đồ uống có cồn và không cồn đang phát triển, đồng thời sự cạnh tranh trong ngành cũng rất cao; Làm sao để có thể cạnh tranh với các doanh nghiệp trên thị trường, đưa sản phẩm của mình đền gần hơn với mọi đối tượng khách hàng mục tiêu là những vấn đề mà công ty cũng như các doanh nghiệp trong cùng ngành đang băn khoăn và tìm hướng phát triển.

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; nguyenthithanhxuan@hdu.edu.vn

² Học viên Cao học QTKD K12A, khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

Xuất phát từ tầm quan trọng của công tác Marketing trong lĩnh vực này, nhóm tác giả lựa chọn chủ đề: “*Giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing tại công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa*” với mong muốn đóng góp một phần cho sự phát triển bền vững của công ty.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sử dụng số liệu thứ cấp để đánh giá thực trạng hoạt động marketing tại Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa.

Phương pháp thu thập tài liệu: Số liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn số liệu trong các báo cáo của công ty; Các bài báo, tạp chí khoa học chuyên ngành.

Phương pháp phân tích: Phương pháp thống kê mô tả, so sánh, mô hình hóa, phương pháp sơ đồ hóa, phương pháp quy nạp, phương pháp diễn dịch... được sử dụng để đánh giá thực trạng hoạt động marketing tại công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa

Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa (trước đây là Nhà máy Bia Thanh Hóa) được thành lập theo Quyết định số 220/QĐ-UBTH ngày 21 tháng 2 năm 1989 của Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hóa trên cơ sở hợp nhất nguyên trạng 2 xí nghiệp là Xí nghiệp Rượu - Bia - Nước ngọt (thuộc Sở Thương nghiệp Thanh Hóa) và Xí nghiệp chế biến mỳ Mật Sơn (thuộc Công ty Liên hiệp lương thực tỉnh Thanh Hóa). Ngày 01 tháng 3 năm 2001, Công ty Bia Thanh Hoá trở thành thành viên hạch toán độc lập của Tổng Công ty Rượu-Bia-Nước giải khát Việt Nam theo Quyết định số 348/QĐ-BCN ngày 16 tháng 02 năm 2001 của Bộ trưởng Bộ Công nghiệp và Quyết định số 519/QĐ-UB ngày 02 tháng 3 năm 2001 của Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hóa. Ngày 06 tháng 5 năm 2003 Công ty Bia Thanh Hoá trở thành thành viên hạch toán độc lập của Tổng Công ty Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội. Tháng 3/2004 Công ty chuyển đổi thành Công ty Cổ phần Bia Thanh Hóa. Tháng 11/2018 Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa.

Sản phẩm chủ yếu của Công ty: Bia chai nâu 450 ml, Bia chai nâu 330 ml, Bia lon THANH HOA 330 ml, Bia box (bia tươi), Bia hơi xuất tại quầy, Bia hơi đóng chai PET, Bia chai THABREW 330 ml, Bia lon THABREW 330 ml.

Ngành, nghề kinh doanh: Sản xuất kinh doanh và xuất nhập khẩu các sản phẩm rượu, bia, nước giải khát các loại có ga, không có ga, nước khoáng.

Quy mô: Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hoá có 2 cơ sở sản xuất: Cơ sở tại 152 Quang Trung, phường Ngọc Trạo với diện tích 36.000 m². Do phát triển sản xuất, công ty đã thuê thêm 8.000 m² đất để xây dựng các nhà kho nguyên liệu, thành phẩm và hệ thống xử lý nước thải. Cơ sở tại Trường Lâm huyện Tĩnh Gia được xây dựng trên mặt bằng có diện tích 10 ha. Công suất của cả 2 cơ sở là 40 triệu lít/năm.

Về kết quả kinh doanh

Bảng 1. Sản lượng tiêu thụ của công ty từ 2017 - 2019

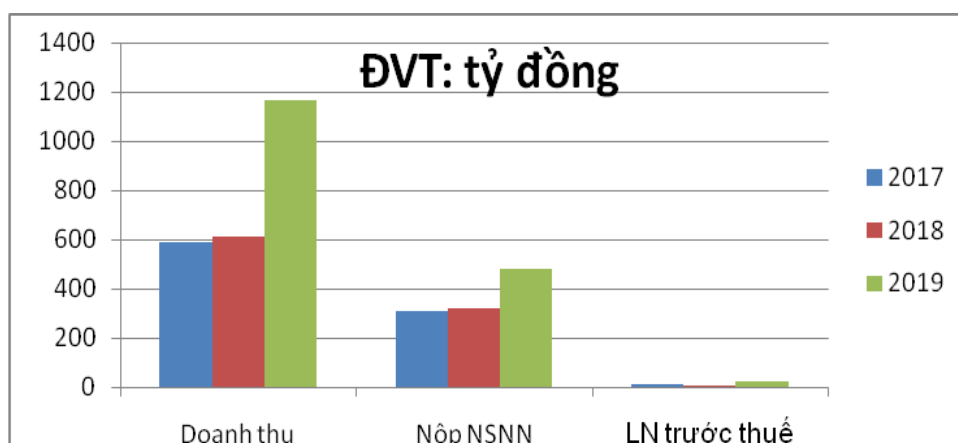
STT	Dòng sản phẩm	Tiêu thụ (triệu lít)			2018/2017		2019/2018	
		2017	2018	2019	+/-	%	+/-	%
1	Bia hơi Thanh Hóa	14.02	14.26	16.42	0,24	101,71	2.16	115,15
2	Bia chai + Bia lon Thanh Hóa	32.07	31.29	32.82	(-0,78)	97,57	1,53	104,89
3	Bia HN	12.07	9.89	25.94	(-2,18)	81,94	16,05	262,29
	Tổng	58.8	56.6	75.17	(-2,2)	96,26	18,57	132,81

Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa

Kết quả phân tích ở bảng trên cho thấy: Lượng bia tiêu thụ của công ty năm 2018 so với năm 2017 giảm 2,2 triệu lít, trong đó giảm mạnh nhất là Bia Hà Nội và tiếp theo là bia chai và bia lon Thanh Hoa, Chỉ có riêng bia hơi Thanh Hoa là giữ được mức tăng trưởng đều. Tuy nhiên, đến năm 2019 lượng tiêu thụ các dòng bia của công ty lại tăng đáng kể, đặc biệt là các sản phẩm của bia Hà Nội tăng đến 262,29%. Điều này có thể lý giải là do năm 2018 thì công ty mới bắt đầu tiếp nhận kênh phân phối tiêu thụ các dòng sản phẩm của Habeco nên chưa có nhiều kinh nghiệm và tiếng tăm nhưng đến năm 2019 thì khi người tiêu dùng đã quen với sản phẩm của Habeco được phân phối bởi công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa thì lượng tiêu thụ tăng lên đáng kể.

Bảng 2. Doanh thu của công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa từ 2017 - 2019

STT	Nội dung	Doanh thu			Tỷ lệ (%)	
		2017	2018	2019	2018/2017	2019/2018
1	Doanh thu bán hàng và CCDV hợp nhất (tỷ đồng)	580,81	611,86	1167,06	105,35	190,74
2	Nộp ngân sách nhà nước (tỷ đồng)	311,09	322,1	450,83	103,54	139,97
3	Lợi nhuận trước thuế hợp nhất.	13,15	7,901	21,10	60,08	267,05

**Hình 1. Doanh thu của công ty Cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa từ 2017 - 2019**

Doanh thu và nộp ngân sách nhà nước của công ty qua các năm 2017 - 2019 liên tục tăng, tuy nhiên lợi nhuận trước thuế thì năm 2018 giảm so với năm 2017 nhưng đến năm 2019 lại tăng đáng kể; điều này tương xứng với sản lượng tiêu thụ ở bảng 1.

3.2. Chiến lược định vị sản phẩm của Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa

Với đặc thù là doanh nghiệp địa phương, và cũng chưa phải là thương hiệu bia nổi tiếng trên thị trường Việt Nam, song Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa đã có những chính sách, chiến lược nhằm làm khác biệt hóa sản phẩm và tạo ấn tượng về hình ảnh trong tâm trí khách hàng mục tiêu.

Thứ nhất, hương vị sản phẩm của bia Thanh Hoa và bia Thabrew luôn có sự khác biệt so với các sản phẩm khác là “luôn mang đậm chất tự nhiên”, trong quá trình lên men bia (thay vì dùng đường để lên men cho nhanh và rẻ) thì Công ty lên men trực tiếp từ gạo.

Thứ hai, nếu so sánh với giá của hầu hết các loại bia trên thị trường thì giá các sản phẩm bia của Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa luôn thấp hơn (thậm chí thấp hơn rất nhiều) nhưng nếu ai đó am hiểu về bia thì sẽ nhận thấy chất lượng bia của Công ty không quá khác xa (ở mức thấp hơn) so với chất lượng sản phẩm của các công ty khác. Công ty luôn trung thành với chiến lược định vị “Giá thấp - chất lượng vừa phải” ngay từ khi bắt đầu hoạt động bởi khách hàng mục tiêu của Công ty chính là người dân tại Thanh Hóa, Ninh Bình, Nghệ An (nơi mà mức thu nhập của số đông người dân vẫn đang còn ở mức trung bình). Sở dĩ Công ty có thể sử dụng chiến lược giá thấp mà vẫn có thể cung cấp cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng là do tiền công lao động trả cho công nhân tại thị trường Thanh Hóa thấp hơn so với tại các thành phố lớn khác, hơn nữa chi phí cho vận chuyển cũng thấp hơn do sản phẩm của công ty cũng chỉ mới phân phối tại Thanh Hóa và các tỉnh lân cận. Ngoài ra, hiện nay công ty vẫn đang còn được hưởng nhiều ưu đãi từ UBND tỉnh Thanh Hóa (ví dụ như tất cả các hoạt động mà cần dùng đến bia của các cơ quan trong tỉnh thì đều ưu tiên sử dụng sản phẩm của Công ty), do đó Công ty cũng tăng được doanh thu và cắt giảm được chi phí (quảng cáo) khá lớn.

Thứ ba, để mang lại ấn tượng lâu dài và tạo được thiện cảm đối với khách hàng, Công ty không có nhiều các hoạt động quảng cáo khuếch trương trên truyền hình hay Pano, áp phích (so sánh với các công ty sản xuất đồ uống cùng loại khác) nhưng hàng năm công ty lại chi một khoản rất lớn cho hoạt động tài trợ, ủng hộ các hoàn cảnh khó khăn, các hoạt động vì cộng đồng. Đây là những hoạt động khá nổi trội của công ty, nhằm khắc sâu hình ảnh của công ty trong tâm trí khách hàng bởi hoạt động mang đầy tính nhân văn của mình. Mặc dù đó cũng là một hình thức quảng cáo nhưng Công ty đã định vị về vị thế của mình trong lòng người dân Thanh Hóa là một đơn vị với nhiều hoạt động từ thiện và hoạt động vì cộng đồng.

3.3. Thực trạng hoạt động Marketing của Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa giai đoạn 2017 - 2019

3.3.1. Thị trường mục tiêu của công ty

Việt Nam hiện là quốc gia có dân số trẻ với khoảng 33 triệu người trong độ tuổi từ 20 - 40, độ tuổi này có tỷ lệ tiêu thụ các sản phẩm bia cao nhất. Tỷ lệ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong năm 2020 đạt 2,91%, nằm trong nhóm các nước có mức tăng trưởng

cao nhất thế giới. Theo đó, GDP bình quân đầu người sẽ đạt mục tiêu 10.400 USD vào năm 2030, thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm bia, đặc biệt là bia cao cấp và trung cấp, đảm bảo tăng trưởng theo chiều sâu của thị trường bia Việt Nam trong tương lai.

Sản lượng tiêu thụ bia của Việt Nam được dự đoán sẽ không tăng trong năm tới do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 và Nghị định 100 của Chính phủ. Tuy nhiên, thị trường bia trung cấp được dự đoán sẽ đạt tốc độ tăng trưởng cao hơn, do có sự dịch chuyển của nhóm khách hàng thuộc thị trường bia bình dân sang thị trường bia trung cấp khi mức thu nhập tăng lên.

Theo khu vực địa lý: Thị trường trong nước và thị trường nước ngoài.

Theo thu nhập: Tốc độ tăng trưởng GDP cao trên 7%/năm trong những năm gần đây. Thu nhập của người dân được cải thiện tạo tiền đề cho sự phát triển của các công ty ngành bia. Từ đó, các sản phẩm bia của công ty được phân khúc thành 3 thị trường chính:

Phân khúc bia hơi: Tập trung vào lớp bình dân với mức giá phải chăng.

Phân khúc bia tiết trùng đóng lon hoặc chai: Tập trung vào tầng lớp trung bình khá, hiện đang mở rộng dần theo sự tăng trưởng kinh tế.

Phân khúc nhỏ nhất là bia thượng hạng với mức giá tương đối cao. Dòng sản phẩm này tập trung vào tầng lớp khá và thượng lưu.

Theo độ tuổi: Dân số Việt Nam là dân số trẻ với 85% dưới độ tuổi 40, chịu ảnh hưởng lớn của xu hướng “Tây Âu hóa” lối sống sẽ tạo ra một thị trường tiêu thụ lớn đối với sản phẩm bia. Trong kế hoạch của mình, công ty phân khúc như sau:

Nhóm 1: 15 - 22 tuổi

Nhóm 2: 22 - 29 tuổi

Nhóm 3: 29 - 39 tuổi

Nhóm 4: 39 - 49 tuổi

Nhóm 5: 49 - 59 tuổi

Nhóm 6: từ 60 tuổi trở lên

Đánh giá các khúc thị trường

Quy mô và mức tăng trưởng của các khúc: Ở nhóm thứ nhất (15 - 22), khoảng 14,2% dân số, đây là độ tuổi tập trung ở những người đi học, mới bắt đầu uống nên sẽ không được nhiều. Nhóm thứ 2 chiếm khoảng 13,8% dân số, là độ tuổi tập trung ở những người mới ra trường và bắt đầu đi làm, thu nhập bắt đầu ổn định. Nhóm 3 (chiếm 21,25% dân số), đây là thời kỳ thiết lập các quan hệ xã hội, thu nhập ổn định nên tần suất của họ uống nhiều hơn. Nhóm 4 (khoảng 9% dân số) đây là giai đoạn khẳng định vị trí của mình trong xã hội cũng như trong công việc, số lần giao lưu trực tiếp với khách hàng tăng, nên tần suất uống bia của họ ngày càng nhiều. Nhóm 5 (khoảng 6% dân số) đây là giai đoạn đã bão hòa với các cuộc giao lưu nhậu nhẹt nên tần suất uống giảm đi. Từ 60 (khoảng 4% dân số) trở đi sức khỏe đã giảm nên uống hay không uống không quan trọng với độ tuổi này. Trong 6 nhóm đối tượng trên thì Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa tập trung vào nhóm 2, nhóm 3, nhóm 4. Bởi lẽ đây là một sản phẩm phục vụ cho những đối tượng có thu nhập chưa cao (trung bình khá), và nó mang tính chất giải khát, đồng thời mang tính chất trang trọng. Đây là nhóm độ tuổi tập trung phần lớn nhu cầu thị trường (khoảng 95%) nên hứa hẹn một thị trường hấp dẫn với doanh số cao cho Công ty.

Về thị trường trong nước: với số dân khoảng 3,7 triệu người (đứng thứ 3 toàn quốc chỉ sau TP.Hồ Chí Minh và Hà Nội) nên Thanh Hóa là một thị trường bia rất lớn, còn miền Nam, miền Trung và nhiều tỉnh thành khác thì đã có các công ty khác chiếm lĩnh như Sabeco, Huda Huế, Halida,... Nhưng nếu xâm nhập thành công thì sẽ nâng cao doanh thu đáng kể.

Về thị trường nước ngoài: đây là thị trường tiềm năng nhưng rất khó thâm nhập vì gặp nhiều đối thủ cạnh tranh.

3.3.2. Chiến lược sản phẩm

Với phương châm: “Năng suất - Chất lượng - Tiết kiệm - Hiệu quả”.

Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hoá cam kết

Sản xuất và cung cấp cho khách hàng những sản phẩm đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và chất lượng tốt nhất, thỏa mãn mọi yêu cầu của khách hàng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao thị hiếu người tiêu dùng.

Không ngừng đầu tư thiết bị và cải tiến công nghệ sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, thực hiện sản xuất sạch hơn, nhằm ngăn ngừa ô nhiễm môi trường.

Tuân thủ thực hiện pháp luật và các văn bản pháp quy về bảo vệ môi trường của Nhà nước.

Duy trì và cải tiến thường xuyên hệ thống theo tiêu chuẩn ISO:9001, tiêu chuẩn ISO:22000 và tiêu chuẩn ISO:14001 nhằm nâng cao hiệu lực của hệ thống quản lý.

Với chính sách chất lượng trên thì các loại sản phẩm đều đạt huy chương vàng trong các hội chợ hàng công nghiệp tiêu dùng Việt Nam, liên tục được cơ quan kiểm tra chất lượng sản phẩm của Nhà nước công nhận sản phẩm đạt chất lượng liên tục trong nhiều năm từ năm 1995 - 2002, được hội người tiêu dùng Việt Nam bình chọn là hàng Việt Nam chất lượng cao, đạt danh hiệu Thương hiệu Việt uy tín năm 2011, được Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường tặng cúp vàng chất lượng Việt, năm 2018 được tặng giải “Sao Vàng Đất Việt”.

Bia Thanh Hoa (Bia chai 450ml và bia lon 330ml Nhân nâu), là sản phẩm đầu tiên và mũi nhọn mà công ty đưa vào thị trường, với hương vị bia đậm đà luôn được người tiêu dùng ưa chuộng, đã mang lại nhiều lợi nhuận cho công ty.

Bia Thabrew: Được đóng trong lon có dung tích 330ml hoặc trong chai 450ml đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Là sản phẩm bia cao cấp của Công ty, với độ cồn 4,8%, được đưa ra thị trường từ cuối năm 2011. Đây là dòng sản phẩm được định hướng vào đối tượng tiêu dùng có thu nhập ổn định, hệ thống phân phối chủ yếu ở khu vực thành phố và các huyện thị trong tỉnh.

Vào tháng 12/2020, công ty vừa cho ra mắt 1 loại sản phẩm mới mang tên Thabrew Silver (Bia bạc), đây là dòng bia cao cấp nhất của công ty. Sản phẩm này được coi là điểm nhấn của công ty trong năm 2020 với hy vọng rằng sản phẩm sẽ chiếm lĩnh được thị trường cao cấp mà trước nay họ đang tiêu thụ các dòng sản phẩm cao cấp khác như Heineken.

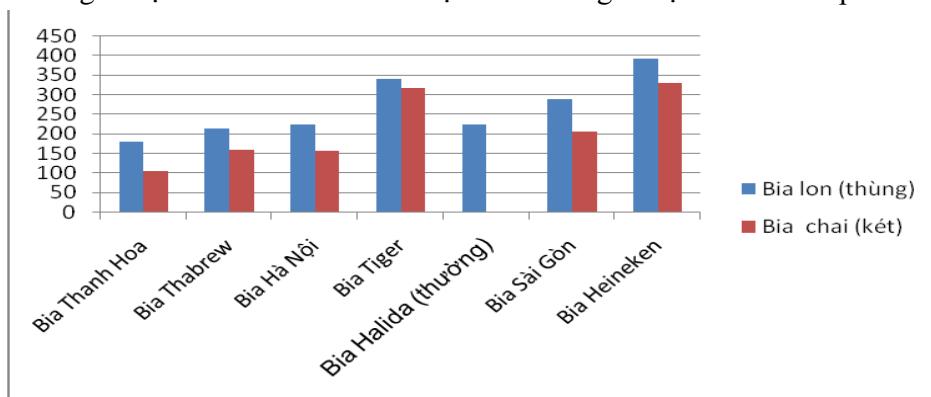
Bia tươi đóng két KEG 2L: bia hơi cao cấp của công ty, với độ cồn 4,3%, được đưa ra thị trường từ tháng 5 năm 2014. Đây là dòng sản phẩm được định hướng vào đối tượng tiêu dùng có thu nhập ổn định, hệ thống phân phối chủ yếu ở khu vực thành phố và khu vực huyện thị trong tỉnh.

Bia hơi Thanh Hoa: Là dòng bia tươi, với độ cồn 3,8%. Đây là sản phẩm bia phù hợp với túi tiền của người tiêu dùng, được tiêu thụ mạnh vào mùa hè, khu vực phân phối trên toàn tỉnh.

Ngoài ra, công ty còn phân phối và gia công thêm các sản phẩm của HABECO như bia lon, bia chai Hà Nội, nước tinh khiết. Những sản phẩm của HABECO thì đã có tiếng tăm trên thị trường và được đông đảo khách hàng đón nhận. Nhìn chung các dòng bia của công ty đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng.

3.3.3. Chính sách giá

Tại thị trường Thanh Hóa, công ty xác định đoạn thị trường bình dân nên việc định giá của công ty phải phù hợp với đoạn thị trường mà mình đã chọn. Với đoạn thị trường này, công ty không thể đánh giá cao vì khả năng chi trả có hạn. Do vậy, giá bán sản phẩm của công ty phải thấp hơn các loại bia của đối thủ cạnh tranh. Như vậy chính sách về giá của công ty bị ràng buộc bởi giá của đối thủ cạnh tranh. Vì vậy khung giá của công ty được xác định bởi giới hạn trên của các đối thủ cạnh tranh và giới hạn dưới là chi phí sản xuất.



Hình 2. So sánh giá của các loại bia

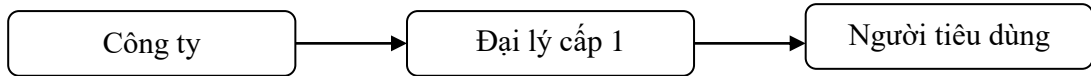
Từ kết quả bảng so sánh ta thấy giá thành bia Thanh Hoa khá là thấp so với các sản phẩm cùng loại trên thị trường, do vậy có thể cạnh tranh với các hãng bia khác trong ngành. Giá bán này là phù hợp với mức sống trung bình của người dân lao động. Và kể cả dòng bia Hà Nội là bia mà công ty nhận gia công và tiêu thụ cho công ty cổ phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội (Habeco) cũng có giá thấp hơn so với các sản phẩm cùng loại trên thị trường. Đây là điều kiện thuận lợi cho hoạt động tiêu thụ hàng hoá và marketing theo giá của công ty.

Ngoài ra, tháng 12/2020 công ty vừa cho ra mắt sản phẩm bia Thabrew Silver (Bia bạc) với giá là 245.000 VNĐ/thùng (24 lon). Mặc dù giá có cao hơn các loại bia hiện đang có của công ty, nhưng so với các sản phẩm khác như bia Tiger, bia Sài Gòn, bia Heineken,... thì bia Thabrew Silver vẫn đang còn thấp hơn rất nhiều. Điều này là do đối tượng khách hàng mục tiêu của công ty là mọi tầng lớp người tiêu dùng trong tỉnh, mà thu nhập trung bình của người Thanh Hóa vẫn còn thấp so với thu nhập chung của cả nước nên điều này là khá dễ hiểu.

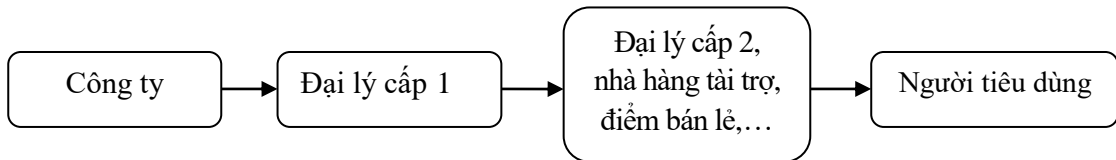
3.3.4. Chính sách phân phối

Sản phẩm của công ty được phân phối qua 2 kênh:

Chỉ qua đại lý cấp 1



Qua trung gian khách hàng cấp 2, nhà hàng tài trợ, điểm bán lẻ



Nguồn: Phòng tiêu thụ thị trường

Sơ đồ 1. Cấu trúc kênh sản phẩm của công ty

Ngay từ những ngày đầu thành lập công ty đã định được việc phát triển hệ thống kênh phân phối trở thành một trong những mũi nhọn hàng đầu trong chính sách kinh doanh của mình. Công ty đã thành lập ra phòng thị trường, hệ thống cán bộ thị trường bao gồm Quản lý thị trường, giám sát bán hàng, nhân viên kinh doanh, nhân viên tiếp thị... chuyên phụ trách tiêu thụ sản phẩm và phát triển hệ thống kênh phân phối nhằm hiện thực hóa mục tiêu kinh doanh của mình. Lãnh đạo công ty luôn xác định việc duy trì phát triển hệ thống kênh phân phối là nhiệm vụ trọng tâm hàng đầu trong các bản kế hoạch kinh doanh ngắn và dài hạn, thường xuyên có những chỉ đạo từ Ban giám đốc đến phòng thị trường nhằm phát triển hệ thống kênh. Qua đó có thể thấy rằng công ty đã nhận thức rõ vai trò quan trọng của hệ thống kênh đối với sự phát triển của mình.

Các sản phẩm bia của công ty đã xâm nhập vào được đến tất cả các huyện thị trong tỉnh. Tính đến tháng 12/2020, công ty có 6.378 điểm bán lẻ trên toàn tỉnh Thanh Hóa. Các điểm bán lẻ tập trung lớn nhất ở thành phố Thanh Hóa và khu vực lân cận như Nga Sơn, Hà Trung, Hoằng Hóa, ít nhất là khu vực miền núi Quan Hóa, Mường Lát. Sản lượng tiêu thụ tại TP Thanh Hóa cũng là lớn nhất với số lượng là 2.587.378 (lít), chiếm 10,38 % tổng sản lượng tiêu thụ bia của công ty. Tuy nhiên, số lượng đại lý bán lẻ và nhà hàng tài trợ như vậy vẫn chưa nhiều so với thị trường tiêu thụ của tỉnh Thanh Hóa. Vậy nên công ty cần đẩy mạnh hoạt động truyền thông và mở rộng hệ thống phân phối hơn nữa để mở rộng thị trường.

3.3.5. Chính sách xúc tiến

Xúc tiến bán là hoạt động truyền thông trong đó sử dụng nhiều phương tiện tác động trực tiếp, tạo lợi ích vật chất bổ sung cho khách hàng như: bật nắp lon trúng thưởng, các chương trình khuyến mãi như mua 25 kết tặng 1 kết, uống 3 kết tặng 1 áo phông, mở đại lý, nhà hàng thì tặng tủ lạnh, biển bảng quảng cáo.... Các hoạt động xúc tiến bán chủ yếu của công ty gồm:

Các hoạt động quảng cáo

Kinh phí quảng cáo: việc xác định kinh phí và sử dụng kinh phí quảng cáo sẽ quyết định trực tiếp đến hiệu quả quảng cáo.

Hàng năm công ty bỏ ra một khoản tiền khá lớn cho hoạt động truyền thông.

STT	Hoạt động	Hiệu quả	Kinh phí/năm
1	Hoạt động quảng cáo trực tiếp như pano, áp phích	Các hình ảnh sống động, thực tế, tạo được ấn tượng với khách hàng và thu hút khách hàng nhiều hơn	2 tỷ
2	Hợp tác với đài truyền hình Thanh Hóa, công ty quảng cáo Hatuba,... để quảng cáo trên TTV và internet	Tiếp cận được nhiều khách hàng và mang tính thực tế cao	1,3 tỷ
3	Công ty đã hợp tác với báo Thanh niên, Báo Thanh Hóa để quảng cáo trên báo giấy, báo mạng	Tồn tại được lâu dài	1,5 tỷ

Như vậy, chúng ta thấy rằng hàng năm công ty bỏ ra một lượng tiền khá lớn cho hoạt động truyền thông, tuy nhiên nếu so sánh trên thực tế thì lượng xuất hiện hình ảnh của công ty trên các phương tiện truyền thông vẫn hạn chế hơn so với các đối thủ cạnh tranh.

Các hoạt động tuyên truyền tài trợ

Song song với các hoạt động quảng cáo, hoạt động bán hàng công ty còn thực hiện nhiều hoạt động xã hội văn hoá mang lại hình ảnh khác biệt cho công ty. Công ty là đơn vị đóng góp tích cực cho hoạt động thể thao, văn hoá nghệ thuật của ngành, của tỉnh Thanh Hóa.

STT	Hoạt động tài trợ	Kinh phí tài trợ (Triệu đồng)
1	Giải Việt dã Cup Bia Thanh Hoa lần thứ III	800
2	Chương trình TTV hội tụ	500
3	Chương trình Nhà nông đua tài	600
4	Giải bóng đá cup Bia Thanh Hoa	1.200
5	Ứng hộ đồng bào lũ lụt huyện Mường Lát	50
6	Quỹ khuyến học, khuyến tài cho tỉnh/năm	100
7	Trao học bổng cho Nguyễn Khánh Linh đạt huy chương vàng Olympic Vật lý quốc tế 2019	50

Ngoài ra, công ty đã tiến hành hàng loạt các công tác từ thiện: xây dựng nhà tình nghĩa, nhận phụng dưỡng suốt đời ba bà mẹ Việt Nam anh hùng, tặng quà động viên nhiều gia đình thương binh, liệt sỹ. Phải nói rằng đây là những nghĩa cử cao đẹp mà công ty đã mang lại cho xã hội, tạo nên cái nhìn sắc nét đó là một công ty mang đậm bản sắc dân tộc uống nước nhớ nguồn.

3.4. Đánh giá về hoạt động marketing của Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa

Để đánh giá về hoạt động marketing của công ty, nhóm tác giả đã tiến hành phỏng vấn 10 đại lý và 130 khách hàng ngẫu nhiên, kết quả thu được như sau:

Nhìn chung hầu hết các khách hàng đại lý đánh giá các chính sách marketing hiện tại của công ty là tạm ổn. Tuy nhiên, nếu so sánh với chính sách marketing của các công ty bia khác trên thị trường thì hiện tại công ty bia Hà Nội - Thanh Hóa vẫn chưa thể cạnh tranh được với họ.

3.4.1. Chính sách sản phẩm

Về sản phẩm: Tuy các sản phẩm của Công ty đa dạng nhưng lượng tiêu thụ nhiều nhất vẫn là bia hơi và bia chai, các sản phẩm khác mức tiêu thụ là không đáng kể vì người tiêu dùng vẫn đang có nhiều sự lựa chọn hơn với các nhãn hiệu khác.

Về chất lượng sản phẩm: Sản phẩm có chất lượng tương đối tốt, màu vàng đẹp, hương vị riêng biệt. Tuy nhiên, có một số khách hàng phản ánh bia uống có vị chua và sau uống thì hay đau đầu. Công ty nên kiểm tra lại việc này, và cần có những cải tiến hơn nữa.

Về bao bì sản phẩm: Các đại lý hầu như đều đánh giá thấp về bao bì sản phẩm của Công ty. Các thùng giấy đựng bia lon dễ rách và dễ thấm nước, gây khó khăn trong việc vận chuyển, các vỏ két chai có một số đã cũ, xước. Về mẫu mã của Công ty vẫn còn mang hơi hướng hoài niệm, những người tiêu dùng họ thích phong cách trẻ trung, năng động hơn.

3.4.2. Chính sách giá cả

Về chính sách giá của sản phẩm hầu hết được các đại lý và khách hàng đánh giá tương đối tốt; họ cho rằng giá hiện tại của công ty có tính cạnh tranh rất cao, so với các đối thủ khác như bia Sài Gòn, Hà Nội, hay bia Halida. Các sản phẩm của Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa là sản phẩm có giá gần như thấp nhất so với các hãng bia có ở trên thị trường, trong khi chất lượng sản phẩm tương đương đối thủ, điều này sẽ mang lại lợi nhuận nhiều hơn cho người bán.

3.4.3. Chính sách phân phối

Mặc dù kênh phân phối còn nhiều hạn chế nhưng công ty đã hết sức cố gắng đưa sản phẩm đến gần hơn với người tiêu dùng, điều này cho thấy công ty đã bước đầu thành công trong việc xây dựng kênh phân phối ở nhiều vùng miền khác nhau và tạo mối quan hệ tốt với các đại lý. Hệ thống đại lý ngày càng được mở rộng hơn trên nhiều địa bàn, công ty luôn có chính sách khuyến khích cho đại lý, luôn quan tâm chú ý đến nhu cầu và nguyện vọng của họ nhằm tạo mối quan hệ tốt và duy trì được khách hàng. Nhiều người tiêu dùng được khảo sát đánh giá cao yếu tố sản phẩm được trưng bày dễ nhìn chứng tỏ người bán đã quan tâm đến sản phẩm này và muốn giới thiệu với khách hàng. Người bán chính là kênh thông tin hữu ích giúp sản phẩm của công ty đến tay người tiêu dùng.

3.4.4 Chính sách xúc tiến

Đây là chính sách được các đại lý đánh giá thấp nhất, vì hiện tại công ty chưa có nhiều chính sách xúc tiến, nhất là các chương trình quảng cáo. Các chương trình quảng

cáo hiện tại của công ty còn ít, chương trình quảng cáo chủ yếu là qua các Catalogne, qua tivi nhưng cũng không nhiều. Công ty cần đầu tư nhiều hơn về các chương trình truyền thông, quảng cáo để khách hàng biết đến sản phẩm nhiều hơn. Khách hàng tới đại lý, hay các cửa hàng mua hàng thì họ hầu như chưa biết nhiều về sản phẩm, chủ yếu là biết đến sau khi có sự giới thiệu của chủ cửa hàng hay các nhân viên bán hàng.

3.5. Nhận xét chung về hoạt động marketing của Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa

3.5.1. Ưu điểm

Thông qua các hoạt động marketing, Công ty đã ngày càng đưa hình ảnh của mình đến với người tiêu dùng. Sản phẩm của công ty có một số ưu điểm như sau:

Là Công ty lớn, là thương hiệu được đông đảo người tiêu dùng trong tỉnh yêu mến, tín nhiệm, nhờ đó công tác tiêu thụ sản phẩm rất thuận lợi. Hiện thị phần của Công ty là 40 - 43% lượng bia tiêu thụ trên thị trường tỉnh Thanh Hóa.

Tên nhãn hiệu các sản phẩm gắn liền với tên thương mại của công ty là lợi thế để quảng bá về sản phẩm, tạo cho người tiêu dùng lòng tin về chất lượng của sản phẩm.

Công ty đã xây dựng được cơ chế quản lý nội bộ, áp dụng triệt để và thực hiện quản lý ISO về chất lượng sản phẩm, môi trường và an toàn vệ sinh thực phẩm, do đó chất lượng sản phẩm luôn được đảm bảo.

Về bao bì sản phẩm: Bao bì sản phẩm của công ty được đóng gói cẩn thận dễ dàng để vận chuyển đi xa, thời gian vừa qua công ty cũng đã chú trọng thêm một số vỏ chai kết đọng bia mới để nâng số lượng bia chai sản xuất lên, đáp ứng một phần nhu cầu của thị trường trong mùa nắng nóng mà không phải mất nhiều thời gian chờ khách hàng trả lại vỏ chai kết.

Về dịch vụ khách hàng: Là sản phẩm tiêu dùng hàng ngày nên chiến lược sau bán hàng về dịch vụ chăm sóc khách hàng để thực hiện được là tương đối khó. Tuy nhiên công ty cũng có một số hoạt động dịch vụ sau bán hàng như tư vấn, các chương trình khuyến mại, hàng năm tổ chức các lễ hội tri ân khách hàng, ngày hội uống bia... được đông đảo người uống bia ủng hộ.

3.5.2. Hạn chế và nguyên nhân

Theo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty thì trong năm 2019 lượng tiêu thụ là 49,24 triệu lít bia, tăng 3,68 triệu lít so với năm 2018; mặc dù là tăng nhưng con số này vẫn còn thấp hơn so với tiềm năng của thị trường và vẫn đang bị các đối thủ như bia Sài Gòn, bia Haliada, Heineken cạnh tranh rất khắt khe. Dưới đây là một số nguyên nhân dẫn đến lượng tiêu thụ bia vẫn chưa đạt như mục tiêu đề ra của doanh nghiệp:

Đối với *chính sách sản phẩm*: Chính sách sản phẩm chưa thực sự phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng, chất lượng sản phẩm chưa thực sự được đánh giá cao.

Tuy thời gian gần đây đã được bổ sung thêm sản phẩm mới là bia lon Thabrew Premium 330ml - cuối năm 2013 và bia tươi đóng KEG 2L vào năm 2014 nhưng danh

mục sản phẩm của công ty vẫn chưa được đa dạng chủng loại so với các hãng khác như bia Sài Gòn... Bên cạnh đó, công ty chưa thực sự chú trọng đến công tác dự báo nhu cầu khách hàng, việc kiểm soát các chủng loại hàng hóa còn gặp nhiều khó khăn.

Về bao bì của công ty cũng gặp phải những nhược điểm: Thứ nhất, mẫu mã màu sắc của bao bì kém hấp dẫn; thứ hai, số lượng chai bia quay vòng hiện tại đã cũ; thứ ba là khâu kiểm tra chai bia trước khi chiết rót sản phẩm vẫn còn sơ suất dẫn đến việc một chai bia mang hai nhãn hiệu Thanh Hoa và Thabrew ảnh hưởng đến lòng tin của người tiêu dùng đến nhãn hiệu bia của công ty. Thứ tư, số lượng vỏ chai kết quay vòng chưa đủ để đáp ứng được nhu cầu về bia hơi của thị trường, các đại lý bán hàng chậm trong việc thu hồi vỏ chai kết lại cho nhà sản xuất.

Thiết kế và marketing sản phẩm mới: Những năm gần đây công ty đã thường xuyên thiết kế tạo ra các sản phẩm mới, nhưng số lượng các sản phẩm còn ít, marketing sản phẩm còn yếu, ít chú trọng đến công tác quảng cáo sản phẩm trên truyền hình, các hình thức quảng cáo của Công ty chủ yếu thông qua báo chí chuyên ngành, các hội chợ...

Đối với chính sách giá: Phương pháp định giá mà công ty đang áp dụng còn phụ thuộc nhiều vào cảm tính của người kinh doanh, vì vậy mà việc đề ra một khung giá thích hợp và tiến hành nghiên cứu thị trường thì sẽ phần nào khắc phục được hạn chế trên.

Đối với chính sách phân phối: Với mục tiêu mở rộng thị trường các tỉnh lân cận thì hệ thống kênh phân phối tại tỉnh Thanh Hóa mà Công ty đang xây dựng sẽ gặp nhiều khó khăn vì nguồn nhân lực của Công ty còn hạn chế, việc quản lý nhiều thị trường thì đòi hỏi đội ngũ cán bộ nhân viên phải làm việc với tần suất và áp lực cao. Công ty chưa có được một tiêu thức phân đoạn thị trường hợp lý, chưa xác định rõ đâu là thị trường mục tiêu mà Công ty cần hướng đến, bên cạnh đó, công ty chưa thực hiện nghiên cứu thị trường nên sản phẩm của Công ty có nhiều chủng loại khác nhau nhưng chưa phổ biến đến mọi người.

Đối với chính sách xúc tiến: Các công tác khuyến trương và xúc tiến bán hàng gặp nhiều khó khăn do cả nguyên nhân khách quan và chủ quan. Nguyên nhân khách quan do đặc thù của ngành kinh doanh bia rượu là không được tiến hành hoạt động quảng bá bề nổi mà chỉ được phép quảng bá hạn chế theo một số quy định mà nhà nước đã đặt ra. Nguyên nhân chủ quan là do công ty chưa xem trọng hoạt động này, một vài chiến dịch được tiến hành nhưng chưa thật sự để lại ấn tượng cho người tiêu dùng. Hoạt động bán hàng của công ty cũng còn yếu và chưa linh động, nguyên nhân là do Công ty chưa xây dựng đội ngũ nhân viên tiếp thị tốt, cần tăng cường bán hàng tại các nhà hàng, khách sạn và hình thức bán hàng cá nhân hay bán hàng qua các website, điện thoại... Hơn nữa, các hoạt động quảng cáo và các chương trình khuyến mại của công ty dường như rất hạn chế.

3.6. Trình tự và cách thức định vị sản phẩm của Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa

Trước khi thực hiện các giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing thì công ty nên thực hiện các bước định vị sản phẩm của mình một cách hợp lý, từ đó sẽ có các chính sách cho hoạt động marketing hiệu quả hơn.

Bước 1: Vẽ chân dung khách hàng mục tiêu

Đầu tiên, công ty cần xác định được nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu của mình là ai. Mặc dù như đã đề cập ở trên là công ty tập trung vào nhóm khách hàng bình dân, tuy nhiên Công ty lại chỉ mới tập trung vào một đặc điểm duy nhất của nhóm đối tượng khách hàng này là giá phải ở mức trung bình mà chưa tìm hiểu chi tiết về nhu cầu thực sự của họ. Do vậy, công ty cần tìm hiểu rõ nhu cầu, mong muốn và đặc điểm của khách hàng mục tiêu, từ đó sẽ giúp các nhà làm marketing đưa ra được những quyết định định vị chính xác nhất.

Bước 2: Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh

Trước khi tiến hành định vị sản phẩm trong marketing, công ty cần thực hiện nghiên cứu đối thủ cạnh tranh hiện tại và tiềm ẩn. Công ty cần biết, người tiêu dùng đang đánh giá những thương hiệu, sản phẩm cùng ngành như là Saigon beer, Habeco, Huda Hué, Heineken... hay là các sản phẩm thay thế như các hãng nước ngọt CocaCola, Pepsi, Trà xanh 0 độ,...; Các đặc điểm về tính chất, chức năng, bao bì mẫu mã, quà tặng kèm, phục vụ... của các thương hiệu này như thế nào? Và công ty đang ở đâu trong mối tương quan đó? Từ đó, công ty sẽ tìm ra và xây dựng cá tính đặc biệt nhất - là lợi thế cạnh tranh của công ty so với đối thủ.

Bước 3: Nghiên cứu thuộc tính của sản phẩm

Tất cả các yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định mua của khách hàng đều phải mang ra thảo luận và nghiên cứu. Từ các thuộc tính bên ngoài (màu sắc, kiểu dáng bao bì, nhãn mác, logo) đến các thuộc tính bên trong (chất lượng, tính năng, mùi hương, độ ngon...), hay các dịch vụ thương mại đi kèm (bảo hành, khuyến mãi, chăm sóc hỗ trợ khách hàng...). Đối với sản phẩm của Công ty, cơ bản khách hàng chọn là do chất lượng phù hợp, giá cả phải chăng. Tuy nhiên, Công ty cần tìm hiểu kỹ hơn, những chi tiết, đặc điểm nào dẫn tới quyết định mua sản phẩm của khách hàng, để từ đó có chiến lược phù hợp.

Bước 4: Lập bản đồ định vị sản phẩm

Công ty đã xác định rõ chiến lược của mình là giá thấp - chất lượng phải chăng. Tuy nhiên, trong tương lai, Công ty cần xem xét kỹ liệu rằng đây có phải là chiến lược lâu dài mà công ty hướng đến hay không và nếu tiếp tục theo đuổi chiến lược này thì liệu có thể cạnh tranh với các công ty khác và tiếp tục phát triển bền vững hay không?

Bước 5: Quyết định lợi thế cạnh tranh - kế hoạch định vị sản phẩm

Sau khi đã nghiên cứu về khách hàng, đối thủ cạnh tranh cũng như các thuộc tính của sản phẩm và thể hiện nó trên bản đồ định vị, công ty cần lựa chọn ra lợi thế cạnh tranh lớn nhất của sản phẩm/dịch vụ của mình là gì, sau đó lên chiến lược chung cho kế hoạch định vị sản phẩm.

3.7. Giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing (4P) cho Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa

3.7.1. Chiến lược sản phẩm

Là chính sách có vị trí quan trọng nhất của Công ty về nâng cao chất lượng sản phẩm, mẫu mã phù hợp, do đó công ty cần phải có sự đầu tư xứng đáng, thúc đẩy sản phẩm đến với người tiêu dùng một cách nhanh chóng và bền vững. Các chiến lược của Công ty cũng cần tập trung vào thực trạng và giải quyết các hạn chế còn tồn tại.

Hoàn thiện về dịch vụ đi kèm

Danh mục sản phẩm của công ty có hơn 3 nhóm (bia hơi, bia chai và bia lon) với 10 loại mặt hàng khác nhau; và 3 loại mặt hàng của Habeco, tuy nhiên khách hàng hiện nay chỉ thực sự biết đến một vài sản phẩm như bia lon, bia chai và bia hơi,... còn lại một số sản phẩm trên thị trường như bia tươi và bia Pet thì vẫn còn rất nhiều khách hàng biết đến. Vì vậy Công ty cần phải xác định rõ đâu là mặt hàng chủ lực để xây hình ảnh công ty cho phù hợp.

Tập trung phân đoạn thị trường cho nhiều giai tầng xã hội chứ không để nhầm lẫn giữa các đối tượng khách hàng; Sớm thành lập bộ phận chuyên trách nghiên cứu và phát triển sản phẩm để có thể đưa ra thị trường các sản phẩm phù hợp với từng đối tượng khách hàng. Bộ phận này sẽ giúp công ty đa dạng hóa các sản phẩm, tăng cường và đẩy mạnh các giải pháp nhằm triển khai ứng dụng một cách có hiệu quả các sản phẩm mới, đặc biệt là các sản phẩm đi kèm khuyến mãi. Bên cạnh đó, Công ty cần triển khai thêm một số giải pháp như:

Khảo sát sâu hơn về khách hàng, nhu cầu tiêu dùng của khách hàng về từng loại sản phẩm của công ty để đưa ra những chính sách chăm sóc khách hàng sau bán hàng hợp lý, phù hợp với từng loại sản phẩm của công ty.

Đưa ra các chính sách khuyến mại sản phẩm khả thi, thiết thực để thu hút sự quan tâm của khách hàng.

Tư vấn cho các khách hàng có nhu cầu trở thành đại lý, nhà phân phối sản phẩm của Công ty để mở rộng kênh phân phối sản phẩm. Đồng thời tư vấn cho họ các dịch vụ sau bán hàng của Công ty để họ tư vấn đến trực tiếp người tiêu dùng.

Công ty nên tiếp tục bổ sung thêm những sản phẩm mới vào danh mục sản phẩm của mình cả về chiều rộng và chiều sâu. Chú trọng hơn đến chiều sâu của danh mục để đáp ứng nhu cầu lựa chọn của khách hàng.

Hoàn thiện về bao bì, nhãn mác sản phẩm

Đối với bao bì, công ty nên quan tâm đến mẫu mã màu sắc của bao bì hơn, thiết kế cho các sản phẩm mới những bao bì có màu sắc đẹp bắt mắt hơn, thể hiện được sự trẻ trung năng động của người Việt Nam trong thời đại mới. Với mỗi bao bì nên in trực tiếp hình ảnh logo của công ty để tránh những nhầm lẫn trong việc thu hồi bao bì và cũng là quảng bá hình ảnh của sản phẩm.

Với những vỏ chai đã kém chất lượng, bị sòn, cũ hay vỏ chai cũ trước kia không in hình logo của công ty thì nên loại bỏ để phục chế lại. Đầu tư thêm vỏ chai, két nhựa mới để đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng bia của thị trường. Với các đại lý chậm thu hồi vỏ chai kết nên có hình thức xử phạt nghiêm khắc.

Công ty cũng nên chú ý đến những thành tựu mới về công nghệ hợp chất trong tương lai nhất là những loại vật liệu có tính chất thay thế về tính môi trường tái sử dụng và có chất lượng tốt hơn...

Hoàn thiện về danh mục sản phẩm

Công ty nên tiếp tục bổ sung thêm những sản phẩm mới vào danh mục sản phẩm của mình cả về chiều rộng và chiều sâu. Chú trọng hơn đến chiều sâu của danh mục để đáp ứng nhu cầu lựa chọn của khách hàng. Để làm được điều này công ty phải:

Nghiên cứu thêm nhu cầu của khách hàng bằng cách tìm hiểu xem khách hàng đã hài lòng với các sản phẩm hiện nay của Công ty chưa và họ mong muốn công ty sẽ cung cấp cho họ những sản phẩm như thế nào?

Tìm hiểu về chủng loại của các đối thủ cạnh tranh xem các công ty này đã đưa ra được các sản phẩm mới nào, sản phẩm đó có sức cạnh tranh như thế nào trên thị trường.

Đội ngũ của phòng nghiên cứu - thị trường của Công ty phải tích cực học hỏi nghiên cứu, tìm tòi sáng tạo để tạo ra những sản phẩm mới có chất lượng đa dạng hoá sản phẩm của Công ty.

Hoàn thiện thiết kế và marketing sản phẩm mới

Tăng cường việc nghiên cứu tạo ra các sản phẩm mới, đặc biệt là các sản phẩm cao cấp để cạnh tranh với các sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh.

Chú trọng trong công tác quảng cáo sản phẩm mới thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, các hội chợ để đưa sản phẩm mới đến với khách hàng.

3.7.2. Chiến lược giá

Công ty nên định giá sản phẩm trên cơ sở: giá trị của sản phẩm và giá trên thị trường. Điều này giúp cho giá sản phẩm của Công ty phù hợp với thị trường hơn. Công ty nên thực hiện thay đổi giá nhưng sự thay đổi này phải thích ứng với các đối thủ cạnh tranh, xem xét kỹ phản ứng của đối thủ cạnh tranh. Để giữ được sự ổn định, đảm bảo sự tồn tại và phát triển, đồng thời cố gắng tránh những phản ứng bất lợi từ đối thủ cạnh tranh.

Ngoài việc định giá cho sản phẩm của mình, công ty cũng cần phải quan tâm chính sách thanh toán và chính sách giá cho phù hợp và thu hút khách hàng, có tính cạnh tranh cao với đối thủ. Trong chính sách thanh toán, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm tăng sức hút cho các đại lý và cửa hàng như sau: Đối với khách hàng là bạn hàng lớn, có quan hệ làm ăn lâu dài với công ty, nên đặt giá cố động để khuyến khích và tạo mối quan hệ tốt đẹp. Song song với giải pháp này, Công ty cần tiến hành dự báo chi phí khả biến cho một đơn vị sản phẩm nhằm xác định mức giá cạnh tranh.

Từ thực tế đó, phương pháp xây dựng giá của Công ty phải dựa trên việc thăm dò thị trường, dự đoán số lượng sản phẩm, phân tích điểm hòa vốn, trên cơ sở đó công ty sẽ phân tích và lựa chọn mức giá tối ưu cho sản phẩm.

3.7.3. Chiến lược kênh phân phối

Lựa chọn cấu trúc kênh phân phối

Công ty cần tiếp tục phát triển mở rộng các trung gian (chủ yếu là các cửa hàng bán lẻ), điều này sẽ tạo ra lưu thông hàng hoá được thuận lợi, người tiêu dùng được tiếp cận nhiều điểm bán hàng hơn. Để làm được điều đó công ty cần nâng cao cách thức quản lý kênh bao gồm một số công việc: lựa chọn thành viên kênh, khuyến khích các thành viên, thường xuyên đánh giá các hoạt động của thành viên, đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ cho thành viên.

Lựa chọn các thành viên

Việc lựa chọn các thành viên kênh không nên quá khắt khe, công ty nên linh động quan tâm những trung gian có kinh nghiệm trong phân phối.

Tìm kiếm các nhà bán lẻ có kinh nghiệm như: nhà hàng, khách sạn.

Khuyến khích thành viên kênh

Việc đầu tiên mà công ty cần làm để có thể khuyến khích các thành viên một cách có hiệu quả là phải tìm hiểu nhu cầu và ước muốn của họ. Để thực hiện được điều này công ty phải thường xuyên tổ chức những buổi hội nghị khách hàng, có thể tổ chức theo từng quý. Từ đó công ty mới có thể hiểu rõ hơn các đại lý của mình và các đại lý có cơ hội trao đổi kinh nghiệm lẫn nhau đối với hoạt động bán hàng. Như vậy, công ty lẫn các thành viên trong kênh có thể tìm ra được hướng khắc phục những tồn tại và học tập những cái tốt của nhau.

Một biện pháp quan trọng để khuyến khích các thành viên trong kênh hoạt động tích cực hơn là cần có những hình thức ưu đãi cụ thể đối với họ như: ứng vốn theo phương thức mua hàng trả chậm, hỗ trợ một phần hoặc toàn bộ phương tiện bán hàng cho các đại lý mới thành lập, hoa hồng cửa hàng được hưởng phải cao hơn so với tỷ lệ hoa hồng của các đối thủ cạnh tranh, có hình thức khen thưởng thích hợp đối với những đại lý có khối lượng tiêu thụ lớn... Đồng thời cũng phải dùng biện pháp cứng rắn như hạn chế phân phối hoặc không phân phối hàng đối với các đại lý kinh doanh không hiệu quả.

Thường xuyên đánh giá hoạt động của các thành viên trong kênh

Công ty phải thường xuyên đánh giá hiệu quả hoạt động của các thành viên trong kênh theo những tiêu chuẩn cụ thể như sản lượng tiêu thụ, mức độ thu hút khách hàng, uy tín của đại lý để kịp thời phát hiện những điểm yếu và có hướng khắc phục.

Công ty cần tổ chức những khóa đào tạo nghiệp vụ bán hàng để dạy cho nhân viên bán hàng những kỹ năng: Linh hoạt, lịch sự, có khả năng phân biệt đối tượng khách hàng, có nghệ thuật bán hàng, lôi kéo khách hàng, biết thu thập thông tin từ phía khách hàng, thực hiện tốt các nghiệp vụ bán, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng, khéo léo quảng cáo sản phẩm của Công ty, nhấn mạnh được các ưu thế của sản phẩm so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.

Đồng thời Công ty phải thiết lập một đội ngũ nhân viên kiểm tra giám sát các hoạt động của các thành viên để họ hoạt động theo đúng quy định của Công ty.

3.7.4. Chiến lược xúc tiến bán hàng

Để công tác xúc tiến hỗn hợp có hiệu quả công ty cần thực hiện tốt các vấn đề sau:

Xây dựng chính sách quảng cáo: Với đặc thù của kinh doanh ngành bia rượu là không được quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng thì Công ty cần tập trung hướng đến việc tham gia nhiều các hoạt động xã hội cũng như đặt các poster ở các con đường hoặc dán nhãn hiệu ở các nhà hàng hay khách sạn. Bên cạnh đó công ty nên thường xuyên tổ chức các gian hàng trưng bày sản phẩm hay các hoạt động liên quan đến việc quảng bá sản phẩm mới; Liên kết website của Công ty với các website khác để hướng người tiêu dùng biết đến sản phẩm; Xây dựng chế độ thông báo, các đơn đặt hàng, các thủ tục giao tiếp với khách hàng; tổ chức các hội nghị khách hàng, những cuộc gặp gỡ giữa người kinh doanh và người tiêu thụ;

Tài trợ sự kiện: Một cơ hội quảng bá hiếm có cho sản phẩm của Công ty khi xuất hiện trong một chương trình truyền hình trực tiếp;

Truyền thông e-marketing: Internet là mảnh đất rộng lớn và gần như không có rào cản đáng kể, chính vì vậy đây là xu hướng được rất nhiều công ty sản xuất bia rượu dùng cho việc tiếp cận và tìm kiếm khách hàng. Việc ra đời và tiến triển của các siêu thị trực tuyến, shop điện tử, công cụ rao vặt, diễn đàn... đã trở thành một kênh truyền thông hữu hiệu cho các sản phẩm bia rượu.

4. KẾT LUẬN

Hoạt động marketing của Công ty cổ phần Bia Hà Nội - Thanh Hóa đã đạt được những thành công nhất định, thể hiện qua việc doanh thu liên tục tăng qua các năm. Tuy nhiên, trên thực tế thì hoạt động marketing của Công ty hiện nay vẫn còn rất nhiều hạn chế như là chính sách sản phẩm chưa đa dạng, bao bì vẫn còn mang nặng tính hoài cổ, quảng cáo vẫn còn hạn chế. Do vậy, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp theo 4 chính sách (chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối, và chính sách xúc tiến) nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động marketing của Công ty trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phillip Kotler, (2018), *Quản trị Marketing*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
- [2] Trần Minh Đạo, (2013), *Giáo trình Marketing căn bản*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [3] Nguyễn Thượng Thái, (2016), *Giáo trình Marketing căn bản*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- [4] Ngô Kim Thanh (2015), *Quản trị chiến lược*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [5] Đặng Xuân Nam (BA), Nguyễn Hữu Tiến (MBA) (2004), *Định vị - Cuộc chiến giành vị trí trong tâm trí khách hàng*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
- [6] Lưu Đan Thọ (2015), *Marketing hiện đại*, Nxb. Tài chính, Hà Nội.
- [7] Trương Đình Chiến (2014), *Quản trị kênh phân phối*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

- [8] Trần Thị Ngọc Trang (2008), *Quản trị kênh phân phối*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
- [9] Đỗ Minh Quang (2020), *Xây dựng chiến lược marketing của công ty trách nhiệm hữu hạn Hoàng Thảo Mộc*, Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Hồng Đức.
- [10] Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa (2017), *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2017*.
- [11] Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa (2018), *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2018*.
- [12] Công ty cổ phần bia Hà Nội - Thanh Hóa (2019), *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2019*.
- [14] Bộ Công nghiệp (2003), *Quyết định Số: 246/2003/QĐ-BCN ngày 30 tháng 12 năm 2003 về việc chuyển công ty bia Thanh Hóa thành công ty cổ phần bia Thanh Hóa*.

SOLUTIONS TO COMPLETE MARKETING ACTIVITIES OF HA NOI - THANH HOA BEER JOINT STOCK COMPANY

Nguyen Thi Thanh Xuan, Le Thi Kien

ABSTRACT

Hanoi - Thanh Hoa Beer Joint Stock Company is a member of Hanoi Beer Alcohol - Beverage Corporation. With a positioning strategy to create a natural beer flavor, low price with moderate quality and social benefits, the company has gained remarkable successes in recent years, affirming its position not only in Thanh Hoa province but also in other provinces and even export markets. With those achievements, it is impossible not to mention the significant features of the company's marketing activities. However, in terms of product policy, pricing policy, distribution policy and promotion policy, there are still many limitations. The purpose of this study is to assess the current situation of the company's marketing activities, thereby suggesting solutions to improve these activities in the coming time.

Keywords: *Positioning, marketing activities, solutions.*

* Ngày nộp bài: 24/12/2020; Ngày gửi phản biện: 20/1/2021; Ngày duyệt đăng: 25/5/2021

HONG DUC UNIVERSITY
JOURNAL OF SCIENCE
No 54 (4 - 2021)

CONTENT

1	<i>Nguyen Thi Lan Anh</i>	Ho Chi Minh' strategies for developing national culture and the application of Vietnamese Communist Party	5
2	<i>Trinh To Anh</i>	Ho Chi Minh's creativity in national liberation, class liberation and human liberation	12
3	<i>Le Thi Hoa</i>	Ho Chi Minh's ideology in the prevention and combatation of corruption and its meaning in the struggle against corruption in creativity Vietnam nowadays	22
4	<i>Pham Van Hien</i>	Experience of supporting start-up students at universities of some developed countries and lessons for Vietnam	30
5	<i>Nguyen Thi Huyen</i>	Motivation for employees - A case study at Thanh Hoa Market Management Department	39
6	<i>Le Huu Khue</i> <i>Thieu Thi Huong</i>	Industrial development in conformity with territory in Thanh Hoa province	50
7	<i>Le Thi Thuy Linh</i> <i>Nguyen Van Nam</i>	Solutions to develop commercial infrastructure in Thanh Hoa province	61
8	<i>Tran Ngoc Loi</i> <i>Mai Thi Phuong Lan</i>	Completing financial enforcement measures to improve efficiency in creating working employees working motivation at Thanh Hoa Water Supply Joint Stock Company	72
9	<i>Nguyen Thi Mai</i> <i>Do Thi Man</i>	Solutions to increase the balance between learning and part-time jobs of students at Hong Duc University	85

- | | | | |
|----|--|---|-----|
| 10 | <i>Nguyen Cam Nhung
Le Minh Tuan</i> | Factors affecting quality of value added tax administration at Thanh Hoa Tax Department | 96 |
| 11 | <i>Bui Thi Ninh
Pham Trung Kien</i> | Solutions to improve the operative capacity of civil servants at the Market Management Department of Thanh Hoa province | 107 |
| 12 | <i>Le Thi Nuong
Han Xuan Minh</i> | Solutions to perfect human resource management at Thanh Hoa's Market Management Department | 123 |
| 13 | <i>Ngo Chi Thanh
Le Thi Ha Linh</i> | Solutions for developing safe food distribution system in Thanh Hoa province | 139 |
| 14 | <i>Le Thi Minh Tri
Le Thi Thang</i> | Increasing management accounting with assessment of profitability at Thanh Hoa Petroleum Construction Joint Stock Company | 148 |
| 15 | <i>Nguyen Thi Thanh Xuan
Le Thi Kien</i> | Solutions to complete marketing activities of Ha Noi - Thanh Hoa Beer Joint Stock Company | 157 |