

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, 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.

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 60 (8 - 2022)

MỤC LỤC

| | | | |
|----|---|--|----|
| 1 | <i>Bùi Văn Dũng</i> <i>Hoàng Thăng Hợp</i> <i>Lê Văn Châu</i> | Kinh nghiệm trong nước và quốc tế về quy hoạch xây dựng đô thị biển thông minh và bài học cho thành phố Sầm Sơn, tỉnh Thanh Hóa | 5 |
| 2 | <i>Lê Huy Chính</i> <i>Hoàng Vũ Thảo</i> | Giải pháp phát triển các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn, tỉnh Thanh Hóa | 12 |
| 3 | <i>Lê Thị Đạm</i> <i>Trịnh Thị Phan</i> | Phát triển mạng lưới siêu thị tỉnh Thanh Hóa - Cơ hội và thách thức | 20 |
| 4 | <i>Dương Thị Hiền</i> <i>Trần Đức Thanh</i> | Tìm hiểu xung đột giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch tại Khu Bảo tồn Thiên nhiên Pù Luông: Nghiên cứu từ nhận thức của người dân địa phương | 29 |
| 5 | <i>Lê Quang Hiếu</i> <i>Hoàng Trung Kiên</i> | Nâng cao năng lực quản lý dự án của Ban Quản lý Dự án Đầu tư Xây dựng các công trình nông nghiệp và phát triển nông thôn Thanh Hóa | 37 |
| 6 | <i>Lê Thị Hồng</i> <i>Trần Thị Lan Hương</i> | Nâng cao kỹ năng nghề nghiệp cho sinh viên ngành Kế toán đáp ứng chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo | 44 |
| 7 | <i>Mai Thị Hồng</i> | Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của người học tại Trường Đại học Hồng Đức | 52 |
| 8 | <i>Nguyễn Thị Loan</i> <i>Nguyễn Thị Huyền</i> <i>Hoàng Duy Xuyên</i> | Hoàn thiện công tác quản trị nhân lực tại Cơ sở Cai nghiện ma túy Số 1 Thanh Hóa | 61 |
| 9 | <i>Mai Thị Lan</i> | Từ tư tưởng Hồ Chí Minh về khoa học và công nghệ đến quan điểm của Đảng cộng sản Việt Nam | 71 |
| 10 | <i>Lê Thị Thùy Linh</i> | Phát triển thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa | 78 |

| | | | |
|----|--|--|-----|
| 11 | <i>Lại Đức Lộc</i> <i>Lê Hoàng Bá Huyền</i> | Giải pháp tạo động lực làm việc cho người lao động tại Viện nông nghiệp Thanh Hóa | 85 |
| 12 | <i>Nguyễn Thị Nga</i> | Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tại Ngân hàng Chính sách Xã hội huyện Cẩm Thủy, tỉnh Thanh Hóa | 95 |
| 13 | <i>Uông Thị Nga</i> | Thu hút FDI tại Thanh Hóa - Góc nhìn từ dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp | 105 |
| 14 | <i>Uông Thị Nga</i> | Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới thu hút khách du lịch đến huyện Quảng Xương, tỉnh Thanh Hóa | 113 |
| 15 | <i>Lê Thị Nương</i> | Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart+ trên địa bàn thành phố Thanh Hóa | 121 |
| 16 | <i>Nguyễn Thị Thanh</i> <i>Trần Thị Lan Hương</i> | Vận dụng kế toán quản trị chi phí môi trường tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá | 133 |
| 17 | <i>Lê Thị Thanh Thủy</i> <i>Lê Đỗ Thu Phương</i> | Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học trực thuộc uỷ ban nhân dân tỉnh quản lý: Nghiên cứu trường hợp Trường Đại học Hồng Đức | 140 |
| 18 | <i>Đào Thu Trà</i> <i>Bùi Thị Phúc</i> | Năng lực cạnh tranh về nguyên liệu của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá trên địa bàn thành phố Thanh Hoá | 149 |
| 19 | <i>Vương Hữu Tuấn</i> <i>Trịnh Thị Thu Huyền</i> <i>Lê Thị Lan</i> | Giải pháp phát triển thị trường dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa | 156 |
| 20 | <i>Lê Thanh Tùng</i> | Thu nhập từ hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của người cao tuổi Việt Nam theo giới tính - Ứng dụng mô hình Propit phân tích nhân tố ảnh hưởng | 165 |
| 21 | <i>Nguyễn Thị Thanh Xuân</i> <i>Nguyễn Văn Quý</i> | Nâng cao sự hài lòng của khách du lịch tại Khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải | 173 |
| 22 | <i>Lê Hữu Khuê</i> <i>Dương Thị Thanh</i> | Đánh giá trình độ phát triển kinh tế - xã hội huyện Nga Sơn, tỉnh Thanh Hóa | 183 |

KINH NGHIỆM TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ VỀ QUY HOẠCH XÂY DỰNG ĐÔ THỊ BIỂN THÔNG MINH VÀ BÀI HỌC CHO THÀNH PHỐ SẦM SƠN, TỈNH THANH HÓA

Bùi Văn Dũng¹, Hoàng Thăng Hợp², Lê Văn Châu³

TÓM TẮT

Thế kỉ 21 được coi là “Thế kỉ của Biển và Đại dương”. Vì vậy, chiến lược khai thác biển của nhiều quốc gia trên thế giới đang giúp tìm kiếm, khai thác và bảo tồn nhiều nguồn nguyên vật liệu, thực phẩm, phát triển du lịch và đảm bảo không gian sinh tồn trong tương lai. Tuy nhiên, việc phát triển xây dựng các đô thị biển tại Việt Nam nói chung, thành phố Sầm Sơn nói riêng còn nhiều bất cập. Bài báo thông qua nghiên cứu kinh nghiệm trong nước và quốc tế về quy hoạch xây dựng đô thị biển, chỉ ra các vấn đề tồn tại và đề xuất các bài học cho thành phố Sầm Sơn trong việc quy hoạch xây dựng đô thị biển thông minh trong tương lai.

Từ khóa: Kinh nghiệm quốc tế, kinh nghiệm trong nước, quản lý xây dựng, đô thị biển, thành phố Sầm Sơn.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo đồng chí Đỗ Minh Tuấn, Chủ tịch UBND tỉnh Thanh Hóa: “Sầm Sơn được biết đến là nơi “Son kỳ, thủy tú”, với bãi biển đẹp, núi non trùng điệp, khí hậu trong lành, cùng nhiều di tích, danh thắng kỳ thú, đã tạo nên những giá trị văn hóa, du lịch độc đáo, nổi trội, mang bản sắc riêng biệt. Những năm gần đây, được sự quan tâm của Trung ương, của tỉnh, kết cấu hạ tầng kỹ thuật đô thị của Sầm Sơn được đầu tư đồng bộ, hiện đại; nhiều dự án lớn hoàn thành và đưa vào sử dụng; văn hóa du lịch chuyển biến theo hướng chuyên nghiệp, an toàn, thân thiện, đã làm thay đổi căn bản diện mạo đô thị du lịch, qua đó phát huy tiềm năng, lợi thế kinh tế biển, cải thiện mạnh mẽ hình ảnh, hướng tới mục tiêu xây dựng Sầm Sơn trở thành đô thị du lịch trọng điểm của quốc gia, điểm đến lý tưởng của du khách trong và ngoài nước, góp phần thực hiện thành công mục tiêu đưa Thanh Hóa trở thành cực tăng trưởng mới ở phía Bắc của Tổ quốc” [9]. Tuy nhiên, trong những năm vừa qua việc phát triển đô thị biển Sầm Sơn vẫn còn mang tính tự phát, cát cứ, thiếu khả năng ứng phó linh hoạt với tình trạng biến đổi khí hậu ngày càng nghiêm trọng. Việc nghiên cứu kinh nghiệm trong nước và quốc tế về quy hoạch xây dựng đô thị biển thông minh sẽ giúp tìm ra bài học cho Sầm Sơn trong quy hoạch xây dựng đô thị, tăng khả năng ứng phó với biến đổi khí hậu.

2. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Một đô thị thông minh là sự kết hợp của công nghệ, chính quyền và xã hội để phát huy các đặc tính sau: các đô thị thông minh, nền kinh tế thông minh, di động thông minh,

¹ Trường Đại học Hồng Đức; Email: buivandung@hdu.edu.vn

² Đội Quản lý trật tự đô thị thành phố Sầm Sơn, tỉnh Thanh Hóa

³ Tỉnh Đoàn Thanh Hóa

môi trường thông minh, con người thông minh, cuộc sống thông minh và quản lý chính quyền thông minh. Đô thị thông minh sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông để nâng cao chất lượng sống, khả năng làm việc và đảm bảo phát triển bền vững. Đứng ở góc độ quản lý trật tự xây dựng đô thị, việc phát triển đô thị thông minh đòi hỏi cần đáp ứng các yêu cầu về quy hoạch xây dựng hạ tầng thông minh, sử dụng công nghệ tích hợp nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân, nâng cao hiệu quả làm việc và đảm bảo phát triển bền vững cho đô thị, cụ thể:

Quy hoạch cần đáp ứng các yêu cầu như: Mang tính tổng thể và có định hướng; Chia sẻ nguồn lực; Tiết kiệm chi phí; Có khả năng đầu tư mở rộng; Nâng cao khả năng quy hoạch và dự báo.

Trong các phương án quy hoạch phát triển xây dựng cơ sở hạ tầng cần đảm bảo sự tối ưu bởi các công nghệ tiên tiến; Thực hiện đầu tư tiết kiệm tài nguyên và chi phí; Tăng cường các cam kết về chất lượng dịch vụ; Xây dựng trên các nền tảng mở.

Trong giai đoạn vừa qua, hoạt động xây dựng đô thị trên địa bàn thành phố Sầm Sơn xuất hiện nhiều vấn đề do số lượng công trình được xây dựng tăng nhanh cùng với sự thay đổi quy hoạch chung của thành phố, đáp ứng những yêu cầu, nhiệm vụ phát triển trong tình hình mới. Thực tế cho thấy những bất cập trong quản lý trật tự xây dựng trên địa bàn thành phố một phần gây ra bởi chất lượng chưa cao của quy hoạch phát triển đô thị. Vì thế, bài báo thực hiện nghiên cứu kinh nghiệm trong nước và quốc tế về quy hoạch xây dựng đô thị biển theo hướng đô thị thông minh, từ đó đề xuất các bài học cho thành phố Sầm Sơn nhằm tăng cường chất lượng quy hoạch xây dựng đô thị trong giai đoạn tiếp theo.

Phương pháp nghiên cứu: Thông qua nghiên cứu thông tin thứ cấp từ các nghiên cứu, bài báo, số liệu thống kê, bài báo rút ra những nhận xét, đánh giá kinh nghiệm quy hoạch xây dựng đô thị biển và đề xuất những bài học phù hợp với định hướng quy hoạch phát triển đô thị biển theo hướng thông minh của thành phố Sầm Sơn trong tương lai.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kinh nghiệm quốc tế về quy hoạch xây dựng đô thị biển theo hướng đô thị thông minh

Hiện nay trên thế giới đang có nhiều cách hiểu về khái niệm đô thị thông minh, tuy nhiên về cơ bản đều thống nhất rằng: một đô thị thông minh là đô thị sáng tạo, ứng dụng các công nghệ thông tin và truyền thông cũng như các phương tiện khác để nâng cao chất lượng cuộc sống, hiệu quả của các hoạt động, dịch vụ và năng lực cạnh tranh. Đối với các đô thị biển, để đối phó với tác động ngày càng tăng của biến đổi khí hậu, đòi hỏi cần phát triển theo hướng thông minh, tức là vừa đảm bảo tính hiệu quả, đồng thời đảm bảo tính phát triển bền vững, nghĩa là việc phát triển đô thị cũng cần phải đảm bảo khả năng đáp ứng nhu cầu của thế hệ hiện tại và tương lai về mặt kinh tế, xã hội và môi trường. Điều này đòi hỏi phải thấu hiểu các đặc tính và mục tiêu của đô thị; hiểu về các thành phần xã hội tham gia xây dựng đô thị và các vấn đề ưu tiên. Do vậy, hoạt động xây dựng trong đô thị cũng phải đảm bảo: môi trường và sự phát triển bền vững; kết nối và tối ưu các dịch vụ đô thị; nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân đô thị.

Điều này đặt ra cho chính quyền các đô thị cần tăng cường ứng dụng công nghệ thông minh dựa trên quan điểm phát triển bền vững trong hoạt động quản lý quy hoạch đô thị biển. Nhiều quốc gia như Singapore và Nhật Bản đã ứng dụng công nghệ thông minh vào quản lý quy hoạch các đô thị biển, nhất là quy hoạch tổng thể và quy hoạch chi tiết, từ đó tiến hành phân loại các loại nhà cao tầng và thấp tầng; xây dựng các khu đô thị vệ tinh bên cạnh các đô thị truyền thống, giúp giảm chi phí đi lại, tiết kiệm sinh hoạt, giúp phát triển bền vững. Từ năm 1971 đến nay, Singapore đã phát triển xây dựng đô thị theo hướng xanh, chú trọng kết hợp giữa công trình xây dựng và cây xanh, “vườn trong phố”, “vườn tường”, “vườn mái”, “vườn ở bất cứ đâu”... mang lại không gian sống bền vững cho người dân bên cạnh việc tối ưu hóa các không gian công cộng. Dựa trên 3 trụ cột chính là nền kinh tế số, chính phủ số và xã hội số, Singapore đã ứng dụng nhiều công nghệ sáng tạo, ưu tiên các sáng kiến quy hoạch, xây dựng nhằm giải quyết thách thức của quốc gia, thúc đẩy chuyển đổi số trong các lĩnh vực cơ bản như y tế, giáo dục, giao thông, giải pháp đô thị và tài chính [5], [10].

Tại nhiều thành phố lớn như London, Sydney hoạt động quy hoạch xây dựng hệ thống hạ tầng giao thông đô thị được xây dựng dựa trên các dữ liệu dự báo về lưu lượng giao thông đô thị, từ đó giúp giám sát và triển khai quy hoạch tổng thể, quy hoạch chi tiết và xây dựng hệ thống giao thông theo hướng hiện đại, hợp lý, tiết kiệm thời gian đi lại và giảm ô nhiễm môi trường. Các công nghệ hiện đại như hệ thống cảm biến lưu lượng, camera đếm lưu lượng giao thông, hệ thống thu thập tín hiệu qua thiết bị giám sát hành trình, hệ thống tính phí giao thông điện tử... được ưu tiên áp dụng tại các đô thị này, phục vụ hữu ích cho việc thực hiện quy hoạch giao thông trong tương lai [4] [7].

Từ năm 2015, thành phố New York của Mỹ cũng đã thực hiện quy hoạch cơ sở hạ tầng thông minh, giao thông thông minh và năng lượng thông minh dựa trên việc xây dựng công dữ liệu mở với hơn 1.100 bộ dữ liệu từ hơn 60 cơ quan, hỗ trợ tốt cho công tác quy hoạch của thành phố. Việc phát triển và ứng dụng các giải pháp công nghệ kết nối, chia sẻ phân tích dữ liệu đô thị cũng là cách mà thành phố London của Anh áp dụng trong việc thu hút các đối tượng có liên quan tham gia vào hoạch định, quy hoạch phát triển hạ tầng và xây dựng đô thị, giúp tối đa hóa nguồn lực cho phát triển cũng như duy trì khả năng cạnh tranh, giải quyết thách thức của thành phố và trao quyền cho người dân [12].

Tại nhiều nền kinh tế mới nổi, việc quy hoạch và phát triển các đô thị biển cũng được gắn liền với lợi thế về địa kinh tế, liên kết quy hoạch giữa các vùng đô thị có biển với các vùng không có biển. Trong đó, nhiều quốc gia coi lợi thế tiếp cận trực tiếp tài nguyên biển, khả năng kết nối với các trung tâm kinh tế quốc tế bằng đường biển là lợi thế giúp các đô thị biển đóng vai trò trung tâm của phát triển kinh tế biển. Việc phát triển và ứng dụng quan điểm này vào quy hoạch và quản lý trật tự xây dựng các đô thị biển theo hướng thông minh đã giúp hình thành cơ sở vật chất cần thiết cho các thành phố phát triển vươn về phía biển, khai thác năng lượng tái tạo từ sóng biển, thủy triều... như thành phố Potsdam của Hà Lan, Singapore [12].

3.2. Kinh nghiệm trong nước về quy hoạch xây dựng đô thị biển theo hướng đô thị thông minh

Trong tiến trình công nghiệp hóa đất nước, các đô thị, nhất là đô thị biển tại Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và đất nước. Tốc độ đô thị hóa diễn ra nhanh chóng. Tính đến nay, mức độ đô thị hóa là gần 40%,

và đến năm 2025, dự tính cả nước có khoảng 1.000 đô thị (mức độ đô thị hóa gần 50%). Việt Nam hiện có khoảng 40 đô thị biển, với động lực phát triển chính là du lịch, khai thác dầu khí, hàng hải, đánh bắt và nuôi trồng thủy hải sản [7].

Theo khuyến cáo của Ngân hàng thế giới, việc quy hoạch các đô thị biển của Việt Nam cần gắn với rủi ro từ tai biến thiên nhiên, hướng tới giảm phát thải từ môi trường và tăng khả năng ứng phó với biến đổi khí hậu. Hoạt động quy hoạch hạ tầng đô thị cần phục vụ việc phát triển các ngành kinh tế động lực đã được lựa chọn, giúp kết nối thành các chuỗi giá trị sản xuất - dịch vụ, tạo thành vòng kinh tế tuần hoàn, chuỗi giá trị xanh, giảm thiểu phát thải ô nhiễm. Đơn cử như Đà Nẵng, từ năm 2018, thành phố đã ban hành kiến trúc thành phố thông minh, triển khai đề án xây dựng thành phố thông minh đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 với các chương trình, dự án ưu tiên tập trung vào lĩnh vực giao thông, cấp điện, cấp nước, môi trường... [12]. Việc chú trọng kết hợp phát triển hạ tầng đô thị thông minh cùng với bảo tồn giá trị văn hóa, giá trị sinh học và môi trường tại các đô thị biển như Đà Nẵng hay Phú Yên là một hướng đi đúng đắn trong phát triển đô thị biển thông minh tại Việt Nam. Việc Phú Yên định hướng quy hoạch theo hướng mở ra biển, kết hợp với việc gia tăng quỹ đất phát triển xây dựng mạng lưới hạ tầng chiến lược trọng điểm theo hướng Bắc Nam và Đông Tây, phát triển bền vững gắn kết với việc bảo vệ môi trường đã giúp đô thị này không những bảo tồn được các di sản thiên nhiên, di sản văn hóa mà còn giúp thúc đẩy ngành công nghiệp du lịch sinh thái địa phương. Đồng thời, việc định hình kiến trúc đô thị theo chiến lược đô thị học cảnh quan đã và đang giúp Phú Yên ứng phó tốt hơn với biến đổi khí hậu, tăng khả năng hồi phục trước thảm họa thiên tai [12].

Hay như thành phố Hồ Chí Minh, là đô thị biển lớn nhất của Việt Nam. Hiện thành phố Hồ Chí Minh có vai trò là hạt nhân kinh tế của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, với quy mô dân số trên 10 triệu dân. Để đảm bảo sự phát triển bền vững của thành phố trong giai đoạn tiếp theo, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của cư dân thành phố và phục vụ sự phát triển kinh tế - xã hội - môi trường, trong công tác quy hoạch, thành phố đã tập trung định hướng hoạt động xây dựng đô thị với các phân khu chức năng mới, hình thành các khu đô thị vệ tinh, làm đối trọng trong phát triển công nghiệp. Thành phố cũng định hướng quy hoạch và bảo vệ các không gian xanh, tập trung phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ xử lý chất thải rắn, quy hoạch lại hệ thống nghĩa trang của thành phố. Từ đó giảm ô nhiễm môi trường, cân bằng sinh thái đô thị, tăng sức tải cơ sở hạ tầng đô thị [12].

Tuy nhiên, việc quy hoạch phát triển xây dựng đô thị biển ở Việt Nam hiện nay còn nhiều hạn chế, ví dụ như quy hoạch đô thị bất hợp lý, việc mở rộng tràn lan, đầu tư quá mức dẫn tới sự thiếu bền vững trong phát triển, tiềm ẩn nhiều nguy cơ. Trong xây dựng quy hoạch chưa kết hợp tốt với quá trình dự báo, dẫn tới quy hoạch thiếu chuẩn xác, thiếu định hướng, thiếu sự liên thông, kết nối với các yếu tố cấu thành khác như giao thông, hạ tầng. Sự xuất hiện các tòa nhà cao tầng, khách sạn, condotel dọc các trục đường ven biển mà không kèm theo đó sự quy hoạch phát triển hạ tầng kỹ thuật đồng bộ đã dẫn tới sự bền vững của các đô thị biển như Đà Nẵng, Nha Trang, Quảng Ninh. Sự cho phép xây dựng tràn lan mà không tính tới các yếu tố cân bằng về môi trường có thể dẫn tới các hiểm họa khi nước biển dâng. Tiêu biểu như Phú Quốc, một đô thị du lịch biển với một dải khu nghỉ dưỡng dọc theo bờ biển, hình thành con đê nhân tạo, hạn chế thoát nước mặt ra biển khi có mưa lớn, lụt lội... [12].

Cũng có nhiều ý kiến cho rằng việc quy hoạch tổng thể đã xác định được tầng cao, mật độ xây dựng, bố trí các không gian công cộng nhưng việc tổ chức thực hiện quy hoạch

của các địa phương chưa nghiêm, trong quá trình thực hiện xây dựng nhiều chủ đầu tư đề xuất điều chỉnh quy hoạch để tối đa hóa lợi nhuận. Bên cạnh đó, chính quyền nhiều địa phương cũng đặt mục tiêu tăng trưởng kinh tế lên trên những tác động về mặt môi trường và xã hội, chưa xem xét cặn kẽ những tác động, ảnh hưởng về lâu dài.

3.3. Thảo luận

Thực tế tại Việt Nam, các đô thị biển đóng vai trò động lực kinh tế cho địa phương, vùng và quốc gia. Tuy nhiên, do có đường bờ biển chạy dài, tác động của biến đổi khí hậu là rất lớn. Vấn đề đặt ra cho công tác quy hoạch xây dựng các đô thị này là phải thay đổi theo hướng xây dựng quy hoạch đô thị “thông minh” kết hợp với thích ứng và giảm thiểu tác động tiêu cực từ biến đổi khí hậu tới kinh tế, xã hội và môi trường, cụ thể:

Cần xác định quan điểm, định hướng quy hoạch xây dựng đô thị theo quan điểm kiến trúc - cảnh quan, khai thác tài nguyên biển bền vững, chú ý tới gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc, cảnh quan thiên nhiên và sự đa dạng sinh học của môi trường biển; phối hợp quy hoạch xây dựng đô thị phù hợp với quy hoạch sử dụng đất đai, quy hoạch môi trường.

Đẩy mạnh chuyển đổi về năng lượng, giảm thiểu phát thải carbon ra môi trường, thúc đẩy và xây dựng cơ sở hạ tầng carbon thấp như các toà nhà, đường giao thông, giao thông công cộng. Đặc biệt cần quy hoạch việc sử dụng đất phù hợp để phát triển không gian đô thị carbon thấp. Cần lồng ghép quy hoạch xử lý chất thải nước thải với sử dụng nước ngầm, nước mưa trong chiến lược cấp nước đô thị, giải quyết vấn đề an ninh và chất lượng nước, vệ sinh, cơ sở hạ tầng, khí hậu bền vững; gia tăng sự hấp dẫn và thân thiện của đô thị.

Xây dựng các kế hoạch điều chỉnh thích ứng với hiệu ứng đảo nhiệt đô thị liên quan tới sự gia tăng nhiệt độ bề mặt đô thị ở các đô thị ven biển. Phát triển các hệ thống công trình xanh, các toà nhà bền vững sử dụng ít năng lượng và tài nguyên, đạt tiêu chuẩn cao về chất lượng không khí, chiếu sáng, hạn chế ô nhiễm tiếng ồn.

Trong xây dựng quy hoạch phát triển đô thị, nhất là quy hoạch chi tiết cần hướng tới việc chuyển đổi năng lượng, hướng tới việc phát triển các cấu trúc nhỏ gọn, nén, tận dụng chiều cao với nhiều mục đích sử dụng, ưu tiên phát triển đô thị làm giảm khoảng cách di chuyển giữa các khu vực chức năng, sử dụng năng lượng tái tạo và giảm phát thải CO₂.

4. BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO THÀNH PHỐ SẦM SƠN, TỈNH THANH HÓA

Với định hướng xây dựng thành phố Sầm Sơn trở thành cực tăng trưởng của Thanh Hóa và khu vực phía Bắc, Đảng bộ và chính quyền thành phố đã quan tâm, chỉ đạo, tập trung nguồn lực, Sầm Sơn đã có bước phát triển vượt bậc. Tốc độ tăng trưởng kinh tế đạt mức bình quân đạt 16,8%/năm, quy mô giá trị sản xuất năm 2020 gấp 4,73 lần năm 2010; huy động vốn cho đầu tư phát triển năm 2020 gấp 10,5 lần năm 2010; kết cấu hạ tầng được đầu tư theo hướng đồng bộ, mang lại diện mạo mới cho đô thị [1].

Tuy nhiên, thành phố Sầm Sơn phát triển vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế và sự kỳ vọng của Tỉnh, của Nhân dân Thành phố. Đặc biệt trong giai đoạn thực hiện điều chỉnh quy hoạch tổng thể của thành phố, vấn đề quản lý xây dựng xuất hiện nhiều hạn chế như chậm thẩm định và phê duyệt quy hoạch chi tiết, việc đề xuất quy hoạch các khu nghỉ dưỡng chưa phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, chưa có trọng tâm, trọng điểm, mới chỉ phát triển theo chiều rộng; việc chuyển đổi đô thị Sầm Sơn theo hướng đô thị thông minh chưa thực sự rõ nét.

Để tăng cường chất lượng quy hoạch xây dựng của Sầm Sơn trong giai đoạn tiếp theo, đáp ứng yêu cầu quy hoạch của một đô thị biển thông minh, thành phố có thể áp dụng các giải pháp sau:

Thứ nhất, cần thống nhất cao quan điểm quy hoạch xây dựng đô thị bền vững trên cơ sở ứng dụng công nghệ thông minh trong quản lý quy hoạch, nhằm mục đích tiết kiệm nguồn lực và năng lượng, đảm bảo cân bằng giữa phát triển kinh tế, xã hội và môi trường.

Thứ hai, cần chú ý việc liên kết giữa Sầm Sơn với các vùng đô thị không có biển khác của tỉnh Thanh Hóa và các tỉnh vùng Bắc Trung bộ, hình thành các cụm kinh tế với Sầm Sơn là động lực tăng trưởng kinh tế, giúp phát huy vị trí địa kinh tế của Sầm Sơn, thúc đẩy khai thác tối đa lợi thế, tiềm năng, nguồn lực chung của cả vùng. Có thể phát triển mô hình hạt nhân - vệ tinh giữa Sầm Sơn và các khu vực lân cận làm đối trọng trong phát triển công nghiệp, dịch vụ, thương mại và du lịch biển.

Thứ ba, cần chú trọng xây dựng hệ thống dữ liệu mở và phát triển công nghệ dự báo trong quy hoạch xây dựng đô thị, nhất là quy hoạch tổng thể theo hướng mở ra biển, nhằm phát triển các hạ tầng chiến lược trọng điểm, một mặt giúp khai thác tối đa lợi thế kinh tế biển, mặt khác đảm bảo cân bằng sinh thái và môi trường, gia tăng phúc lợi và công bằng trong tiếp cận nguồn lợi biển cho người dân địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban Thường vụ Tỉnh uỷ Thanh Hoá (2021), *Nghị quyết số 07-NQ/TU về xây dựng và phát triển thành phố Sầm Sơn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
- [2] Chính phủ (2021), *Nghị định số 15/2021/NĐ-CP ngày 03 tháng 03 năm 2021 về Quy định chi tiết một số nội dung về quản lý dự án đầu tư xây dựng*.
- [3] Nguyễn Chính (2022), *Quy hoạch, xây dựng, quản lý và phát triển bền vững đô thị Việt Nam*, truy cập online tại <https://dangcongsan.vn/xay-dung-dang/quy-hoach-xay-dung-quan-ly-va-phat-trien-ben-vung-do-thi-viet-nam-610214.html>.
- [4] Vũ Cao Minh Đức (2020), *Sáng kiến quốc gia thông minh của Singapore*, truy cập từ <https://aita.gov.vn/sang-kien-quoc-gia-thong-minh-cua-singapore>.
- [5] Giáng Hương (2021), Câu chuyện quản lý rác thải ở Singapore, *Tạp chí Môi trường*, số 5.
- [6] Gia Khánh (2022), *Đến năm 2025, cả nước sẽ có khoảng 1.000 đô thị*, truy cập online tại <https://baophapluat.vn/bds/den-nam-2025-ca-nuoc-se-co-khoang-1-000-do-thi-post433196.html>
- [7] Nguyễn Tô Lăng (2021), *Nhận diện vấn đề đô thị và quản lý phát triển đô thị khi đất nước dần trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại (kỳ 2)*, truy cập từ https://tapchicongsan.org.vn/web/guest/media-story/-/asset_publisher/V8hhp4dK31Gf/content/nhan-dien-van-de-do-thi-va-quan-ly-phat-trien-do-thi-khi-dat-nuoc-dan-tro-thanh-nuoc-cong-nghiep-theo-huong-hien-dai
- [8] Ngân hàng Thế giới, Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2016), *Báo cáo Việt Nam 2035: Hướng tới thịnh vượng, sáng tạo, công bằng và dân chủ*.
- [9] Xuân Nghĩa (2022), *Kỷ niệm 115 năm du lịch Sầm Sơn, 05 năm thành lập TP. Sầm Sơn và khai mạc Lễ hội du lịch biển Sầm Sơn năm 2022*, <https://thanhhoa.gov.vn/portal/Pages/2022-4-24/Ky-niem-115-nam-du-lich-Sam-Son-05-nam-thanh-lap-Tn43uq6.aspx>

- [10] Hà Phương (2017), *Singapore - Quốc gia có mật độ cây xanh lớn nhất thế giới*, truy cập từ <https://kinhthedothei.vn/singapore-quoc-gia-co-mat-do-cay-xanh-lon-nhat-the-gioi-281160.html>
- [11] Bùi Thị Then (2021), *Quy đất ven biển và những bất cập trong quy hoạch đô thị biển*, truy cập online tại; <https://tainguyenvamoitruong.vn/quy-dat-ven-bien-va-nhung-bat-cap-trong-quy-hoach-do-thi-bien-cid1607.html>
- [12] Nguyễn Thúy (2020), *Singapore giữ vị trí là thành phố đáng sống nhất ở châu Á suốt 15 năm qua*, truy cập từ <https://baotintuc.vn/du-lich/singapore-giu-vi-tri-la-thanh-pho-dang-song-nhat-o-chau-a-suot-15-nam-qua-20200213203420327.htm>
- [13] Ủy ban Thường vụ Quốc hội (2016). Nghị quyết số 1210/2016/UBTVQH13 ngày 25/5/2016 về phân loại đô thị
- [14] Hạ Vĩ (2022), *Phú Yên: Phát triển đô thị biển theo hướng xanh, bền vững*, Truy cập online tại <https://congthuong.vn/phu-yen-phat-trien-do-thi-bien-theo-huong-xanh-ben-vung-175948.html>
- [15] Viện Quy hoạch xây dựng Hà Nội (2017), *Kinh nghiệm quý báu trong quy hoạch và phát triển đô thị của Nhật Bản*, truy cập từ <http://vqh.hanoi.gov.vn/index.php?language=vi&nv=news&op=tin-lien-ket/Kinh-nghiem-quy-bau-trong-quy-hoach-va-phat-trien-do-thi-cua-Nhat-Ban-699.html>

NATIONAL AND INTERNATIONAL EXPERIENCES IN PLANNING TO BUILD SMART COASTAL URBAN AREAS AND LESSONS FOR SAM SON CITY, THANH HOA PROVINCE

Bui Van Dung, Hoang Thang Hop, Le Van Chau

ABSTRACT

The 21st century is considered the “Century of Seas and Oceans”. Therefore, marine exploitation strategies of many countries around the world are helping to find, exploit and conserve many sources of raw materials, food, developing tourism and ensuring the survival space in the future. However, the development and construction of coastal cities in Vietnam in general and Sam Son city in particular still have many shortcomings. The article, through the study of domestic and international experience in planning marine urban construction, points out existing problems and proposes lessons for Sam Son in planning its construction of smart marine urban areas in the future.

Keywords: *International experience, domestic experience, management of construction, marine urban area, Sam Son city.*

* Ngày nộp bài: 6/6/2022; Ngày gửi phản biện: 8/6/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÁC HỢP TÁC XÃ NÔNG NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN NGA SƠN, TỈNH THANH HÓA

Lê Huy Chính¹, Hoàng Vũ Thảo²

TÓM TẮT

Bài viết này nhằm tìm ra những giải pháp phát triển hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn, tỉnh Thanh Hóa. Thông qua phân tích dữ liệu của 27 HTX nông nghiệp trong giai đoạn 2017 - 2021, nghiên cứu đã đánh giá thực trạng các HTX nông nghiệp trên địa bàn Huyện. Trên cơ sở đó, nghiên cứu chỉ ra một số hạn chế còn tồn tại, nguyên nhân và đề xuất các giải pháp nhằm phát triển các Hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn trong thời gian tới.

Từ khóa: Huyện Nga Sơn, hợp tác xã nông nghiệp.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, hợp tác xã (HTX) đang trở thành mô hình hoạt động phổ biến, phù hợp với điều kiện và nhu cầu thực tế tổ chức sản xuất, kinh doanh của cá nhân, hộ gia đình ở nông thôn, nhiều HTX đã hoạt động có hiệu quả, tạo thêm việc làm, thu nhập cho người lao động và thực hiện nghĩa vụ với ngân sách nhà nước. Trong quá trình xây dựng nông thôn mới, phát triển các HTX còn được xem là giải pháp đột phá để phát triển nông nghiệp, làm thay đổi căn bản diện mạo nông thôn [1]. Xuất phát từ vai trò quan trọng của kinh tế tập thể, HTX, nhiều nghiên cứu đã tập trung vào giải pháp phát triển thành phần kinh tế này [2] [3] [7], nhất là khi HTX hoạt động theo mô hình mới [4].

Đến thời điểm hiện tại, huyện Nga Sơn đã có 27 HTX nông nghiệp hoạt động theo Luật HTX năm 2012. Từ khi thực hiện Luật HTX, các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện đã có sự chuyển biến tích cực về nhiều mặt, từ nhận thức của các cơ quan quản lý HTX, thành viên ban quản trị, xã viên HTX, sự quan tâm đầu tư gia tăng về vốn và tài sản, phát triển về đất đai, cơ sở vật chất và trụ sở làm việc, bồi dưỡng nâng cao trình độ cho người quản lý, tập huấn đào tạo nghề... Hiện tại, Nga Sơn đã đạt chuẩn nông thôn mới và đang tích cực thực hiện chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) trong bối cảnh cạnh tranh và hội nhập sâu sắc, điều này cũng đòi hỏi các HTX phải khai thác tốt nhất được tiềm năng và lợi thế của địa phương để thích ứng, đứng vững và phát triển từ đó mang lại lợi ích cho xã viên nhiều hơn nữa. Vì vậy, việc nghiên cứu, đánh giá lại thực trạng, từ đó đề xuất những giải pháp nhằm phát triển các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn, tỉnh Thanh Hóa trong thời gian tới là hết sức cần thiết.

¹ Khoa Kinh Tế - Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; Email: lehuychinh@hdu.edu.vn

² Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

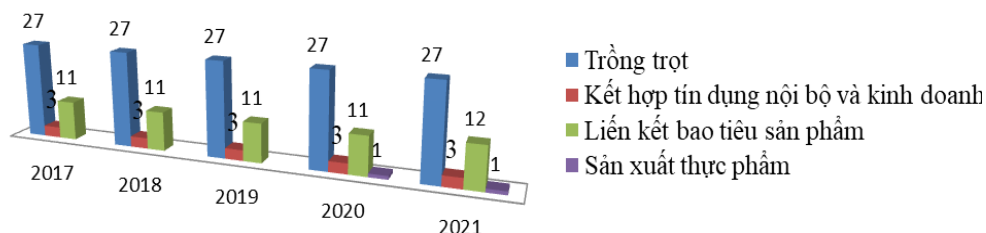
Phương pháp thu thập thông tin, số liệu: Thông tin dữ liệu thứ cấp của các HTX trong huyện được thu thập từ các báo cáo của: Liên minh HTX tỉnh Thanh Hóa, UBND huyện, các phòng, ban, ngành, các báo cáo nghiên cứu chuyên đề, các tài liệu khác. Số liệu thứ cấp được thu thập trong khoảng thời gian từ năm 2017-2021.

Phương pháp phân tích và xử lý số liệu: Trên cơ sở các số liệu đã thu thập được, các tác giả tiến hành chọn lọc, hệ thống hoá để tính toán, so sánh các chỉ tiêu cần nghiên cứu, số liệu được xử lý thông qua phần mềm Excel. Công cụ phân tích chính được sử dụng là thống kê mô tả phân tích thực trạng hoạt động của các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng về số lượng hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện

Theo số liệu thống kê của huyện Nga Sơn, tính đến hết năm 2021, toàn huyện có 27 HTX nông nghiệp hiện hoạt động tại 24 xã, thị trấn, và đang hoạt động trong các lĩnh vực, trong đó, tất cả các HTX đều hoạt động trong lĩnh vực trồng trọt chiếm 100% và thực hiện các khâu dịch vụ, ngoài ra có 01 HTX trực tiếp sản xuất rau an toàn là HTX nông nghiệp Nga Lĩnh; 03/27 HTX nông nghiệp hoạt động tổng hợp là HTX nông nghiệp Nga Thành, HTX nông nghiệp Nga Liên, HTX nông nghiệp Nga Thanh (kết hợp kinh doanh điện, hoạt động tín dụng nội bộ); 12/27 HTX nông nghiệp thực hiện liên kết bao tiêu sản phẩm chiếm 44 %.



Biểu đồ 1. Thống kê số lượng, ngành nghề hoạt động của các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn giai đoạn 2017 - 2021

Nguồn: Phòng NN&PTNT, UBND huyện Nga Sơn

Như vậy, số lượng HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện không tăng trong vòng 5 năm vừa qua (không có HTX được thành lập mới cũng như không có HTX ngừng hoạt động). Mặc dù sau sáp nhập đơn vị hành chính, một số xã có sự gia tăng về số HTX (đến năm 2017 toàn huyện có 27 xã, thị trấn, sau sáp nhập giảm xuống còn 24 xã, thị trấn), tuy nhiên, số lượng HTX nông nghiệp đến năm 2021 không có sự biến động so với thời điểm năm 2017. Bên cạnh đó, giai đoạn 2017 - 2021, nhiều HTX nông nghiệp đã chủ động tìm kiếm, hợp tác với các doanh nghiệp, các HTX bạn để liên kết sản xuất và bao tiêu sản phẩm, đến năm 2021 đã có 12 HTX tham gia liên kết, chiếm 44 %.

3.2. Thực trạng nguồn nhân lực

Số liệu bảng 1 cho thấy, tổng số thành viên HTX nông nghiệp giai đoạn 2017 - 2021 có sự phát triển không đồng đều, năm 2021 là 964 người, bình quân 36 thành viên/HTX, giảm 8

thành viên so với năm 2017 và 26 thành viên so với năm 2019. Tổng số lao động làm việc thường xuyên có xu hướng tăng qua các năm, năm 2021 là 494 người, tăng 23 người so với năm 2017. Trong tổng số thành viên của các HTX thì thành viên liên kết chiếm tỷ lệ chủ yếu, tổng số lao động liên kết của HTX nông nghiệp có xu hướng giảm qua các năm.

Bảng 1. Nguồn nhân lực của các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn giai đoạn 2017- 2021

| Tổng số thành viên HTX nông nghiệp | Năm | | | | |
|--|------|------|------|------|------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Tổng số thành viên HTX nông nghiệp | 972 | 968 | 970 | 990 | 964 |
| Tổng lao động thường xuyên của HTX nông nghiệp | 471 | 475 | 499 | 497 | 494 |
| Tổng số lao động liên kết của HTX nông nghiệp | 501 | 493 | 471 | 493 | 470 |

Nguồn: Phòng NN&PTNT, UBND huyện Nga Sơn

Nguyên nhân của hiện tượng này là do yêu cầu ngày càng khắt khe của chất lượng các sản phẩm nông sản nên các HTX nông nghiệp thành lập sau đã lựa chọn các thành viên tham gia kỹ lưỡng hơn, đạt một tiêu chuẩn nhất định mới được tham gia HTX nông nghiệp nhằm mục tiêu nâng cao chất lượng, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm và đáp ứng nhu cầu của thị trường. Thành viên của HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn là cá nhân hoặc các hộ gia đình; trong đó, tỷ lệ thành viên HTX nông nghiệp là hộ gia đình chiếm đến hơn 80%. Khi các hộ gia đình tham gia là thành viên HTX nông nghiệp, hộ có thể góp vốn vào HTX nông nghiệp bằng các tài sản như đất đai, tài sản trên đất,... Đến mùa thu hoạch nông sản, các HTX nông nghiệp còn thuê lao động ngoài, đây là lao động mang tính chất thời vụ.

3.3. Trình độ học vấn của đội ngũ quản lý hợp tác xã nông nghiệp

Theo kết quả tổng hợp bảng 2, năm 2021 tổng số cán bộ quản lý 145 người, trong đó có 65 người có trình độ cao đẳng, đại học; 80 người có trình độ trung cấp, sơ cấp, không có cán bộ quản lý HTX nông nghiệp chưa qua đào tạo. Tổng thể giai đoạn 2017 - 2021, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ quản lý, điều hành trong các HTX tuy có cải thiện cả về chất và lượng nhưng nhìn chung vẫn còn thấp.

Bảng 2. Thống kê trình độ học vấn của đội ngũ cán bộ quản lý hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn giai đoạn 2017 - 2021

DVT: người

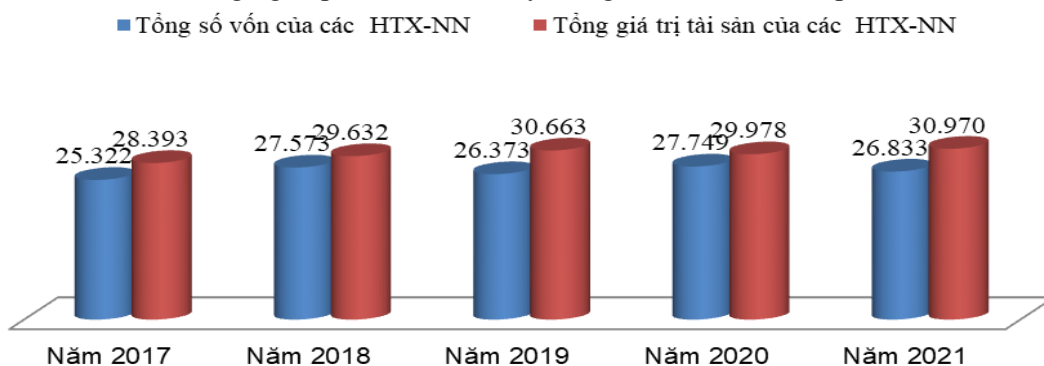
| TT | Loại hình HTX | Năm 2017 | Năm 2018 | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|----|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | Tổng số cán bộ quản lý | 162 | 158 | 158 | 155 | 145 |
| | <i>Trong đó:</i> | | | | | |
| | <i>Cán bộ quản lý HTX-NN có trình độ trung cấp, sơ cấp</i> | 118 | 111 | 96 | 90 | 80 |
| | <i>Cán bộ quản lý HTX-NN có trình độ cao đẳng, đại học</i> | 44 | 47 | 62 | 65 | 65 |
| 2 | Số cán bộ HTX nông nghiệp được đóng BHXH | 118 | 113 | 106 | 112 | 104 |

Nguồn: Phòng NN&PTNT, UBND huyện Nga Sơn

Trình độ đội ngũ cán bộ quản lý chưa cao có thể dẫn đến việc bị động trong các hoạt động sản xuất kinh doanh, khả năng thích ứng với cơ chế thị trường bị hạn chế, tiếp thu tiến bộ khoa học kỹ thuật vào các hoạt động sản xuất kinh doanh của HTX gặp khó khăn, thiếu khả năng đánh giá phân tích thị trường.

3.4. Thực trạng tài sản và nguồn vốn của các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn

Giá trị tài sản và nguồn vốn được thể hiện tại biểu đồ 2. Có thể thấy nguồn vốn và tài sản của các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn còn khá thấp.



Biểu đồ 2. Tổng hợp vốn và tài sản của các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn giai đoạn 2017 - 2021

Nguồn: Phòng TC - KH, UBND huyện Nga Sơn

Tổng số vốn của các HTX nông nghiệp tăng từ 25.322 triệu đồng năm 2017 lên 26.833 triệu đồng năm 2021 tăng 5,9%, nguồn vốn trên chủ yếu là cổ phần do xã viên đóng góp để trở thành thành viên, các nguồn vốn khác từ nguồn huy động, hỗ trợ hợp pháp khác còn rất hạn chế. Giá trị tài sản của các HTX nông nghiệp tăng từ 28.393 triệu đồng năm 2017 lên 30.970 triệu đồng năm 2021, tăng 9%. Tài sản của HTX nông nghiệp chủ yếu là hệ thống thủy lợi, các loại máy móc, thiết bị được giao quản lý, khai thác vận hành phục vụ sản xuất tại địa phương.

3.5. Kết quả sản xuất kinh doanh của các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn

Về doanh thu: Theo số liệu tại bảng 3, bình quân doanh thu năm 2021 của các HTX nông nghiệp đạt 1.903 triệu đồng, doanh thu bình quân của một HTX năm 2021 tăng 184 triệu so với năm 2017.

Bảng 3. Kết quả, hiệu quả hoạt động của các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn giai đoạn 2017- 2021

ĐVT: Triệu đồng/năm

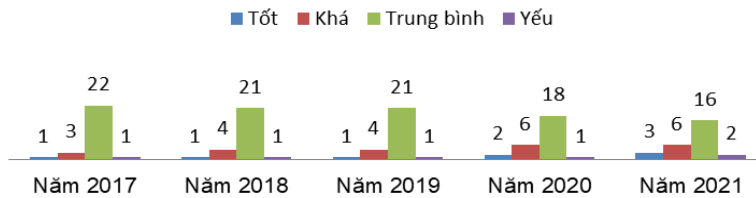
| TT | Tiêu chí | Năm 2017 | Năm 2018 | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|----|---------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | Doanh thu bình quân | 1.719 | 1.730 | 1.848 | 2.132 | 1.903 |
| 2 | Lợi nhuận bình quân | 36 | 36 | 43 | 37 | 39 |

Nguồn: Phòng TC-KH, UBND huyện Nga Sơn

Về lợi nhuận: Năm 2019 tổng lợi nhuận của các HTX đạt 1,161 tỷ đồng và 100% đều có lãi, trung bình 43 triệu đồng/HTX; Năm 2020 và năm 2021 doanh thu giảm so với năm 2019, lợi nhuận của các HTX nông nghiệp năm 2021 bình quân đạt 39 triệu đồng/HTX (trong đó HTX có lợi nhuận cao nhất là 335 triệu đồng, thấp nhất là 3 triệu đồng), nguyên nhân tốc độ doanh thu giảm là do ảnh hưởng của tình hình dịch bệnh Covid 19 trong 2 năm 2020 và 2021, khiến cho 6 HTX trên địa bàn huyện hoạt động đạt hiệu quả kém.

3.6. Kết quả xếp loại hợp tác xã nông nghiệp

Về đánh giá xếp loại chất lượng HTX nông nghiệp: Biểu đồ 3 thể hiện tổng hợp xếp loại chất lượng hoạt động của HTX nông nghiệp trong giai đoạn 2017-2021.



Biểu đồ 3. Tổng hợp đánh giá xếp loại chất lượng của các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn giai đoạn 2017- 2021

Nguồn: Phòng NN&PTNT, UBND huyện Nga Sơn

Có thể thấy xu thế chung, số HTX được xếp loại tốt và khá tăng lên trong giai đoạn gần đây, số HTX xếp loại trung bình giảm xuống rõ rệt. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại HTX bị xếp loại yếu. Năm 2021 có 9/27 HTX loại khá, tốt chiếm 33,3%; 16/27 HTX trung bình chiếm 59,3%; 2/27 HTX loại yếu chiếm 7,4%.

3.7. Một số hạn chế và nguyên nhân trong phát triển hoạt động của các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn

Theo kết quả phân tích có thể thấy, tuy các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn đã đạt được những kết quả khả quan nhưng vẫn còn tồn tại một số hạn chế sau:

Một là, cơ chế quản lý điều hành của nhiều HTX nông nghiệp chưa đúng với bản chất của HTX. Tại một số HTX, các thành viên chỉ góp vốn tượng trưng, việc điều hành do vài cá nhân đảm nhiệm giống như hình thức doanh nghiệp tư nhân.

Hai là, một số HTX nông nghiệp còn lúng túng trong xây dựng phương án sản xuất kinh doanh; quá trình triển khai thực hiện còn đơn điệu, chủ yếu hoạt động trên một số loại hình sản xuất kinh doanh, dịch vụ truyền thống, chưa đa dạng hóa ngành, nghề. Hoạt động của các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn còn thiếu sự liên kết hệ thống.

Ba là, các điều kiện hỗ trợ hoạt động sản xuất, kinh doanh còn thiếu và yếu như thiếu vốn, thiếu trang thiết bị, máy móc, chưa áp dụng được tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ cao vào sản xuất.

Có nhiều nguyên nhân của những hạn chế này, có thể kể đến trình độ nguồn nhân lực của HTX chưa tương xứng với yêu cầu quản lý và sự thay đổi nhanh chóng trong mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội, trong đó có lĩnh vực nông nghiệp; Sự hỗ trợ của chính quyền đối với các HTX ở một số nội dung chưa phát huy tác dụng như hỗ trợ tiếp cận thị trường, hỗ trợ chuỗi liên kết, hỗ trợ triển khai những ngành có trình độ khoa học kỹ thuật công nghệ cao.

3.8. Giải pháp phát triển các hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn, tỉnh Thanh Hóa

3.8.1. Đối với chính quyền địa phương

Phát huy vai trò của Ban chỉ đạo phát triển HTX nông nghiệp huyện Nga Sơn nhằm đánh giá tình hình, phát hiện những hạn chế, yếu kém của HTX, xây dựng định hướng và giải pháp phát triển HTX nông nghiệp đưa vào các chương trình, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Thực hiện chính sách phát triển nguồn nhân lực cho các HTX nông nghiệp: Tổ chức các lớp bồi dưỡng, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật cho cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật của HTX nông nghiệp. Đặc biệt, cần có chính sách hỗ trợ để tập trung phát triển những HTX có tính chất mũi nhọn. Chú trọng khuyến khích HTX nông nghiệp đầu tư công nghệ theo chiều sâu, công nghệ cao, công nghệ tiên tiến.

Linh hoạt hơn trong chính sách hỗ trợ vay vốn, không chỉ dựa vào thế chấp tài sản mà còn xem xét trên hiệu quả của phương án kinh doanh. Đặc biệt, cần nâng cao hơn nữa vai trò của Quỹ hỗ trợ phát triển HTX tỉnh Thanh Hóa trong hỗ trợ vay vốn ưu đãi đối với các hoạt động khởi nghiệp HTX nông nghiệp, đầu tư công nghệ cao trong sản xuất và thương mại, nhất là vận hành theo mô hình chuỗi cung ứng.

Hỗ trợ HTX nông nghiệp của huyện tìm kiếm, mở rộng thị trường và hỗ trợ tìm kiếm, liên kết với các đối tác cung ứng đầu vào và đầu ra một cách chủ động, tích cực hơn nữa. Có thể kể tới việc quy hoạch để xây dựng siêu thị trên địa bàn huyện, có cơ chế khuyến khích xây dựng hệ thống cửa hàng nông sản sạch của huyện để thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm của các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện.

Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát việc thực hiện công tác quản lý đối với HTX, từ đó rút kinh nghiệm về quản lý đối với các HTX nông nghiệp yếu kém và nhân rộng mô hình HTX khá, tốt. Củng cố và nâng cao trình độ quản lý của các HTX nông nghiệp hiện có. Xây dựng mới các HTX nông nghiệp, tổ hợp tác theo mô hình kinh doanh đa ngành đa nghề, vừa làm dịch vụ phục vụ hoạt động kinh tế, mở rộng các dịch vụ đa dạng trong nông nghiệp.

3.8.2. Đối với các hợp tác xã

Các HTX nông nghiệp huyện Nga Sơn cần mạnh dạn tiếp nhận, sử dụng đội ngũ cán bộ quản lý và kỹ thuật về làm việc, hoặc thực hiện chế độ thuê giám đốc làm việc cho các HTX nông nghiệp. Cần làm tốt báo cáo tài chính hàng năm chính xác, kịp thời và hàng năm phải tiến hành kiểm toán nội bộ, giúp HTX nông nghiệp thấy được tính phù hợp của các hoạt động của HTX ở thời điểm hiện tại với các quy định của pháp luật, kiểm tra được tính khách quan, trung thực, hợp pháp của các báo cáo tài chính.

Tiếp tục hoàn thiện, nâng cao chất lượng hoạt động sản xuất kinh doanh phát huy tối đa các yếu tố sản xuất. Từng HTX nông nghiệp của huyện cần rà soát sắp xếp tổ chức sản xuất theo hướng chuyên môn hóa kết hợp kinh doanh tổng hợp, đa ngành, phát huy các lợi thế của mình. Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn kỹ thuật cho thành viên làm chuyên môn kỹ thuật của HTX về các lĩnh vực như xây dựng, cơ khí, khuyến nông, thú y,

bảo vệ thực vật, thủy lợi. Đào tạo nghề cho thành viên HTX nhằm phát triển sản xuất ngành nghề, phát huy tiềm năng về nguyên liệu sẵn có ở địa phương.

Phối hợp với chính quyền để tuyên truyền tới người dân hiểu được bản chất của HTX theo Luật HTX 2012 và những lợi ích khi tham gia vào HTX nông nghiệp, qua đó họ sẽ tự nguyện tham gia và tích cực đóng góp cho hoạt động của HTX. Ngoài ra, việc hỗ trợ vay vốn, tập huấn kỹ thuật, nâng cao kiến thức về sản xuất kinh doanh và đặc biệt hỗ trợ tìm kiếm các đối tác đầu vào, đầu ra cho nông dân thông qua trung gian là HTX nông nghiệp sẽ góp phần thu hút và tạo thêm động lực cho nông dân tham gia vào những mô hình liên kết này.

4. KẾT LUẬN

Dựa vào kết quả nghiên cứu thực trạng về hoạt động của các HTX nông nghiệp huyện Nga Sơn, có thể rút ra một số kết luận: Giai đoạn 2017 - 2021, hoạt động của các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn đã được quan tâm củng cố, đổi mới và phát triển cả về quy mô, chất lượng, hoạt động của HTX đã có những bước chuyển biến tích cực. Tuy vậy, nghiên cứu cũng chỉ ra sự phát triển các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn, tỉnh Thanh Hóa còn tồn tại hạn chế trên ba mặt: công tác tổ chức, quản lý, điều hành; xây dựng và triển khai phương án sản xuất kinh doanh, dịch vụ; điều kiện hỗ trợ hoạt động của HTX. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất hai nhóm giải pháp đối với chính quyền địa phương và các hợp tác xã nhằm phát triển các HTX nông nghiệp trên địa bàn huyện Nga Sơn trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phan Văn Hiếu (2019), Hợp tác xã kiểu mới: Giải pháp đột phá phát triển nông nghiệp Việt Nam hiện nay, *Tạp chí Tài chính*, kỳ 1, tháng 11.
- [2] Nguyễn Thị Thu Hoài (2019), Phát triển kinh tế hợp tác xã Việt Nam trong bối cảnh mới, *Tạp chí Tài chính*, kỳ 1, tháng 11.
- [3] Ngô Thị Lan Hương (2021), Giải pháp phát triển kinh tế tập thể, hợp tác xã giai đoạn 2021 - 2030, *Tạp chí Tài chính*, kỳ 1, tháng 4.
- [4] Quốc Hội (2012), *Luật Hợp tác xã*.
- [5] Phòng NN&PTNT huyện Nga Sơn (2017 - 2021), *Báo cáo tổng hợp kết quả hoạt động của các HTX nông nghiệp huyện Nga Sơn các năm 2017 - 2021*.
- [6] Phòng Tài chính - Kế hoạch huyện Nga Sơn (2021), *Báo cáo tổng hợp nguồn nhân lực của các HTX nông nghiệp huyện Nga Sơn, giai đoạn 2017 - 2021*.
- [7] UBND huyện Nga Sơn (2020), *Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ huyện lần thứ XXIII, nhiệm kỳ 2020 - 2025*.
- [8] Nguyễn Thị Thanh Tâm (2022), Quan điểm và giải pháp phát triển kinh tế tập thể, hợp tác xã trong giai đoạn mới, *Tạp chí Tài chính*, số kỳ 2, tháng 4.

SOLUTIONS TO DEVELOP AGRICULTURAL COOPERATIVES IN NGA SON DISTRICT, THANH HOA PROVINCE

Le Huy Chinh, Hoang Vu Thao

ABSTRACT

This paper aims to find out solutions to develop agricultural cooperatives in Nga Son district, Thanh Hoa province. Through the analysis of 27 agricultural cooperatives' data, in the period of 2017 - 2021, the study identifies the status of agricultural cooperatives in the district. From that, the study points out some remaining limitations, causes and proposes solutions to develop agricultural cooperatives in Nga Son district in the future.

Keywords: *Nga Son district, agricultural cooperative.*

* Ngày nộp bài: 13/10/2022; Ngày gửi phản biện: 13/10/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI SIÊU THỊ TỈNH THANH HÓA - CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

Lê Thị Đạm¹, Trịnh Thị Phan²

TÓM TẮT

Siêu thị là hình thức bán lẻ hiện đại đã xuất hiện ở Việt Nam từ những năm 90 của thế kỷ XX. Vai trò của mạng lưới siêu thị là cung cấp một không gian tiêu dùng văn minh có cơ cấu hàng hóa đa dạng, chất lượng sản phẩm tốt nhằm mang lại sự tiện lợi cho khách hàng. Trên cơ sở tổng quan một số vấn đề chung về phát triển siêu thị; nghiên cứu đã vận dụng các phương pháp nghiên cứu định tính để đánh giá các thực trạng, cơ hội và thách thức đối với sự phát triển mạng lưới siêu thị của tỉnh Thanh Hóa. Nghiên cứu cũng đề xuất 5 nhóm giải pháp góp phần mở rộng và khai thác hiệu quả mạng lưới siêu thị ở Thanh Hóa trong thời gian tới.

Từ khóa: Siêu thị, phát triển mạng lưới, cơ hội, thách thức.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Mạng lưới siêu thị ngày càng có vai trò quan trọng trong chuỗi bán lẻ ở Việt Nam. Trong hơn 3 thập kỷ qua, mạng lưới siêu thị ở nước ta đã lan rộng và phân bố ở tất cả các tỉnh thành trong cả nước, doanh số bán lẻ ở siêu thị mang lại mức tăng trưởng 16%, và đạt số lượng 3.450 cơ sở (năm 2019)[4]. Chuỗi kinh doanh bán lẻ hiện đại này đã trở nên quen thuộc hơn và ngày càng ảnh hưởng đến nhu cầu, thói quen tiêu dùng của người dân Việt Nam.

Thanh Hóa là tỉnh có dân số đông nên thị trường tiêu dùng lớn, kết hợp với những khởi sắc trong tăng trưởng kinh tế, chất lượng cuộc sống dân cư tăng lên, đô thị hóa có chuyển biến tích cực... tạo ra nhiều cơ hội thuận lợi cho phát triển mạng lưới siêu thị. Mặc dù vậy, phát triển siêu thị ở Thanh Hóa còn gặp phải không ít thách thức liên quan đến mức thu nhập bình quân đầu người, thói quen tiêu dùng truyền thống cũng như cạnh tranh về giá với các loại hình bán lẻ khác... Bằng việc sử dụng các phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp từ nguồn tài liệu nghiên cứu đã tổng quan các vấn đề lý luận về siêu thị và phân tích khái quát các tác động đến sự phát triển mạng lưới siêu thị ở tỉnh Thanh Hóa, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển và phân bố mạng lưới siêu thị của địa phương.

2. TỔNG QUAN VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI SIÊU THỊ

2.1. Khái niệm, phân loại và vai trò của siêu thị

Thuật ngữ siêu thị được sử dụng lần đầu tiên vào năm 1930 ở Mỹ do nhà kinh doanh Michael Cullen dùng từ “supermarket” để đặt tên cho cửa hàng của mình. Trước thời điểm đó, đã xuất hiện cửa hàng bán lẻ thực phẩm mang dáng dấp của một siêu thị có tên là Piggly Wiggly do Clarence Saunders thành lập từ năm 1916 [10]. Khái niệm siêu thị sau

¹ Giáo viên Trường Trung học Phổ thông Hậu Lộc 1, huyện Hậu Lộc, tỉnh Thanh Hóa

² Khoa Khoa học Xã hội, Trường Đại học Hồng Đức; Email: trinththiphan@hdu.edu.vn

đó được phát triển ở Mỹ với quan niệm “cửa hàng tự phục vụ tương đối lớn có mức chi phí thấp, tỷ suất lợi nhuận không cao và khối lượng hàng hóa bán ra lớn, đảm bảo thỏa mãn đầy đủ nhu cầu của người tiêu dùng về thực phẩm, bột giặt, các chất tẩy rửa và những mặt hàng chăm sóc nhà cửa” [9]. Tuy nhiên, siêu thị ở Trung Quốc sau này lại hướng tới thu hút người tiêu dùng vì nó “cung cấp nhiều lựa chọn sản phẩm hơn trong một môi trường mua sắm dễ chịu” [6].

Ở Việt Nam, theo quy chế siêu thị, trung tâm thương mại (2004): “Siêu thị là loại hình cửa hàng hiện đại; kinh doanh tổng hợp hoặc chuyên doanh; có cơ cấu chủng loại hàng hóa phong phú, đa dạng, bảo đảm chất lượng; đáp ứng các tiêu chuẩn về diện tích kinh doanh, trang bị kỹ thuật và trình độ quản lý, tổ chức kinh doanh; có các phương thức phục vụ văn minh, thuận tiện nhằm thỏa mãn nhu cầu mua sắm hàng hóa của khách hàng” [2]. Như vậy, khái niệm về siêu thị rất đa dạng song có thể rút ra một số đặc trưng cơ bản của siêu thị như: sử dụng hình thức bán lẻ, áp dụng phương thức tự phục vụ, hàng hóa được trưng bày gọn gàng, bắt mắt với sự đa dạng trong cơ cấu chủng loại đáp ứng nhu cầu tiêu dùng gia đình; cơ sở vật chất được trang bị hiện đại, tiện nghi và quy mô lớn.

Theo Bộ Thương mại Việt Nam (nay là Bộ Công Thương) [2], siêu thị được chia làm ba hạng (I, II, III) theo nhiều tiêu chí, trong đó các tiêu chí hàng đầu là quy mô mặt bằng và danh mục mặt hàng bày bán ở cả hai loại hình kinh doanh tổng hợp và chuyên doanh. Đây cũng là các tiêu chí phân loại được tổng cục thống kê Việt Nam áp dụng để thống kê số lượng siêu thị phân theo các thứ hạng.

Sự xuất hiện của hệ thống siêu thị tạo ra một cuộc cách mạng trong lĩnh vực lưu thông hàng hóa, đóng vai trò là cầu nối giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng. Siêu thị đã tạo ra sức hấp dẫn tiêu dùng nhờ nghệ thuật sắp đặt và trang trí nội thất của nó, từ đó kích thích nhu cầu và định hướng tiêu dùng đối với thị trường. Sự phát triển mạng lưới siêu thị đã gia tăng mức độ cạnh tranh trong lĩnh vực bán lẻ hàng tiêu dùng với chuỗi các cửa hàng tạp hóa truyền thống và các khu chợ dân sinh. Tác động từ sự sụt giảm thị trường khiến các cơ sở truyền thống buộc phải thay đổi theo hướng hiện đại, tiện nghi và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Hoạt động của các siêu thị còn góp phần giải quyết việc làm cho người lao động ở cả khía cạnh trực tiếp và gián tiếp; thu hút đội ngũ lao động có chuyên môn với mức lương bình quân cao hơn so với lĩnh vực bán lẻ truyền thống.

2.2. Phát triển mạng lưới siêu thị

Mạng lưới (network) được cắt nghĩa là hệ thống, nhóm người hoặc sự vật được kết nối với nhau hoặc sự sắp xếp của đường ngang và dọc giao nhau [8]. Từ đây có thể hiểu mạng lưới siêu thị là hệ thống siêu thị có liên kết chặt chẽ và có những tương tác nhất định. Hệ thống siêu thị là một hệ thống mở, một tập hợp các siêu thị lớn nhỏ có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, có những đặc trưng riêng biệt nhằm thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng. Phát triển mạng lưới siêu thị là một quá trình làm thay đổi theo hướng hoàn thiện về số lượng, qui mô, cơ cấu, sự phân bố và nâng cao hiệu quả kinh doanh của siêu thị. Vì vậy, đánh giá sự phát triển mạng lưới siêu thị trên địa bàn thường căn cứ vào các chỉ tiêu: phát triển số lượng và qui mô, phát triển các loại hình kinh doanh, sự phân bố, hiệu quả kinh doanh và đóng góp của kinh

doanh siêu thị trong hệ thống thương mại. Các nhân tố tác động cũng được xem xét dựa trên những ảnh hưởng tích cực và tiêu cực tới các chỉ tiêu phát triển mạng lưới siêu thị.

Sự hình thành và phát triển của mạng lưới siêu thị là kết quả tổng hợp của nhiều yếu tố từ vĩ mô đến vi mô của nền kinh tế - xã hội như sự phát triển kinh tế và chính sách kinh tế quốc gia; quy mô, cơ cấu dân số và thu nhập của dân cư; đô thị hóa và lối sống công nghiệp; hội nhập kinh tế quốc tế và đầu tư nước ngoài, các yếu tố văn hóa - xã hội, các yếu tố về chuỗi cung ứng tại chỗ... Sự phát triển kinh tế của quốc gia có vai trò quyết định đến ngành thương mại bán lẻ nói chung cũng như sự ra đời của hệ thống bán lẻ hiện đại. Chính sách phát triển kinh tế vĩ mô tác động đến các yếu tố về quy hoạch mạng lưới, thu hút đầu tư, mở rộng thành phần kinh tế tham gia vào kinh doanh siêu thị... Các yếu tố về dân cư như quy mô dân số, thu nhập của dân cư, cơ cấu dân số và thói quen tiêu dùng... tác động đến quy mô và xu hướng thị trường. Đô thị hóa và lối sống công nghiệp là yếu tố tạo ra các điểm dân cư hiện đại, thay đổi lối sống cũng như thói quen tiêu dùng của dân cư. Hội nhập kinh tế quốc tế tạo cơ hội cho các tập đoàn bán lẻ đa quốc gia xâm nhập vào các thị trường mới nổi, phát triển hệ thống bán lẻ hiện đại ở các thành phố, trung tâm kinh tế lớn [7]. Các yếu tố văn hóa xã hội như như quan niệm về thời gian, lối sống, thói quen tiêu dùng, sự thay đổi nghề nghiệp... cũng tác động không nhỏ đến hành vi mua sắm của người tiêu dùng [12] [13]. Một số yếu tố khác như tính ổn định của nguồn cung, sự phát triển của chuỗi cung ứng hiện đại, sự phát triển của công nghệ và điện thoại thông minh... cũng tác động không nhỏ đến sự phát triển mạng lưới siêu thị ở Việt Nam.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng phát triển mạng lưới siêu thị ở tỉnh Thanh Hóa

Kinh doanh bán lẻ hiện đại bắt đầu xuất hiện ở Thanh Hóa từ đầu thế kỉ 21 dưới hình thức một khu mua sắm tổng hợp thuộc đầu tư của một doanh nghiệp Nhà nước (Thanh Hóa Plaza), song loại hình siêu thị được người tiêu dùng trong tỉnh chú ý từ khi Big C Thanh Hóa đi vào hoạt động (năm 2011), tiếp đến Coopmart (năm 2013) và loạt các siêu thị điện máy HC,... Thống kê năm 2020 cho thấy số lượng siêu thị trên địa bàn toàn tỉnh là 24, trong đó phân theo hạng tương ứng bao gồm: 7 siêu thị hạng 1, 5 siêu thị hạng 2 và 12 siêu thị thuộc hạng 3; tổng số siêu thị tăng lên gấp 2,4 lần so với năm 2016, tăng trưởng trung bình giai đoạn đạt 10,7%.

Bảng 1. Số lượng và phân hạng siêu thị trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020

| Năm | Hạng I | Hạng II | Hạng III | Tổng số |
|------|--------|---------|----------|---------|
| 2016 | 3 | 1 | 6 | 10 |
| 2017 | 3 | 3 | 10 | 16 |
| 2018 | 4 | 3 | 11 | 18 |
| 2019 | 4 | 4 | 12 | 20 |
| 2020 | 8 | 4 | 12 | 24 |

Nguồn: Sở Công Thương Thanh Hóa

Bên cạnh đó, hiện nay có rất nhiều cơ sở kinh doanh 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⁺; Coopfood... Tuy nhiên, do một số nguyên nhân cả khách quan và chủ quan mà các cơ sở này chưa được công nhận và phân hạng siêu thị theo quy định của cơ quan chức năng. Mặc dù vậy, các chuỗi gian hàng Mini Vinmart⁺, Coopfood đồng loạt xuất hiện ở các đô thị (đặc biệt ở thành phố Thanh Hóa, thành phố Sầm Sơn) đã thu hút người tiêu dùng bởi sự tiện lợi về vị trí so với siêu thị trung tâm. Trong bối cảnh dịch Covid-19, các siêu thị mini vẫn có mức tăng trưởng khá do ưu điểm hạn chế tập trung đông người so với siêu thị lớn và chợ truyền thống cùng với chính sách cho phép các siêu thị này hoạt động ngay khi có chỉ thị giãn cách nghiêm ngặt ở nhiều địa phương.

Về phân bố: Mạng lưới siêu thị tỉnh Thanh Hóa phân bố trên các vùng, miền của tỉnh, từ ven biển đến miền núi, từ thành thị đến nông thôn; nhằm mục tiêu tạo thuận lợi cho người dân tiếp cận, sử dụng các hàng hóa, dịch vụ được cung ứng từ loại hình thương mại hiện đại. Giai đoạn 2016 - 2018, số lượng siêu thị vùng miền núi có số lượng cao hơn vùng đồng bằng và ven biển do cổ phần hóa các cửa hàng thương mại thuộc quản lý Nhà nước thành chuỗi siêu thị Miền Tây Thanh Hóa; tuy nhiên cho đến năm 2020 vẫn chỉ có 08 siêu thị (không có tăng trưởng trong suốt giai đoạn 2016 - 2020), trong khi vùng đồng bằng có mức tăng trưởng trung bình cao nhất với 21,8%. Siêu thị cũng phân bố chủ yếu ở đô thị do mức độ tập trung đông dân cư và thu nhập bình quân đầu người cao hơn vùng nông thôn. Thành phố Thanh Hóa có mức độ tập trung đô thị cao nhất tỉnh, chiếm 33,3% số lượng siêu thị toàn tỉnh.

Bảng 2. Phân bố siêu thị trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2016 - 2020

| | Phân theo vùng | | | Phân theo khu vực | |
|------|----------------|----------------|---------------|-------------------|--------|
| | Vùng ven biển | Vùng đồng bằng | Vùng miền núi | Nông thôn | Đô thị |
| 2016 | 3 | 5 | 8 | 0 | 16 |
| 2017 | 3 | 5 | 8 | 0 | 16 |
| 2018 | 3 | 7 | 8 | 2 | 16 |
| 2019 | 3 | 9 | 8 | 3 | 17 |
| 2020 | 5 | 11 | 8 | 1 | 23 |

Nguồn: Số liệu Sở Công Thương tỉnh Thanh Hóa

Về đầu tư phát triển và hạ tầng cơ sở vật chất: Giai đoạn 2016 - 2020 toàn tỉnh thu hút 220 tỷ đồng vào 18 dự án xây dựng siêu thị và đã có 10 siêu thị được hoàn thành (Siêu thị Pico, Siêu thị Long Tơ, Siêu thị A&S Mart Thọ Xuân...). Trong đó, có 03 siêu thị có cơ sở hạ tầng khá hiện đại được đầu tư xây dựng khang trang, kiến trúc, kết cấu phù hợp, thuận tiện hoạt động kinh doanh siêu thị BigC Thanh Hóa, Siêu thị Co.op Mart Thanh Hóa, Siêu thị A&S Mart. Mạng lưới siêu thị tỉnh Thanh Hóa hiện được quản lý bởi 17 doanh nghiệp trong nước và 01 doanh nghiệp đầu tư nước ngoài với hoạt động lưu thông hàng hóa khá thuận lợi; góp phần bảo đảm nguồn cung ứng hàng hóa phục vụ nhu cầu của nhân dân. Một số siêu thị lớn còn cung ứng các dịch vụ khác như: cho thuê mặt bằng, địa điểm kinh doanh, cung cấp sản phẩm vui chơi giải trí, dịch vụ ăn uống...

Bên cạnh những thành tựu kể trên, phát triển mạng lưới siêu thị tỉnh Thanh Hóa còn nhiều hạn chế: số lượng siêu thị của Thanh Hóa chỉ chiếm 0,6% tổng số siêu thị cả nước, doanh thu bán lẻ ở các siêu thị vì thế còn chưa đáng kể, một số siêu thị có doanh số cao chỉ tập trung ở các đô thị như thành phố Thanh Hóa, thành phố Sầm Sơn, thị xã Bỉm Sơn, thị xã Nghi Sơn và một số thị trấn, điểm du lịch [3] [4].

Như vậy, sự xuất hiện và gia tăng chuỗi siêu thị ở Thanh Hóa đã góp phần đa dạng hóa hình thức mua sắm tiêu dùng, tăng thêm cơ hội và sự lựa chọn đối với khách hàng, kích thích nhu cầu mua sắm hiện đại cũng như thay đổi thói quen tiêu dùng truyền thống dưới áp lực của cuộc sống đô thị và công nghiệp hóa. Tác động tổng hợp của các yếu tố về dân cư, tốc độ phát triển kinh tế, chính sách, đô thị hóa, thói quen tiêu dùng, chuỗi cung ứng... đã mang lại đồng thời cả cơ hội và thách thức cho sự phát triển mạng lưới siêu thị của tỉnh Thanh Hóa.

3.2. Cơ hội và thách thức đối với phát triển mạng lưới siêu thị tỉnh Thanh Hóa

3.2.1. Cơ hội

Thương mại bán lẻ Việt Nam đang có cơ hội phát triển nhanh chóng cả về doanh số, hình thức kinh doanh và mạng lưới phân bố: tổng mức bán lẻ và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 41,62 lần trong vòng 25 năm (giai đoạn 1995 - 2020) [4]; hình thức kinh doanh ngày càng đa dạng với tăng trưởng ấn tượng của chuỗi bán lẻ hiện đại và thương mại điện tử. Việt Nam trở thành thị trường hấp dẫn đối với các doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ, trong đó có các thương hiệu siêu thị lớn trong khu vực và trên thế giới. Hơn nữa, sự phát triển đồng thời của các ngành sản xuất vật chất trong nước cũng tạo ra nguồn cung hàng hóa dồi dào, đa dạng về chủng loại với chất lượng ngày càng cao cho các doanh nghiệp bán lẻ.

Kinh tế tỉnh Thanh Hóa thập kỷ vừa qua có mức tăng trưởng mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng trung bình đạt 11,7%/năm trong giai đoạn 2016 - 2020 [3], tổng giá trị GRDP toàn tỉnh năm 2020 đạt 110.241 tỷ đồng (đứng đầu toàn vùng Bắc Trung Bộ), cơ cấu chuyển dịch tích cực. Trong đó, ngành thương mại bán lẻ toàn tỉnh có tốc độ tăng 16,7%/năm cùng giai đoạn; giá trị tổng mức bán lẻ tăng gấp 4 lần [3]. Những chỉ số này cho thấy cơ hội của bán lẻ hiện đại ở tỉnh Thanh Hóa rất rõ ràng trước xu thế tăng trưởng và hiện đại của nền kinh tế nói chung.

Chính phủ và Ủy ban Nhân dân tỉnh Thanh Hóa đã có nhiều nỗ lực trong việc tạo chính sách thuận lợi cho đầu tư vào hạng mục bán lẻ hiện đại (cho thuê đất, ưu đãi thuế...), quy hoạch mạng lưới siêu thị và khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia phát triển chuỗi siêu thị. Ngoài ra, chính sách hội nhập và mở cửa nền kinh tế cùng với xu thế quốc tế hóa, khu vực hóa đã tạo động lực thu hút các nhà đầu tư kinh doanh bán lẻ quốc tế xây dựng siêu thị ở Việt Nam nói chung và Thanh Hóa nói riêng. Sự có mặt từ sớm của Big C Thanh Hóa và sắp tới là trung tâm thương mại của Aeon Mall (dự án ký kết năm 2020) [1], là minh chứng cụ thể cho ảnh hưởng của chính sách hội nhập nền kinh tế đến phát triển mạng lưới siêu thị ở Thanh Hóa.

Thanh Hóa là tỉnh có dân số đông, mật độ dân cư cao hơn trung bình cả nước. Năm 2020, dân số Thanh Hóa đạt 3,66 triệu người (đứng thứ 3 sau thành phố Hồ Chí Minh và thủ đô Hà Nội), mật độ dân số là 330 người/km² (trung bình cả nước là 295 người/km²) [4].

GRDP/người tăng trưởng 15,7%/năm (đạt mức 53,7 triệu đồng/người; hơn 2000 USD/người/năm), tăng gấp 3,7 lần trong giai đoạn 2010 - 2019; là chỉ số tác động trực tiếp đến nhu cầu tiêu dùng và xu hướng tiêu dùng hiện đại của dân cư. Lựa chọn vị trí siêu thị ở các địa bàn có dân cư đông, mật độ tập trung cao và thu nhập trung bình của dân cư cao luôn được các nhà đầu tư bán lẻ ưu tiên như những cơ hội rõ ràng cho một thị trường tiềm năng với sức tiêu dùng lớn.

Giai đoạn 2010 - 2020, mạng lưới đô thị của Thanh Hóa được mở rộng và nâng cấp ở một số huyện, thị: Thành phố Thanh Hóa có quyết định công nhận đô thị loại 1, thị xã Sầm Sơn được công nhận là thành phố, thị xã Nghi Sơn được thành lập trên cơ sở toàn bộ diện tích huyện Tĩnh Gia. Cùng với đó là quy mô dân số đô thị gia tăng, diện tích các đô thị được mở rộng. Quy hoạch phát triển siêu thị của địa phương, sự quan tâm đầu tư của doanh nghiệp đều bắt đầu từ các địa bàn đô thị với sức mua lớn và nhu cầu mua sắm ở các cơ sở tiện nghi, hiện đại, đảm bảo chất lượng đang gia tăng đáng kể. Lối sống công nghiệp và đô thị ngày càng lan rộng cùng với tốc độ đô thị hóa cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến thói quen tiêu dùng của người dân.

3.2.2. Thách thức

Thực trạng phát triển mạng lưới siêu thị chưa tương xứng với kỳ vọng đã phần nào phản ánh những khó khăn trong kinh doanh và mở rộng loại hình này ở tỉnh Thanh Hóa. Tiêu dùng của dân cư theo phương thức truyền thống còn phổ biến, tốc độ gia tăng GRDP bình quân đầu người còn thấp, quá trình đô thị hóa diễn ra chậm chạp, cạnh tranh của thương mại điện tử ngày càng mạnh mẽ...là những rào cản lớn đối với sự phát triển mạng lưới siêu thị của Thanh Hóa hiện nay.

Thanh Hóa có tổng mức bán lẻ hàng hóa của ngành thương mại chỉ rất khiêm tốn so với cả nước, chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh. Giá trị tổng sản phẩm (GRDP) của tỉnh chỉ đạt 2,8% tổng sản phẩm của cả nước; tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng toàn tỉnh cũng chỉ chiếm 2,3% giá trị toàn ngành trong cả nước [3] [4]. Bên cạnh đó, cơ cấu tổng sản phẩm ngành công nghiệp chế biến, chế tạo đóng góp khá khiêm tốn (25,76% cơ cấu GRDP toàn tỉnh), cơ cấu sản phẩm công nghiệp phục vụ tiêu dùng không đa dạng nên khả năng cung ứng tại chỗ hàng hóa cho các siêu thị rất hạn chế [3]. Từ đó có thể thấy động lực để đầu tư và kinh doanh siêu thị chưa thực sự lớn.

Thách thức trực tiếp đối với tiêu dùng bán lẻ chính là sức mua của dân cư mà có nguyên nhân từ thu nhập bình quân đầu người và thói quen tiêu dùng của họ. Năm 2020, chỉ số tổng sản phẩm bình quân đầu người (GRDP/người) của Thanh Hóa chỉ đứng thứ 40/63 tỉnh, thành của cả nước; thu nhập bình quân đầu người một tháng chỉ đạt 82,6% mức trung bình cả nước (Thanh Hóa: 3,5 triệu đồng/người, trung bình cả nước: 4,2 triệu đồng/người) [3] [4]. Mức thu nhập thấp và chậm cải thiện đã gây ra khó khăn lớn cho kinh doanh và phát triển mạng lưới siêu thị - chuỗi bán lẻ hiện đại được coi là khó cạnh tranh về giá so với chợ truyền thống; điều này cũng ảnh hưởng đến việc thay đổi thói quen mua sắm của người dân.

Quá trình đô thị hóa ở Thanh Hóa tuy có nhiều khởi sắc song vẫn rất thấp và kém xa so với mức trung bình của cả nước: năm 2020, tỉ lệ dân cư đô thị của Thanh Hóa chỉ xấp xỉ 23,3% (cả nước là 36,8%). Toàn tỉnh có hơn 2,8 triệu dân sinh sống ở các vùng nông thôn

với mật độ phân bố và mức thu nhập thấp hơn nhiều so với các đô thị [3] [4]. Chính những chỉ số này tác động trực tiếp đến việc lựa chọn điểm quy hoạch cũng như đầu tư siêu thị của cả Nhà nước và doanh nghiệp.

Sự phát triển của công nghệ số, tỉ lệ người dân sử dụng điện thoại thông minh cao, ứng dụng thanh toán không chạm là những yếu tố đang khiến cho lĩnh vực bán lẻ trực tiếp đã và đang vấp phải cạnh tranh với thương mại điện tử. Khảo sát hành vi người tiêu dùng của Việt Nam Report cho thấy các dấu hiệu tích cực từ thương mại điện tử, mua sắm online và dịch vụ giao hàng ngay cả trong đại dịch Covid-19 [13]. Thách thức này đặt ra cho các nhà kinh doanh siêu thị phải tích cực chuyển đổi số để tiếp cận người tiêu dùng thông qua bán hàng trực tuyến và giao hàng tận nơi.

3.3. Giải pháp phát triển mạng lưới siêu thị đến năm 2030

Phát triển mạng lưới siêu thị ở tỉnh Thanh Hóa đang đối mặt với không ít thách thức bên cạnh những cơ hội có xu hướng gia tăng và trở nên rõ ràng hơn trong những năm gần đây. Trên cơ sở đó, các giải pháp về chính sách, quy hoạch mạng lưới, thu hút đầu tư, chuyển đổi số, phát triển nguồn nhân lực... được đề xuất để thúc đẩy mở rộng mạng lưới siêu thị và kinh doanh hiệu quả hơn trong thời gian tới.

Giải pháp về quy hoạch: Sở Công Thương cần tham mưu xây dựng quy hoạch mới cho phát triển mạng lưới siêu thị trong giai đoạn đến năm 2030, từ đó xây dựng phương án phát triển mạng lưới siêu thị đảm bảo tính khả thi. Quy hoạch mạng lưới siêu thị cơ bản dựa trên các nguyên tắc liên quan đến mức độ tập trung dân cư, quy mô dân số và thu nhập trung bình của dân cư cũng như mật độ và quy mô của siêu thị... [5].

Tỉnh Thanh Hóa cần ban hành hệ thống chính sách thu hút đầu tư, hỗ trợ doanh nghiệp về thuế, phí liên quan đến xây dựng hạ tầng, khuyến khích các thành phần kinh tế tư nhân, có vốn đầu tư nước ngoài. Siêu thị là loại hình thương nghiệp văn minh, hiện đại, sự có mặt của các doanh nghiệp có tiềm lực vốn mạnh, doanh nghiệp nước ngoài tham gia vào kinh doanh là phù hợp với xu hướng hội nhập.

Giải pháp về hiện đại hệ thống cơ sở hạ tầng bưu chính viễn thông, hoàn thiện hệ thống thanh toán qua thẻ tại các ngân hàng tạo nền tảng để thúc đẩy hoạt động của phương thức bán hàng trực tuyến cho các siêu thị. Phát huy vai trò của các cơ quan quản lý trong việc tăng cường khả năng kết nối thương mại với các địa phương trong cả nước nhằm đẩy mạnh hợp tác liên doanh, liên kết, trao đổi, bổ sung hàng hóa, mở rộng chuỗi cung ứng cho các siêu thị.

Giải pháp về chuyển đổi số được cho là then chốt trong giai đoạn hiện nay, đặc biệt sau khủng hoảng do đại dịch Covid-19 gây ra. Thế giới đã ghi nhận những thay đổi về chuyển đổi số diễn ra trong năm đầu của đại dịch (2020) nhanh hơn cả mức tăng của cả một thập kỷ trước đó. Nguyên nhân của những thay đổi xuất phát từ việc thích ứng với thế giới “không chạm”, hạn chế tiếp xúc trong thời kỳ dịch bệnh. Qua đó, hệ thống siêu thị cần có giải pháp hiệu quả để tăng cường kênh bán hàng trực tuyến trong và sau đại dịch nhằm theo kịp xu hướng gia tăng của thương mại điện tử.

Bên cạnh đó, các giải pháp xúc tiến thương mại, kích cầu tiêu dùng từ đó tác động vào thói quen tiêu dùng truyền thống, thu hút người dân đến mua sắm ở siêu thị là những nội dung quan trọng góp phần tăng hiệu quả kinh doanh siêu thị - kích thích nhu cầu đầu tư mở rộng mạng lưới của chính các doanh nghiệp.

4. KẾT LUẬN

Siêu thị là hình thức bán lẻ hàng tiêu dùng hiện đại với cơ cấu hàng hóa đa dạng, chất lượng tốt, phục vụ văn minh, mang lại sự thuận tiện cho khách hàng. Phát triển mạng lưới siêu thị ở Thanh Hóa có nhiều cơ hội từ những thành tựu trong phát triển kinh tế, công nghiệp hóa, đô thị hóa, thu nhập của dân cư được cải thiện, thị trường nội tỉnh rộng lớn và thói quen tiêu dùng hiện đại đang gia tăng trong dân cư... Mặc dù vậy, chuỗi bán lẻ hiện đại này cũng gặp không ít thách thức cho sự phát triển và mở rộng mạng lưới trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa: sức mua hạn chế do thu nhập còn thấp, quy mô nền kinh tế còn nhỏ, đô thị hóa chậm chạp và tỉ lệ dân cư đô thị thấp, sự gia tăng cạnh tranh của thương mại điện tử trong đại dịch... Một số giải pháp về quy hoạch, thu hút đầu tư và tạo nguồn vốn, chính sách, chuyển đổi số và nâng cao chất lượng nhân lực cần đẩy mạnh hơn nữa để mạng lưới siêu thị phát triển mạnh mẽ và hiệu quả hơn trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Báo Thanh Hoá (2021), *Đẩy mạnh tiến độ dự án AEON MALL tại Thanh Hoá*, <https://thanhhoa.gov.vn/portal/Pages/2021-11-25/Day-nhanh-tien-do-du-an-AEON-MALL-tai-Thanh-Hoa09zmmf.aspx>
- [2] Bộ Công Thương Việt Nam (2004), *Quy chế siêu thị, trung tâm thương mại*.
- [3] Cục thống kê Thanh Hóa (2021), *Niên giám thống kê 2021*. Nxb Thống kê, Hà Nội.
- [4] Tổng cục Thống kê Việt Nam (2021), *Niên giám thống kê Việt Nam 2021*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
- [5] UBND tỉnh Thanh Hóa (2009), *Quy hoạch mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020*.
- [6] Cheng, Y., & Zhang, Y. (2012), SWOT analysis on the supermarkets in China. *Proceedings of the 2012 2nd International Conference on Business Computing and Global Informatization, BCGIN 2012, October 2012*, 206-209. <https://doi.org/10.1109/BCGIN.2012.60>
- [7] Deloitte (2020), *Retail in Vietnam: An accelerated shift towards omnichannel retailing* (Issue July), <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/vn/Documents/consumer-business/vn-cb-vietnam-consumer-retail-2020-updated.pdf>
- [8] Dictionary.cambridge.org (n.d.), *Từ điển Cambridge online*.
- [9] Kotler P. (1984), *Marketing căn bản* (Dịch giả: Phan Thăng, Vũ Thị Phụng, Giang Văn Chiến). Nxb. Khoa học Xã hội, Hà Nội.
- [10] Michman, R. D., & Greco, A. J. (1995), *Retailing Triumphs and Blunders-Victims of Competition in the New Age of Marketing Management*, Quorum Books.
- [11] Reardon, T., Timmer, C. P., & Minten, B. (2012), Supermarket revolution in Asia and emerging development strategies to include small farmers, *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 109(31), 12332–12337. <https://doi.org/10.1073/pnas.1003160108>
- [12] Vietnam, D. (2021), *Khảo sát người tiêu dùng Việt Nam Kiên cường trước khó khăn*.
- [13] Vietnam Report. (n.d.), *Bán lẻ Việt Nam thời hậu COVID-19*, <https://www.Brandsvietnam.Com/20946-Vietnam-Report-Ban-Le-Viet-Nam-Thoi-Hau-COVID19>.

DEVELOPING SUPERMARKET NETWORK IN THANH HOA PROVINCE - OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Le Thi Dam, Trinh Thi Phan

ABSTRACT

Supermarket is a modern form of retail that has appeared since the 1990s of the 20th century in Vietnam. The role of the supermarket network in our country is to provide a civilized consumption space with a diversified structure of goods and good product quality to bring convenience to customers. The development of supermarket network is influenced by many factors: economic development and national economic policy; population size, structure and income; urbanization and industrial lifestyle; international economic integration and foreign investment, socio-cultural factors, local supply chain factors, etc. On the basis of an overview of some common supermarket issues, the study evaluates the conditions for developing supermarket network in Thanh Hoa province. The study also proposes a number of solutions to contribute to effectively expanding and exploiting the supermarket network in Thanh Hoa in the future.

Keywords: *Supermarket, network development, opportunities, challenges.*

* Ngày nộp bài: 21/10/2021; Ngày gửi phản biện: 21/10/2021; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

TÌM HIỂU XUNG ĐỘT GIỮA CƯ DÂN VÀ DOANH NGHIỆP DU LỊCH TẠI KHU BẢO TỒN THIÊN NHIÊN PÙ LUÔNG: NGHIÊN CỨU TỪ NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI DÂN ĐỊA PHƯƠNG

Dương Thị Hiền¹, Trần Đức Thanh²

TÓM TẮT

Cư dân và doanh nghiệp du lịch là những mắt xích quan trọng tại mỗi điểm đến du lịch. Trong quá trình tương tác, với những lợi ích, vai trò, mục tiêu, triết lý khác nhau, sự mâu thuẫn, xung đột giữa hai nhóm này là điều khó tránh khỏi. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu với 20 cư dân địa phương (là đại diện của những người tham gia du lịch và không tham gia du lịch) để làm rõ những xung đột tồn tại giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch. Kết quả nghiên cứu là cơ sở lý luận đề đưa ra một số góp ý cho chính quyền địa phương trong việc quản lý xung đột, tạo ra sự đồng thuận giữa các bên liên quan. Qua đó, góp phần phát huy sức mạnh của các bên, tạo ra hình ảnh đẹp về điểm đến.

Từ khoá: Xung đột, cư dân, doanh nghiệp du lịch, Khu Bảo tồn Thiên nhiên Pù Luông.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cộng đồng địa phương (hay cư dân địa phương) là các hộ dân sinh sống trong khu vực triển khai hoạt động du lịch. Cộng đồng địa phương được xem là bên liên quan quan trọng nhất trong phát triển du lịch bền vững tại mỗi điểm đến. Sự tham gia và ủng hộ của cư dân địa phương chính là yếu tố quyết định sự phát triển bền vững của điểm đến (Alexander, 2000). Sự phát triển du lịch sẽ không có ý nghĩa nếu lợi ích kinh tế xã hội và môi trường của nó không mang lại cho cộng đồng địa phương. Doanh nghiệp du lịch là các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh liên quan đến du lịch, bao gồm: các doanh nghiệp lưu trú, các doanh nghiệp kinh doanh ăn uống, doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển, đưa đón khách; doanh nghiệp kinh doanh lễ hành và hướng dẫn viên du lịch (Luật Du Lịch Việt Nam, 2017). Các doanh nghiệp du lịch là cầu nối giữa khách du lịch với cộng đồng, là người giữ vai trò môi giới trung gian để bán các sản phẩm dịch vụ du lịch cho khách (Goodwin & Santilli, 2009). Họ cũng là người đầu tư để tạo ra một số sản phẩm du lịch tại điểm đến như dịch vụ lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí... khi cộng đồng địa phương chưa đủ khả năng cung ứng các dịch vụ này. Các doanh nghiệp du lịch thường sử dụng lao động địa phương trong các công việc lao công, nghiệp vụ như dọn vệ sinh, bảo vệ, dọn phòng, nấu ăn, chạy bàn... Từ đó, góp phần tạo thu nhập cho người dân. Bên cạnh đó, doanh nghiệp du lịch còn đóng góp vào sự phát triển kinh tế của địa phương thông qua việc mua nông sản, hàng hóa của địa phương để bán cho du khách, đóng thuế, phí môi trường, lệ phí tham quan.

¹ Khoa Khoa học Xã hội, Trường Đại học Hồng Đức; Email: duongthihien@hdu.edu.vn

² Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội

Tuy nhiên, tại nhiều điểm đến, doanh nghiệp du lịch bị chỉ trích là những thế lực đã bắt tay với các nhà chức trách để mua đất của người dân địa phương với giá rẻ, chiếm dụng những mảnh đất quan trọng của địa phương (Jinsheng & Siriphon, 2019; Lo & Janta, 2020; Wang & Yotsumoto, 2019), gây ô nhiễm môi trường (Mannon & Glass-Coffin, 2019) và làm xáo trộn cảnh quan (Kreiner et al., 2015). Việc kinh doanh du lịch đã làm thay đổi cấu trúc xã hội và làm giảm sự gắn kết cộng đồng (Kinseng et al., 2018). Nhiều bất đồng trong chia sẻ lợi ích cũng đã xảy ra (Jinsheng & Siriphon, 2019; Lo & Janta, 2020).

Tại nhiều điểm đến du lịch, để phản đối các doanh nghiệp du lịch, người dân đã diễu hành chặn đường và biểu tình công khai (Jinsheng & Siriphon, 2019), đốt xe của du khách, phá hoại tàu thuyền du lịch (Ebrahimi & Khalifah, 2014). Tại Việt Nam, vấn đề mâu thuẫn, căng thẳng giữa cư dân và các bên như doanh nghiệp du lịch đã bắt đầu được bộc lộ (Thân Vĩnh Lộc, 2016). Những hành động đó không chỉ làm xấu đi hình ảnh của điểm đến mà còn phá hủy giá trị hợp tác giữa các bên liên quan, ảnh hưởng tiêu cực đến tính bền vững xã hội, môi trường và kinh tế, gây lãng phí tài nguyên, làm cho địa phương thiếu định hướng chiến lược, làm suy yếu công tác quản lý du lịch; ảnh hưởng tới thái độ, sự ủng hộ của cộng đồng với việc phát triển du lịch (Lo & Janta, 2020; Wang, 2021).

Như vậy, một trong những vấn đề quan trọng để duy trì và đảm bảo sự phát triển bền vững, hiệu quả của một điểm đến du lịch chính là phải nhận diện được những mâu thuẫn nảy sinh giữa cộng đồng địa phương và doanh nghiệp du lịch; phân tích và làm rõ nguyên nhân của các mâu thuẫn, xung đột. Từ đó, xây dựng mô hình quản lý xung đột, nhằm hạn chế tác động tiêu cực của các xung đột đối với các bên. Điều này không chỉ giúp đảm bảo lợi ích cho cộng đồng địa phương và các doanh nghiệp du lịch, mà hơn hết nó còn giúp các điểm đến du lịch hoạt động một cách ổn định và bền vững.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Khái niệm xung đột

Xung đột là một hiện tượng, một trạng thái, một quá trình luôn thường trực trong xã hội, tồn tại ở hầu hết các cấp độ xã hội, xuất hiện khi một bên nhận thấy bên kia đã, đang hoặc sẽ gây ra những mối lo ngại/sự thất vọng cho họ (Thomas, 1976). Wall & Callister (1995) cũng đưa ra định nghĩa xung đột là một quá trình trong đó một bên nhận thấy rằng lợi ích của mình đang bị chống đối hoặc bị ảnh hưởng tiêu cực bởi một bên khác. Xung đột có thể chỉ thể hiện trong thái độ, quan điểm, lợi ích, mục tiêu, nhưng nó cũng có thể được biểu hiện bằng hành vi cụ thể.

Như vậy, xung đột giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch được xác định trong nghiên cứu này là các tình huống liên quan đến: sự bất đồng (disagreement), cảm xúc tiêu cực (negative emotions) và lo ngại về tác động tiêu cực (interference/negatively affected) mà doanh nghiệp du lịch có thể gây ra cho cư dân địa phương trong quá trình tương tác, phát triển du lịch tại địa phương. Những khía cạnh này được sử dụng để phỏng vấn các đáp viên về nội dung xung đột giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch.

2.2. Miêu tả địa bàn nghiên cứu

Khu Bảo tồn Thiên nhiên (BTTN) Pù Luông là một điểm đến du lịch nổi tiếng tại miền núi Thanh Hóa, cách Hà Nội khoảng 170 km và trung tâm thành phố 130 km. Với $\frac{3}{4}$ diện tích là rừng nguyên sinh, Pù Luông có hệ sinh thái đa dạng phong phú, không khí trong lành, cùng rất nhiều cảnh quan hấp dẫn, còn nhiều nét hoang sơ. Đó là quang cảnh của núi non hùng vĩ cùng những cánh rừng xanh rì; là các hang động với nhũ đá sắc màu đã được hình thành trong suốt 250 triệu năm; là các suối, thác nước trong veo, mát lạnh; những cánh đồng ruộng bậc thang trải dài trong thung lũng, cùng những nếp nhà sàn cổ kính của cộng đồng người Mường, người Thái ẩn hiện trong sương. Tất cả đã tạo nên một bức tranh tuyệt đẹp tựa như vườn treo trên cao. Ngoài ra, với độ cao trên dưới 1000m (có đỉnh cao nhất lên đến 1700m), Pù Luông có kiểu khí hậu mát mẻ quanh năm, là một điểm đến du lịch nghỉ dưỡng lý tưởng của xứ Thanh. Trong quá khứ, thực dân Pháp đã từng có ý định đầu tư công sức, tiền bạc để biến vùng núi cao này trở thành một trung tâm du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng lý tưởng giống như Đà Lạt (Lâm Đồng) và Sapa (Lào Cai). Nhưng vì điều kiện chưa cho phép tham vọng đó vẫn còn bỏ ngỏ. Pù Luông còn hấp dẫn du khách bởi những nét văn hóa rất đặc trưng của đồng bào dân tộc Thái, Mường. Đó là những phong tục, lễ hội truyền thống, kiến trúc nhà sàn, ẩm thực cùng các nghề truyền thống vẫn còn được lưu giữ (như nghề dệt thổ cẩm, đan lát, canh tác lúa nước), những điệu múa nón, múa quạt của người Thái, cồng chiêng của người Mường.

Có thể nói, khu BTTN Pù Luông hội tụ tất cả các yếu tố để trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn. Thực tế, du khách đã bắt đầu tìm đến Pù Luông từ đầu những năm 2000s và trở nên đặc biệt sôi động từ năm 2015. Trong 5 năm qua, Khu BTTN Pù Luông liên tục đón hàng nghìn lượt du khách tới thăm mỗi năm (Ban quản lý Khu bảo tồn Thiên nhiên Pù Luông, 2019). Để đáp ứng nhu cầu của du khách, nhiều hộ dân địa phương đã nhanh nhẹn học hỏi kinh nghiệm, mạnh dạn cải tạo nhà cửa, xây dựng thêm cơ sở vật chất kỹ thuật để kinh doanh các dịch vụ du lịch như kinh doanh homestay, dịch vụ ăn uống, giao lưu văn nghệ, quà lưu niệm,... Nhận thấy những tiềm năng và cơ hội phát triển, nhiều chủ đầu tư bên ngoài cũng đã đến mua đất, thuê đất hoặc hợp tác với cư dân địa phương xây dựng các khu nghỉ dưỡng phục vụ nhu cầu của du khách. Đến nay, đã có hàng trăm doanh nghiệp du lịch đang hoạt động trên địa bàn khu BTTN Pù Luông.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu, phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc đã được sử dụng. Cụ thể, nhóm tác giả xây dựng một danh mục các câu hỏi mở và các chủ đề cần đề cập đến. Người trả lời tự do giải thích quan điểm của họ, được đặt câu hỏi trở lại với người phỏng vấn để hiểu hơn về câu hỏi. Nội dung các câu hỏi liên quan tới quá trình hình thành và phát triển du lịch cộng đồng tại địa phương, thực trạng xung đột, các loại xung đột giữa các bên liên quan tại điểm đến, chính sách quản lý và giải quyết xung đột. Đại diện của cư dân địa phương (cả người tham gia du lịch và không tham gia du lịch) được lựa chọn theo chủ đích (lấy mẫu phi xác suất) nhằm tiếp cận những đối tượng phù hợp và am hiểu về vấn đề nghiên cứu.

Quá trình phỏng vấn diễn ra vào tháng 9 năm 2021. Nhóm nghiên cứu đã tiếp cận được 20 cư dân (6 cư dân là chủ các homestay, 1 cư dân là thành viên của gia đình kinh doanh homestay, 5 cư dân vừa là chủ hộ kinh doanh homestay, vừa là trưởng thôn/bí thư chi

bộ của thôn; 2 cư dân tham gia phục vụ tại các homestay, 2 cư dân tham gia vận chuyển khách và 4 cư dân không tham gia du lịch). Các bài phỏng vấn được thực hiện theo bản hướng dẫn phỏng vấn. Hướng dẫn này gồm một danh sách các câu hỏi, giúp người phỏng vấn tập trung vào các chủ đề có liên quan đến mục tiêu của đề tài. Tuy nhiên, tùy vào ngữ cảnh và đặc điểm của đối tượng phỏng vấn, thứ tự và cách đặt câu hỏi có thể linh động. Với nhiều đối tượng, ngoài các nội dung chính đã được liệt kê, nhóm nghiên cứu hỏi thêm các thông tin về địa phương và thực trạng du lịch.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Sự phát triển của du lịch đã tạo ra nhiều thay đổi trong đời sống của cư dân địa phương. Người dân có nhiều cơ hội việc làm và nâng cao thu nhập; cơ sở hạ tầng được cải thiện; cảnh quan thiên nhiên được quan tâm hơn; ý thức bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường cũng được nâng cao. Tuy nhiên, hoạt động du lịch đã làm gia tăng sự chênh lệch giàu nghèo, gây xáo trộn đời sống địa phương, thương mại hóa các giá trị văn hóa... Những tác động tiêu cực đó là tiền đề cho những xung đột tại khu BTTN Pù Luông. Dựa trên dữ liệu phỏng vấn, xung đột giữa cộng đồng cư dân và doanh nghiệp du lịch đang diễn ra như sau:

Thứ nhất, về khía cạnh văn hoá xã hội

Nhiều cư dân phản ánh: các doanh nghiệp du lịch (cụ thể là doanh nghiệp kinh doanh lưu trú trên địa bàn) đã thương mại hóa, thậm chí là quảng bá sai về văn hóa truyền thống của địa phương. Nhiều hộ kinh doanh homestay trưng bày và cho thuê trang phục dân tộc, nhưng đó không phải là trang phục của người Thái Pù Luông mà là của Thái Tây Bắc. Thậm chí có gia đình còn trưng bày và cho khách thuê cả váy Mông để tham gia giao lưu nhảy sạp, uống rượu cần.

Hoạt động kinh doanh du lịch còn làm thay đổi lối sống của một số hộ dân. Họ đã biết nói dối khách, nói dối về nguồn gốc thực phẩm, nông sản, đồ lưu niệm. Người dân mua thực phẩm ngoài phố huyện về chế biến cho khách nhưng lại nói là thực phẩm sạch của nhà. Sự gán bó, đoàn kết trong cộng đồng cũng giảm đi. Người dân ít giúp đỡ nhau khi các gia đình có việc lớn. Thậm chí sự ghen ghét, đố kỵ cũng nảy sinh giữa các hộ dân, giữa những người không tham gia du lịch với hộ kinh doanh và giữa các hộ cùng kinh doanh du lịch. Một cư dân, đồng thời là chủ một homestay cho biết người dân có hành vi ghen tức với gia đình mình:

“Để dẫn nước về bể, chúng tôi phải làm ống dẫn nước từ suối về, ống dẫn nước bắt qua bờ ruộng của nhiều hộ dân. Rồi không hiểu sao, người dân cứ cắt ống dẫn nước của gia đình tôi, có lẽ ghen tức với gia đình tôi...” (Cư dân 3).

Cư dân khác lại chia sẻ: *“Một số hộ dân có thái độ ghen tị với những gia đình đông khách nên hay gây sự với khách. Rồi còn cố tình không đi dờn chuồng trại ra xa, gây mùi hôi cho các homestay bên cạnh. Khi ban quản lý đến nhắc nhở và yêu cầu đi dờn ra khu vực riêng thì họ nói đấy là đất của tôi, tôi thích làm gì thì làm. Đến nay vấn đề này chưa được xử lý” (Cư dân 4).*

Thứ hai, về kinh tế

Vấn đề chia sẻ lợi ích kinh tế từ du lịch cũng là một vấn đề căng thẳng giữa cư dân và doanh nghiệp du lịch. Nhiều người dân cho rằng lợi nhuận du lịch chủ yếu rơi vào tay một số

hộ làm du lịch hoặc các nhà đầu tư, còn người dân được hưởng lợi khá ít. Cụ thể, những hộ dân có nhà ở vị trí đẹp đã được các chủ đầu tư bên ngoài như thành phố Thanh Hoá, Hà Nội đến góp vốn hợp tác, đến nay thu nhập của họ rất tốt. Nhiều gia đình khác nhận được một chút lợi ích từ việc bán nông sản. Nhưng có những gia đình trả lời là mình không nhận được chút lợi ích gì từ du lịch, thậm chí cuộc sống còn bị thiệt thòi hơn. Một gia đình cho biết:

“Trước đây, bản Đôn thuộc khu vực vùng núi nghèo nên con cái đi học được hỗ trợ kinh phí, nhưng khi du lịch phát triển nhiều hộ dân giàu lên rồi bên trên cắt bản Đôn khỏi danh sách hỗ trợ, con cái chúng tôi đi học không được hỗ trợ gì cả, mà gia đình tôi không làm du lịch, kinh tế vẫn rất khó khăn... (Cư dân 10)”

Một cư dân cho biết thêm:

“Hầu hết quản lý doanh nghiệp là người từ nơi khác đến. Họ có trình độ, biết ngoại ngữ mới được thuê. Người dân trong làng trình độ thấp nên chủ yếu chỉ làm phục vụ, lau dọn. Với các homestay do cư dân làm chủ, người nhà họ tự làm hết chứ không thuê bên ngoài. Gia đình tôi chưa bao giờ được ai thuê” (Cư dân 11).

Ngoài ra, sự mâu thuẫn xảy ra giữa các hộ dân cùng kinh doanh du lịch. Một cư dân có cho biết:

“Ở đây mỗi nhà phải trích ra 10.000 VNĐ trên một đầu khách để nộp vào quỹ cộng đồng. Hàng quý, chi hội trưởng chi hội phụ nữ sẽ đến thu. Nguồn quỹ được sử dụng cho các việc chung của làng như dọn vệ sinh, trồng hoa ven đường, sửa đường. Nhưng nhiều gia đình gian dối trong kê khai để không phải đóng góp, hoặc đóng ít đi. Thực tế ở đây quản lý không chặt, báo lên bao nhiêu thì biết bấy nhiêu.... Trước đây gia đình tôi có đóng góp quỹ du lịch cộng đồng đầy đủ nhưng rồi tôi thấy nhiều hộ không đóng nên tôi cũng không đóng nữa. (Cư dân 4).

Cư dân cũng thể hiện sự quan ngại về việc khó so bì, cạnh tranh được với các doanh nghiệp có chủ đầu tư bên ngoài giúp đỡ. Một gia đình kinh doanh homestay tại bản Đôn cho biết:

“Họ chủ yếu là người Hà Nội, có cả người nước ngoài, vừa giàu vừa giỏi nên làm du lịch rất giỏi, phòng đất nhưng khách lúc nào cũng đông. Chúng tôi chỉ làm homestay bình dân, mỗi khách trung bình từ 100.000 đến 200.000 VNĐ/đêm. Vào mùa cao điểm thì có khách nhưng những lúc khác ít lắm” (Cư dân 6).

Thứ ba, về môi trường tự nhiên

Người dân khá bức xúc về vấn đề ô nhiễm môi trường. Người dân cho biết, nhiều doanh nghiệp, hộ kinh doanh homestay xả trực tiếp nước thải xuống suối, xuống ruộng của dân, gây bốc mùi, làm đổi màu nước. Trước đây nước suối sạch có thể tắm, uống trực tiếp, nhưng đến nay không thể tắm được vì bẩn.

“Ba ống nước thải của một khu nghỉ dưỡng xả thẳng xuống ruộng lúa của gia đình tôi. Đến nay nước ruộng đã có mùi lạ, khi lội vào cảm thấy ngứa chân. Gia đình tôi có đề xuất chủ doanh nghiệp phải có phí đền bù nhưng chưa được giải quyết” (Cư dân 10).

Để xử lý rác thải, các hộ dân trong bản sử dụng phương pháp truyền thống là chôn lấp hoặc đốt rác. Khi chưa có khách du lịch, lượng rác thải ít thì không sao, nhưng khi du khách đến đông, lượng rác thải lớn, việc đốt rác gây ra ô nhiễm không khí. Hiện nay, công ty vệ sinh môi trường đã đến thu gom rác nên tình trạng đốt rác đã đỡ hơn trước, nhưng lại gây ra vấn đề tranh cãi, nộp phí môi trường như thế nào cho công bằng. Vấn đề này, mỗi bản lại có

cách xử lý khác nhau. Có nơi chia theo đầu người, theo hộ kinh doanh du lịch với hộ không kinh doanh du lịch, theo khối lượng... Có thôn đã giải quyết và đi đến thống nhất chung trong làng, nhưng có thôn vẫn đang tranh cãi và chưa có phương án cuối cùng. Ví dụ, tại bản Hiêu, đại diện thôn cho biết:

“Hai lần một tuần, xe của công ty vệ sinh môi trường đến thu gom rác. Phí cả thôn là 5 triệu VNĐ/tháng, chia cho 400 nhân khẩu (người), mỗi khẩu đóng 3000VNĐ/tháng, như vậy là được 1.2 triệu, còn lại 2.8 triệu sẽ chia cho 14 hộ kinh doanh homestay. Tuy nhiên một số hộ cho rằng mình chỉ đón khách từ tháng 5 đến tháng 9 nên chỉ đóng 270.000VNĐ cho 4 tháng đó, các tháng còn lại họ cũng chỉ đóng 3.000VNĐ/khẩu và 8 hộ còn lại sẽ phải đóng 400.000VNĐ. Tuy nhiên, 8 hộ dân kia cũng phản đối, không đồng ý với đề xuất này. Hiện nay, vấn đề này cũng chưa được giải quyết” (Cư dân 16).

Ngoài ra, việc xây dựng liên tục các cơ sở lưu trú còn gây phá vỡ cảnh quan thiên nhiên của địa phương. Một cư dân tại bản Đôn trả lời:

“Mấy năm nay các nhà đầu tư nơi khác đến mua đất xây homestay/khu nghỉ dưỡng liên tục. Mấy xúc, máy ủi, xe tải chở đất vào ra vào liên tục. Từ màu xanh của núi rừng giờ nhìn thật lởm chớm, nham nhở bởi màu vàng của các dự án dở dang. Cột điện, dây điện chằng chịt khắp nơi (Cư dân 5).

4. KẾT LUẬN

Xung đột là một hiện tượng, một trạng thái, một quá trình luôn thường trực trong các mối quan hệ xã hội. Du lịch là một ngành kinh tế tổng hợp, cần có sự phối hợp của nhiều bên liên quan; trong quá trình tương tác, những mâu thuẫn, xung đột là điều không thể tránh khỏi. Sự xung đột giữa các bên liên quan có thể làm xấu đi hình ảnh của điểm đến, đồng thời phá hủy giá trị hợp tác giữa các bên, làm cho địa phương thiếu định hướng chiến lược và làm suy yếu công tác quản lý du lịch. Vì vậy, việc nhận diện các xung đột giữa các thành viên là rất quan trọng.

Qua kết quả phỏng vấn sâu cư dân địa phương tại các điểm đến du lịch thuộc khu BTTN Pù Luông, sự xung đột giữa hai nhóm cư dân và doanh nghiệp du lịch chủ yếu liên quan tới vấn đề chia sẻ lợi ích kinh tế và những tác động tiêu cực mà doanh nghiệp du lịch gây ra cho môi trường văn hóa xã hội và môi trường tự nhiên. Về cơ bản, những xung đột này chưa tạo ra những hành vi bạo lực như một số điểm đến khác. Tuy nhiên, các nhà quản lý cần có sự lưu tâm về vấn đề này trước khi nó đi xa hơn. Các nhà quản lý nên tập trung vào các hoạt động làm tăng lợi ích cảm nhận của cư dân sở tại về ngành kinh tế du lịch, làm cho các nhóm nhìn nhận được giá trị của nhau.

Cư dân với doanh nghiệp du lịch nên ngồi lại với nhau và thống nhất một cơ chế rõ ràng về việc hợp tác cùng có lợi. Cộng đồng sẽ duy trì cảnh quan tự nhiên như cảnh quan nông nghiệp, nghề truyền thống, lối sống văn hóa truyền thống, bảo vệ môi trường, tạo nên hình ảnh đẹp của điểm đến thu hút du khách cho doanh nghiệp. Ngược lại, doanh nghiệp kiếm lời nhờ vào những giá trị văn hóa của cộng đồng phải chấp nhận chia sẻ lợi ích, giúp nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân, bảo tồn văn hóa, lễ hội của địa phương, phục dựng các di tích lịch sử, bảo vệ cảnh quan thiên nhiên... Ngoài ra, doanh nghiệp phải thực hiện đúng các quy định về bảo vệ môi trường, đào tạo và sử dụng lao động địa phương và

trả mức thù lao hợp lý. Doanh nghiệp nên ưu tiên việc làm cho người dân địa phương để tạo cơ hội việc làm cho địa phương và giúp họ nhận được những lợi ích từ phát triển du lịch.

Các bên liên quan cũng có thể nhờ bên thứ ba làm trung gian đứng ra tìm hiểu những mong muốn, sự quan tâm của các bên, từ đó đưa ra những đề xuất cho sự hợp tác có lợi cho cả hai bên (Rubin, 1994). Chính quyền địa phương (người đóng vai trò trung gian giữa các doanh nghiệp, công ty du lịch với cộng đồng địa phương) là các trung gian tốt nhất có thể thực hiện nhiệm vụ kết nối và tạo điều kiện để các bên nâng cao hiểu biết lẫn nhau, nhận thức tích cực về nhau, tạo nên sự đồng thuận giữa các nhóm, từ đó tạo ra sự hợp tác rộng rãi hơn và hình thành các liên minh trong tương lai. Chính quyền địa phương cần tìm hiểu và nắm bắt được nhu cầu, lợi ích và mối quan tâm của từng bên, qua đó xây dựng một cơ chế, chính sách tích hợp có thể đáp ứng nguyện vọng của các bên liên quan. Mỗi địa phương cần có những quy định rõ ràng, nhất quán (bộ quy tắc ứng xử trong du lịch/ Code of Conduct) và yêu cầu các bên tham gia cùng tuân thủ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Thân Vĩnh Lộc (2016), Được mất du lịch cộng đồng - Xung đột lợi ích, *Báo Quảng Nam (Online)*, <https://baoquangnam.vn/du-lich/duoc-mat-du-lich-cong-dong-bai-2-xung-dot-loi-ich-43150.html>.
- [2] Quốc Hội nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch Việt Nam*.
- [3] Alexander, S. E. (2000), Resident attitudes towards conservation and black howler monkeys in Belize: the Community Baboon Sanctuary, *Environmental Conservation*, 27(4), 341–350.
- [4] Ebrahimi, S., & Khalifah, Z. (2014), Community supporting attitude toward community-based tourism development; non-participants perspective, *Asian Social Science*, 10(17), 29-35. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n17p29>
- [5] Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: a success? *ICRT Occasional Paper 11*, 11, 1–37.
- [6] Jinsheng, Z., & Siriphon, A. (2019), Community-based Tourism Stakeholder Conflicts and the Co-creation Approach: *Journal of Mekong Societies*, 15(2), 37-54. <https://doi.org/10.14456/jms.2019.9>
- [7] Kinseng, R. A., Nasdian, F. T., Fatchiya, A., Mahmud, A., & Stanford, R. J. (2018), Marine-tourism development on a small island in Indonesia: blessing or curse? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1062-1072. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1515781>
- [8] Kreiner, N. C., Shmueli, D. F., Ben Gal, M. (2015), Understanding conflicts at religious-tourism sites: The Baha'i World Center, Israel, *Tourism Management Perspectives*, 16, 228–236. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.04.001>
- [9] Lo, Y.-C., & Janta, P. (2020), Resident's Perspective on Developing Community-Based Tourism - A Qualitative Study of Muen Ngoen Kong Community, Chiang Mai, Thailand, *Frontiers in Psychology*, 11(1493), <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01493>

- [10] Mannon, S. E., & Glass-Coffin, B. (2019), Will the real rural community please stand up? Staging rural community-based tourism in Costa Rica, *Journal of Rural and Community Development*, 14(4), 71-93.
- [11] Rubin, J. Z. (1994), Models of Conflict Management, *Journal of Social Issues*, 50(1), 33-45. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1994.tb02396.x>
- [12] Thomas, K. W. (1976), Conflict and conflict management. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 889-935), Rand McNally.
- [13] Wall, J. A. J., & Callister, R. R. (1995), Conflict and its management, *Journal of Management*, 21(3), p.515-558.
- [14] Wang, L. (2021), Causal analysis of conflict in tourism in rural China: The peasant perspective, *Tourism Management Perspectives*, 39(July), 100863. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100863>
- [15] Wang, L., Yotsumoto, Y. (2019), Conflict in tourism development in rural China, In *Tourism Management* (Vol. 70, pp. 188-200), <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.012>

UNCOVERING CONFLICTS BETWEEN RESIDENTS AND TOURISM ENTERPRISES IN PU LUONG NATURAL RESERVE: A STUDY FROM LOCALS' PERCEPTION

Duong Thi Hien, Tran Duc Thanh

ABSTRACT

Residents and tourism enterprises are important stakeholders in all tourist destinations. During the process of interaction, with different interests, roles, goals and theories, these two groups often conflict with each other. In this study, the authors used in-depth interviews with 20 residents (both tourism participants and non-participants) to clarify conflicts between residents and tourism businesses. The research result is a theoretical basis to make some suggestions for local authorities in managing conflicts, creating consensus among stakeholders. Thereby, it contributes to promote the strengths of the parties, creating a beautiful image for the destination.

Keywords: *Conflict, residents, tourism enterprises, Pu Luong Nature Reserve.*

* Ngày nộp bài: 10/7/2022; Ngày gửi phản biện: 14/10/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2021-07 của Trường Đại học Hồng Đức

NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN LÝ DỰ ÁN CỦA BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG CÁC CÔNG TRÌNH NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN THANH HOÁ

Lê Quang Hiếu¹, Hoàng Trung Kiên²

TÓM TẮT

Năng lực quản lý dự án là một thước đo đánh giá khả năng của một đơn vị quản lý dự án, đặc biệt là các đơn vị Quản lý dự án đầu tư xây dựng từ nguồn vốn ngân sách Nhà nước. Nghiên cứu này sử dụng các dữ liệu thứ cấp là các báo cáo nội bộ kết hợp với dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua bảng hỏi dành cho 112 cán bộ đang công tác nhằm đánh giá năng lực quản lý dự án của Ban Quản lý dự án đầu tư xây dựng các công trình Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Thanh Hóa trên 4 tiêu chí gồm: Năng lực phân tích và thiết lập dự án; Năng lực nhân sự, thẩm định và phê duyệt dự án; Năng lực triển khai dự án; Năng lực kiểm tra, kiểm soát thực hiện dự án. Từ kết quả nghiên cứu thực trạng, nghiên cứu cũng chỉ ra 4 nhóm giải pháp nhằm nâng cao năng lực quản lý dự án của Ban Quản lý dự án đầu tư xây dựng các công trình Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Thanh Hóa.

Từ khóa: Năng lực quản lý, công trình xây dựng, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Năng lực quản lý dự án của các Ban Quản lý dự án đầu tư xây dựng từ nguồn vốn ngân sách Nhà nước đã có nhiều thay đổi tích cực cả về hình thức và chất lượng vào những năm gần đây. Trong thời gian qua trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa, nhiều dự án đầu tư xây dựng hạ tầng kỹ thuật được xây dựng và sau khi hoàn thành đã phát huy hiệu quả kinh tế - xã hội tốt. Bên cạnh những dự án có chất lượng, tiến độ nhanh, đáp ứng được mục tiêu, nhiệm vụ đề ra và mang lại hiệu quả kinh tế, vẫn còn có những dự án chậm tiến độ, chất lượng không cao. Một số nguyên nhân được chỉ ra: năng lực quản lý dự án chưa phù hợp, nhận thức chưa đầy đủ về công tác quản lý dự án, sự phối hợp chưa tốt giữa chủ đầu tư và các đơn vị thực hiện, chất lượng cán bộ quản lý dự án của một số Ban Quản lý dự án đầu tư xây dựng chưa đáp ứng được yêu cầu thực tế.

Ban Quản lý dự án đầu tư xây dựng các công trình Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Thanh Hoá là đơn vị sự nghiệp công lập, trực thuộc UBND tỉnh Thanh Hoá, đây cũng là một trong những đơn vị quản lý dự án hàng đầu trong lĩnh vực nông nghiệp, thủy lợi và dê điều trên địa bàn tỉnh. Trong hơn 5 năm qua đã được giao nhiệm vụ thực hiện trên 50 dự án với tổng mức đầu tư khoảng 5.519,54 tỷ đồng. Trong quá trình tổ chức thực hiện đã đạt được nhiều kết quả đáng khích lệ, tuy nhiên vẫn còn có một số hạn chế. Nghiên cứu này tập trung vào đánh giá thực trạng năng lực quản lý dự án của Ban Quản lý dự án đầu tư xây

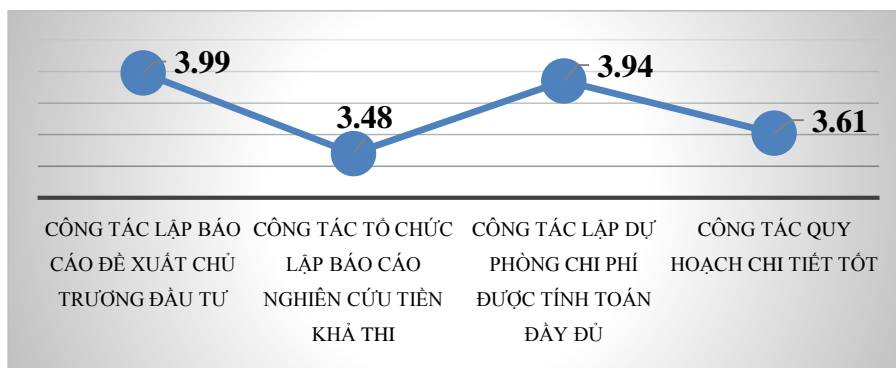
¹ Khoa Kinh tế - Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; Email: lequanghieu@hdu.edu.vn

² Học viên cao học Lớp K13 chuyên ngành Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

dựng các công trình Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Thanh Hóa (sau đây viết tắt là Ban QLDA), từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực trong công tác quản lý dự án tại Ban QLDA trong thời gian tới.

2. THỰC TRẠNG NĂNG LỰC QUẢN LÝ DỰ ÁN CỦA BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG CÁC CÔNG TRÌNH NN&PTNT THANH HOÁ

2.1. Thực trạng về năng lực phân tích và thiết lập dự án



Hình 1. Kết quả khảo sát đánh giá nhận định năng lực phân tích và thiết lập dự án

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của tác giả (2021)

Các dự án do Ban Quản lý dự án thực hiện đa số là các dự án được cấp có thẩm quyền thông qua chủ trương đầu tư, việc phân tích về tính hiệu quả, tính kinh tế, xã hội thường bị bỏ qua. Tuy nhiên, khi được giao lập báo cáo đề xuất chủ trương đầu tư Ban Quản lý dự án đã thực hiện tốt và được cấp có thẩm quyền thông qua, với điểm trung bình năng lực phân tích và thiết lập dự án là 3,76 trong đó công tác lập báo cáo đề xuất chủ trương đạt mức cao nhất (3,99), công tác tổ chức lập báo cáo nghiên cứu tiền khả thi còn hạn chế khi chỉ đạt 3,48 điểm.

2.2. Thực trạng về năng lực nhân sự, thẩm định và phê duyệt dự án

Tổng số lao động hiện có của Quản lý dự án là 112 người, gồm 102 người có trình độ đại học trở lên (chiếm 91%), cơ bản đáp ứng được yêu cầu công việc của Ban QLDA. Tuy vậy, nếu đối chiếu với đề án nguồn nhân lực được phê duyệt chưa đáp ứng đủ vị trí việc làm theo quy định (bảng 1).

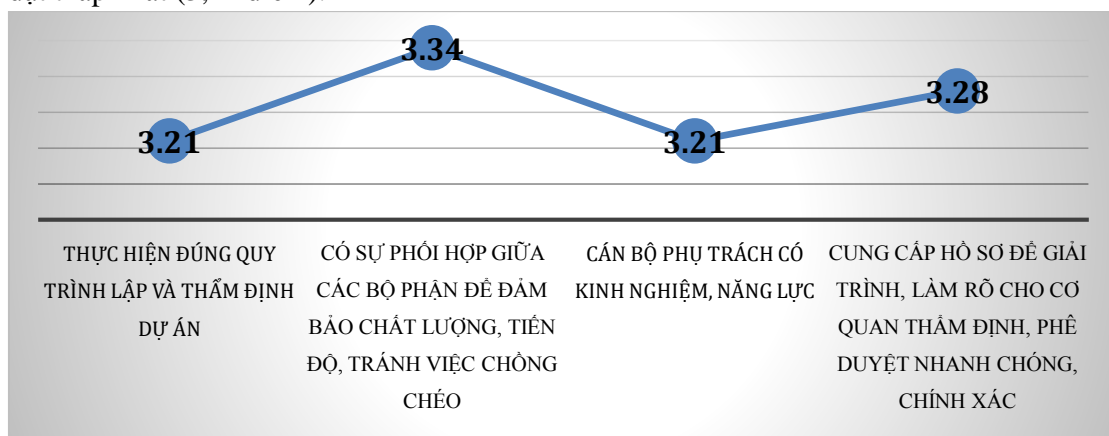
Bảng 1. Số người làm việc theo vị trí việc làm tại Ban Quản lý dự án năm 2021

| STT | Vị trí việc làm | Chức danh nghề nghiệp/ mã ngạch | Theo đề án được phê duyệt | Số người làm việc thực tế | Đánh giá |
|-----|---|---------------------------------|---------------------------|---------------------------|----------|
| 1 | Lãnh đạo, quản lý, điều hành (Ban Giám đốc) | Kỹ sư hoặc tương đương | 04 | 04 | Đạt |
| 2 | Hoạt động nghề nghiệp (Chuẩn bị đầu tư và thẩm định dự án; Thực hiện dự án) | Kỹ sư hoặc tương đương | 73 | 64 | - 9 |

| | | | | | |
|---|--|-------------|-----|-----|------|
| 3 | Kế toán | 06.031 | 15 | 9 | - 06 |
| 4 | Kế hoạch - Tổng hợp | KS | 14 | 10 | - 04 |
| 5 | Hành chính, Văn thư, Thủ quỹ, Lái xe, Bảo vệ | Chuyên viên | 27 | 25 | - 02 |
| | Cộng | | 133 | 112 | -21 |

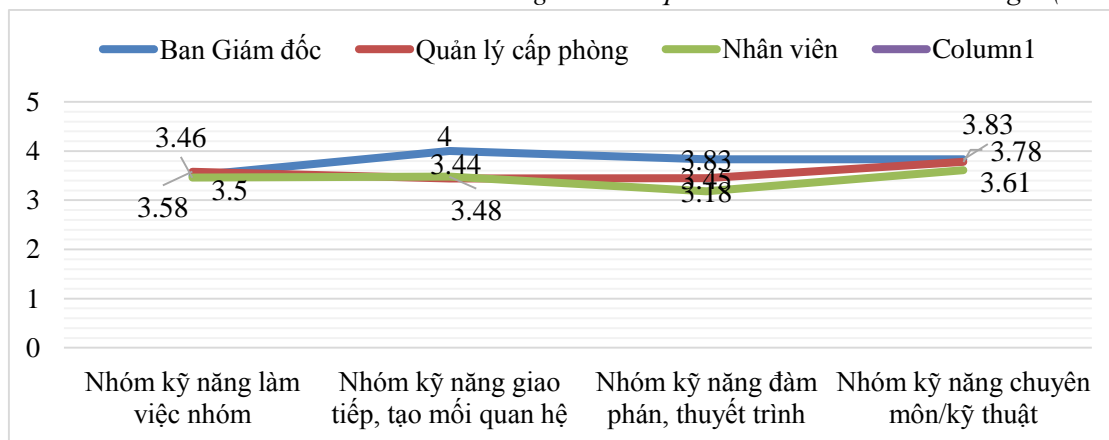
Nguồn: Ban QLDA đầu tư xây dựng các công trình NN&PTNT Thanh Hoá năm 2021

Về Năng lực nhân sự thẩm định và phê duyệt dự án (hình 2) chưa thật sự cao khi chỉ có điểm trung bình 3,26 điểm. Trong đó năng lực thực hiện đúng quy trình lập và thẩm định đạt thấp nhất (3,21 điểm).



Hình 2. Đánh giá về năng lực nhân sự thẩm định và phê duyệt dự án

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của tác giả (2021)



Hình 3. Thực trạng nhận định kỹ năng viên chức, người lao động tại Ban QLDA

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của tác giả (2021)

Về kỹ năng người lao động, nhìn chung nhóm kỹ năng nhóm kỹ năng chuyên môn, kỹ thuật được đánh giá cao nhất với số điểm trung bình lần lượt là 3,83; 3,78 và 3,81 nhóm có số điểm thấp nhất là nhóm kỹ năng làm việc nhóm.

Thái độ của người lao động làm việc tại Ban Quản lý dự án được đánh giá với 9 tiêu chí. Kết quả tổng hợp trong bảng 2, với mức điểm trung bình là 3,83.

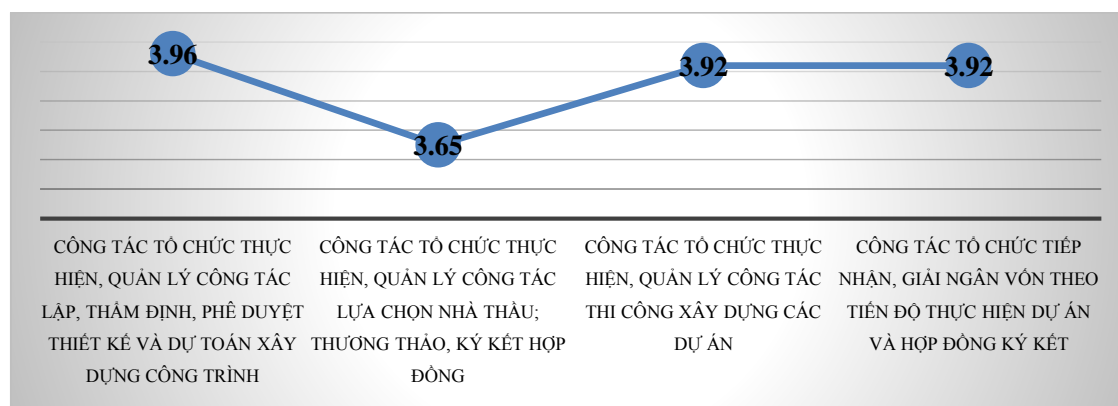
Bảng 2. Thực trạng thái độ làm việc của viên chức, người lao động

| TT | Tiêu chí | Ban Giám đốc | Quản lý cấp phòng | Nhân viên | Điểm trung bình |
|--|--|--------------|-------------------|-----------|-----------------|
| Về thái độ làm việc: 09 tiêu chí (TB = 3,83) | | | | | |
| 1 | Đam mê với công việc | 4,00 | 4,00 | 3,76 | 3,92 |
| 2 | Tinh thần lạc quan | 4,00 | 3,75 | 3,82 | 3,86 |
| 3 | Khả năng thích nghi tốt | 4,00 | 3,75 | 3,71 | 3,82 |
| 4 | Coi trọng đối tác, đồng nghiệp | 4,00 | 3,75 | 3,71 | 3,82 |
| 5 | Chấp hành nội quy cơ quan | 4,00 | 3,75 | 3,35 | 3,70 |
| 6 | Phẩm chất chính trị, đạo đức cách mạng | 4,00 | 3,75 | 3,82 | 3,86 |
| 7 | Tính kỷ luật, tinh thần trách nhiệm | 4,00 | 3,75 | 3,71 | 3,82 |
| 8 | Tinh thần cầu thị, ham học hỏi | 3,50 | 4,00 | 3,65 | 3,72 |
| 9 | Thái độ đúng mực, trung thực | 4,00 | 4,00 | 3,88 | 3,96 |

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của tác giả (2021)

2.3. Thực trạng về năng lực triển khai dự án

Năng lực thực hiện và quản lý dự án trong công tác thiết kế, dự toán tại Ban QLDA hiện nay cơ bản đáp ứng yêu cầu. Đa số cán bộ thực hiện, quản lý thiết kế, dự toán có chuyên môn nghiệp vụ, năng lực theo quy định và nhiều kinh nghiệm. Trong công tác quản lý thi công xây dựng, cung cấp và lắp đặt thiết bị công trình: Ban QLDA có đủ điều kiện năng lực theo quy định về tư vấn giám sát nên đa phần các Dự án được giao đều do Ban QLDA tự thực hiện giám sát dự án, đảm bảo công tác quản lý thi công xây dựng được chặt chẽ, tuân thủ thiết kế. Về, quản lý tiến độ thi công xây dựng dự án, trước khi triển khai, Ban quản lý dự án đã lập tiến độ chi tiết cho từng giai đoạn, từng tháng, từng quý trên cơ sở phù hợp với tổng tiến độ của dự án đã được phê duyệt. Kiểm tra phê duyệt tiến độ thi công xây dựng chi tiết của nhà thầu, bố trí xen kẽ kết hợp các công việc cần thực hiện nhưng phải bảo đảm phù hợp với tổng tiến độ của dự án.



Hình 4. Đánh giá về nhận định năng lực triển khai dự án

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của tác giả (2021)

Khối lượng thi công xây dựng được tính toán, xác nhận giữa Ban Quản lý dự án và Nhà thầu thi công xây dựng, được đối chiếu với khối lượng thiết kế được duyệt để làm cơ sở nghiệm thu, thanh toán theo hợp đồng. Báo cáo với Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Thanh Hoá những khối lượng phát sinh ngoài thiết kế, dự toán xây dựng công trình nông nghiệp.

2.4. Thực trạng về năng lực kiểm tra, kiểm soát thực hiện dự án

Bảng 3. Kết quả khảo sát đánh giá năng lực kiểm tra, kiểm soát thực hiện dự án

| Chi tiêu | Điểm trung bình | Độ lệch chuẩn |
|---|-----------------|---------------|
| Cán bộ thực hiện công tác kiểm tra, kiểm soát có chuyên môn, năng lực, kinh nghiệm | 3,42 | 0,657 |
| Thời gian kiểm tra hồ sơ, thanh toán cho nhà thầu đúng với quy định | 3,62 | 0,647 |
| Hoạt động thanh tra còn tiến hành thường theo chương trình kế hoạch và phát hiện ra được sai phạm để tiến hành giải quyết | 3,6 | 0,547 |
| Định kỳ gửi báo cáo giám sát đầu tư cho cơ quan quản lý Nhà nước theo quy định | 3,64 | 0,682 |
| Việc hướng dẫn kiểm tra chất lượng các công trình của Sở được tiến hành thường xuyên, nghiêm túc. | 4,06 | 0,741 |
| Điểm trung bình | 3,67 | |

Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của tác giả (2021)

Công việc kiểm tra, kiểm soát hồ sơ nghiệm thu, thanh toán, quyết toán là đặc biệt quan trọng, kết quả khảo sát chỉ ra năng lực này tại Ban QLDA cơ bản đáp ứng tốt các yêu cầu của kiểm tra, kiểm soát.

Đánh giá chung

Xét về năng lực quản lý dự án có thể khẳng định Ban Quản lý dự án cơ bản đáp ứng các yêu cầu và quy định. Bên cạnh đó còn bộc lộ một số tồn tại và hạn chế chủ yếu như sau: Công tác tổ chức, điều hành, thực hiện của bộ máy hoạt động có một số điểm chưa hiệu quả; Công tác lựa chọn nhà thầu, thẩm định thiết kế, dự toán còn phát sinh nhiều thủ tục và kéo dài thời gian so với quy định; Thời gian kiểm tra hồ sơ liên quan đến công tác nghiệm thu, thanh toán, quyết toán và xử lý các tồn tại cũng bị kéo dài.

Một số nguyên nhân dẫn đến tồn tại hạn chế được chỉ ra: Năng lực quản lý giám sát dự án của một số cán bộ còn hạn chế, khả năng thẩm định, phân tích tài chính, kinh tế của dự án, phân tích tác động môi trường còn yếu; Năng lực của Ban trực thuộc, điều hành dự án trong việc quản lý mặt phân giới giữa các tổ chức tham gia dự án còn hạn chế; Khung logic của dự án chưa được sử dụng như một công cụ quản lý dự án hữu hiệu. Chưa vận dụng các kỹ thuật và quản lý tiên tiến để phân định và phối hợp giữa các bên tham gia dự án một cách hiệu quả.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC QUẢN LÝ DỰ ÁN CỦA BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG CÁC CÔNG TRÌNH NN&PTNT THANH HOÁ

3.1. Nâng cao năng lực lập dự án, lập tổng mức đầu tư của dự án đầu tư xây dựng và năng lực trong công tác đấu thầu

Để nâng cao chất lượng hồ sơ khảo sát thu thập số liệu cần: lựa chọn đơn vị khảo sát có kinh nghiệm, năng lực phù hợp với yêu cầu đề ra của dự án; Công tác khảo sát phải thực hiện cụ thể, chi tiết và đầy đủ các thông số; Quy định rõ trách nhiệm của đơn vị khảo sát nếu có sai sót về dữ liệu dẫn đến sai sót trong quá trình thiết kế dẫn tới phải thay đổi kết cấu, cấu

tạo công trình; Để nâng cao chất lượng hồ sơ thiết kế cần làm tốt công tác lập, thẩm tra, thẩm định và phê duyệt.

Nâng cao năng lực chuyên môn của cán bộ trong Ban QLDA, trang bị đầy đủ các kiến thức về đấu thầu cũng như kiến thức chuyên môn. Nâng cao chất lượng công tác lập thiết kế kỹ thuật, thiết kế bảo vệ công trình và dự toán. Thực hiện tốt trách nhiệm của bên mời thầu với nhà thầu, đảm bảo điều hoà mối quan hệ giữa nhà thầu với địa phương, đảm bảo cho nhà thầu những điều kiện thuận lợi trong việc thi công công trình xây dựng trên địa bàn.

3.2. Nâng cao năng lực nguồn nhân lực

Tập trung hoàn thiện các hoạt động chủ yếu, gồm: tuyển dụng; sử dụng, đào tạo, bồi dưỡng, đánh giá sự thực hiện và tạo động lực làm việc nhằm mục tiêu xây dựng được một đội ngũ người lao động thực hiện quản lý dự án đủ về số lượng, đáp ứng yêu cầu chất lượng về kiến thức, kỹ năng và thái độ, phù hợp về cơ cấu.

3.3. Xây dựng quy trình và tổ chức đầu tư xây dựng tuân thủ các quy định của Nhà nước

Xây dựng quy trình kiểm soát trước, trong và sau quá trình bỏ vốn đầu tư: Kiểm soát trước khi bỏ vốn đầu tư, giám sát thông qua quá trình lập dự án, lập kế hoạch vốn đầu tư. Đưa ra quy định, tiêu chuẩn, chỉ tiêu bắt buộc, thực hiện một cách cụ thể, rõ ràng. Kiểm soát trong khi bỏ vốn đầu tư, trách nhiệm giám sát vốn đầu tư thuộc về chủ đầu tư, đảm bảo thông thoáng, tạo điều kiện cho các chủ đầu tư đẩy nhanh tiến độ thực hiện dự án. Trách nhiệm của người thanh toán vốn chỉ dừng lại trên hồ sơ đề nghị thanh toán vốn. Thẩm tra sau khi bỏ vốn đầu tư, kiểm soát ngay sau khi thanh toán và nâng cao tính pháp lý, trách nhiệm trong từng lần thanh toán.

4. KẾT LUẬN

Năng lực quản lý dự án là một nhân tố quyết định đến việc thành công của dự án từ khi được lập đến khi hoàn thành, đặc biệt là các dự án lớn. Chính vì vậy cần phải nâng cao năng lực quản lý dự án của Ban QLDA cả về chiều sâu và tính chuyên nghiệp mới có thể đáp ứng được nhu cầu cũng như kỳ vọng đầu tư của Ban Quản lý dự án đầu tư xây dựng các công trình NN&PTNT Thanh Hoá nói riêng và các chủ đầu tư, các Ban quản lý dự án khác nói chung.

Nghiên cứu đã làm rõ thực trạng về năng lực quản lý dự án, phân tích được mặt mạnh, mặt yếu về năng lực quản lý dự án, đồng thời đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực quản lý dự án của Ban Quản lý dự án đầu tư xây dựng các công trình NN&PTNT Thanh Hoá.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Chính phủ (2014), *Nghị định số 63/2014/NĐ-CP ngày 26/6/2014 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Đấu thầu về lựa chọn nhà thầu.*
- [2] Chính phủ (2021), *Nghị định số 06/2021/NĐ-CP ngày 26/01/2021 của Chính phủ quy định chi tiết một số nội dung về quản lý chất lượng, thi công xây dựng và bảo trì công trình xây dựng.*

- [3] Chính phủ (2021), *Nghị định số 15/2021/NĐ-CP ngày 03/3/2021 của Chính phủ quy định chi tiết một số nội dung về quản lý dự án đầu tư xây dựng.*
- [4] Chính phủ (2021), *Nghị định 29/2021/NĐ-CP ngày 26/3/2021 của Chính phủ quy định về trình tự, thủ tục thẩm định dự án quan trọng quốc gia và giám sát, đánh giá đầu tư.*
- [5] Chính phủ (2020), *Nghị định 40/2020/NĐ-CP ngày 06/4/2020 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Đầu tư công.*
- [6] Quốc hội (2013), *Luật Đấu thầu 43/2013/QH13.*
- [7] Quốc hội (2014), *Luật Đầu tư công số 49/2014/QH13.*
- [8] Quốc hội (2020), *Luật Xây dựng sửa đổi số 62/2020/QH14.*
- [9] Trịnh Quốc Thắng (2013), *Quản lý dự án đầu tư xây dựng*, Nxb. Xây dựng, Hà Nội.
- [10] Nguyễn Thành Trung (2019), *Nghiên cứu giải pháp nâng cao năng lực quản lý dự án tại Ban Quản lý dự án đầu tư xây dựng cơ bản - Chi cục phát triển nông thôn Bình Thuận*, Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Thủy Lợi.

IMPROVING THE CAPACITY THANH HOA AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT INVESTMENT AND CONSTRUCTION PROJECT MANAGEMENT UNIT

Le Quang Hieu, Hoang Trung Kien

ABSTRACT

Project management capacity is a measure to assess the ability of a project management unit, especially investment and construction project management units from the State budget. This study uses secondary data, which are internal reports, combined with primary data collected through a questionnaire for 112 staffs to assess the project management capacity of Thanh Hoa Agriculture and Rural Development investment and construction Project Management Unit based on 04 criteria, including: Capacity to analyze and set up projects; Personnel capacity for project appraisal and approval; Project implementation capacity; Capacity to inspect and control project implementation. From the results of the situation analysis, the study also points out four groups of solutions to improve the project management capacity of Thanh Hoa Agriculture and Rural Development investment and construction Project Management Unit.

Keywords: *Management capacity, construction, Agriculture and Rural Development.*

* Ngày nộp bài: 23/2/2022; Ngày gửi phản biện: 23/2/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

NÂNG CAO KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CHO SINH VIÊN NGÀNH KẾ TOÁN ĐÁP ỨNG CHUẨN ĐẦU RA CỦA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Lê Thị Hồng¹, Trần Thị Lan Hương¹

TÓM TẮT

Chương trình đào tạo ngành Kế toán, Trường đại học Hồng Đức là chương trình được Nhà trường xây dựng với các chuẩn đầu ra về kiến thức, kỹ năng và thái độ dựa trên quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo nhằm đào tạo các cử nhân ngành Kế toán có chất lượng đáp ứng nhu cầu xã hội. Hàng năm chương trình luôn được rà soát, chỉnh sửa, bổ sung dựa trên các kết quả khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan như đơn vị sử dụng lao động, sinh viên tốt nghiệp về mức độ hài lòng đối với các kỹ năng nghề nghiệp của sinh viên. Nhằm đào tạo đội ngũ nhân lực ngành Kế toán vừa hồng vừa chuyên, việc thực hiện các giải pháp đồng bộ nâng cao kỹ năng nghề nghiệp kế toán là cần thiết cho sinh viên giúp sinh viên đáp ứng tốt chuẩn đầu ra khi ra trường cũng như yêu cầu của nhà tuyển dụng.

Từ khóa: Chuẩn đầu ra, ngành Kế toán, Trường Đại học Hồng Đức.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

1.1. Tổng quan về ngành Kế toán

Ngành Kế toán là một trong hai ngành đầu tiên của khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh (KT - QTKD), trường đại học Hồng Đức trong tổng số 05 ngành mà khoa KT - QTKD đang tổ chức tuyển sinh và đào tạo. Với bề dày truyền thống sau 25 năm đào tạo đại học và 5 năm đào tạo thạc sĩ, ngành Kế toán và khoa đã đào tạo ra rất nhiều thế hệ lãnh đạo, nhà quản lý kinh tế, tài chính, kế toán trưởng các đơn vị... phục vụ cho sự phát triển kinh tế của Tỉnh và đất nước. Tính đến năm học 2022 - 2023, ngành Kế toán đã và đang tổ chức đào tạo 25 khóa Đại học chính quy, 19 khóa liên thông, vừa làm vừa học, 13 khoá đại học văn bằng đại học thứ 2 và 5 khóa đào tạo thạc sĩ, cung cấp hơn 20.000 cán bộ có trình độ đại học và sau đại học cho các doanh nghiệp, đơn vị hành chính sự nghiệp cho tỉnh Thanh Hoá và các tỉnh lân cận. Sinh viên chuyên ngành kế toán của Nhà trường sau khi tốt nghiệp đã đáp ứng được nhu cầu của xã hội. Nhiều sinh viên sau khi tốt nghiệp ngành kế toán đã trở thành cán bộ quản lý cấp cao trong các cơ quan, đơn vị nhà nước, các doanh nghiệp, các tập đoàn kinh tế.

Với môi trường giáo dục, đào tạo có tương tác, kết hợp nghiên cứu khoa học, người học đã được phát huy tối đa tính sáng tạo, hiểu biết và kỹ năng của mình trong quá trình đào tạo để đạt được những thành công sau tốt nghiệp. Nhiều giảng viên và sinh viên của Ngành đã chủ nhiệm, tham gia nhiều đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ, cấp tỉnh. Các đề tài Nghiên cứu khoa học sinh viên, dự án khởi nghiệp của sinh viên đạt chất lượng cao như giải 3 đề tài

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

nghiên cứu khoa học sinh viên cấp bộ, lọt vòng chung khảo giải thưởng nghiên cứu khoa học cấp bộ Eureka lần thứ XX, đạt giải nhì, ba... các cuộc thi khởi nghiệp của đoàn viên, thanh niên do Tỉnh đoàn tổ chức. Bên cạnh đó, ngành Kế toán cùng với khoa KT - QTKD thường xuyên trao đổi với các nhà tuyển dụng nhằm điều chỉnh các chương trình đào tạo (CTĐT) phù hợp với nhu cầu thị trường lao động. Ngay từ những ngày đầu tổ chức đào tạo, ngành Kế toán đã chủ động kết nối và thiết lập mối quan hệ, xây dựng mạng lưới cơ sở thực hành, thực tập và tuyển dụng với hàng trăm tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài Tỉnh, cựu sinh viên để đồng hành với Ngành trong quá trình đào tạo, tuyển dụng sinh viên.

1.2. Chương trình đào tạo ngành Kế toán, Trường Đại học Hồng Đức

Chương trình đào tạo ngành Kế toán được xây dựng lần đầu tiên vào năm 2002 với hình thức đào tạo theo hệ thống niên chế. Đến năm 2008 chương trình đào tạo điều chỉnh, bổ sung và đào tạo theo hình thức tín chỉ, tính đến năm 2021 chương trình đã được rà soát, điều chỉnh bổ sung 5 lần theo hướng tập trung kiến thức chuyên môn và phát huy tối đa năng lực người học, đáp ứng nhu cầu xã hội. Chương trình đào tạo được xây dựng dựa trên sự kế thừa, vận dụng các chương trình đào tạo Kế toán của các trường đại học lớn trong nước như Đại học Kinh tế Quốc dân, Học viện Tài chính, Đại học Thương Mại; Các chương trình đào tạo cử nhân Kế toán của các trường đại học trên thế giới như Vương quốc Anh, Australia.

Chương trình đào tạo ngành Kế toán gồm 49 học phần (tương đương 128 tín chỉ), trong đó có 37 học phần bắt buộc và 12 học phần tự chọn, được phân bổ trong 8 học kỳ, 4 năm học, được phân chia thành các khối kiến thức cụ thể theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Với mục tiêu đào tạo ngành Kế toán theo định hướng ứng dụng, đào tạo sinh viên có kỹ năng thực hành nghề nghiệp ở trình độ cao, chương trình đào tạo ngành Kế toán thiết kế bao gồm 9 mục tiêu tương ứng với 15 chuẩn đầu ra từ PLO1 đến PLO15 trong đó, chuẩn đầu ra về kỹ năng là 5 kỹ năng bao gồm cả kỹ năng về chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng chung được ký hiệu trong chương trình đào tạo năm học 2021 - 2022 từ PLO9-PL013 cụ thể như sau:

PLO9: Cử nhân đại học ngành Kế toán đạt được năng lực ngoại ngữ tương đương bậc 3/6 theo Khung năng lực ngoại ngữ Việt Nam. Cụ thể: có khả năng nghe, nói, đọc, viết tiếng Anh trong giao tiếp, có thể sử dụng ngoại ngữ để diễn đạt, xử lý một số tình huống chuyên môn thông thường; có thể viết được báo cáo có nội dung đơn giản, trình bày ý kiến liên quan đến công việc chuyên môn.

PLO10: Cử nhân đại học ngành Kế toán có thể sử dụng thành thạo máy tính cho công việc, sử dụng thành thạo thư điện tử, tìm kiếm, xử lý thông tin trên internet trong chuyển đổi số và công nghệ số; sử dụng thành thạo phần mềm soạn thảo văn bản (Microsoft WORD), phần mềm xử lý bảng tính (Microsoft EXCEL), phần mềm trình chiếu (Microsoft POWERPOINT) phục vụ công tác chuyên môn.

PLO 11: Cử nhân đại học ngành Kế toán có kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp liên quan đến hoạt động kế toán trong doanh nghiệp và các tổ chức khác, có khả năng đánh giá và cải tiến các hoạt động chuyên môn.

PLO 12: Cử nhân đại học kế toán có kiến thức, kỹ năng trong việc lập kế hoạch, điều phối, phát huy trí tuệ tập thể, có năng lực tự khởi sự kinh doanh để tạo việc làm cho bản thân, gia đình và xã hội.

PLO 13: Cử nhân đại học ngành Kế toán có thể vận dụng thành thạo các kỹ năng thuyết trình, kỹ năng giao tiếp, đàm phán và thiết lập các mối quan hệ với đồng nghiệp, với khách hàng.

Các chuẩn đầu ra được xây dựng dựa trên yêu cầu, quy định của Bộ Giáo dục và đào tạo, kết hợp với việc khảo sát nhu cầu thị trường lao động và đánh giá năng lực của sinh viên trước, trong và sau quá trình đào tạo. Chuẩn đầu ra cũng được xây dựng trên cơ sở khảo sát đánh giá năng lực của sinh viên từ các nhà tuyển dụng sau khi ra trường làm căn cứ cho bộ môn chuyên môn, khoa và Nhà trường làm cơ sở điều chỉnh chương trình đào tạo, nâng cao hiệu quả đào tạo với mục tiêu đáp ứng tốt nhất yêu cầu của thị trường lao động.

2. THỰC TRẠNG VIỆC LÀM VÀ KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NGÀNH KẾ TOÁN, TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC

Chương trình đào tạo ngành Kế toán là một trong những chương trình đào tạo trọng tâm của khoa KT - QTKD, Trường Đại học Hồng Đức. Hằng năm, nhằm đánh giá tình hình việc làm của sinh viên sau khi ra trường từ 1 năm trở lên, Nhà trường trong đó chủ trì là phòng Giáo dục chính trị và Công tác học sinh sinh viên xây dựng kế hoạch và thực hiện triển khai các hoạt động khảo sát kết quả việc làm của sinh viên các ngành do Nhà trường đào tạo, trong đó kết quả khảo sát đối với ngành Kế toán trong 4 năm vừa qua được tổng hợp trong tại bảng sau:

Bảng 1. Thống kê khảo sát tình hình việc làm sinh viên ngành Kế toán

| Khóa | Sinh viên khảo sát | | Tình hình việc làm | | | | | Tỷ lệ sinh viên có việc làm/ khảo sát khối ngành Kế toán | Tỷ lệ sinh viên có việc làm/ khảo sát khối ngành Kinh tế |
|----------------------|--------------------|----------------|--------------------|-----------------|-----------------|-------------|------------------|--|--|
| | Số lượng khảo sát | Số lượng phiếu | Đúng ngành | Liên quan ngành | Không liên quan | Đi học tiếp | Chưa có việc làm | | |
| K17 (1013 - 2017) | 128 | 105 | 47 | 29 | 26 | 0 | 26 | 79,23% | 75,59% |
| K18 (1014 - 2018) | 91 | 71 | 12 | 57 | 5 | 5 | 13 | 82,47% | 78,65% |
| K19 (1015 - 2019) | 86 | 69 | 44 | 9 | 0 | 0 | 33 | 61,63% | 55,76% |
| K20 (1016 - 2020) | 88 | 73 | 54 | 7 | 2 | 0 | 12 | 83,56% | 77,90% |
| Tổng số/Bình quân | 393 | 318 | 157 | 102 | 33 | 5 | 84 | 76,72% | 71,98% |

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả từ kết quả khảo sát phòng GDCT và CTHSSV

Từ kết quả khảo sát cho thấy: Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp ngành Kế toán trong các năm vừa qua đạt tỷ lệ bình quân là 76,72%, cao hơn so với mức bình quân chung so với các ngành khối ngành Kinh tế là 71,98%. Trong đó tỷ lệ sinh viên có việc làm có sự gia tăng qua các năm,

năm 2018 tỷ lệ này đạt được là 82,56% tăng hơn so với năm 2017 là 79,23%. Tuy nhiên, đến năm 2019 tỷ lệ này giảm xuống còn 61,63%, cao hơn so với mức trung bình toàn khối ngành Kinh tế của trường là 55,76%, điều này là do sự ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 đến kinh tế xã hội toàn quốc nói chung cũng như tỉnh Thanh Hóa nói riêng. Trong giai đoạn dịch bệnh, do sự tác động từ hậu quả của dịch bệnh cũng như các biện pháp kiểm soát chặt chẽ nhằm hạn chế dịch bệnh, tỷ lệ các doanh nghiệp gặp khó khăn, phá sản, giải thể gia tăng mạnh, điều này dẫn đến nhu cầu nhân sự các ngành nói chung và ngành Kế toán nói riêng giảm đi đáng kể, làm cho tỷ lệ sinh viên có việc làm của ngành từ đó cũng giảm theo. Tuy nhiên, năm 2020 sau khi các biện pháp phòng chống dịch bệnh có hiệu quả, cùng với sự phục hồi trở lại của nền kinh tế tỷ lệ sinh viên có việc làm ngành Kế toán cũng đã tăng trở lại, đạt mức 83,56% cho thấy nhân sự ngành Kế toán luôn ở mức cao, sinh viên ra trường bước đầu đã đáp ứng được yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và thái độ theo chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo được xây dựng.

Bên cạnh các kết quả đánh giá chung về tỷ lệ việc làm của sinh viên toàn trường, các kỹ năng, kiến thức của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức nói chung và ngành Kế toán nói riêng tại các đơn vị sử dụng lao động còn được các nhà tuyển dụng đưa ra đánh giá về mức độ hài lòng, với mức độ chấm điểm từ 1 đến 5, trong đó: Mức Rất hài lòng (5 điểm), Hài lòng (4 điểm), Tương đối hài lòng (3 điểm), Ít hài lòng (2 điểm) và Không hài lòng (1 điểm). Kết quả cụ thể như sau:

Bảng 2. Kết quả khảo sát mức độ hài lòng của nhà tuyển dụng năm 2020

| STT | Nội dung | Điểm trung bình | Ghi chú |
|-----|---|-----------------|---------|
| I | KIẾN THỨC | | |
| 1.1 | Kiến thức cơ bản của ngành | 4,12 | |
| 1.2 | Kiến thức thực tế của ngành | 4,14 | |
| 1.3 | Kiến thức xã hội (chính trị, pháp luật ...) | 4,15 | |
| II | KỸ NĂNG | | |
| 2.1 | Kỹ năng nghề nghiệp Kế toán | 4,17 | |
| 2.2 | Kỹ năng phân biện, phân tích tổng hợp | 3,98 | |
| 2.3 | Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức thực hiện | 4,13 | |
| 2.4 | Kỹ năng giao tiếp ứng xử | 4,31 | |
| 2.5 | Kỹ năng giao tiếp bằng ngoại ngữ | 3,82 | |
| 2.6 | Kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin | 4,16 | |
| 2.7 | Kỹ năng hợp tác, làm việc nhóm | 4,14 | |
| 2.8 | Kỹ năng tự học tự nghiên cứu | 4,16 | |

Nguồn: Báo cáo số 24/BC-ĐHHD ngày 14/02/2021 về Kết quả Khảo sát chất lượng đào tạo tại các đơn vị sử dụng lao động có sinh viên tốt nghiệp của Nhà trường năm 2020

Kết quả khảo sát cho thấy

Về kiến thức: Đa số nhà tuyển dụng đánh giá năng lực hiểu, nắm được và phân tích các phạm trù lý thuyết của sinh viên tương đối cao, mức độ đánh giá đạt từ 3,4 ĐTB < 4,2. Điều này cho thấy tỷ lệ sinh viên ngành Kế toán sau khi tốt nghiệp đã nắm vững được kiến thức về lý thuyết, kiến thức về thực tế và kiến thức về xã hội, giúp sinh viên có năng lực triển khai công việc thực tiễn mang lại hiệu quả cao.

Về kỹ năng: Có 1/8 tiêu chí đánh giá ở mức độ rất cao từ 4,2 đến 5,0 là kỹ năng giao tiếp ứng xử, có 7/8 tiêu chí đánh giá ở mức độ cao, từ 3,4 đến 4,3 điểm gồm có: kỹ năng hợp tác làm việc nhóm; kỹ năng lập kế hoạch thực hiện; kỹ năng nghề nghiệp; kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin; kỹ năng phản biện, phân tích, tổng hợp; kỹ năng giao tiếp bằng ngoại ngữ và kỹ năng tự học tự nghiên cứu. Tuy nhiên, trong các kỹ năng được rèn luyện tại Nhà trường, các nhà tuyển dụng chưa đánh giá cao kỹ năng phản biện, phân tích độc lập cũng như kỹ năng sử dụng ngoại ngữ khi giao tiếp. Điều này thể hiện việc trau dồi kỹ năng ngoại ngữ là vô cùng cần thiết, đặc biệt trong giai đoạn Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng.

Bên cạnh những kết quả đạt được đó, để quá trình đào tạo đạt hiệu quả cao hơn nữa, Nhà trường cũng đã thực hiện khảo sát về những yêu cầu kiến thức kỹ năng cần được bổ sung đối với sinh viên mới tốt nghiệp đang công tác tại đơn vị. Kết quả các thứ tự được sắp xếp từ cao xuống thấp thể hiện ở bảng 3.

Bảng 3. Kỹ năng kiến thức cần bổ sung của SV tại các đơn vị sử dụng lao động

| TT | Nội dung | Mức độ lựa chọn | | Ghi chú |
|----|---------------------|-----------------|--------|---------|
| | | Số lượng | Tỷ lệ | |
| 1 | Kỹ năng mềm | 39/86 | 46,98% | |
| 2 | Ngoại ngữ | 32/86 | 38,55% | |
| 3 | Nghị vụ | 28/86 | 33,73% | |
| 4 | Công nghệ thông tin | 24/86 | 27,9% | |
| 5 | Chuyên môn | 17/86 | 19,77% | |
| 6 | Khác | 0/86 | 0% | |

Nguồn: Kết quả khảo sát chất lượng đào tạo phòng Công tác học sinh sinh viên năm 2020 [5]

Kết quả khảo sát cho thấy các vấn đề liên quan đến kỹ năng mềm, kỹ năng sử dụng ngoại ngữ trong giao tiếp công việc cũng như các kỹ năng nghiệp vụ liên quan đến ngành nghề được đào tạo là những vấn đề được các nhà quản lý đơn vị cho rằng cần được bổ sung, nhằm nâng cao hiệu quả đáp ứng công việc của sinh viên. Nguyên nhân được xác định là do:

Về chương trình đào tạo: Chương trình đào tạo nhìn chung đáp ứng được yêu cầu của học sinh sinh viên về việc chủ động lựa chọn học phần, thiết kế lộ trình học tập, xây dựng phương pháp học tập hiệu quả, phát triển năng lực của sinh viên. Tuy nhiên vẫn còn nhiều sinh viên cho rằng sau khi có việc làm nhiều sinh viên vẫn phải đào tạo thêm mới đáp ứng được yêu cầu công việc.

Về cơ sở vật chất phục vụ đào tạo: Nhà trường và khoa cần tăng cường hơn nữa việc sử dụng các thiết bị công nghệ mới, cũng như nâng cao hiệu suất sử dụng cơ sở vật chất thiết bị đã được xây dựng, phục vụ cho công tác đào tạo của Nhà trường.

Về các hoạt động ngoại khóa: Nhà trường cần dành nhiều thời lượng hơn cho các hoạt động ngoại khóa hoặc các khóa đào tạo cho người học về kỹ năng mềm như các kỹ năng giao tiếp, ứng xử, kỹ năng hợp tác, làm việc nhóm cũng như kỹ năng lập kế hoạch tổ chức thực hiện công việc, kỹ năng giải quyết các tình huống.

Về tin học ngoại ngữ: Cần tạo thêm môi trường học tập tích cực và có biện pháp cải tiến việc kiểm tra, đánh giá đầu ra tin học, tiếng Anh nhằm giúp sinh viên có kỹ năng tốt hơn sau khi ra trường.

3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CHO SINH VIÊN NGÀNH KẾ TOÁN, TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC NHẪM ĐÁP ỨNG YÊU CẦU NÂNG MỨC CHUẨN ĐẦU RA

Sinh viên ra trường không chỉ đáp ứng chuẩn đầu ra mà còn ngày càng đáp ứng cao hơn các kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ, thực hành nghề nghiệp. Việc quan tâm rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp là thực sự cần thiết, cần có các giải pháp hỗ trợ các hoạt động thực hành thực tập rèn nghề của sinh viên.

Thứ nhất, nhằm đáp ứng cho việc nâng cao kỹ năng cần thiết giải quyết các vấn đề phức tạp liên quan đến hoạt động kế toán doanh nghiệp và các tổ chức khác cũng như có khả năng đánh giá và cải tiến các hoạt động chuyên môn (PLO11) thì trong thiết kế chương trình dạy học cần tăng cường thời lượng thực hành, thực tập trong chương trình đào tạo giúp sinh viên gia tăng kỹ năng nghề nghiệp, nghiệp vụ cụ thể:

Trong phân bổ chương trình dạy học các môn học, đặc biệt là các môn học chuyên ngành cần tính toán đến phân bổ thời gian dành cho hoạt động thực hành, thực tập, rèn nghề có thể ngay tại phòng học, phòng thực hành hoặc các đơn vị thực tế.

Tăng cường kết nối giữa khoa, Nhà trường với các đơn vị đào tạo, đơn vị tuyển dụng, doanh nghiệp nhằm tạo điều kiện, cơ hội cho sinh viên tiếp cận số liệu, tình hình thực tế, học song song với thực hành, xây dựng kinh nghiệm thực hành thực tế cho sinh viên ngay còn trên ghế Nhà trường, tạo cơ hội việc làm sau khi ra trường cho sinh viên. Thông qua các hoạt động này cũng nhằm nắm bắt nhu cầu thực tế của các nhà tuyển dụng, từ đó xây dựng điều chỉnh bổ sung chương trình đào tạo đáp ứng nhu cầu xã hội.

Tăng cường công tác rèn nghề, thực hành nghề nghiệp cho sinh viên thông qua các chương trình, cuộc thi rèn luyện, kết hợp với Liên chi đoàn và các câu lạc bộ tổ chức các sân chơi tri thức như Festival Kinh tế, Accounting and Auditing Race.

Tăng cường công tác kiểm tra kiểm soát quá trình thực hành thực tập của sinh viên tại các đơn vị thực tập trong và ngoài tỉnh, kết hợp với Nhà trường, bộ phận nghiệp vụ thực hiện kiểm tra, hướng dẫn sinh viên thường xuyên trong quá trình thực tập.

Thứ hai, sử dụng hiệu quả nguồn lực, cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ cho hoạt động giảng dạy, nghiên cứu khoa học và học tập trong Nhà trường. Đồng bộ và cập nhật dữ liệu phòng thực hành kế toán mô phỏng, phòng kế toán máy để các buổi thực hành thực sự sát với thực tiễn các hoạt động nghề nghiệp kế toán thực tế. Hệ thống tài liệu phục vụ cho hoạt động học tập, nghiên cứu khoa học sinh viên cũng cần đầy đủ, đa dạng và được cập nhật giúp sinh viên nâng cao kỹ năng nghề nghiệp chuyên môn (PLO 11).

Thứ ba, thường xuyên tổ chức các hoạt động ngoại khóa, tăng cường kỹ năng mềm cho sinh viên (PLO 9, PLO 10, PLO 12, PLO 13). Các hoạt động ngoại khóa có thể được thực hiện thông qua việc thành lập, tổ chức hoạt động của các câu lạc bộ trong khoa. Hiện tại ngoài những câu lạc bộ mang tính học thuật như câu lạc bộ Nhà doanh nghiệp tương lai, câu lạc bộ sinh viên nghiên cứu khoa học, câu lạc bộ Tiếng Anh kinh tế... Khoa còn có nhiều câu lạc bộ mang tính kết nối sinh viên đào tạo các bạn sinh viên ra trường đầy đủ kiến thức kỹ năng mềm đáp ứng yêu cầu thực tiễn công việc cũng như xã hội như câu lạc bộ

nhập ảnh, bóng đá, cầu lông, tình nguyện... Hoạt động các câu lạc bộ này luôn là môi trường tốt để sinh viên rèn luyện, giải trí và kết nối, phát triển. Tuy nhiên cần duy trì mức độ hoạt động thường xuyên của các câu lạc bộ giúp sinh viên có cơ hội giao lưu học hỏi, trau dồi các kỹ năng mềm như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng phản biện độc lập cũng như các kỹ năng khác phục vụ cho công việc.

Thứ tư, nhằm đáp ứng chuẩn đầu ra về ngoại ngữ và tin học (PLO 9, PLO 10) cho sinh viên ngành Kế toán, Nhà trường cần không ngừng tăng cường đổi mới các phương thức dạy và học tin học ngoại ngữ. Trong giai đoạn thực hiện hội nhập sâu rộng việc củng cố các kỹ năng liên quan đến tin học và ngoại ngữ là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu, giúp sinh viên ngành Kế toán bắt nhịp được với sự phát triển của đất nước và thế giới, tránh bị tụt hậu trước sự phát triển không ngừng nghỉ của thế giới. Do đó, các khoa chuyên môn cần áp dụng các phương thức giảng dạy tiên tiến, giúp khơi dậy niềm đam mê của sinh viên đối với học phần, từ đó tăng cường khả năng ngoại ngữ, tin học hỗ trợ nâng cao chất lượng nguồn nhân lực sau khi ra trường.

Thứ năm, tăng cường công tác giáo dục chính trị tư tưởng để sinh viên có tình yêu đối với nghề nghiệp, hăng say trong quá trình học tập và rèn luyện nhằm phát huy năng lực bản thân, từ đó các giải pháp trong quá trình đào tạo mới phát huy hiệu quả tích cực. Phát huy vai trò công tác cố vấn học tập, giáo viên chủ nhiệm để giúp sinh viên xây dựng kế hoạch học tập phù hợp với năng lực bản thân, sát sao nắm bắt khó khăn tâm tư nguyện vọng để có biện pháp can thiệp và động viên kịp thời để các em yên tâm tập trung vào quá trình học tập.

4. KẾT LUẬN

Kỹ năng thực hành nghề nghiệp là chuẩn đầu ra quan trọng để đánh giá chất lượng đào tạo của Khoa và Nhà trường vì đây là những kỹ năng cần thiết sinh viên nói chung và sinh viên khối ngành Kế toán nói riêng tự tin trước Nhà tuyển dụng. Các giải pháp trong hoạt động đào tạo nhằm nâng cao kỹ năng nghề nghiệp sinh viên đáp ứng ngày càng cao yêu cầu thị trường lao động đang là yêu cầu đặt ra hiện nay đối với các khoa đào tạo và Nhà trường. Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp để sinh viên ra trường có kiến thức chuyên môn sâu đồng thời thành thạo kỹ năng nghề nghiệp là cần thiết nhằm khẳng định uy tín chất lượng đào tạo để khoa, Nhà trường trở thành địa chỉ đào tạo đáng tin cậy về đào tạo nguồn nhân lực nói chung và chất lượng đào tạo ngành Kế toán nói riêng phù hợp với mục tiêu, sứ mạng và tầm nhìn của Nhà trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phòng Công tác Học sinh Sinh viên - Trường Đại học Hồng Đức (2021), *Báo cáo số 132/BC-ĐHHD ngày 29/12/2021 về việc Báo cáo Kết quả khảo sát tình hình việc làm học sinh - sinh viên chính quy tốt nghiệp ra trường năm 2020.*
- [2] Phòng Công tác Học sinh Sinh viên - Trường Đại học Hồng Đức (2021), *Báo cáo số 104/BC-ĐHHD ngày 31/12/2020 về việc Báo cáo Kết quả khảo sát tình hình việc làm học sinh - sinh viên chính quy tốt nghiệp ra trường năm 2019.*

- [3] Phòng Công tác Học sinh Sinh viên - Trường Đại học Hồng Đức (2021), Báo cáo số 112/BC-ĐHHD ngày 20/12/2019 về việc Báo cáo Báo cáo Kết quả khảo sát tình hình việc làm học sinh - sinh viên chính quy tốt nghiệp ra trường năm 2018.
- [4] Phòng Công tác Học sinh Sinh viên - Trường Đại học Hồng Đức (2021), Báo cáo số 18/BC-ĐHHD ngày 17/02/2018 Báo cáo Báo cáo Kết quả khảo sát tình hình việc làm học sinh - sinh viên chính quy tốt nghiệp của Nhà Trường năm 2017.
- [5] Phòng Công tác Học sinh Sinh viên - Trường Đại học Hồng Đức (2021), Báo cáo số 24/BC-ĐHHD ngày 14/02/2021 về Kết quả khảo sát chất lượng đào tạo tại các đơn vị sử dụng lao động có sinh viên tốt nghiệp của Nhà trường năm 2020.
- [6] Trung tâm kiểm định - ĐHQGHN (2021), Báo cáo đánh giá ngoài Chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành Kế toán của Trường Đại học Hồng Đức.
- [7] Trường Đại học Hồng Đức (2021), Chương trình đào tạo ngành Kế toán.
- [8] Trường Đại học Hồng Đức (2022), Quyết định số 1885/QĐ-ĐHHD ngày 25/08/2022 về việc ban hành Khung chương trình dạy học áp dụng cho khóa tuyển sinh năm 2022.

IMPROVING CAREER SKILLS FOR ACCOUNTING STUDENTS TO MEET THE OUTPUT STANDARD OF EDUCATION PROGRAM

Le Thi Hong, Tran Thi Lan Huong

ABSTRACT

The accounting education program of Hong Duc University is a program built with the output standards of knowledge, skills and attitudes based on the regulations of the Ministry of Education and Training to train high-quality accountants, meeting the needs of the society. Every year, the program is always reviewed, revised and supplemented based on the survey results to collect opinions of stakeholders such as employers, graduates about the level of satisfaction with student career skills. In order to train high-quality accounting human resources, implementation of synchronous solutions to improve career skills is necessary for students to meet the output standards as well as employer requirements when they graduate.

Keywords: *Output standards, Accounting major, Hong Duc University.*

* Ngày nộp bài: 13/10/2022; Ngày gửi phản biện: 13/10/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2021-38 của Trường Đại học Hồng Đức

MỐI QUAN HỆ GIỮA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐÀO TẠO VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI HỌC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC

Mai Thị Hồng¹

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm xác định mối quan hệ giữa các thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo với sự hài lòng của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức. Với 508 phiếu câu hỏi hợp lệ được đưa vào phân tích và kiểm định giả thiết thông qua mô hình cấu trúc tuyến tính SEM. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả 3 thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo gồm chất lượng tương tác, chất lượng môi trường học tập, chất lượng đầu ra đều có tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của sinh viên. Trong đó, chất lượng môi trường học tập có tác động mạnh nhất, tiếp đến là chất lượng tương tác và cuối cùng là chất lượng đầu ra có tác động ít nhất đến sự hài lòng của sinh viên.

Từ khóa: *Chất lượng dịch vụ đào tạo, sự hài lòng của sinh viên, Trường Đại học Hồng Đức.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đại học Hồng Đức là một trường đại học công lập đa ngành, được thành lập theo Quyết định số 797/TTg ngày 24/9/1997 của Thủ tướng Chính phủ. Thời gian qua Trường Đại học Hồng Đức đã và đang tạo lập tên tuổi của mình trong hệ thống các trường đại học công lập trong cả nước. Với mong muốn mang lại sự hài lòng cao nhất cho người học khi tham gia học tập tại trường, ban lãnh đạo nhà trường đã luôn quan tâm đến việc nâng cao chất lượng của quá trình đào tạo. Trên thực tế, việc đánh giá mức độ hài lòng của người học về chất lượng đào tạo tại nhà trường đã được thực hiện từ nhiều năm trước đây, tuy nhiên mới chỉ dừng lại ở việc lấy ý kiến phản hồi của sinh viên về chất lượng giảng dạy của giảng viên, bỏ qua các thành phần khác của quá trình cung cấp dịch vụ đào tạo như cơ sở vật chất, chương trình đào tạo... Trong khi đó, các thành phần này cũng có tác động không nhỏ đến sự hài lòng của người học. Vì vậy, việc nghiên cứu “*Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của người học tại Trường Đại học Hồng Đức*” là nhu cầu cấp thiết cần phải được thực hiện sớm, nhằm tạo cơ sở để ban lãnh đạo đưa ra những quyết sách đúng đắn, kịp thời trong quá trình quản lý hoạt động giáo dục và đào tạo của Nhà trường.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý luận

2.1.1. Sự hài lòng của khách hàng

Đã có nhiều quan niệm khác nhau về sự hài lòng của khách hàng. Theo quan niệm của Hunt (1977), sự hài lòng của khách hàng là đánh giá của họ sau khi sử dụng dịch vụ, nó là

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

phản ứng cảm xúc, qua đó khách hàng nắm bắt được các nhu cầu và kỳ vọng của mình khi sử dụng dịch vụ [8]. Parasuraman & cộng sự (1988) lại cho rằng, sự hài lòng của khách hàng là kết quả so sánh giữa chất lượng dịch vụ mong đợi và chất lượng dịch vụ đạt được. Theo đó, nếu kết quả nhận được kém hơn so với kỳ vọng thì khách hàng sẽ không thỏa mãn; nếu kết quả tương xứng với kỳ vọng thì khách hàng sẽ thỏa mãn; nếu kết quả thực tế vượt qua sự mong đợi thì khách hàng rất thỏa mãn [10].

Trong môi trường giáo dục đại học, sinh viên là khách hàng chính, trực tiếp sử dụng dịch vụ đào tạo của trường đại học (Senthilkumar N. & Arulraj A., 2009). Theo LeBlanc & Nguyen (1999), sự hài lòng của sinh viên là đánh giá tổng thể của một sinh viên dựa trên cảm nhận của họ về chất lượng dịch vụ đào tạo họ nhận được [9]. Chute và cộng sự (1999) cũng xem sự hài lòng của sinh viên là sự cảm nhận của họ về tất cả các yếu tố như chất lượng hệ thống thông tin, đội ngũ giáo viên, các dịch vụ hỗ trợ quản lý đào tạo [4]... Ở nghiên cứu này, tác giả cũng sử dụng khái niệm sự hài lòng của sinh viên là cảm nhận của sinh viên về các yếu tố liên quan đến chất lượng dịch vụ đào tạo của trường đại học mà họ đang theo học.

2.1.2. Chất lượng dịch vụ đào tạo và các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ đào tạo

Chất lượng dịch vụ đào tạo có thể được hiểu theo nhiều nghĩa khác nhau tùy theo cách tiếp cận vấn đề. Năm 2007, dựa trên định nghĩa của UNESCO (1998), Chen và cộng sự đã đưa ra định nghĩa chất lượng dịch vụ đào tạo bao gồm các yếu tố như: chương trình đào tạo, chất lượng giảng viên, cơ sở vật chất, quản lý hành chính và hệ thống tương tác [3]. Đàm Chí Cường (2016) định nghĩa chất lượng dịch vụ đào tạo là đặc điểm của một bộ các yếu tố liên quan đến đầu vào, đầu ra và quá trình của hệ thống giáo dục trong việc cung cấp dịch vụ thỏa mãn các đối tượng người học [4]. Cùng quan điểm trên, trong nghiên cứu này, tác giả nhìn nhận chất lượng dịch vụ đào tạo đại học chính là cảm nhận của sinh viên về chất lượng dịch vụ mà nhà trường cung cấp có liên quan đến tất cả các yếu tố đầu vào, đầu ra, cũng như quá trình đào tạo của nhà trường.

Việc xác định các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ đào tạo đã được nhiều tác giả đề cập trong các nghiên cứu về đánh giá, đo lường chất lượng dịch vụ đào tạo thông qua sự cảm nhận hài lòng của sinh viên. Một số mô hình nghiên cứu được phát triển từ thang đo SERVQUAL và biến thể SERVPERF như nghiên cứu của Hill và cộng sự (2003); Sohail và Shaikh (2004)... Số khác lại kế thừa nghiên cứu của Firdaus (2005) về mô hình HEdPERF như nghiên cứu của Gamage và cộng sự (2008); Latif và cộng sự (2017)... Bên cạnh đó, còn có các mô hình nghiên cứu của Clemes và cộng sự (2007); Jain và cộng sự (2013) được phát triển dựa trên mô hình chất lượng dịch vụ cấu trúc đa cấp của Brady & Cronin (2001)... Mỗi nghiên cứu lại chỉ ra các thành phần khác nhau của chất lượng dịch vụ đào tạo tùy vào cách tiếp cận và bối cảnh nghiên cứu.

Trong nghiên cứu này, tác giả dựa trên mô hình đo lường chất lượng dịch vụ của Brady và Cronin (2001), kế thừa một phần thang đo trong các nghiên cứu của Clemes và cộng sự (2007), kết hợp với các nghiên cứu khác của các tác giả trong và ngoài nước để xây dựng

thang đo chất lượng dịch vụ đào tạo gồm 3 thành phần: chất lượng tương tác (gồm chất lượng giảng viên, nhân viên hành chính, tương tác cá nhân); chất lượng môi trường học tập (gồm chương trình đào tạo, cơ sở vật chất, các hoạt động ngoại khóa); chất lượng đầu ra (gồm phát triển cá nhân và cơ hội nghề nghiệp). Tất cả các nhân tố này sẽ được xem xét, đánh giá trong mối quan hệ với sự hài lòng của sinh viên trên cơ sở khảo sát thực nghiệm tại Trường Đại học Hồng Đức.

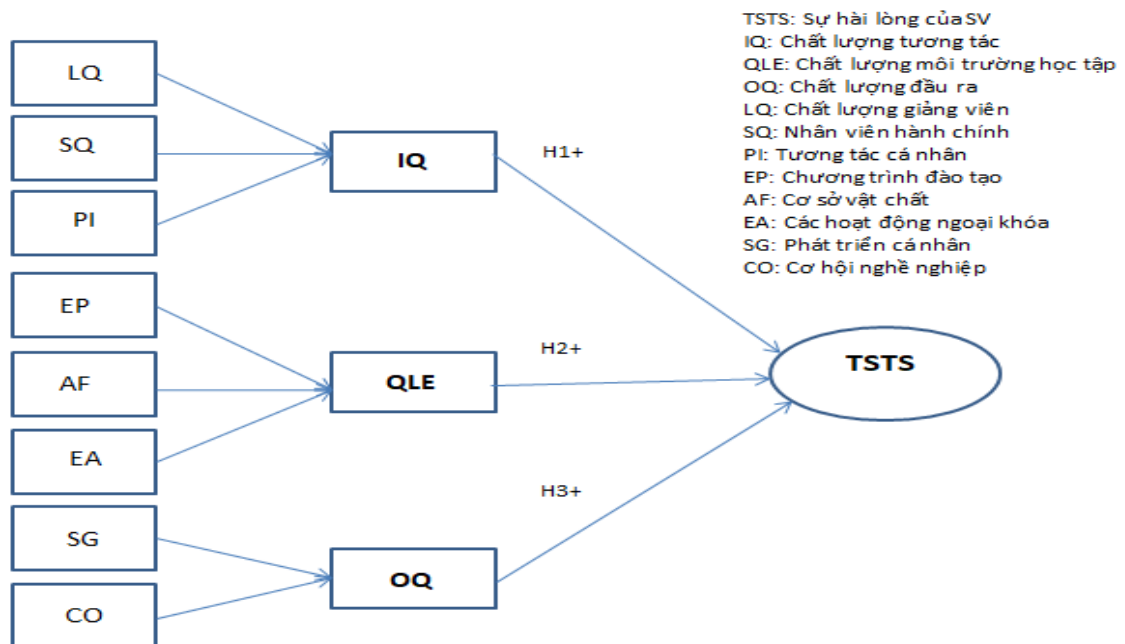
2.2. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của người học

Sự hài lòng của người học và chất lượng dịch vụ đào tạo có mối quan hệ tương hỗ, chặt chẽ với nhau. Đã có nhiều học giả nghiên cứu và kiểm định mối quan hệ của hai khái niệm này, hầu hết các nghiên cứu đều cho rằng chất lượng dịch vụ đào tạo dẫn đến sự hài lòng của sinh viên, chất lượng dịch vụ đào tạo là tiền đề, là căn cứ để đánh giá sự hài lòng của sinh viên (Guolla, 1999; Tjahjono, 2000;...).

Với cách tiếp cận dựa trên việc đo lường mức độ ảnh hưởng của các thành tố chất lượng dịch vụ đào tạo đến sự hài lòng của sinh viên, trong nghiên cứu này, tác giả sẽ đánh giá mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo với sự hài lòng của người học tại Trường Đại học Hồng Đức.

2.3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Từ những cơ sở lý luận trên, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu ban đầu gồm 8 nhân tố chia làm 3 nhóm thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo có tác động đến sự hài lòng của sinh viên. Theo đó, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của sinh viên tại Trường Đại học Hồng Đức được mô phỏng như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.4. Phương pháp nghiên cứu

2.4.1. Dữ liệu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu gồm 550 sinh viên chính quy thuộc các khoa đào tạo của Trường Đại học Hồng Đức, được xác định bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên theo tổ và chọn mẫu thuận tiện. Quá trình điều tra tập trung chủ yếu vào sinh viên năm 4 vì đây là đối tượng sinh viên sử dụng dịch vụ đào tạo của nhà trường lâu nhất sẽ cho ý kiến đầy đủ, chính xác hơn. Riêng sinh viên năm thứ nhất mới sử dụng dịch vụ nên không tiến hành lấy ý kiến đánh giá. Sau hai tháng thực hiện khảo sát, tổng số phiếu phát ra là 550 phiếu, thu về 542 phiếu, trong đó có 34 phiếu không hợp lệ, số phiếu hợp lệ còn lại là 508 phiếu được tổng hợp, xử lý và sử dụng cho quá trình nghiên cứu.

2.4.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua hai phương pháp chính là nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu sơ bộ thông qua thảo luận nhóm đối với 5 cán bộ quản lý, 6 giảng viên và 10 sinh viên được chọn ngẫu nhiên tại các lớp học. Đồng thời thực hiện phỏng vấn sâu 3 chuyên gia trong lĩnh vực giáo dục, từ đó hiệu chỉnh lại thang đo và hoàn thiện bảng hỏi phục vụ cho nghiên cứu chính thức.

Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu chính thức, tác giả tiến hành kiểm định độ tin cậy của thang đo (Cronbach'Alpha), phân tích nhân tố EFA, CFA để đánh giá giá trị hội tụ và phân biệt của thang đo trước khi đưa vào phân tích mô hình cấu trúc SEM nhằm kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả phân tích hệ số Cronbach'Alpha

Thang đo chính thức gồm 39 biến quan sát của 8 nhân tố thuộc 3 thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo và 4 biến quan sát đo lường sự hài lòng của sinh viên.

Kết quả phân tích cronbach'alpha cho từng nhân tố cho thấy các thành phần thang đo đều có hệ số Cronbach' Alpha lớn hơn 0,6, hệ số tương quan riêng phần với biến tổng đều lớn hơn 0,3, đồng thời hệ số tin cậy khi xóa biến quan sát đều nhỏ hơn hệ số tin cậy của biến tổng, do vậy các thang đo đều đạt độ tin cậy và đạt tiêu chuẩn để sử dụng trong các phân tích tiếp theo (Hair và cộng sự, 2006). Cụ thể, hệ số Cronbach'alpha của từng nhân tố như sau: nhân tố "chất lượng giảng viên" = 0,898; nhân tố "nhân viên hành chính" = 0,939; nhân tố "tương tác cá nhân" = 0,855; nhân tố "chương trình đào tạo" = 0,95; nhân tố "cơ sở vật chất" = 0,887; nhân tố "Hoạt động ngoại khóa" = 0,854; nhân tố "phát triển cá nhân" = 0,897; nhân tố " cơ hội nghề nghiệp" = 0,895 và thành phần "Sự hài lòng của sinh viên" = 0,937.

3.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả phân tích EFA bằng phương pháp trích yếu tố Principal Axis Factoring và phép xoay Promax cho các nhân tố thuộc các nhóm thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo và thành phần sự hài lòng của sinh viên đều cho thấy hệ số KMO > 0,5, kiểm định Bartlett là có ý nghĩa thống kê (sig. < 0,05), thể hiện dữ liệu là phù hợp với phân tích nhân tố. Giá trị riêng (Eigenvalue) của các nhân tố đều lớn hơn 1, giá trị tổng phương sai trích của các nhóm nhân tố đều lớn hơn 60% cho thấy mức độ giải thích của các nhân tố đối với biến phụ thuộc là đạt yêu cầu (> 50%). Các biến quan sát được trích thành các nhóm nhân tố tương ứng như mô hình đề xuất ban đầu, hệ số tải nhân tố của mỗi biến quan sát đều lớn hơn 0,4 thỏa mãn điều kiện của phân tích EFA (Hair và cộng sự, 2006).

Bảng 1. Kết quả phân tích EFA cho các nhóm thành phần

| Chỉ tiêu | Nhóm thành phần | | | |
|---------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------------|---------------------------|
| | Chất lượng tương tác | Chất lượng môi trường học tập | Chất lượng đầu ra | Sự hài lòng của sinh viên |
| KMO | 0,873 | 0,787 | 0,790 | 0,819 |
| Kiểm định Bartlett (Sig.) | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| Eigenvalues | 1,951 | 3,438 | 3,107 | 3,382 |
| Tổng phương sai trích (%) | 65,987 | 71,548 | 78,231 | 79,553 |

Nguồn: Tổng hợp kết quả xử lý dữ liệu trên SPSS

3.3. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

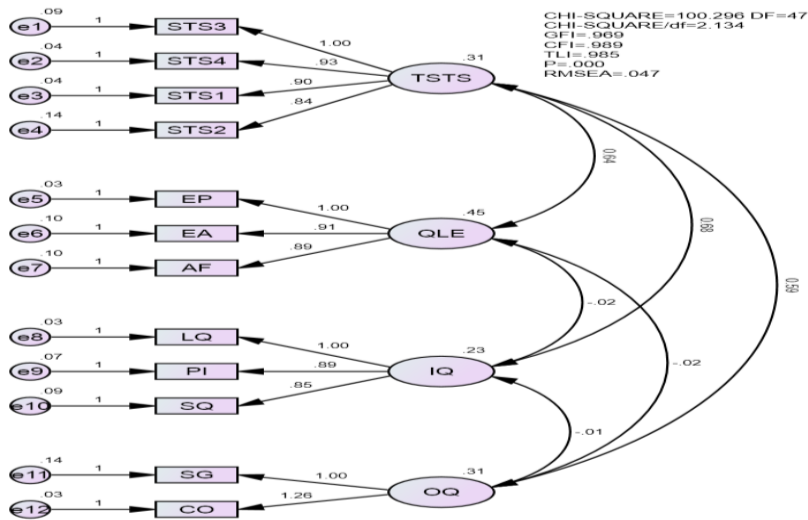
Nghiên cứu tiến hành phân tích CFA của từng thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo và CFA với mô hình tổng thể (tới hạn), kết quả như sau:

Bảng 2. Kết quả CFA mô hình thang đo của từng thành phần chất lượng dịch vụ

| Chỉ tiêu | Yêu cầu | Nguồn | Kết quả CFA mô hình thang đo | | |
|----------------|---------|------------------------|------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| | | | Chất lượng tương tác | Chất lượng môi trường học tập | Chất lượng đầu ra |
| Chi- square/df | < 5 | Hair và cộng sự (2010) | 2,058 | 2,119 | 1,754 |
| P | < 0,05 | | 0,000 | 0,000 | 0,014 |
| GFI | > 0,8 | | 0,958 | 0,958 | 0,982 |
| CFI | > 0,9 | | 0,984 | 0,988 | 0,997 |
| TLI | > 0,9 | | 0,978 | 0,984 | 0,995 |
| RMSEA | < 0,05 | | 0,046 | 0,047 | 0,039 |

Nguồn: Tổng hợp kết quả xử lý dữ liệu trên Amos 20

Kết quả kiểm định mô hình thang đo chung của từng thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo trong bảng 2 cho thấy tất cả các chỉ tiêu đo lường mức độ phù hợp của mô hình đều đạt yêu cầu. Do vậy các mô hình thang đo chung là phù hợp với dữ liệu thực tế. Điều này cho thấy các biến quan sát của từng thang đo đều đạt tính đơn hướng.



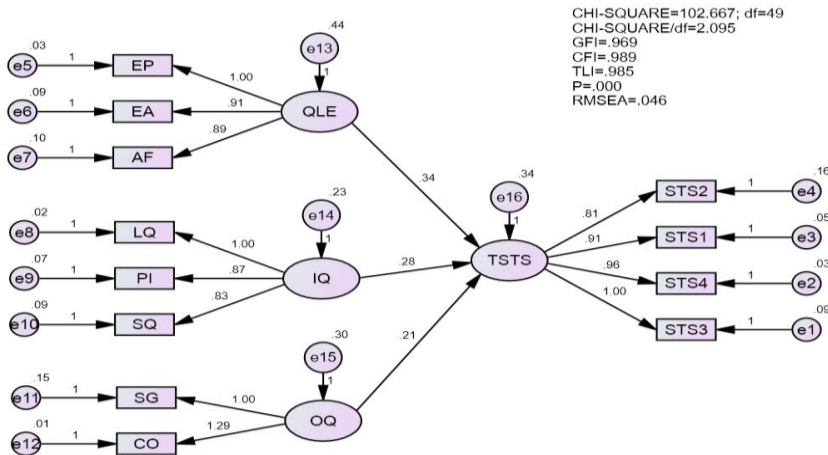
Hình 2. Phân tích CFA mô hình tối hạn

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát trên SPSS 22 và Amos 20

Kết quả kiểm định mô hình thang đo tổng thể thông qua CFA mô hình tối hạn cho thấy mô hình có giá trị Chi-square/df = 2,134 (< 5) với P = 0,000 (< 0,05), GFI = 0,969 (> 0,8), CFI = 0,989 (> 0,9), TLI = 0,985 (> 0,9), RMSEA = 0,047 (< 0,05) khẳng định mô hình là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu (hình 2).

Kiểm tra giá trị hội tụ của các mô hình thang đo chung được thực hiện thông qua kiểm định độ tin cậy tổng hợp CR và phương sai trích trung bình AVE. Kết quả trong bảng 3 cho thấy độ tin cậy của các biến quan sát (CR) đều lớn hơn 0,8, nghĩa là thang đo đạt yêu cầu về độ tin cậy. Đồng thời tất cả các cấu trúc đều có MSV < AVE và ASV < AVE, như vậy các biến quan sát đại diện cho các nhân tố đều đạt giá trị phân biệt (Hair và cộng sự, 1998).

3.4. Kiểm định mô hình và giả thiết nghiên cứu bằng mô hình SEM



Hình 3. Kết quả phân tích SEM mô hình tổng quát

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát trên SPSS 22 và Amos 20

Mô hình cấu trúc SEM được sử dụng để kiểm định mô hình đề xuất ban đầu (hình 3). Kết quả phân tích SEM cho thấy mô hình nghiên cứu đạt sự tương thích với dữ liệu, cụ thể, mô hình có Chi - square/df = 2,095 (< 3) với p = 0,000; GFI = 0,969 (> 0,9); CFI = 0,989 (> 0,9); TLI = 0,985 (> 0,9); RMSEA = 0,046 (< 0,05).

Bảng 4. Kết quả kiểm định giả thuyết về mối quan hệ giữa các biến trong mô hình

| Mối quan hệ | Giá trị ước lượng (Estimate chuẩn hóa) | Sai số chuẩn (SE) | Giá trị tới hạn (CR) | Mức ý nghĩa (P-value) | Kết quả kiểm định |
|-------------|---|----------------------|-------------------------|--------------------------|----------------------|
| IQ -> TSTS | 0,357 | 0,028 | 18,376 | 0,000 | Chấp nhận |
| QLE -> TSTS | 0,433 | 0,032 | 15,482 | 0,000 | Chấp nhận |
| OQ -> TSTS | 0,321 | 0,035 | 14,617 | 0,000 | Chấp nhận |

Nguồn: Tổng hợp kết quả xử lý dữ liệu trên Amos 20

Kết quả ước lượng các tham số trong mô hình chỉ ra các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 95% (P - value < 0,05) (bảng 4), điều này cho thấy tất cả các giả thiết đều được chấp nhận. Cụ thể, cả 3 nhân tố chất lượng tương tác, chất lượng môi trường học tập, chất lượng đầu ra đều có tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của sinh viên. Trong đó, chất lượng môi trường học tập có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của sinh viên (Estimate chuẩn hóa = 0,433), tiếp đến là nhân tố chất lượng tương tác (Estimate chuẩn hóa = 0,357), tác động ít nhất đến sự hài lòng của sinh viên là nhân tố chất lượng đầu ra (Estimate chuẩn hóa = 0,321).

Hệ số xác định của mô hình $R^2 = 0,633$ cho thấy các biến độc lập (IQ, QLE, OQ) giải thích được 63,3% sự biến động của biến phụ thuộc (TSTS). Hay nói cách khác, các thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo giải thích được 63,3% biến thiên của sự hài lòng ở sinh viên.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, có mối quan hệ tích cực giữa các thành phần chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của người học tại Trường Đại học Hồng Đức, trong đó thành phần chất lượng môi trường học tập có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của sinh viên, tiếp đến là thành phần chất lượng tương tác và cuối cùng là thành phần chất lượng đầu ra. Dựa vào những kết quả nghiên cứu trên, có thể dễ dàng nhận thấy, cần tập trung nhất vào việc nâng cao chất lượng môi trường học tập cho sinh viên, cụ thể ở đây cần củng cố và nâng cao chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu của người học, đáp ứng được thị trường lao động và yêu cầu của xã hội; Cải thiện cơ sở vật chất, trang thiết bị trong nhà trường đáp ứng được nhu cầu dạy và học của giảng viên và sinh viên; đồng thời cần tăng cường tổ chức nhiều hơn nữa các hoạt động ngoại khóa bổ ích cho sinh viên, giúp các em được học tập và vui chơi, giải trí. Thứ hai, cần nâng cao chất lượng tương tác giữa các giảng viên, nhân viên hành chính với sinh viên, cũng như giữa sinh viên với nhau, thông qua việc nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, thái độ phục vụ cho đội ngũ cán bộ giảng viên, nhân viên trong nhà trường, xây dựng mối quan hệ gần gũi, gắn kết, chia sẻ, giúp đỡ nhau trong học tập giữa các sinh viên. Cuối cùng, cần nâng cao chất lượng đầu ra của

dịch vụ đào tạo, giảng viên cần xây dựng cho sinh viên một nền tảng kiến thức vững chắc, đảm bảo chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo, hỗ trợ sinh viên hoàn thiện các kỹ năng cần thiết cho phát triển nghề nghiệp sau này, đồng thời, nhà trường cần tạo cơ hội cho sinh viên được tiếp cận sớm với công việc thuộc lĩnh vực, ngành nghề theo học thông qua hoạt động tham quan, thực tập tại các cơ quan, doanh nghiệp; mở rộng và củng cố hơn nữa mối quan hệ giữa nhà trường với các doanh nghiệp để tạo cơ hội cho sinh viên có được việc làm ngay sau khi tốt nghiệp.

Bài viết đã đưa ra mô hình ứng dụng đánh giá chất lượng dịch vụ đào tạo và mối quan hệ giữa nó với sự hài lòng của người học. Mô hình và các nhân tố đề xuất có thể được sử dụng cho các cơ sở giáo dục đại học, từ đó giúp nhà trường có kế hoạch sử dụng hiệu quả các nguồn lực để cải tiến chất lượng dịch vụ đào tạo, nâng cao mức độ hài lòng của sinh viên. Mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, tuy nhiên nghiên cứu vẫn còn tồn tại một số hạn chế đó là mới chỉ khảo sát một bộ phận sinh viên chính quy của Trường Đại học Hồng Đức, do hạn chế về thời gian và nguồn lực tài chính, vì vậy kết quả nghiên cứu chưa hoàn toàn đại diện được cho toàn bộ tổng thể sinh viên của nhà trường. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, các nhân tố trong mô hình mới chỉ giải thích được 63,3% biến thiên sự hài lòng của sinh viên, có nghĩa là vẫn còn những nhân tố khác có ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên mà nghiên cứu chưa đề cập đến. Đây cũng là một trong những khoảng trống cho các nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Brady, M. K. and Cronin, J.J. (2001), Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality A hierarchical approach, *Journal of Marketing*.
- [2] Chen, C.Y., Sok, P. and Sok, K. (2007), Benchmarking potential factors leading to education quality: A study of Cambodian higher education, *Quality Assurance in Education*, 15(2), pp.128-48.
- [3] Chute A.G., Thompson M.M., Hancock B.W., (1999), The McGraw-Hill handbook of distance learning, *New York: McGraw-Hill*.
- [4] Clemes, M.D., Gan, C.E.C. and Kao, T. (2007), University student satisfaction: An empirical analysis, *Journal of Marketing for Higher Education*, 17(2), pp. 292 - 325.
- [5] Đàm Chí Cường (2016), *Khám phá thang đo chất lượng giáo dục bậc đại học ngành quản trị kinh doanh trên góc độ sinh viên tại thành phố Hồ Chí Minh*, Luận án tiến sĩ Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- [6] Hair, J.F.Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C. (2006), *Multivariate Data Analysis*, Prentice - Hall, International, Inc.
- [7] Hair, J.F.Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis*, (5th Edition), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- [8] Hunt K. H., (1977), Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, *Marketing Science Institute*, Boston.

- [9] LeBlanc G., Nguyen N., (1999), Listening to the customer's voice: Examining perceived service value among business college students, *International Journal of Education*, 13 (4), pp.187-198.
- [10] Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L., (1988), SERVQUAL: MultipleItem Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64, pp.12-40.

RELATIONSHIP BETWEEN THE TRAINING SERVICE QUALITY AND STUDENTS SATISFACTION AT HONG DUC UNIVERSITY

Mai Thi Hong

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between components of training service quality and students satisfaction at Hong Duc university. With 508 valid questionnaires, the hypothesis was analyzed and tested through the SEM linear structure model. Research results show that all three components of training service quality including: interaction quality, learning environment quality and output quality have a direct and positive impact on students satisfaction. In which, the quality of the learning environment quality has strongest impact, followed by the quality of interaction and finally, output quality has least impact on students satisfaction.

Keywords: *Training service quality, students satisfaction, Hong Duc University.*

* Ngày nộp bài: 10/8/2022; Ngày gửi phản biện: 10/8/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2021-09 của Trường Đại học Hồng Đức

HOÀN THIỆN CÔNG TÁC QUẢN TRỊ NHÂN LỰC TẠI CƠ SỞ CAI NGHIỆN MA TÚY SỐ 1 THANH HOÁ

Nguyễn Thị Loan¹, Nguyễn Thị Huyền¹, Hoàng Duy Xuyên²

TÓM TẮT

Nhân lực là nguồn lực quý giá nhất của tổ chức, nguồn nhân lực tốt sẽ giúp doanh nghiệp thực hiện các chiến lược một cách có hiệu quả và đạt được các mục tiêu đề ra. Chính vì vậy việc nghiên cứu và hoàn thiện công tác quản trị nhân lực tại tổ chức, doanh nghiệp là nhiệm vụ cấp thiết. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng các dữ liệu thứ cấp và sơ cấp kết hợp với các phương pháp tổng hợp, phân tích, so sánh để đánh giá thực trạng công tác quản trị nhân lực từ đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện công tác quản trị nhân lực của Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá trong thời gian tới.

Từ khoá: *Quản trị nhân lực, Cơ sở cai nghiện ma túy.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Con người được xem là nguồn lực quan trọng nhất, nguồn lực của mọi nguồn lực trong tổ chức, là yếu tố quyết định sự thành công của tổ chức, chính vì vậy việc quản trị và phát triển nhân lực luôn nhận được sự quan tâm hàng đầu. Hiệu quả quản trị nhân lực tuy không phải là yếu tố trực tiếp tạo ra sản phẩm, dịch vụ nhưng hiệu suất sử dụng nhân lực thể hiện qua năng suất lao động được xem là yếu tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của tổ chức. Nhận thức được vấn đề đó, các tổ chức, doanh nghiệp luôn xem việc hoàn thiện công tác quản trị nhân lực như là một chiến lược nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh cho mình.

Cơ sở cai nghiện số 1 Thanh Hoá là đơn vị sự nghiệp trực thuộc Sở Lao động - Thương binh và Xã hội có chức năng tổ chức thực hiện việc chữa bệnh, cai nghiện; giáo dục phục hồi hành vi, nhân cách; dạy nghề, lao động sản xuất; tái hòa nhập cộng đồng cho người nghiện ma túy và người sau cai nghiện ma túy (sau đây gọi tắt là đối tượng 06). Trong thời gian qua, Sở lao động thương binh xã hội tỉnh Thanh Hoá, Ban lãnh đạo Cơ sở đã quan tâm đầu tư thêm trang thiết bị, tuyển dụng, đào tạo cán bộ có chuyên môn sâu, tay nghề cao nhằm đáp ứng yêu cầu công việc ngày càng cao. Tuy nhiên, số người nghiện ma túy ở Việt Nam nói chung và Thanh Hoá nói riêng hàng năm vẫn gia tăng cùng với sự diễn biến ngày càng phức tạp, đa dạng của các loại ma túy, nên mặc dù đội ngũ cán bộ làm công tác cai nghiện ma túy đã có nhiều cố gắng nhưng do tính chất đặc thù vẫn cần có kỹ năng sâu để làm việc hiệu quả hơn. Ngoài ra, thực tế cho thấy rằng vấn đề đào tạo phát triển, sử dụng nhân lực tại đơn vị vẫn còn những hạn chế nhất định, chưa đáp ứng được yêu cầu công việc ngày càng phức tạp. Do vậy, việc nghiên cứu và đề xuất giải pháp hoàn thiện công tác quản trị nhân lực tại đơn vị trong thời gian tới có tính thời sự, cấp thiết.

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

² Học viên Cao học lớp K13 ngành Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết về quản trị nhân lực

Quản trị nhân lực vẫn là tất cả các hoạt động của một tổ chức để thu hút, xây dựng phát triển, sử dụng, đánh giá, bảo toàn và giữ gìn một lực lượng lao động phù hợp với yêu cầu công việc của một tổ chức về mặt số lượng và chất lượng, khai thác hợp lý và hiệu quả nhất năng lực, sở trường của người lao động nhằm bảo đảm thực hiện các mục tiêu của doanh nghiệp.

Quản trị nhân lực đóng vai trò vô cùng quan trọng giúp tìm kiếm và phát triển những hình thức, những phương pháp tốt nhất để người lao động có thể đóng góp nhiều sức lực cho việc hoàn thành mục tiêu của tổ chức. Quản trị nhân lực là lĩnh vực không thể thiếu trong bất kỳ một tổ chức nào cả. Những lĩnh vực khác cũng không thể hoạt động hiệu quả nếu không quản trị tốt nhân lực.

Quản trị nhân lực trong tổ chức bao gồm các nội dung chính như:

Hoạch định nhân lực: là quá trình nghiên cứu, xác định nhu cầu nhân lực, đưa ra các chính sách và thực hiện các chương trình, hành động, xuyên suốt, và quá trình này gọi là hoạch định nhân lực. Quá trình hoạch định nhân lực bao gồm dự báo nhu cầu, đánh giá thực trạng xây dựng kế hoạch, thực hiện kế hoạch và kiểm tra, đánh giá.

Tuyển chọn nhân lực: là quá trình tìm kiếm và lựa chọn những người lao động có nhu cầu và có đủ khả năng vào làm việc cho đơn vị/ tổ chức. Tuyển chọn nhân lực xuất phát từ nhu cầu của đơn vị do thiếu hụt lực lượng lao động để thực hiện các công việc hiện tại hoặc tương lai. Các bước tuyển chọn nhân lực bao gồm: xác định nhu cầu, thông báo tuyển dụng, tuyển chọn, sắp xếp nhân lực, hội nhập và đánh giá kết quả thực hiện công việc.

Bố trí, phân công, sắp xếp và đề bạt nhân lực: Viên chức sau khi được tuyển dụng chính thức sẽ được ký hợp đồng làm việc và phân công công việc theo vị trí việc làm, đồng thời cung cấp đầy đủ điều kiện và nguồn lực để viên chức có thể thực hiện tốt công việc đảm nhiệm, được hưởng đầy đủ các chế độ nhà nước đối với viên chức.

Đào tạo và phát triển nhân lực: Để duy trì và nâng cao chất lượng nhân lực của tổ chức, việc đào tạo và phát triển nhân lực là một loại hoạt động không thể thiếu trong bất kỳ tổ chức nào nhằm đem đến sự thay đổi nhân cách cũng như đào tạo hành vi nghề nghiệp của người lao động.

Đánh giá hiệu quả công việc: là hoạt động đánh giá có hệ thống và chính xác tình hình thực hiện công việc của người lao động trên cơ sở so sánh với những tiêu chuẩn đã được xây dựng từ trước, và đôi khi cần phải căn cứ vào tình hình thực tế về những yếu tố liên quan. Mục đích của việc đánh giá kết quả thực hiện công việc là để làm căn cứ trả lương cho nhân viên; Giúp cho nhân viên có thể xem cấp trên đánh giá, nhận xét về mình; Giúp cho nhà quản trị và nhân viên xây dựng đánh giá lại kế hoạch cá nhân và có những điều chỉnh cho phù hợp.

Công tác đãi ngộ nhân lực: Đãi ngộ nhân sự là quá trình liên quan và xuyên suốt quá trình làm việc của người lao động, là quá trình chăm lo đời sống vật chất và tinh thần của người lao động, có thể nói đây là động lực để người lao động hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao và thông qua đó góp phần hoàn thành mục tiêu của tổ chức.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng cả nguồn số liệu sơ cấp và thứ cấp để tìm hiểu về thực trạng công tác quản trị nhân lực tại Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá.

Số liệu, tài liệu thứ cấp: được thu thập từ phòng Tổ chức Hành chính; các tài liệu, văn bản khác từ sách, báo, mạng internet.

Số liệu sơ cấp: được thu thập trực tiếp bằng bảng hỏi khảo sát dành cho cán bộ công nhân viên đang làm việc tại Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá. Số bảng câu hỏi phát ra dự kiến sẽ đúng bằng toàn bộ số lượng cán bộ nhân viên tại Cơ sở (91 người).

Đề đo lường các biến quan sát trong phiếu điều tra, nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức độ. Dạng thang đo lưỡng Likert (Likert, 1932) được sử dụng để đo lường các biến quan sát với khoảng chia từ (1) Rất không đồng ý đến (5) Rất đồng ý. Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả, so sánh để đánh giá thực trạng quản trị nhân lực tại Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng chất lượng nhân lực tại Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá

3.1.1. Dự báo nhu cầu nhân lực

Định hướng phát triển chung của Cơ sở trong giai đoạn 2020 - 2025 là tiếp tục nâng cao hiệu quả hoạt động của đơn vị trong việc điều trị cai nghiện và đào tạo nghề cho các đối tượng cai nghiện tại đơn vị. Tiếp tục kiện toàn tổ chức bộ máy hoạt động của Cơ sở để đáp ứng tốt nhất nhu cầu phát triển trong thời gian tới. Tiếp tục đầu tư vào các nguồn lực, đặc biệt là nguồn lực con người, trong đó có năng lực quản lý toàn diện để thực hiện thành công các nhiệm vụ trong thời kỳ mới. Tạo điều kiện và có chính sách tốt nhất để chăm lo đời sống của người lao động nhằm tạo động lực và giữ chân người lao động có chất lượng ở lại với Cơ sở.

Bảng 1. Nhu cầu nhân lực của Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá trong thời gian tới

| STT | Chức danh | Số lượng hiện tại | Nhu cầu trong thời gian tới | Chênh lệch (+/-) |
|-----|----------------------------|-------------------|-----------------------------|------------------|
| 1 | Cán bộ làm công tác xã hội | 25 | 30 | 5 |
| 2 | Nhân viên y tế | 32 | 35 | 3 |
| 3 | Nhân viên an ninh | 3 | 3 | 0 |
| 4 | Khác | 31 | 32 | 1 |

Nguồn: Đề án Vị trí việc làm Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá đến năm 2025

Trong 3 năm qua, công tác lập kế hoạch giúp Cơ sở định hướng được hoạt động của mình. Việc lập kế hoạch cho hoạt động của Cơ sở bao gồm nhiều nội dung, trong đó bao gồm cả hoạch định nhân lực của đơn vị. Đây là quá trình nghiên cứu, xác định nhu cầu nhân lực, và đưa ra các chính sách để thu hút, tuyển dụng, đào tạo nhằm đảm bảo đủ nhân lực có thể đáp ứng tốt nhất về mặt kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, phẩm chất, thái độ. Tuy nhiên, thực tế cho thấy việc triển khai thực hiện của công tác hoạch định nhân lực tại cơ sở vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định, nên chất lượng nhân lực của đơn vị phần nào đó chưa đáp ứng được yêu cầu. Qua đó cho thấy cơ sở đã cơ bản là thực hiện được công tác lập kế hoạch tuyển dụng hợp lý cũng như sắp xếp và đào tạo cán bộ hàng năm để đạt chỉ tiêu đề ra.

Căn cứ vào kết quả khảo sát tại bảng 2 cho thấy, công tác hoạch định nguồn nhân lực tại Cơ sở vẫn chưa thực sự hiệu quả. Hầu hết những người được hỏi chỉ mới đánh giá công

tác hoạch định nhân lực của đơn vị ở mức trung bình, với điểm số trung bình dao động ở mức mean = 3,3. Điều này cho thấy cơ sở chưa có hoạt động dự báo nguồn nhân lực trong dài hạn mà thường chỉ thực hiện trong ngắn hạn, đồng thời việc phân tích nguồn cung nhân lực cũng chỉ mới thực hiện sơ sài. Do vậy, đánh giá chung về hiệu quả công tác hoạch định chỉ mới dừng lại ở mức trung bình.

Bảng 2. Công tác hoạch định nhân lực của đơn vị

| Nội dung quan sát | Mean | Mức độ đồng thuận |
|--|------|-------------------|
| Công tác dự báo nhu cầu nhân lực được thực hiện thường xuyên, đúng quy trình | 3,33 | Bình thường |
| Nguồn cung nhân lực được phân tích kỹ | 3,3 | Bình thường |
| Công tác hoạch định nhân lực được thực hiện hiệu quả | 3,34 | Bình thường |

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

3.1.2. Công tác tuyển dụng nhân lực

Việc tuyển dụng nhân sự của Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hóa hiện nay chủ yếu là nguồn ứng viên nội bộ. Khi công việc còn chỗ trống, thì Giám đốc và phòng Tổ chức Hành chính sẽ tổng hợp thông tin và thông báo trong nội bộ cơ sở, khi tuyển nguồn ứng viên theo cách này thì cơ sở sẽ có được những ứng viên trung thành với công việc, cũng như có thái độ làm việc nghiêm túc, có tinh thần trách nhiệm cao, thích nghi nhanh và thái độ tiếp nhận công việc tốt hơn, tạo ra sự thi đua giữa các cán bộ viên chức và người lao động.

Bảng 3. So sánh số lượng lao động thực tế so với nhu cầu của Cơ sở trong giai đoạn 2019 - 2021

DVT: Người

| Chi tiêu | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|-------------------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| | Nhu cầu | Thực tế | Nhu cầu | Thực tế | Nhu cầu | Thực tế |
| Số lượng lao động | 80 | 78 | 90 | 84 | 100 | 91 |
| Trực tiếp | 68 | 67 | 78 | 73 | 88 | 79 |
| Gián tiếp | 12 | 11 | 12 | 11 | 12 | 12 |

Nguồn: Danh sách cán bộ viên chức và người lao động Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá và Đề án vị trí việc làm của cơ sở

Qua bảng trên ta thấy, 3 năm qua số lượng lao động tại đơn vị liên tục tăng, với con số là 13 người, đa số lao động được tuyển chọn đều là lao động trực tiếp, tuy nhiên vẫn chưa đạt được nhu cầu cần tuyển trong các năm. Để làm rõ hơn tính minh bạch, hiệu quả trong công tác tuyển dụng, tác giả tiến hành khảo sát ý kiến của cán bộ, nhân viên trong đơn vị.

Bảng 4. Mức độ đồng thuận về công tác tuyển dụng của đơn vị

| Nội dung quan sát | Mean | Mức độ đồng thuận |
|---|------|-------------------|
| Thông báo công khai về tuyển dụng cán bộ, công chức và viên chức và có nêu yêu cầu cụ thể cho từng vị trí công việc | 3,89 | Đồng ý |
| Thực hiện sự chặt chẽ, bảo đảm tính công khai, công bằng, chính xác khi tuyển dụng | 3,3 | Bình thường |

| | | |
|--|------|-------------|
| Công tác chuẩn bị, ôn tập, ra đề, coi thi, chấm thi đã được tổ chức chu đáo, an toàn, nghiêm túc, đảm bảo chính xác, công bằng cho mọi đối tượng tham gia dự tuyển | 3,37 | Bình thường |
| Có chế tài với trường hợp vi phạm pháp luật trong tuyển dụng, hối lộ, tiêu cực trong tuyển dụng | 3,39 | Bình thường |
| Cơ quan tuyển dụng được những người có năng lực phù hợp với vị trí cần tuyển. | 3,0 | Bình thường |

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

Kết quả khảo sát bảng 4 cho thấy, đa phần cán bộ nhân viên đều đồng ý với chính sách tuyển dụng của đơn vị. Do là một đơn vị sự nghiệp công lập, công tác tuyển dụng đều thực hiện theo các văn bản quy định của Nhà nước và trực tiếp là Sở Lao động - Thương binh Xã hội nên đảm bảo tính minh bạch và theo đúng quy trình. Tuy nhiên, trên thực tế thì vẫn còn tình trạng xin cho, ứng viên tuyển vào là con cháu cán bộ trong ngành nên được ưu ái hơn, do đó vẫn còn tình trạng tuyển người không đúng năng lực chuyên môn vào vị trí thông báo tuyển dụng.

3.1.3. Bố trí, phân công, sắp xếp và đề bạt nhân lực

Từ khi cơ sở được thành lập và đi vào hoạt động đến nay, công tác tổ chức sắp xếp đội ngũ tại các bộ phận rất tốt và hầu hết người lao động đã có kinh nghiệm chuyên môn vững chắc. Tuy nhiên, cơ cấu tổ chức của từng bộ phận lao động gián tiếp thuộc khối văn phòng hành chính vẫn còn có hiện tượng sắp xếp chưa phù hợp về số lượng và dựa vào kinh nghiệm thâm niên công tác là chính.

Bảng 5. Mức độ đồng thuận với vị trí công tác và cơ hội thăng tiến

| Nội dung quan sát | Mean | Mức độ đồng thuận |
|---|------|-------------------|
| Anh/chị có được bố trí, phân công công việc đúng chuyên môn | 3,56 | Đồng thuận |
| Anh/Chị hiểu được tính chất công việc đang làm | 3,89 | Đồng thuận |
| Anh/Chị luôn hoàn thành công việc đúng tiến độ | 3,88 | Đồng thuận |
| Anh/Chị mong muốn tiếp tục làm công việc đang phụ trách | 3,4 | Bình thường |
| Anh/Chị thích thú với công việc đang làm | 3,54 | Đồng thuận |
| Anh/chị hiểu và nắm rõ điều kiện thăng tiến trong công việc | 3,31 | Bình thường |
| Anh/Chị có nhiều cơ hội thăng tiến trong công việc | 2,96 | Bình thường |
| Vị trí công việc của Anh/Chị có cơ hội để phát triển chuyên môn | 3,02 | Bình thường |
| Chính sách thăng tiến của Cơ sở luôn công bằng | 2,87 | Bình thường |
| Anh/Chị được quan tâm đến thăng tiến trong công việc | 3,37 | Bình thường |
| Anh/Chị được khích lệ trong công việc | 3,46 | Đồng thuận |

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

Kết quả khảo sát sự đồng thuận (hài lòng) của người lao động về vị trí công tác và cơ hội thăng tiến cho thấy, về cơ bản thì cán bộ nhân viên trong cơ sở hài lòng với vị trí công tác, cụ thể hiểu được tính chất công việc và hoàn thành công việc đúng tiến độ đạt 3,89 và 3,88 điểm; ngay sau đó việc bố trí, phân công người làm việc không đúng vị trí chuyên môn

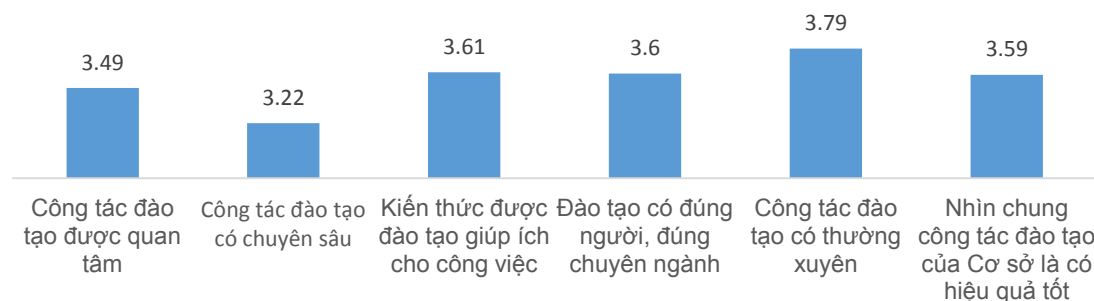
và không thích thú với công việc đang làm xếp lần lượt thứ 3 và thứ 4 với số điểm 3,56 và 3,54. Tuy nhiên, mặc dù là hài lòng với các tính chất công việc của vị trí mà họ đang phụ trách, nhưng nhiều người lao động không muốn tiếp tục công việc mà họ đang phụ trách, với 3,4 điểm và xếp vị trí thứ 5.

Về cơ hội thăng tiến của người lao động trong đơn vị là không cao, mức điểm dao động từ 2,87 đến 3,46 điểm; xếp ở vị trí cuối cùng trong những yếu tố được khảo sát về cơ hội thăng tiến là “Chính sách thăng tiến của cơ sở luôn công bằng” với 2,87 điểm, điều này cho thấy rằng trong cơ quan vẫn còn tồn tại những hạn chế trong việc xét được thăng tiến hay không, đôi khi không chỉ dựa vào năng lực thực tế của người lao động mà còn nhiều yếu tố khó nói khác; trong khi đó cơ hội thăng tiến trong công việc và cơ hội phát triển chuyên môn cũng không được nhân viên đánh giá cao, mức điểm dao động từ 2,96 đến 3,02 và xếp thứ 5 và thứ 4; mặc dù xếp vị trí thứ 2 và thứ 3 nhưng việc người lao động không nắm rõ điều kiện thăng tiến nên họ cũng ít nhiều không quan tâm đến việc thăng tiến, cụ thể với 3,31 điểm và 3,37 điểm. Có nhiều nguyên nhân có thể dẫn đến việc người lao động không quan tâm đến chính sách thăng tiến, nhưng yếu tố cơ bản nhất là một bộ phận an phận với công việc hiện tại, không cầu tiến, cũng không muốn phấn đấu ở vị trí cao hơn. Điểm nổi bật nhất trong bảng là người lao động luôn được Ban Giám đốc cơ sở quan tâm khích lệ trong công việc cũng như tinh thần làm việc, với số điểm trung bình ở mức khá là 3,46 điểm, xếp vị trí số 1.

3.1.4. Đào tạo và phát triển nhân lực

Từ khi thành lập đến nay, cơ sở luôn quan tâm đến công tác đào tạo nguồn nhân lực; đặc biệt trong giai đoạn hiện nay, khi số lượng người nghiệp vụ không ngừng tăng lên với diễn biến phức tạp, đòi hỏi việc đào tạo cho người lao động ngày càng được quan tâm và chú trọng hơn nhiều so với trước đây.

Là cơ sở cai nghiện ma túy số 1 của Tỉnh Thanh Hóa, việc áp dụng phát triển khoa học kỹ thuật luôn được chú trọng. Thế nên việc đào tạo nhân lực được quan tâm, cũng như chất lượng, lành nghề được đào tạo chuyên sâu, đi học có địa chỉ, có đề tài là việc làm thường xuyên. Cơ sở cai nghiện số 1 Thanh Hóa trong giai đoạn 2019 - 2021 đã gửi cán bộ tham gia các lớp đào tạo chuyên sâu để nâng cao trình độ chuyên môn, lý luận bằng nhiều hình thức, cụ thể năm 2019, 2020 và 2021 cử được lần lượt 20, 29 và 32 người lao động đi đào tạo về quản lý, ý tế, công tác xã hội và kỹ thuật.



Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

Hình 1. Mức độ hài lòng về công tác đào tạo

Kết quả thống kê cho thấy, nhìn nhận về mức độ hài lòng trong công tác đào tạo tại cơ sở chưa thật sự đạt hiệu quả tốt, thể hiện qua việc đánh giá công tác đào tạo chỉ có 3,59 điểm, điều này cho thấy rằng mặc dù cơ quan đã quan tâm đến công tác đào tạo, thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo bồi dưỡng cho nhân viên nhưng tính chuyên sâu của công tác đào tạo là không nhiều và hiệu quả nó mang về cũng không thật sự như mong đợi. Do vậy, cơ sở cần đặc biệt quan tâm đến công tác đào tạo chuyên sâu nhằm cung cấp cho người lao động những kỹ năng cần thiết nhất để họ có thể hoàn thành công việc được giao với hiệu quả cao nhất. Hơn nữa, tần suất đào tạo tại cơ sở vẫn chưa cao và mới chỉ đáp ứng được phần nào của yêu cầu hiện nay. Nhóm tham gia các lớp đào tạo, tập huấn để nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ chủ yếu là đội ngũ bác sĩ, điều dưỡng, cán bộ làm công tác xã hội, cán bộ quản lý của cơ sở. Các nhóm đối tượng còn lại mức độ tham gia đào tạo thấp hơn.

3.1.5. Đánh giá hiệu quả thực hiện công việc của nhân lực

Hiện nay, cơ sở chưa xây dựng được bộ tiêu chí để đánh giá thực hiện công việc đối với mỗi cán bộ viên chức và người lao động tại đơn vị vì vậy kết quả đánh giá hiệu quả công việc chưa có những đặc thù nhất định. Kể cả việc xếp loại, đánh giá hàng tháng của các phòng ban còn mang tính hình thức, dựa trên các tiêu chí chung, không mang tính định lượng, không cụ thể, rõ ràng, làm cho việc đánh giá kết quả thực hiện công việc đối với cán bộ đang còn hạn chế, mang lại hiệu quả thấp cũng như không nêu rõ được các vấn đề liên quan đến việc đánh giá hiệu quả như thế nào.

Kết quả đánh giá thực hiện công việc của nhân lực tại cơ sở được chia thành 4 mức, từ hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ đến không hoàn thành nhiệm vụ. Trong đó, tỷ lệ hoàn thành tốt nhiệm vụ luôn chiếm tỷ lệ cao nhất (trên 70%) và có xu hướng tăng dần. Tỷ lệ hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ và tỷ lệ hoàn thành tốt nhiệm vụ có xu hướng tăng qua các năm. Trong khi đó tỷ lệ hoàn thành nhiệm vụ nhưng có mặt hạn chế là không nhiều và có xu hướng giảm dần qua các năm. Trong 3 năm từ 2019 - 2021, không có người lao động nào trong đơn vị bị đánh giá là không hoàn thành nhiệm vụ. Điều này cho thấy người lao động trong cơ quan đã vận dụng tốt kiến thức, kỹ năng của mình để hoàn thành công việc được giao và ý thức chấp hành nội quy, quy chế của cơ quan cũng tương đối tốt. Kết quả đánh giá thực hiện công việc cũng là căn cứ để cơ sở thực hiện khen thưởng, kỷ luật, làm nền tảng để thực hiện các chính sách nhân lực trong đơn vị như đề bạt, thăng tiến, đào tạo.

3.1.6. Công tác đãi ngộ nhân lực

Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá đang áp dụng hình thức trả lương theo thang lương, bảng lương do Nhà nước quy định tại Nghị định số 145/2020/NĐ-CP ngày 14 tháng 12 năm 2020 của Chính phủ nước Cộng hoà Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam, đó là tính theo hệ số lương cộng với các khoản phụ cấp, thưởng. Mỗi công việc đều có độ phức tạp, yếu tố riêng do đó đòi hỏi người lao động có trình độ, kỹ năng khác nhau thực hiện. Chính vì vậy mức lương mà mỗi người lao động nhận được còn phải tùy thuộc vào công việc mà họ đảm nhận.

Bảng 6. Bảng hệ số tăng thu nhập của cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá

| Chức danh | Hệ số |
|--|-------|
| Giám đốc | 5 |
| Phó giám đốc | 4 |
| Kế toán trưởng | 3 |
| Tổ trưởng các bộ phận trực thuộc | 1.8 |
| Cán bộ, viên chức và người lao động | 1.4 |
| Các đối tượng còn lại (gồm có lao động đang thử việc hay hợp đồng thời vụ) | 0 |

Về chế độ phụ cấp, trợ cấp và phúc lợi: Cơ sở sử dụng quỹ phát triển sự nghiệp và quỹ phúc lợi của đơn vị để phục vụ cho các chính sách phụ cấp, trợ cấp và phúc lợi cho cán bộ, viên chức và người lao động trong đơn vị; điều này đảm bảo sự công bằng, tạo tâm lý thoải mái và hứng khởi cho cán bộ công nhân viên trong cơ quan. Bên cạnh đó, cơ sở luôn áp dụng các chế độ đãi ngộ theo pháp luật và theo Quy chế chi tiêu nội bộ đã đề ra.

Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá được biết đến với một môi trường làm việc thân thiện, cởi mở; lãnh đạo và nhân viên rất gần gũi, thân thiết và sẻ chia. Cơ sở đã và đang xây dựng một nền văn hóa riêng, tích cực tạo nên môi trường làm việc thân thiện, lành mạnh và luôn giúp đỡ nhau. Bên cạnh đó, hàng năm, cơ sở đã tổ chức các chuyến tham quan, nghỉ mát cho người lao động nhằm tạo được sự gắn kết, giảm căng thẳng và mệt mỏi cho tất cả thành viên trong tổ chức. Cơ sở còn có một quỹ để tổ chức khen thưởng cho con em người lao động khi đạt thành tích cao trong học tập, các dịp lễ thiếu nhi, tổ chức sinh nhật, tặng quà Tết, thăm hỏi khi ốm đau. Đi cùng với những hình thức khen thưởng, khích lệ thì không thể thiếu hình thức kỷ luật nghiêm khắc như nhắc nhở, cảnh báo, tạm nghỉ hoặc thôi việc tạm thời, không nhận được trợ cấp, đưa ra trước pháp luật nếu liên quan đến hình sự.

Bảng 7. Mức độ hài lòng về chính sách đãi ngộ

| Nội dung câu hỏi | Mean | Mức độ đồng thuận |
|--|------|-------------------|
| Được trả lương, thưởng cao hơn so với mặt bằng chung | 3,43 | Đồng ý |
| Được trả lương, thu nhập tăng thêm tương xứng với năng lực | 3,37 | Bình thường |
| Lương, thưởng, chính sách đãi ngộ được áp dụng công bằng | 3,18 | Bình thường |
| Mức lương nhận được đáp ứng được chi phí cho cuộc sống | 3,56 | Đồng ý |

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

Từ kết quả thu được trong bảng 7, khi được hỏi về mức lương nhận được là cao hay thấp có mức độ hài lòng chung đạt khá với 3,43 điểm, nhưng với mức thu nhập tăng thêm chỉ đạt 3,37 điểm và thấp hơn đó là 3,18 điểm khi cho rằng có sự không công bằng trong cơ chế trả lương, thưởng và thu nhập tăng thêm.

3.2. Giải pháp hoàn thiện công tác quản trị nhân lực tại Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hóa

Để thực hiện tốt công tác hoạch định nhân lực trước tiên phải làm tốt các khâu dự báo nhân lực. Việc dự báo này phải dựa vào các căn cứ: Mục tiêu; Phương hướng và kế hoạch hoạt động của cơ sở; Khối lượng công việc; Khả năng tài chính cho công tác nhân lực.

Sau khi đã xác định nhu cầu nhân lực cơ quan cần đánh giá, phân tích khả năng cung ứng nhân lực cho nhu cầu ấy, bao gồm cả bên trong lẫn bên ngoài. Cần xác định nhu cầu

trong tương lai bằng cách tiến hành dự báo nhu cầu nhân lực hiện có cũng như nhân lực sắp tuyển vào Cơ sở để áp dụng cho các mục tiêu sắp tới cũng như những kế hoạch dài hạn. Đối với mỗi khâu tuyển dụng nhân viên thì đòi hỏi người tuyển dụng phải thực hiện một cách nghiêm túc và chặt chẽ đối với mỗi người ứng tuyển.

Các thông tin chung về vị trí chức danh như tên, chức vụ, mã nhân viên, phòng ban, người quản lý trực tiếp và gián tiếp, ngày lập, hiệu lực cần được cập nhật và công bố rõ ràng. Trách nhiệm công việc của mỗi bộ phận cần phải được ghi rõ là làm công việc gì? làm như thế nào? Mục đích của công việc ra sao. Trình độ chuyên môn cũng như kiến thức và kỹ năng, kinh nghiệm theo yêu cầu. Đây không phải thâm niên và bằng cấp mà người lao động có mà là theo yêu cầu của công việc đòi hỏi người lao động phải có.

Cần phải xác định rõ các mục tiêu, chiến lược phát triển và đánh giá đúng thực trạng nhân lực của đơn vị trên các mặt về cơ cấu, số lượng, chất lượng và giao cho các phòng ban, bộ phận trong đơn vị xây dựng hoàn chỉnh kế hoạch chi tiết về quy hoạch nhân lực cả trong ngắn và dài hạn dựa trên nhu cầu sử dụng nhân lực thực tế của từng bộ phận.

Nội dung đào tạo phải theo ngành nghề và yêu cầu công việc, đào tạo phải đáp ứng tối đa nhu cầu phát triển của từng giai đoạn, lấy đào tạo làm trọng tâm, nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ, trao dồi kiến thức, tránh đào tạo dàn trải, lãng phí. Cần sắp xếp thời gian học tập và làm việc hợp lý để tạo điều kiện cho người lao động vừa có thể tham gia các khoá học hiệu quả nhưng vẫn đảm bảo hoàn thành các công việc của cá nhân mà đơn vị giao cho.

Cơ sở nên có chính sách khuyến khích việc tự đào tạo bằng cách hỗ trợ về thời gian và một khoản kinh phí nào đó cho người lao động để họ tự tìm các khoá học mà họ cảm thấy phù hợp với năng lực và cần thiết cho công việc của họ trong cơ quan, đồng thời có những ưu đãi đặc biệt cho những sáng kiến kinh nghiệm có tính ứng dụng cao giúp tăng năng suất, hiệu quả công việc trong đơn vị.

Đối với từng vị trí chức danh công việc trong đơn vị, Cơ sở cần có tiêu chuẩn rõ ràng và bản mô tả công việc một cách chi tiết để có thể xem xét từng đối tượng có phù hợp với từng vị trí công việc hay không và mức độ đáp ứng yêu cầu công việc như thế nào để có những giải pháp thiết thực nhất. Kết quả công việc của từng nhân viên phải được lưu và tổng hợp trong hồ sơ cá nhân để làm cơ sở đánh giá khách quan, chính xác mới kiểm tra được khả năng phát triển của mỗi người.

Điều chỉnh chính sách đãi ngộ nhân lực phù hợp, lương thu nhập tăng thêm trong cơ quan có thể xem xét và nâng lên cho người lao động để họ có thêm động lực cống hiến. Xây dựng hệ số công việc phải căn cứ vào kết quả của việc đánh giá giá trị công việc. Chế độ lương thu nhập tăng thêm cần phải đóng vai trò là thước đo đánh giá đúng năng lực, mức độ đóng góp của từng cá nhân cho cơ quan.

4. KẾT LUẬN

Con người luôn là tài sản và là nguồn lực quan trọng nhất đối với mọi tổ chức, và Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá cũng không phải là ngoại lệ. Do vậy, vấn đề hoàn thiện công tác quản trị nhân lực để nâng cao chất lượng nhân lực trong đơn vị đang là vấn đề cấp thiết đối với Cơ sở cai nghiện ma túy số 1 Thanh Hoá. Nhận thức được tầm quan trọng của công tác quản trị nhân lực trong Cơ sở điều trị nghiện ma túy. Qua nghiên cứu thực trạng công tác quản trị nhân lực của đơn vị từ năm 2019 đến năm 2021, nghiên cứu đã phân tích hạn chế, nguyên nhân và đề xuất các giải pháp góp phần hoàn thiện hơn công tác quản trị nhân sự tại cơ sở trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Trần Tuấn Anh (2014), Quản trị nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động của tổ chức, *Tạp chí Tài Chính*, Số 12..
- [2] Trần Xuân Cầu (2012), *Giáo trình Kinh tế nhân lực*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [3] Trần Kim Dung (2015), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nxb. Tổng Hợp Hồ Chí Minh, thành phố Hồ Chí Minh.
- [4] Nguyễn Văn Điềm (2014), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [5] Lê Thanh Hà (2009), *Giáo trình Quản trị nguồn nhân lực*, Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- [6] Phạm Minh Hạc (2001), *Nghiên cứu con người và nguồn nhân lực đi vào công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [7] Bùi Thị Mai, Phương Hữu Tùng, Nguyễn Đăng Quang (2012), Hoạt động quản trị nhân lực trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam, *Tạp chí Nghiên cứu Trao đổi*, kỳ 1 tháng 09/2012.
- [8] Nguyễn Ngọc Quân, Nguyễn Tấn Thịnh (2009), *Giáo trình Quản lý nguồn Nhân lực trong tổ chức*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội.
- [9] Vũ Ngọc Quân (2012), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [10] Đỗ Mai Thành (2014), Nâng cao hiệu quả quản trị trong các doanh nghiệp Nhà nước, *Tạp chí Cộng sản*, Số tháng 7.
- [11] Nguyễn Tiệp (2010), *Giáo trình nguồn nhân lực*, Nxb. Lao động - Xã hội, Hà Nội.

PERFECTING HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AT REHABILITATION CENTER NO.1

Nguyen Thi Loan, Nguyen Thi Huyen, Hoang Duy Xuyen

ABSTRACT

Human resources are the most valuable resources of the organization, good human resources will help businesses implement strategies effectively and achieve the set goals. Therefore, the research and improvement of human resource management in organizations is an urgent task. In this study, the author will use primary and secondary data combined with methods of synthesis, analysis and comparison to assess the current situation of human resource management, thereby proposing some solutions in order to improve the human resource management of Thanh Hoa No.1 Rehabilitation Center in the coming time.

Keywords: *Human resource management, drug addiction treatment Center.*

* Ngày nộp bài: 16/2/2022; Ngày gửi phản biện: 21/2/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

TỪ TƯ TƯỞNG HỒ CHÍ MINH VỀ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ ĐẾN QUAN ĐIỂM CỦA ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM

Mai Thị Lan¹

TÓM TẮT

Nhận thức đúng đắn, sâu sắc và đầy đủ được vai trò, vị trí quan trọng của khoa học và công nghệ trong sự nghiệp bảo vệ, xây dựng và phát triển đất nước, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã sớm có những định hướng đúng đắn về phát triển khoa học và công nghệ. Trong điều kiện đổi mới hiện nay, việc vận dụng tư tưởng của Người về khoa học và công nghệ có ý nghĩa to lớn. Bài viết trình bày tư tưởng Hồ Chí Minh về khoa học và công nghệ, quan điểm của Đảng Cộng sản Việt Nam về phát triển khoa học và công nghệ trong giai đoạn hiện nay.

Từ khóa: Khoa học, công nghệ, Hồ Chí Minh, tư tưởng, phát triển.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khoa học, kỹ thuật và công nghệ có vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế của mỗi quốc gia, dân tộc. Đặc biệt, trong điều kiện cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư hiện nay, khoa học và công nghệ đã được nhiều quốc gia quan tâm, thực hiện chiến lược phát triển khoa học và công nghệ một cách nhanh nhạy và quyết đoán. Đối với nước ta trong thời kỳ đổi mới, thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa, xác định “Khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo ngày càng trở thành nhân tố quyết định đối với năng lực cạnh tranh của mỗi quốc gia” [5; tr.208]. Do đó, việc vận dụng tư tưởng của Hồ Chí Minh - “kim chỉ nam” để Đảng Cộng sản Việt Nam xây dựng đường lối chiến lược phát triển khoa học và công nghệ nhằm phát triển kinh tế - xã hội ở nước ta hiện nay là vấn đề quan trọng và cần thiết.

2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

2.1. Tư tưởng Hồ Chí Minh về khoa học và công nghệ

2.1.1. Về vai trò của khoa học và công nghệ

Thứ nhất, khoa học và công nghệ bảo đảm cho chủ nghĩa xã hội thắng lợi

Theo Hồ Chí Minh, khoa học và công nghệ có vai trò quan trọng giúp con người làm chủ tự nhiên, xã hội và bản thân. Khoa học, kỹ thuật và công nghệ gắn bó chặt chẽ với việc xây dựng thành công chủ nghĩa xã hội. Bởi vì, muốn xây dựng được cuộc sống ấm no, tự do, hạnh phúc cho nhân dân, thì tất yếu phải xây dựng chủ nghĩa xã hội và muốn xây dựng chủ nghĩa xã hội, thì cần phải phát triển khoa học. Khoa học là động lực cho việc đẩy mạnh sự nghiệp xây dựng đất nước; chủ nghĩa xã hội là môi trường thuận lợi cho khoa học, kỹ thuật phát triển. Vì vậy, Người chỉ rõ: “Chúng ta đều biết rằng, trình độ khoa học, kỹ thuật

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

của ta hiện nay còn thấp kém. Lề lối sản xuất chưa được cải tiến nhiều. Cách thức làm việc còn nặng nhọc. Năng suất lao động còn thấp kém... Nhiệm vụ của khoa học là phải ra sức cải biến những cái đó... Khoa học phải từ sản xuất mà ra và phải trở lại phục vụ sản xuất, phục vụ quần chúng, nhằm *nâng cao năng suất lao động và không ngừng cải thiện đời sống của nhân dân*, bảo đảm cho chủ nghĩa xã hội thắng lợi” [10; tr.96].

Để tạo dựng một cơ sở khoa học vững chắc cho sự phát triển xã hội, chấm dứt dần lao động thủ công, chính C. Mác, Ph. Ăngghen và V.I. Lênin đều cho rằng cần phải xây dựng một nền đại công nghiệp cơ khí có khả năng sản xuất ra máy móc, vận dụng có hiệu quả tri thức khoa học vào sản xuất. Còn Hồ Chí Minh quan niệm: “Muốn có nhiều máy, thì phải mở mang các ngành công nghiệp làm ra máy, ra gang, thép, than, dầu... Đó là con đường phải đi của chúng ta, con đường *công nghiệp hóa nước nhà*” [8; tr.445]; “Chủ nghĩa xã hội cộng với khoa học, chắc chắn sẽ đưa loài người đến hạnh phúc vô tận...” [7; tr.354].

Thứ hai, khoa học và công nghệ là nhân tố quyết định và là căn cứ để xây dựng đường lối, chiến lược và kế hoạch phát triển kinh tế

Theo Hồ Chí Minh, phát triển khoa học, kỹ thuật và công nghệ quyết định khả năng cạnh tranh về kinh tế. Đối với các nước chậm phát triển, nền kinh tế lạc hậu, thì việc tiếp nhận khoa học, công nghệ từ bên ngoài và mở rộng mối quan hệ hợp tác là hết sức quan trọng. Trên thế giới, Nhật Bản là một nước điển hình về việc sử dụng thành quả của khoa học tiên tiến trên thế giới. Từ thực tế của nước Nhật, Người viết: “là phi lý nếu nghĩ rằng hai dân tộc láng giềng như dân tộc An Nam và dân tộc Nhật Bản lại có thể cứ tồn tại biệt lập đối với nhau. Nhưng người Nhật, nhờ ở chính phủ khôn khéo của họ, có các phương tiện rất đầy đủ, được trang bị tốt để tiến hành đấu tranh kinh tế; trong khi đó thì người An Nam - chúng tôi đã nói vì sao - lại hoàn toàn là con số không, xét về mặt tiến bộ hiện đại so với các nước láng giềng của họ” [6; tr.14]. Ở đây, Hồ Chí Minh đã chỉ rõ sự tương phản trong lĩnh vực kinh tế giữa dân tộc Nhật Bản với dân tộc An Nam, người Nhật với các phương tiện rất đầy đủ, được trang bị tốt, mà thực chất là đã thực hiện công nghiệp hóa; du nhập và học hỏi từ các nước phương Tây về khoa học - kỹ thuật hiện đại để mở rộng năng lực, khả năng sản xuất và tăng khả năng cạnh tranh về kinh tế.

Hồ Chí Minh đã xác định rõ việc hoạch định đường lối, chiến lược và kế hoạch phát triển kinh tế phải dựa trên những căn cứ khoa học và thực tiễn, tuyệt đối tránh chủ quan nóng vội, giáo điều, xa rời thực tế, gò ép phát triển kinh tế bất chấp cơ sở khoa học, quy luật khách quan. Người viết: “Phải nắm vững quy luật phát triển của cách mạng, phải tính toán cẩn thận những điều kiện cụ thể, những biện pháp cụ thể. Kế hoạch phải chắc chắn, cân đối. Chớ đem chủ quan của mình thay cho điều kiện thực tế... Phải xây dựng tác phong điều tra, nghiên cứu trong mọi công tác cũng như trong khi định ra mọi chính sách của Đảng và của Nhà nước” [9; tr.71]. Đây vừa là điều kiện cần, vừa là điều kiện đủ để các chính sách của Đảng và Nhà nước đi vào cuộc sống, được nhân dân đón nhận.

Thứ ba, khoa học và công nghệ phải liên kết chặt chẽ với sản xuất

Theo Chủ tịch Hồ Chí Minh, khoa học và công nghệ phải gắn kết chặt chẽ với sản xuất, là một yếu tố đầu vào quan trọng của sản xuất và hướng vào giải quyết các vấn đề phát

triển kinh tế của đất nước. Khoa học và công nghệ phục vụ sản xuất, đồng thời sản xuất là động lực thúc đẩy khoa học và công nghệ phát triển.

Xuất phát từ nền sản xuất ở nước ta còn manh mún, lạc hậu, tư liệu sản xuất thủ công là chính, nên Người cho rằng muốn tổ chức lại sản xuất thì tất nhiên phải cải tiến kỹ thuật và tổng kết những kinh nghiệm từ đời sống hoạt động kinh tế, đúc rút và nâng lên thành những luận thuyết khoa học, chuyển từ hoạt động tự phát sang hoạt động tự giác: “Có cải tiến kỹ thuật, cải tiến tổ chức lao động, mới có thể sản xuất nhiều, nhanh, tốt, rẻ. Nếu chỉ dựa vào sự quen tay hoặc nếu chỉ dồn thêm sức ra, kết quả thường là được mặt này mất mặt khác, được nhanh lại không tốt, được tốt lại không nhanh, không rẻ... mà mặt nào cũng bị hạn chế” [8; tr.527]. Người thường xuyên nhắc nhở muốn cải tiến kỹ thuật thì phải có tri thức, hiểu biết về khoa học, bởi lẽ kỹ thuật và khoa học có mối quan hệ chặt chẽ. Mỗi bước tiến của khoa học đều là cơ sở trực tiếp cho sự phát triển kỹ thuật và ngược lại.

2.1.2. Giải pháp phát triển khoa học và công nghệ

Một là, cần xây dựng đội ngũ nhân lực làm công tác khoa học

Theo Hồ Chí Minh: “cách mạng rất cần trí thức và chính ra chỉ có cách mạng mới biết trọng trí thức... trí thức không có bao giờ thừa, chỉ có thiếu trí thức thôi” [7; tr.33-36]. Người luôn quan tâm đến việc đoàn kết, tập hợp đội ngũ trí thức, trọng dụng nhân tài, tạo điều kiện tối đa cho trí thức phát huy tài năng, hiểu biết của mình phục vụ đất nước, phục vụ nhân dân. Vì vậy, đã có rất nhiều nhân sĩ, trí thức và các nhà khoa học tên tuổi như: Hồ Đắc Di, Tôn Thất Tùng, Tạ Quang Bửu, Trần Đại Nghĩa, Nguyễn Văn Tố, Phạm Ngọc Thạch, Đặng Văn Ngữ... đã tự nguyện từ bỏ cuộc sống êm ấm, giàu có để tham gia cách mạng, sẵn sàng chịu nhiều hi sinh, vượt qua khó khăn, gian khổ để nghiên cứu và có những thành tựu khoa học, kỹ thuật to lớn phục vụ kháng chiến.

Theo Hồ Chí Minh: “Muốn cải tiến kỹ thuật, phải biết kỹ thuật. Muốn cải tiến tổ chức lao động cũng phải biết phương pháp tổ chức và có kinh nghiệm tổ chức. Về mặt này và mặt kia, hiện nay chúng ta đều còn kém. Cho nên phải “học, học nữa, học mãi” như Lenin đã dạy” [8; tr.527]. Ở đây, Hồ Chí Minh đã chủ trương phát triển khoa học và công nghệ đi đôi với giáo dục và đào tạo. Bởi lẽ, muốn khoa học và công nghệ phát triển, thì đòi hỏi con người phải có trí tuệ, có trình độ văn hóa và tri thức nhất định để một mặt, đủ khả năng làm chủ được các phương tiện và quy trình kỹ thuật; mặt khác, có khả năng sáng tạo và có những phát minh mới. Hơn nữa, do tình hình trong nước và thế giới luôn biến đổi, kỹ thuật của thế giới ngày càng tiến bộ, song sự hiểu biết của con người có hạn. Vì vậy, muốn tiến bộ kịp sự biến đổi vô cùng vô tận, thì cán bộ, người lao động phải không ngừng nghiên cứu, học tập lý luận và kỹ thuật. Đồng thời, Hồ Chí Minh còn chủ trương mở rộng giao lưu, hợp tác với nước ngoài trong lĩnh vực khoa học, kỹ thuật. Hồ Chí Minh cũng đã sớm đề ra kế hoạch gửi các nhà trí thức trẻ ra nước ngoài học tập, tiếp thu khoa học, kỹ thuật, kinh nghiệm của các nước tiên tiến.

Hai là, cần phải phát huy sức mạnh của quần chúng nhân dân

Hồ Chí Minh đã khẳng định, quần chúng nhân dân có vai trò và tiềm năng to lớn, bởi nhân dân ta cần cù thông minh, luôn có sáng kiến trong sản xuất và sinh hoạt. Vì vậy, Người

luôn động viên, cổ vũ công nhân, nông dân thi đua phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật trong sản xuất. Người yêu cầu trách nhiệm của cán bộ lãnh đạo (từ bộ đến xí nghiệp và công trường) phải ra sức khuyến khích, xét duyệt, áp dụng, cải tiến và phổ biến rộng rãi những sáng kiến tốt trong thực tiễn. Ngoài ra, Hồ Chí Minh cũng yêu cầu các cán bộ khoa học phải bám sát để tổng kết những kinh nghiệm quý báu của nhân dân và phải chủ động, bồi dưỡng nâng cao năng lực khoa học cho họ; nâng cao trình độ văn hóa của người lao động; cán bộ khoa học “phải ra sức đem hiểu biết khoa học, kỹ thuật của mình truyền bá rộng rãi trong nhân dân lao động, để nhân dân đầy mạnh thi đua sản xuất nhiều, nhanh, tốt, rẻ...” [10; tr.97]. Hồ Chí Minh đã khẳng định khoa học và công nghệ có vai trò quan trọng và liên quan rộng rãi đến nhiều lĩnh vực, nên cần phải có sự tham gia phối hợp của nhiều ngành, nhiều người, có như vậy mới nâng cao năng suất lao động, tạo ra của cải vật chất để xây dựng chủ nghĩa xã hội.

2.2. Sự vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về khoa học và công nghệ của Đảng trong giai đoạn hiện nay

Quán triệt quan điểm của Chủ tịch Hồ Chí Minh về vai trò và các giải pháp phát triển khoa học và công nghệ để phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, Đảng và Nhà nước ta luôn quan tâm phát triển khoa học và công nghệ, coi phát triển khoa học và công nghệ là quốc sách hàng đầu, giữ vai trò then chốt trong sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Ngay từ trước Đại hội VI, Đảng đã xác định cách mạng khoa học - kỹ thuật là then chốt trong ba cuộc cách mạng của thời kỳ khôi phục và kiến thiết đất nước sau thống nhất. Đại hội VI (1986) đã coi khoa học và công nghệ là động lực thúc đẩy phát triển kinh tế và xã hội. Đến Đại hội VIII của Đảng (năm 1996) đã khẳng định: “Ngày nay, công nghiệp hóa luôn gắn liền với hiện đại hóa, với việc ứng dụng rộng rãi những thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến của thời đại. Khoa học và công nghệ trở thành nền tảng cho công nghiệp hóa, hiện đại hóa” [1; tr.21]. Tại các Đại hội IX, X, XI của Đảng đều xác định công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước phải bằng và dựa vào khoa học - công nghệ; khoa học - công nghệ là nội dung then chốt trong mọi hoạt động của tất cả các ngành, các cấp, là nhân tố chủ yếu thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và củng cố an ninh quốc phòng; phát triển khoa học và công nghệ gắn liền với bảo vệ và cải thiện môi trường sinh thái, bảo đảm phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững, góp phần tăng nhanh năng suất, chất lượng, hiệu quả và nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế.

Đánh giá thành tựu phát triển kinh tế - xã hội sau hơn 30 năm thực hiện đường lối đổi mới và 5 năm thực hiện Nghị quyết Đại hội lần thứ XI (2011 - 2015), Đảng Cộng sản Việt Nam đã nhấn mạnh vai trò to lớn của khoa học và công nghệ đối với sự phát triển kinh tế - xã hội đất nước: “Trong những năm qua, khoa học, công nghệ đã có đóng góp tích cực cho phát triển kinh tế - xã hội trên tất cả các lĩnh vực. Khoa học xã hội và nhân văn góp phần quan trọng trong việc cung cấp luận cứ khoa học cho việc hoạch định đường lối, chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước.... Một số ngành khoa học, công nghệ mũi nhọn đã đóng góp tích cực trong phát triển kinh tế - xã hội và tăng cường quốc phòng, an ninh” [4; tr.118]. Đại hội lần thứ XII của Đảng tiếp tục khẳng định: “Phát triển mạnh mẽ khoa học, công nghệ, làm cho khoa học, công nghệ thực sự là quốc sách hàng đầu, là động lực quan trọng nhất để phát triển lực lượng sản xuất hiện đại, kinh tế tri thức, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả

và sức cạnh tranh của nền kinh tế; bảo vệ môi trường, bảo đảm quốc phòng, an ninh” [4; tr.27]. Đặc biệt, đánh giá 30 năm thực hiện Cương lĩnh năm 1991; 10 năm thực hiện Cương lĩnh bổ sung, phát triển năm 2011 và Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 - 2020; đề ra phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2021 - 2025, xác định mục tiêu, phương hướng đến năm 2030 và tầm nhìn phát triển đất nước đến năm 2045, Đại hội XIII của Đảng khẳng định: “Khoa học và công nghệ từng bước khẳng định vai trò động lực trong phát triển kinh tế - xã hội. Tiềm lực khoa học và công nghệ của đất nước được tăng cường. Khoa học tự nhiên, khoa học kỹ thuật và công nghệ đã đóng góp tích cực hơn trong việc nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, bảo vệ môi trường, sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, thích ứng với biến đổi khí hậu, bảo vệ và chăm sóc sức khỏe của nhân dân, bảo đảm quốc phòng, an ninh, trật tự và an toàn xã hội. Khoa học xã hội và nhân văn, khoa học lý luận chính trị góp phần tích cực cung cấp luận cứ cho việc xây dựng đường lối, chính sách, bảo vệ, phát triển nền tảng tư tưởng của Đảng; xây dựng, phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội, con người Việt Nam và bảo vệ Tổ quốc” [5; tr.64].

Như vậy, các chủ trương, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước về khoa học và công nghệ trong thời kỳ đổi mới đều hướng tới mục tiêu chính phát triển khoa học và công nghệ là quốc sách hàng đầu, là động lực quan trọng nhất để phát triển và tăng sức cạnh tranh của nền kinh tế. Tuy nhiên, trên thực tế, khoa học và công nghệ chưa thực hiện đầy đủ vai trò thực sự là “quốc sách hàng đầu”, là “động lực quan trọng nhất để phát triển lực lượng sản xuất hiện đại và công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước”. Việc ứng dụng khoa học, công nghệ trong các lĩnh vực chưa được tiến hành đồng bộ, ngân sách đầu tư cho hoạt động nghiên cứu khoa học và công nghệ còn thấp, hiệu quả chưa cao. Đại hội XIII của Đảng đã chỉ rõ thêm: “Việc tổ chức thực hiện các chủ trương, chính sách về phát triển và ứng dụng khoa học và công nghệ còn hạn chế, thiếu thể chế về tài chính, chuyển giao ứng dụng, phát triển khoa học và công nghệ, nhất là công nghệ cao... Đầu tư cho khoa học và công nghệ còn thấp, hiệu quả chưa cao, năng lực sáng tạo của các nhà khoa học chưa được phát huy; chưa gắn kết chặt chẽ giữa khoa học tự nhiên, khoa học - công nghệ và khoa học xã hội - nhân văn, khoa học lý luận chính trị để phục vụ phát triển nhanh và bền vững đất nước” [5; tr.83-84].

Từ thực tế đó, việc vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về phát triển khoa học, kỹ thuật và công nghệ ở nước ta hiện nay là điều cần thiết. Để thực hiện được điều này cần quan tâm tới một số giải pháp sau:

Thứ nhất, tiếp tục đổi mới, hoàn thiện cơ chế, chính sách, pháp luật về khoa học và công nghệ. Tạo lập và vận hành chính sách phát triển thị trường khoa học công nghệ, đồng thời, ban hành chính sách tài chính nhằm tạo điều kiện thuận lợi và khuyến khích các thành phần kinh tế ngoài nhà nước tham gia đóng góp các nguồn tài chính cho phát triển thị trường khoa học - công nghệ. Đổi mới cách thức đánh giá, nghiệm thu kết quả nghiên cứu khoa học; giảm bớt tối đa thủ tục hành chính trong hoạt động khoa học - công nghệ.

Thứ hai, quan tâm đào tạo, bồi dưỡng, thu hút, trọng dụng và đãi ngộ đội ngũ cán bộ khoa học, nhất là chuyên gia đầu ngành, nhân tài trong lĩnh vực khoa học. Có chính sách ưu đãi đối với đội ngũ trí thức, doanh nhân làm việc ở vùng khó khăn, trí thức là người dân tộc thiểu số, người khuyết tật. Khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi để đội ngũ các nhà khoa

học người Việt Nam ở nước ngoài chuyên giao về nước những tri thức khoa học và công nghệ tiên tiến. Đồng thời, đào tạo, bồi dưỡng nâng cao kỹ năng, trình độ ứng dụng những thành tựu khoa học và công nghệ mới vào sản xuất và đời sống cho người lao động. Hỗ trợ, khuyến khích các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp đầu tư nghiên cứu phát triển, chuyên giao, ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ. Tăng cường thực thi việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, quyền kiểu dáng công nghiệp nhằm bảo đảm lợi ích của trí thức, doanh nhân khi chuyên giao phát minh, sáng chế.

Thứ ba, đẩy mạnh công tác nghiên cứu khoa học và thực hiện xã hội hóa lĩnh vực khoa học và công nghệ. Thực hiện tốt dân chủ trong nghiên cứu khoa học, tạo điều kiện, môi trường cho cạnh tranh bình đẳng trong lĩnh vực này. Đồng thời, tiếp tục đổi mới công tác lý luận trong lĩnh vực khoa học và công nghệ, đảm bảo có hệ thống đối với những vấn đề mang tính chiến lược và dự báo, làm cơ sở cho việc hoạch định chiến lược, chính sách phát triển khoa học và công nghệ của Chính phủ.

Thứ tư, căn cứ đặc điểm và tình hình của đất nước, nhất là trong điều kiện dịch bệnh Covid-19 hiện nay cần đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng khoa học, công nghệ phục vụ các chương trình, kế hoạch phát triển kinh tế, xã hội, đặc biệt là trong những ngành, những lĩnh vực then chốt, mũi nhọn. Quan tâm phát triển các lĩnh vực khoa học cơ bản nhằm nâng nhanh tiềm lực và vị thế của khoa học và công nghệ của nước ta trên trường quốc tế, nhất là những lĩnh vực nước ta có tiềm năng, lợi thế, tập trung vào 04 lĩnh vực ưu tiên nghiên cứu, phát triển và ứng dụng để chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư được xác định tại Quyết định số 2117/QĐ-TTg ngày 16/12/2020 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành Danh mục công nghệ ưu tiên nghiên cứu, phát triển và ứng dụng để chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Thứ năm, thúc đẩy và tạo điều kiện về cơ chế, chính sách, nhất là cơ chế tài chính cho việc liên doanh, liên kết giữa Nhà nước, doanh nghiệp, nhà khoa học và nhà nông nhằm ứng dụng có hiệu quả khoa học và công nghệ vào quá trình sản xuất. Đồng thời, cần coi trọng công tác tuyên truyền, phổ biến để người dân nhận thức, hiểu sâu sắc về khoa học và công nghệ cũng như việc ứng dụng nó trong thực tiễn sản xuất và đời sống.

3. KẾT LUẬN

Hiện nay, cuộc cách mạng khoa học lần thứ tư diễn ra mạnh mẽ, tác động sâu sắc đến sự phát triển của mọi quốc gia, dân tộc, trong đó có nước ta. Vì vậy, việc nghiên cứu tư tưởng của Hồ Chí Minh về khoa học và công nghệ càng có ý nghĩa quan trọng. Chúng ta không chỉ tìm thấy trong kho tàng tư tưởng của Hồ Chí Minh những gợi ý để tháo gỡ các vướng mắc cụ thể về động lực đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của khoa học và công nghệ; mối quan hệ giữa nghiên cứu khoa học và sản xuất, phát triển nguồn lực khoa học và công nghệ..., mà còn học được từ đó phương pháp luận giải quyết vấn đề của Người. Việc kế thừa và phát triển, đi tắt, đón đầu về khoa học và công nghệ, dựa trên việc phát huy trí tuệ của con người Việt Nam là một trong những nội dung lớn của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở nước ta hiện nay theo tư tưởng Hồ Chí Minh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đảng Cộng sản Việt Nam (1996), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VIII*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [2] Đảng Cộng sản Việt Nam (2001), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [3] Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [4] Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Văn phòng Trung ương Đảng, Hà Nội
- [5] Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, tập 1, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [6] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 1, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [7] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 11, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [8] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 12, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội
- [9] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 13, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [10] Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, tập 14, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
- [11] Công Thị Phương Nga (2010), Tư tưởng Hồ Chí Minh về vai trò của khoa học và công nghệ trong quá trình phát triển đất nước, *Tạp chí Phát triển nhân lực*, số 3 (19).
- [12] Tạ Quang Trung (2021), Đẩy mạnh phát triển khoa học và công nghệ theo tinh thần Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng, *Tạp chí Tổ chức Nhà nước*, số 2.

**FROM HO CHI MINH' THOUGHT ON SCIENCE, ENGINEERING
AND TECHNOLOGY TO THE VIEW OF THE
COMMUNIST PARTY OF VIETNAM**

Mai Thi Lan

ABSTRACT

Being deeply and fully aware of the important role of science, engineering and technology in the career of national defense, construction and development, President Ho Chi Minh had the right orientation on the developing of science, engineering and technology. In current conditions of renovation, the application of Ho Chi Minh's thought in science, engineering and technology is of great significance. The article presents Ho Chi Minh's thought on science, engineering and technology and the view of The Communist Party of Vietnam on science and technology development.

Keywords: *Science, technology, Ho Chi Minh, thought, development.*

* Ngày nộp bài: 12/10/2021; Ngày gửi phản biện: 12/10/2021; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

Lê Thị Thùy Linh¹

TÓM TẮT

Thanh Hóa là một trong những tỉnh, thành phố sớm ứng dụng công nghệ thông tin và đầu tư hạ tầng thương mại điện tử phục vụ sản xuất, kinh doanh, kết nối cung cầu các sản phẩm hàng hóa. Từ đó trở thành kênh tiện lợi cho người mua, người bán trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0. Thương mại điện tử thực sự đã mang lại lợi ích không nhỏ cho doanh nghiệp và nền kinh tế địa phương, tuy nhiên thời gian qua việc phát triển thương mại điện tử trên địa bàn Tỉnh vẫn còn một số khó khăn bất cập.

Trong phạm vi bài viết, trên cơ sở khái quát thực trạng phát triển thương mại điện tử tỉnh Thanh Hóa, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác này tại địa phương trong thời gian tới.

Từ khóa: *Thương mại điện tử, công nghệ thông tin, doanh nghiệp.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Công nghệ thông tin và thương mại điện tử (TMĐT) đã được ứng dụng rộng rãi vào đời sống xã hội nói chung và doanh nghiệp nói riêng. Đối với doanh nghiệp, thương mại điện tử góp phần hình thành những mô hình kinh doanh mới, tăng doanh thu, giảm chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh và mở ra một thị trường rộng lớn với mọi đối tượng khách hàng trong và ngoài nước. Đối với người tiêu dùng, thương mại điện tử giúp người mua chỉ ngồi tại nhà mà vẫn có thể lựa chọn hàng hóa, dịch vụ trên các thị trường ở mọi nơi trên thế giới bằng một vài động tác kích chuột. Thương mại điện tử là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển kinh tế, là nhân tố chính đẩy nhanh quá trình quốc tế hóa đời sống kinh tế thế giới. Thương mại điện tử đã làm cho hoạt động thương mại của các doanh nghiệp vượt ra khỏi phạm vi quốc gia và trở thành hoạt động mang tính toàn cầu.

Thời gian qua việc ứng dụng TMĐT tại các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đã mang lại lợi ích không nhỏ cho doanh nghiệp và nền kinh tế địa phương. Tuy nhiên nhiều doanh nghiệp vẫn đứng trước những khó khăn về nguồn vốn, nguồn nhân lực, cơ sở pháp lý để triển khai TMĐT. Những hiểu biết hạn chế về lợi ích của TMĐT cũng như tâm lý e ngại, chưa chủ động trong việc thay đổi hướng kinh doanh... đã phần nào cản trở đến việc ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp. Vì vậy, nghiên cứu thực trạng TMĐT trong các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa thật sự cần thiết, giúp các doanh nghiệp có những quyết định phù hợp để ứng dụng TMĐT, đồng thời, giúp cho các nhà quản lý có những giải pháp tích cực nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp phát triển TMĐT một cách hiệu quả hơn.

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

Bằng việc sử dụng các thông tin được thu thập, tổng hợp trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước đây, các tài liệu về quy hoạch phát triển phát triển TMĐT của UBND tỉnh, Bộ Công thương trong giai đoạn 2020 - 2025, các kết quả nghiên cứu mới về chiến lược phát triển, quy hoạch phát triển của các Bộ ngành có liên quan và tiến hành khảo sát 300 người tiêu dùng về 5 mức độ hài lòng khi ứng dụng TMĐT vào mua sắm trực tuyến, so sánh 7 nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm trực tuyến của họ. Ngoài ra, tác giả cũng thực hiện phỏng vấn một số cán bộ đã tham gia xây dựng quy hoạch phát triển TMĐT của tỉnh, một số giảng viên đã tiến hành tham gia đào tạo ứng dụng TMĐT cho doanh nghiệp và các cơ quan hành chính sự nghiệp trên địa bàn tỉnh, một số lãnh đạo doanh nghiệp đã và đang ứng dụng TMĐT cho hoạt động sản xuất kinh doanh tại doanh nghiệp mình.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Theo Liên minh châu Âu, TMĐT bao gồm các giao dịch thương mại thông qua các mạng viễn thông và sử dụng các phương tiện điện tử, bao gồm TMĐT gián tiếp (trao đổi hàng hóa hữu hình) và TMĐT trực tiếp (trao đổi hàng hóa vô hình). TMĐT cũng được hiểu là hoạt động kinh doanh điện tử, bao gồm: Mua bán điện tử hàng hóa, dịch vụ, giao hàng trực tuyến trên mạng với các nội dung số hóa được; hợp tác thiết kế và sản xuất; vận đơn điện tử - E/B/L; tìm kiếm các nguồn lực trực tuyến; marketing trực tiếp, dịch vụ khách hàng sau khi bán...

Theo Tổ chức Thương mại Thế giới: “TMĐT bao gồm việc sản xuất, quảng cáo, bán hàng và phân phối sản phẩm được mua bán và thanh toán trên mạng internet, nhưng được giao nhận có thể hữu hình hoặc giao nhận qua internet dưới dạng số hoá”.

So với thương mại truyền thống, TMĐT có một số điểm khác biệt cơ bản sau: Các bên tiến hành giao dịch trong TMĐT không tiếp xúc trực tiếp với nhau và không đòi hỏi phải biết nhau từ trước; Các giao dịch thương mại truyền thống được thực hiện với sự tồn tại của khái niệm biên giới quốc gia, còn TMĐT được thực hiện trong một thị trường không có biên giới (thị trường thống nhất toàn cầu); Trong hoạt động giao dịch TMĐT đều có sự tham gia của ít nhất 3 chủ thể, trong đó có một bên không thể thiếu được là người cung cấp dịch vụ mạng, các cơ quan chứng thực. Thông thường nền tảng ứng dụng TMĐT gồm: Thư điện tử, trang thông tin điện tử, mạng xã hội, kênh di động, các ứng dụng cho thiết bị di động, kênh truyền hình.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

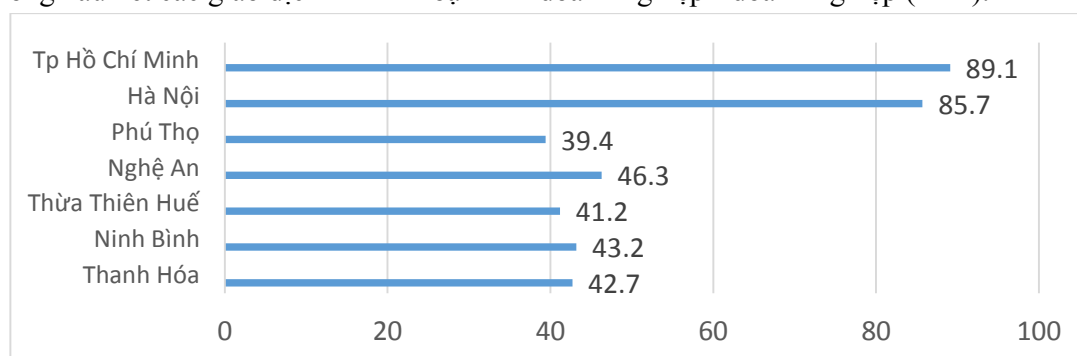
3.1. Thực trạng về phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

3.1.1. Hạ tầng cho phát triển thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

Đề án “Phát triển thương mại điện tử hỗ trợ kết nối cung cầu hàng hóa tỉnh Thanh Hóa” của UBND tỉnh Thanh Hóa đã chỉ rõ: Hạ tầng bưu chính, viễn thông và công nghệ thông tin trên địa bàn tỉnh đã được đầu tư nâng cấp, mở rộng với công nghệ hiện đại, độ bao phủ rộng, thông lượng lớn, chất lượng cao và khá đồng bộ với cơ sở hạ tầng kỹ thuật chung. Toàn mạng hiện có hơn 25.000 km cáp ngoại vi, 508 trạm viễn thông cố định và hơn 7.600 trạm thu, phát sóng thông tin di động; cung cấp dịch vụ viễn thông, công nghệ thông tin tới 97% dân cư của

tỉnh; công nghệ viễn thông hiện đại được ứng dụng rộng rãi như truy nhập internet băng rộng cáp quang, di động băng rộng 3G, 4G và đang chuẩn bị triển khai dịch vụ 5G sẵn sàng, đáp ứng tốt cho nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội; 100% các sở, ban, ngành, UBND cấp huyện, cấp xã đã có hệ thống mạng LAN và kết nối internet tốc độ cao; 97% cán bộ, công chức từ cấp tỉnh, cấp huyện đến cấp xã được trang bị máy tính kết nối internet.

Hệ thống viễn thông internet của tỉnh đảm bảo triển khai tốt các ứng dụng về thanh toán điện tử. Các hình thức thanh toán điện tử phổ biến gồm: Thanh toán thông qua thẻ (POS, ATM...), thanh toán trên internet (thông qua tài khoản mở tại ngân hàng); thanh toán trực tiếp qua điện thoại di động... Các tiêu chuẩn trao đổi thông điệp dữ liệu được sử dụng trong hầu hết các giao dịch TMĐT loại hình doanh nghiệp - doanh nghiệp (B2B).



Biểu đồ 1. Chỉ số TMĐT của Thanh Hóa so với một số tỉnh trong cả nước

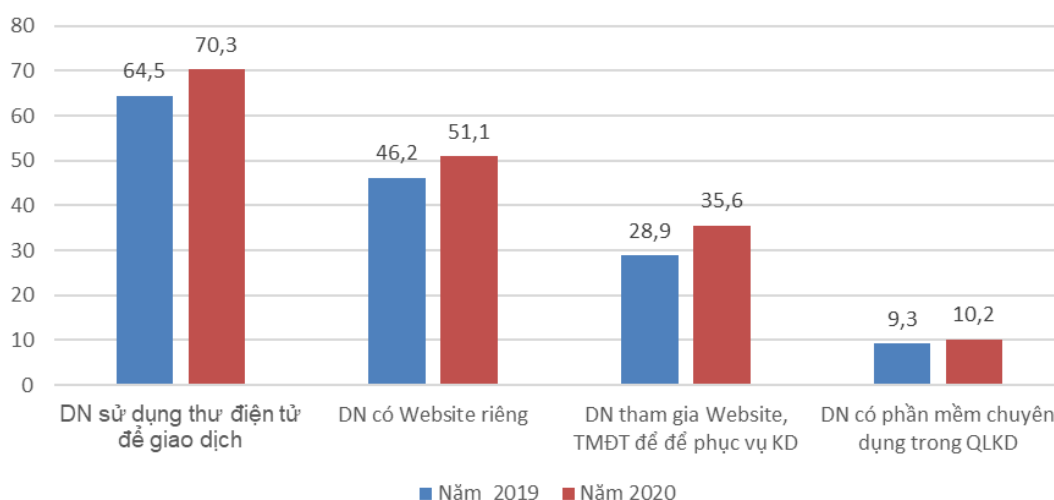
Nguồn: Báo cáo chỉ số TMĐT 2020

So sánh ở mức trung bình với 1 số tỉnh có GRDP bình quân đầu người tương đương như Thừa Thiên Huế, Nghệ An, Phú Thọ, chỉ số TMĐT của Thanh Hóa nằm trong khoảng trung bình (42,7 điểm); tuy nhiên có khoảng cách khá xa so với những thành phố lớn như thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Có thể thấy quy mô thị trường TMĐT hiện nay vẫn tập trung vào các trung tâm kinh tế lớn nhất cả nước là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Thu hẹp khoảng cách này là một thử thách lớn đối với TMĐT Thanh Hóa.

Việc tập trung nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nắm chắc kỹ năng kinh doanh trực tuyến của các doanh nghiệp nhỏ và vừa có ý nghĩa quyết định tới sự phát triển TMĐT của Thanh Hóa trong thời gian tới.

3.1.2. Thực trạng về ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp

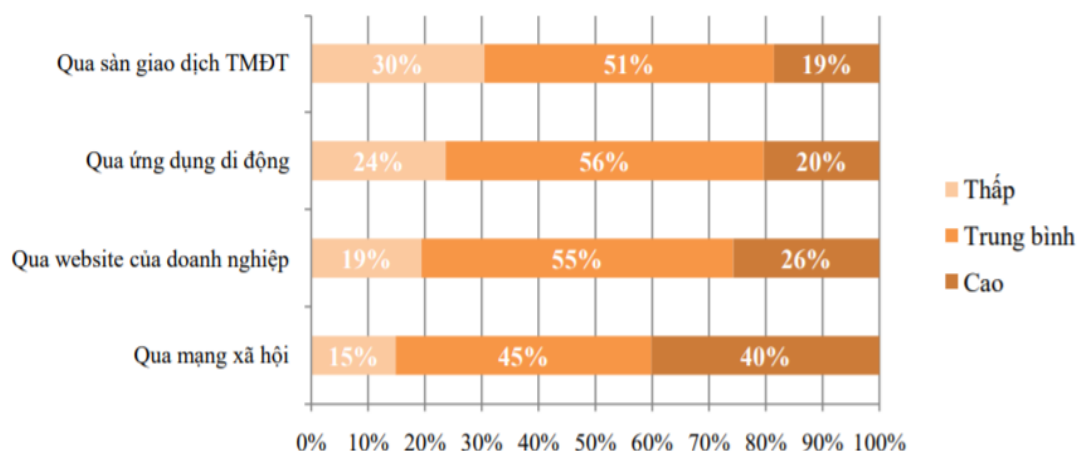
Dựa theo báo cáo thống kê của Sở Công Thương Thanh Hóa: Đến năm 2020 các tiêu chuẩn trao đổi, thu thập dữ liệu được ứng dụng trong hầu hết các giao dịch TMĐT, loại hình doanh nghiệp - doanh nghiệp (B2B). Đã có 70,3% doanh nghiệp trên địa bàn sử dụng thư điện tử trong giao dịch và trao đổi thông tin; 51,1% doanh nghiệp có website riêng, cập nhật định kỳ thông tin hoạt động và quảng bá sản phẩm; 35,6% doanh nghiệp tham gia website, TMĐT để mua bán các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp; 10,2% doanh nghiệp ứng dụng phần mềm chuyên dụng trong hoạt động quản lý và kinh doanh.



Biểu đồ 2. Dữ liệu về Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Thanh Hóa bước đầu hình thành các tiện ích hỗ trợ người tiêu dùng tham gia TMĐT loại hình doanh nghiệp với người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh, trong đó: 70% các siêu thị, trung tâm mua sắm và cơ sở phân phối hiện đại cho phép người tiêu dùng thanh toán bằng thẻ thanh toán và thanh toán qua phương tiện điện tử; 50% các đơn vị cung cấp dịch vụ điện, nước, viễn thông, truyền thông trên địa bàn tỉnh chấp nhận thanh toán phí dịch vụ của các hộ gia đình qua phương tiện điện tử; 20% cơ sở kinh doanh trong các lĩnh vực thương mại dịch vụ như vận tải, văn hoá, thể thao và du lịch phát triển các kênh giao dịch điện tử phục vụ người tiêu dùng.



Biểu đồ 3. Đánh giá hiệu quả ứng dụng thương mại điện tử vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

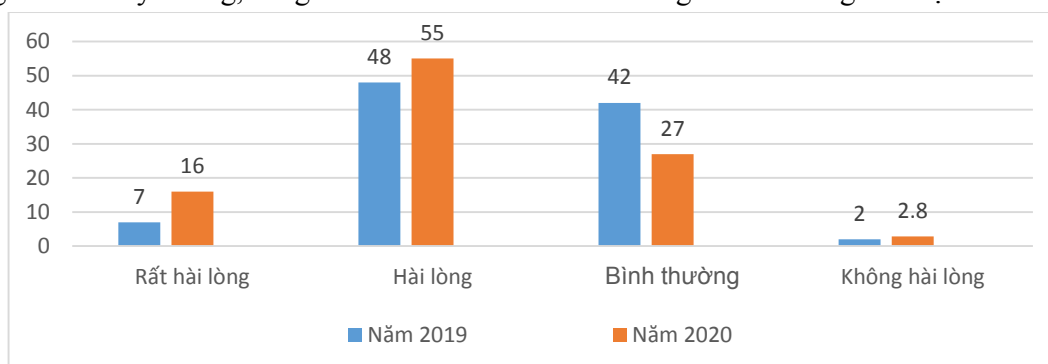
Nguồn: Khảo sát của tác giả

Qua kết quả khảo sát có thể thấy doanh nghiệp đang ngày càng quan tâm tới việc áp dụng TMĐT để nâng cao hiệu quả kinh doanh, thể hiện ở chỗ ngoài Website doanh nghiệp

còn ứng dụng tiếp cận khách hàng qua các sàn giao dịch TMĐT, qua ứng dụng di động, qua Website, qua mạng xã hội... Tuy nhiên, cách tiếp cận đến khách hàng qua kênh Website, một phương thức được xem là ra đời sớm nhất lại chỉ được đánh giá hiệu quả ở mức độ trung bình (55%), trong khi đó mạng xã hội lại là kênh bán hàng hiệu quả nhất hiện nay (40% doanh nghiệp đánh giá hiệu quả mức độ cao).

3.1.3. Sự hài lòng của người dân khi ứng dụng thương mại điện tử trong mua sắm trực tuyến

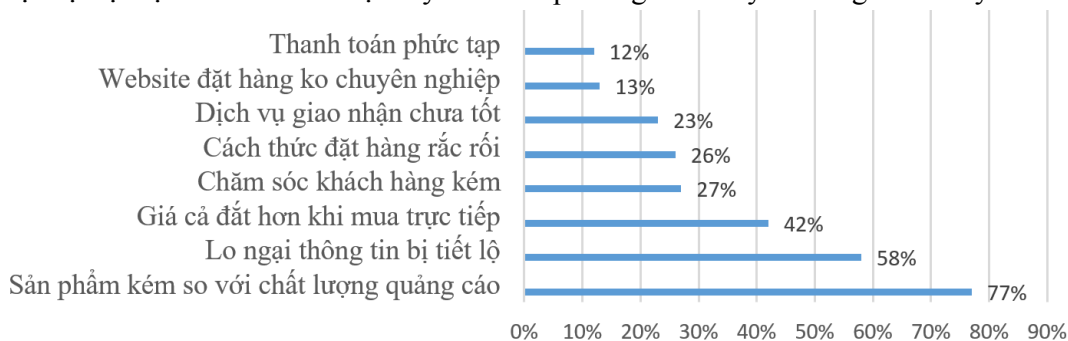
Để hiểu rõ hơn về việc áp dụng TMĐT có thực sự hiệu quả và nâng cao tiện ích cho người dân hay không, tác giả đã tiến hành khảo sát 300 người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh.



Biểu đồ 4. Sự hài lòng của người dân khi ứng dụng TMĐT trong mua sắm trực tuyến

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Có thể thấy trong năm 2020 tỷ lệ người dân hài lòng với hình thức mua sắm trực tuyến là khá cao (55%) so với tỷ lệ không hài lòng chỉ chiếm 2,8%. Người dân ngày một nhận thức được sự tiện lợi khi mua sắm trực tuyến so với phương thức truyền thống trước đây.



Biểu đồ 5. Các trở ngại khi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Mặc dù tỷ lệ người tiêu dùng hài lòng với mua sắm trực tuyến là khá cao, tuy nhiên sản phẩm họ vẫn có nhiều quan ngại khi quyết định mua hàng của doanh nghiệp. Đầu tiên phải kể đến đó là sản phẩm kém so với chất lượng quảng cáo (77%) và sự lo ngại gặp rủi ro về thông tin cá nhân bị tiết lộ. Trong khi đó vấn đề thanh toán và đặt hàng những năm gần đây không còn là trở ngại lớn, đa phần người dân ngày một nâng cao hiểu biết về hình thức đặt hàng và thanh toán mà các doanh nghiệp đang áp dụng.

3.2. Đề xuất giải pháp

Thứ nhất, hoàn thiện các cơ chế, chính sách; xây dựng, phát triển các hệ thống hạ tầng TMĐT. Thường xuyên rà soát khung pháp lý, chính sách về TMĐT để kịp thời đề xuất hoàn thiện khung pháp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp vận hành nền tảng công nghệ phát triển các mô hình, giải pháp và dịch vụ thương mại điện tử dựa trên ứng dụng công nghệ tiên tiến, đảm bảo đối xử bình đẳng giữa mô hình kinh doanh truyền thống với mô hình kinh doanh ứng dụng công nghệ.

Thứ hai, cần tập trung xây dựng kết cấu hạ tầng TMĐT nhằm phục vụ thúc đẩy hoạt động TMĐT trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa phát triển phù hợp với xu thế và tình hình mới; đầu tư hoàn thiện hạ tầng dịch vụ chuyển phát và hạ tầng logistics trong TMĐT, từ đó sẽ giúp thông suốt các quy trình phân phối, xuất khẩu hàng hóa, tiết kiệm chi phí, thời gian và nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng hóa và cho doanh nghiệp. Hoàn thiện về mặt hạ tầng thanh toán, tăng cường phát triển các tiện ích thanh toán trên nền tảng di động, ví điện tử, mã QR code, NFC, POS... từng bước thay đổi nhận thức và thói quen người tiêu dùng đối với việc thanh toán không dùng tiền mặt.

Thứ ba, phát triển nguồn nhân lực về TMĐT: Cần tổ chức nhiều khóa đào tạo ngắn hạn, các lớp tập huấn, các hội thảo, chuyên đề ở nhiều cấp khác nhau, nhiều địa phương khác nhau nhằm phổ biến cho mọi người dân, mọi đối tượng và mọi thành phần kinh tế những kiến thức cơ bản nhất về internet/website và TMĐT. Tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức về TMĐT nhằm mục đích giúp doanh nghiệp, người tiêu dùng trên địa bàn tỉnh hiểu biết được vai trò, lợi ích của TMĐT, nắm bắt các kỹ năng thực hiện hoạt động TMĐT, tuân thủ đúng quy định của pháp luật về TMĐT.

Thứ tư, ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp cần khuyến khích ứng dụng rộng rãi các hình thức thanh toán TMĐT giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, giữa doanh nghiệp với khách hàng, giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý nhà nước, giữa các cá nhân với nhau. Mua bán trực tuyến dần trở thành hình thức phổ biến của người tiêu dùng và đơn vị doanh nghiệp, góp phần nâng cao sự hài lòng của khách hàng với các dịch vụ TMĐT.

4. KẾT LUẬN

Bài nghiên cứu đã phân tích và đánh giá thực trạng phát triển thương mại điện tử trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa dựa vào góc nhìn từ phía doanh nghiệp và cả người tiêu dùng bao gồm: Thực trạng hạ tầng phát triển TMĐT, thực trạng ứng dụng TMĐT và sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm trực tuyến. Từ đó tác giả đưa ra nhóm giải pháp liên quan đến việc hoàn thiện cơ chế chính sách phát triển hạ tầng TMĐT, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực TMĐT, khuyến khích ứng dụng TMĐT và nâng cao sự hài lòng của người tiêu dùng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương (2019), *Báo cáo chỉ số thương mại điện tử 2019*.
- [2] Chính phủ (2013), *Về thương mại điện tử số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013*.

- [3] Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (2013), Báo cáo chỉ số thương mại điện tử 2020 Kenneth Laudon, Carol Traver, *E-commerce 2014: Business, Technology, Society*.
- [4] Trần Văn Hòe (2017), *Giáo trình thương mại điện tử*, Nxb. Đại học Kinh Tế Quốc dân, Hà Nội.
- [5] Sở Công Thương Thanh Hóa (2018), *Tờ trình về việc phê duyệt Đề án Phát triển thương mại điện tử hỗ trợ kết nối cung cầu hàng hóa tỉnh Thanh Hóa*, số 172/TTr-SCT ngày 13/02/2018.
- [6] Thủ tướng chính phủ (2016), *Quyết định số 1563/QĐ-TTg ngày 8/8/2016 Phê duyệt kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2016 - 2020*.
- [7] UBND Tỉnh Thanh Hóa (2018), *Quyết định Phê duyệt Đề án Phát triển thương mại điện tử hỗ trợ kết nối cung cầu hàng hóa tỉnh Thanh Hóa số 932/QĐ-UBND ngày 15/3/2018*.
- [8] UBND tỉnh Thanh Hóa (2017), *Quyết định của về việc ban hành Kế hoạch phát triển thương mại điện tử tỉnh Thanh Hóa đến năm 2020; số 371/QĐ-UBND ngày 06/02/2017*.
- [9] Emarketer (2016), *Worldwide retail ecommerce sales: emarketer's updated estimates and forecast through 2019*.

E-COMMERCE DEVELOPMENT IN THANH HOA PROVINCE

Le Thi Thuy Linh

Thanh Hoa is one of the provinces which has applied Information Technology (IT) early and invested in E-commerce infrastructure for production and business, in order to connect products' supply and demand. It has since become a convenient channel for buyers and sellers in the Industrial Revolution 4.0 period. E-commerce has really brought many benefits to businesses and the local economy, however the application of E-commerce in the province still has some shortcomings.

This paper presents and analyzes the real situation of E-commerce development in Thanh Hoa province, thereby proposing some solutions to enhance the management efficiency in the coming time.

Keywords: *E-commerce, information technology, businesses.*

* Ngày nộp bài: 26/4/2021; Ngày gửi phản biện: 6/5/2021; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2021-06 của Trường Đại học Hồng Đức

GIẢI PHÁP TẠO ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI VIỆN NÔNG NGHIỆP THANH HÓA

Lại Đức Lộc¹, Lê Hoàng Bá Huyền²

Bất kì hoạt động nào của con người cũng được thúc đẩy bởi một hoặc một số động cơ nào đó. Một số cá nhân làm việc tích cực để có thu nhập cao, số khác muốn có được sự thừa nhận của mọi người, số khác nữa đơn giản vì đam mê của bản thân. Các động cơ này còn được gọi là động lực. Không có động lực con người sẽ không hoạt động. Do vậy, muốn thúc đẩy cá nhân hoạt động cần tạo động lực cho cá nhân. Bài viết nghiên cứu thực trạng tạo động lực làm việc cho người lao động tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa, đánh giá kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân của hạn chế. Từ đó, đề xuất giải pháp tạo động lực cho người lao động tại Viện nghiên cứu này trong thời gian tới.

Từ khóa: Động lực, người lao động, Viện Nông nghiệp Thanh Hóa.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Động cơ của người lao động xuất phát từ việc mong muốn thỏa mãn các nhu cầu của người lao động và các nhu cầu này thì không ngừng được tăng cao. Khi người lao động được thỏa mãn những nhu cầu thiết yếu nhất của mình rồi thì sẽ có mong muốn được thỏa mãn thêm nhiều nhu cầu khác như tự khẳng định mình, được tôn trọng, được phát triển... Chính vì những lý do trên mà việc tạo động lực làm việc cho người lao động là một nhiệm vụ vô cùng quan trọng của tổ chức, doanh nghiệp. Nếu tổ chức quan tâm đúng mực đến vấn đề này thì sẽ tạo ra một môi trường làm việc thuận lợi, một không khí làm việc hăng say, nhiệt huyết và người lao động cũng sẽ sẵn sàng gắn bó lâu dài với nơi làm việc của mình.

Viện Nông nghiệp Thanh Hóa là đơn vị sự nghiệp khoa học trực thuộc UBND tỉnh Thanh Hóa được thành lập theo Quyết định số 664/QĐ-TTg ngày 30/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ. Đây là mô hình viện nghiên cứu nông nghiệp cấp tỉnh đầu tiên trong cả nước, tạo tiền đề quan trọng trong việc tập trung nguồn lực, đầu mối nghiên cứu ứng dụng, chuyển giao kết quả nghiên cứu khoa học công nghệ, tư vấn về chiến lược phát triển và cung cấp các dịch vụ trong lĩnh vực nông, lâm nghiệp và thủy sản.

Là một đơn vị mới thành lập, do đó tập thể lãnh đạo, cán bộ và người lao động tại Viện bước đầu gặp nhiều khó khăn trong công tác cũng như vận hành bộ máy tổ chức. Song, với sự quan tâm từ lãnh đạo tỉnh cùng với sự giúp đỡ và tham mưu của các cấp chính quyền, bước đầu Viện đã đi vào ổn định, phát huy lợi thế từ các đơn vị cũ cũng như từng bước phấn đấu, nỗ lực trong việc phát triển kinh tế xã hội, góp phần vào thắng lợi chung của toàn tỉnh. Tuy vậy, vấn đề nhân lực vẫn còn nhiều khó khăn. Do đầu tư nhân lực là một chiến lược lâu dài và đòi hỏi có thời gian. Bên cạnh đó, môi trường làm việc chịu đựng nhiều áp lực, mức

¹ Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

² Trường Đại học Hồng Đức; Email: lehoangbahuyen@hdu.edu.vn

thu nhập không thoả mãn làm cho cán bộ nhân viên dễ chán nản công việc và làm việc sẽ kém hiệu quả, từ đó có thể gây ra những sai sót trong công tác quản lý và thực hiện dự án. Vì vậy, vấn đề “*Tạo động lực làm việc cho người lao động tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa*” có ý nghĩa lý luận và thực tiễn.

2. ĐẶC ĐIỂM VIÊN CHỨC, LAO ĐỘNG TẠI VIỆN NÔNG NGHIỆP THANH HÓA

Số lượng viên chức, lao động của Viện Nông nghiệp Thanh Hóa tương đối ổn định trong giai đoạn 2019 - 2021. Tính đến nay, Viện Nông nghiệp Thanh Hóa có 125 viên chức, lao động, trong đó có 82 viên chức (chiếm tỷ trọng 65,6%), 29 lao động hợp đồng làm chuyên môn nghiệp vụ (chiếm tỷ trọng 23,2%), 14 lao động hợp đồng phục vụ (chiếm tỷ trọng 11,2%).

Bảng 1. Tổng hợp viên chức lao động làm việc tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

Đơn vị tính: người

| STT | Các phòng/đơn vị | Tổng số | Trong đó | | |
|-----|--|---------|-----------|---------------------------|---------------------------|
| | | | Viên chức | LĐHD chuyên môn nghiệp vụ | HĐLĐ theo ND 68 và ND 161 |
| 1 | Lãnh đạo Viện | 3 | 3 | - | - |
| 2 | Văn phòng | 13 | 10 | - | 3 |
| 3 | Phòng Quản lý khoa học | 7 | 6 | 1 | - |
| 4 | Phòng Kế hoạch Tổng hợp và HTQT | 5 | 5 | - | - |
| 5 | Phòng Phân tích và Thí nghiệm | 12 | 9 | 3 | - |
| 6 | Trung tâm Nghiên cứu khảo nghiệm và dịch vụ cây trồng | 34 | 12 | 16 | 6 |
| 7 | Trung tâm Nghiên cứu khảo nghiệm và dịch vụ vật nuôi | 21 | 12 | 6 | 3 |
| 8 | Trung tâm Tư vấn quy hoạch thị trường và chiến lược PTNN | 30 | 25 | 3 | 2 |
| | Tổng cộng | 125 | 82 | 29 | 14 |

Nguồn: Báo cáo của Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

Trình độ nguồn nhân lực là một phần quyết định quan trọng đến hiệu quả và chất lượng công việc. Tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa trình độ của viên chức, lao động như sau:

Bảng 2. Tổng hợp trình độ của viên chức lao động tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

Đơn vị tính: người

| Trình độ | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|--------------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| | Số lượng | Tỷ lệ % | Số lượng | Tỷ lệ % | Số lượng | Tỷ lệ % |
| Trên Đại học | 34 | 27,87 | 36 | 29,03 | 39 | 31,20 |
| Đại học | 76 | 62,30 | 77 | 62,10 | 75 | 60,00 |
| Cao đẳng | 7 | 5,74 | 6 | 4,84 | 6 | 4,80 |
| Trung cấp | 5 | 4,10 | 5 | 4,03 | 5 | 4,00 |
| Tổng cộng | 122 | 100,00 | 124 | 100,00 | 125 | 100,00 |

Nguồn: Báo cáo của Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

Theo số liệu ở bảng 2 cho thấy viên chức, lao động của Viện Nông nghiệp Thanh Hóa có trình độ tốt, cụ thể trong giai đoạn 2019 - 2020: Viên chức lao động có trình độ trên đại học chiếm tỷ trọng từ 27,87% đến 31,2 %, viên chức lao động có trình độ đại học chiếm tỷ trọng lớn nhất từ 60% đến 62,3%, có số ít viên chức lao động có trình độ cao đẳng, trung cấp. Đây chủ yếu là những cán bộ làm nhiệm vụ phục vụ và cán bộ nhiều tuổi.

Xét theo độ tuổi, cơ cấu viên chức lao động của Viện Nông nghiệp Thanh Hóa chủ yếu là khoảng từ 30 - 50 tuổi (trên 80%), tiếp theo là độ tuổi dưới 30 tuổi (chiếm tỷ trọng từ 11,5% đến 13,6%), độ tuổi trên 50 (chiếm tỷ trọng từ 4,8% đến 5,74%). Cơ cấu lao động này của Viện tương đối phù hợp với đặc thù công việc của Viện.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng tạo động lực làm việc cho viên chức, người lao động tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

3.1.1. Thực trạng công tác xác định nhu cầu của người lao động tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

Hiện nay, Viện Nông nghiệp Thanh Hóa đang thực hiện việc xác định nhu cầu của người lao động bằng các phương pháp đánh giá sau đây:

Tổ chức giao ban ở cấp phòng và cấp đơn vị trực thuộc Viện vào đầu tháng. Trong buổi giao ban, người quản lý có trách nhiệm, lắng nghe, giải đáp nguyện vọng, tiếp thu những đề xuất của người lao động và tổng kết, trình lãnh đạo Viện.

Tổ chức các buổi họp vào ngày cuối cùng của quý để lấy ý kiến đánh giá về quá trình hoạt động của Viện trong quý, thông qua đó để tìm hiểu tâm tư, nguyện vọng của người lao động, tìm giải pháp thúc đẩy quá trình nghiên cứu ứng dụng và chuyên giao kết quả nghiên cứu khoa học và công nghệ, tư vấn về chiến lược phát triển và cung cấp các dịch vụ trong lĩnh vực nông, lâm nghiệp và thủy sản, đồng thời đánh giá các phương án đáp ứng nhu cầu của người lao động, tiếp thu những ý kiến, kiến nghị của người lao động về các hoạt động của Đơn vị cũng như phương hướng cho hoạt động nghiên cứu và chuyên giao khoa học công nghệ.

Tổ chức đánh giá và giải đáp thắc mắc về nhu cầu người lao động trong Hội nghị công nhân viên chức của toàn Viện ở thời điểm thích hợp vào cuối mỗi năm (thường là trước khi cán bộ công nhân viên về nghỉ Tết). Tại buổi hội thảo lớn này, lãnh đạo đơn vị trực tiếp lấy ý kiến của người lao động, trực tiếp lắng nghe tâm tư, nguyện vọng của người lao động từ đó xây dựng phương hướng phát triển cho đơn vị, cũng như xây dựng chương trình đãi ngộ cho người lao động nhằm thúc đẩy tinh thần làm việc của họ.

3.1.2. Thực trạng tạo động lực lao động thông qua các biện pháp kích thích tài chính tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

3.1.2.1. Tạo động lực lao động thông qua tiền lương, tiền công và thu nhập tăng thêm

Thứ nhất, về tiền lương hàng tháng căn cứ vào bảng chấm công do các phòng, các trung tâm chuyển đến văn phòng của Viện có xác nhận của lãnh đạo phòng và Viện trưởng để xác định tiền lương phải trả cho người lao động. Do Viện Nông nghiệp Thanh Hóa là đơn vị sự

nghiệp sử dụng kinh phí của Ngân sách Nhà nước. Do đó, tiền lương chủ yếu do Ngân sách Nhà nước cấp. Tiền lương và các khoản trích nộp theo lương chi trả cho cán bộ, nhân viên bằng mức quy định của Nhà nước về ngạch, bậc lương và phụ cấp lương. Lương của người lao động được trả bằng hình thức chuyển khoản trước ngày 15 hàng tháng của tháng tiếp theo.

Thứ hai, về tiền công tại Viện được quy định trong một số trường hợp cụ thể như sau:

Tiền công thực hiện nhiệm vụ đặc thù

Đối với viên chức, lao động hợp đồng được phân công làm việc kiêm nhiệm các nhiệm vụ đặt hàng, nhiệm vụ đặc thù được hưởng tiền công, phụ cấp theo tỷ lệ tương ứng với thời gian làm việc tại nhiệm vụ hoặc theo dự toán được quy định tại hợp đồng giao khoán.

Căn cứ dự toán giao đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt và quyết định phân công nhiệm vụ cho cán bộ, viên chức, người lao động, hợp đồng giao khoán, bảng thanh toán tiền công để thanh toán tiền công cho người lao động theo khối lượng công việc, theo sản phẩm từng nội dung hạng mục.

(2) Tiền công thực hiện các nhiệm vụ, hợp đồng tư vấn, hợp đồng khác thanh toán theo hình thức khoán.

Căn cứ dự toán được phê duyệt để giao khoán tiền công cho người lao động theo khối lượng công việc, theo sản phẩm từng nội dung hạng mục.

Căn cứ hợp đồng giao khoán công việc, sản phẩm, số tiền được ứng trước từ hợp đồng, đơn vị cho người nhận khoán tạm ứng kinh phí để triển khai thực hiện công trình (nhiệm vụ) tương ứng với tiến độ công việc hoàn thành và kinh phí nhận được, nhưng tối đa không quá 80% giá trị nhận khoán.

Khi công trình (nhiệm vụ) hoàn thành, giao nộp đầy đủ sản phẩm, thủ trường đơn vị căn cứ theo khối lượng công việc hoàn thành nghiệm thu, quyết toán để chi trả tiền công cho người lao động.

Thứ ba, về thu nhập tăng thêm thì căn cứ vào nguồn thu sự nghiệp, hiệu quả sản xuất kinh doanh dịch vụ và khả năng tiết kiệm chi thường xuyên của Viện, ngoài việc đảm bảo mức lương tối thiểu và các chế độ phụ cấp, Viện xây dựng quỹ cải cách tiền lương để chi trả thu nhập tăng thêm cho cán bộ viên chức và người lao động. Tùy theo vị trí, hiệu suất công tác và đóng góp của cá nhân, Viện trưởng quyết định mức chi tăng thêm theo hệ số điều chỉnh mức lương tối thiểu.

Đối với cán bộ viên chức hoàn thành nhiệm vụ được giao hoặc hoàn thành mức khoán thì được hưởng mức khởi đầu tăng thêm mức lương tối thiểu theo quy định. Đối với CBVC hoàn thành vượt mức khoán hoặc nhiệm vụ được giao và cán bộ lãnh đạo, quản lý có nhiều đóng góp cho việc tăng thu, tiết kiệm chi thì tùy hiệu quả công việc sẽ được hưởng mức tăng tiền lương cao hơn, tối đa bằng 2 lần mức tăng khởi đầu theo quy định của Viện. Với những đối tượng làm việc kém hiệu quả, không hoàn thành nhiệm vụ, vi phạm nội quy, quy định của cơ quan; Những người ốm đau, thai sản, đi học dài hạn, lao động hợp đồng dưới 1 năm không được hưởng mức lương tăng thêm này.

Ngoài ra, viên chức, người lao động tại Viện nông nghiệp Thanh Hóa còn được hưởng các khoản phụ cấp khác như: Phụ cấp kiêm nhiệm quản lý dự án, phụ cấp làm thêm giờ... và cuối năm có các khoản tiền lương tháng 13, ngày lễ Tết...

3.1.2.2. Tạo động lực lao động thông qua tiền thưởng

Bên cạnh tiền lương thì tiền thưởng cũng là một biện pháp tạo động lực cho người lao động. Hàng năm căn cứ vào kết quả xếp loại thi đua và tình hình kinh phí thực tế của đơn vị, Viện trưởng quyết định mức chi khen thưởng nhưng không vượt mức quy định tại Nghị định số 91/2017/NĐ-CP ngày 31/3/2017 của Chính phủ. Tại Viện Nông nghiệp tỉnh Thanh Hóa hiện nay, việc chi tiền thưởng căn cứ theo mức độ hoàn thành công việc được đánh giá vào cuối năm. Viên chức, người lao động hoàn thành công việc ở mức độ nào thì hưởng mức tiền thưởng ở mức độ đó.

Bên cạnh khoản tiền thưởng hàng năm như trên, để tăng nguồn thu Viện có thêm khoản tiền thưởng cho các cá nhân, phòng, bộ phận tham mưu đề xuất các chủ trương chính sách, nhiệm vụ, hoạt động tư vấn, tìm kiếm việc làm về Viện, cụ thể mức thưởng như sau:

Bảng 3. Mức thưởng thu hút, tìm kiếm việc làm

| Giá trị hợp đồng | Mức trích thưởng |
|---------------------------------|-------------------|
| Hợp đồng dưới 5 tỷ đồng | 2% tổng dự toán |
| Hợp đồng từ 5 tỷ đến 10 tỷ đồng | 2,5% tổng dự toán |
| Hợp đồng từ 20 tỷ đồng trở lên | 3% tổng dự toán |

Nguồn: Quy chế chi tiêu nội bộ

3.1.2.3. Tạo động lực lao động thông qua các khoản chi phúc lợi tập thể

Ngoài tiền lương, các khoản phụ cấp hàng tháng, tiền thưởng, Viện thực hiện chi phúc lợi đối với viên chức, người lao động nhân các ngày lễ, Tết với mức chi tối đa được Viện quy định như sau:

Bảng 4. Mức chi cho các ngày lễ, tết của Viện Nông nghiệp tỉnh Thanh Hóa

| STT | Nội dung | Mức chi tối đa (đồng) |
|-----|---|-----------------------|
| 1 | Ngày phụ nữ 8/3 và ngày 20/10 | 500.000 |
| 2 | Con cán bộ, viên chức ngày Quốc tế thiếu nhi, trung thu | 500.000 |
| 3 | Tết âm lịch | 6.000.000 |
| 4 | Dịp lễ 10/3, 30/4, 1/5, 2/9, 1/1 | 500.000 |

Nguồn: Quy chế chi tiêu nội bộ

Bên cạnh đó, Viện cũng có các phúc lợi bắt buộc như: Bảo hiểm xã hội, Bảo hiểm y tế, Bảo hiểm tự nguyện. Các chế độ Bảo hiểm xã hội và Bảo hiểm y tế mà người lao động được hưởng như chế độ trợ cấp ốm đau, thai sản, trợ cấp tai nạn lao động và bệnh nghề nghiệp, chế độ hưu trí, chế độ Bảo hiểm y tế được hưởng khi tham gia khám chữa bệnh...

3.2. Tạo động lực lao động thông qua các biện pháp phi tài chính

3.2.1. Tạo động lực làm việc thông qua công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có ý nghĩa quan trọng góp phần nâng cao năng lực, chất lượng và hiệu quả công việc. Nâng cao trình độ chuyên môn là yếu tố cần thiết và

tất yếu đối với viên chức, người lao động công tác tại Viện Nông nghiệp tỉnh Thanh Hóa. Trong giai đoạn 2019 - 2021, Viện đã tạo điều kiện cho người lao động được tham gia các lớp đào tạo bồi dưỡng chuyên môn ngắn hạn, được thanh toán kinh phí và tài liệu học tập. Bên cạnh đó, một số người lao động còn học tập nâng cao trình độ theo quy hoạch hoặc đảm bảo chuẩn bằng cấp. Để khuyến khích việc này, lãnh đạo Viện đã tạo điều kiện bố trí, sắp xếp công việc hợp lý để cán bộ có thể vừa tham gia học tập vừa tham gia công tác tại cơ quan. Điều này đã tạo động lực cho cán bộ, viên chức tham gia học tập, nâng cao trình độ phục vụ cho Viện.

Bảng 5. Thống kê số lượng viên chức, người lao động tham gia học tập, bồi dưỡng giai đoạn 2019 - 2021

| STT | Nội dung học tập, bồi dưỡng | Thời gian học | | | Tổng |
|---------------------------------------|---|---------------|------|------|------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | |
| I. Bồi dưỡng thường xuyên | | | | | |
| 1 | Bồi dưỡng ứng dụng phương pháp di truyền và công nghệ sinh học | 5 | 7 | 8 | 20 |
| 2 | Bồi dưỡng ứng dụng kỹ thuật trong chăn nuôi | 6 | 8 | 5 | 19 |
| 3 | Bồi dưỡng kiến thức kỹ năng về an toàn sinh học trong nuôi trồng thủy sản | 5 | 8 | 5 | 18 |
| 4 | Bồi dưỡng nghiệp vụ phân tích giám định sinh vật gây hại trên thực vật | 4 | 6 | 6 | 16 |
| II. Học tập, nâng cao trình độ | | | | | |
| 1 | Học thạc sỹ | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 2 | Học đại học | 1 | 1 | 2 | 4 |
| 3 | Cao cấp lý luận chính trị | 5 | 6 | 5 | 16 |
| 4 | Trung cấp lý luận chính trị | 8 | 7 | 7 | 22 |

Nguồn: Báo cáo của Văn phòng Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

Như vậy, qua công tác đào tạo và bồi dưỡng viên chức, người lao động của Viện đã góp phần nâng cao trình độ chuyên môn, phát triển các kỹ năng, tiếp cận với những kiến thức mới có liên quan đến lĩnh vực công tác. Người lao động được tạo điều kiện về thời gian và nguồn kinh phí cho việc học tập đồng thời có cơ hội phát triển bản thân và phấn đấu ở các vị trí công tác cao hơn.

3.2.2. Tạo động lực làm việc thông qua môi trường và điều kiện làm việc

Môi trường và điều kiện làm việc là nơi mà người lao động phải tiếp xúc hàng ngày, có ảnh hưởng đến khả năng làm việc, sức khỏe, thái độ lao động và hiệu quả công việc của người lao động. Viện Nông nghiệp tỉnh Thanh Hóa đã quan tâm đến môi trường làm việc và điều kiện làm việc cho người lao động như trang bị đầy đủ trang thiết bị làm việc như máy tính, máy in, máy photo, máy scan.

Bên cạnh đó, Viện còn thuê dịch vụ vệ sinh dọn dẹp nơi làm việc, có trồng thêm cây xanh xung quanh nên môi trường làm việc ở đây khá thoáng mát và sạch sẽ. Riêng phòng phân tích và thí nghiệm được trang bị cơ sở vật chất riêng với các dụng cụ thí nghiệm, phân

tích phù hợp với đặc thù làm việc của phòng. Nhân viên của phòng này được trang bị quần áo, kính, găng tay bảo hộ phục vụ cho thí nghiệm nên rất an toàn.

3.2.3. Tạo động lực làm việc thông qua đánh giá thực hiện công việc đảm bảo tính công bằng

Hàng quý, từng phòng, trung tâm sẽ tiến hành họp vào tuần thứ ba của quý để tiến hành đánh giá mức độ hoàn thành thành nhiệm vụ, công việc trong kỳ của cán bộ công nhân viên, qua các mẫu biểu đánh giá, tỷ lệ hồ sơ giải quyết trong kỳ. Phó giám đốc phụ trách các phòng ban, trung tâm sẽ thông báo về kết quả thực hiện nhiệm vụ của viên chức, lao động đó trong tháng, số ngày công đi làm, chất lượng thực hiện công việc, số ngày nghỉ ốm nghỉ việc riêng, có vi phạm kỷ luật lao động không. Mỗi bộ phận sẽ tự thảo luận đánh giá, biểu quyết xếp loại từng người theo thang A1 (Tốt), A2 (Khá), B (Trung bình) và Không xếp loại.

Trong những năm qua, Viện nông nghiệp Thanh Hóa đã nghiêm túc thực hiện đánh giá, phân loại cán bộ hàng năm theo các tiêu chí thi đua do Sở Nội vụ tỉnh Thanh Hóa hướng dẫn. Ngoài đợt đánh giá định kỳ hàng năm thì các đơn vị cũng có thể tổ chức đánh giá riêng đối với một số trường hợp liên quan đến việc bổ nhiệm mới, bổ nhiệm lại, luân chuyển, bầu cử. Quy trình đánh giá viên chức, lao động tại Viện được thực hiện như sau:

Bước 1: Cán bộ nhân viên tự đánh giá về bản thân thông qua thực hiện báo cáo tự đánh giá và phân loại cán bộ và phiếu đánh giá theo hình thức cho điểm theo thang điểm 100.

Bước 2: Các bộ phận thực hiện họp đánh giá cuối năm, trong đó cá nhân trình bày bản báo cáo tự đánh giá, tập thể đóng góp ý kiến và thống nhất xếp loại theo hình thức biểu quyết hoặc bỏ phiếu, sau đó lãnh đạo phòng và Trung tâm thuộc Viện đánh giá, cho điểm từng nội dung vào phiếu đánh giá.

Bước 3: Các bộ phận nộp kết quả về Văn phòng để lãnh đạo Viện tổ chức họp và hoàn thiện đánh giá cán bộ.

Kết quả đánh giá viên chức, lao động của Viện giai đoạn 2019 - 2021 cụ thể:

Bảng 6. Thống kê kết quả đánh giá xếp loại viên chức, lao động tại Viện Nông nghiệp tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2019 - 2021

Đơn vị: Cán bộ

| Xếp loại | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|------------------------------|----------|--------|----------|--------|----------|------|
| | SL | % | SL | % | SL | % |
| Hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ | 19 | 16,24 | 21 | 17,21 | 22 | 17,6 |
| Hoàn thành tốt nhiệm vụ | 96 | 82,05 | 98 | 80,33 | 101 | 80,8 |
| Hoàn thành nhiệm vụ | 2 | 1,71 | 3 | 2,46 | 2 | 1,6 |
| Không hoàn thành nhiệm vụ | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 0 | 0 |
| Tổng số | 117 | 100,00 | 122 | 100,00 | 125 | 100 |

Nguồn: Văn phòng Viện Nông nghiệp tỉnh Thanh Hóa

Căn cứ vào bảng trên ta thấy: Đa phần cán bộ của Viện hoàn thành tốt nhiệm vụ trở lên (trên 97%), còn lại là cán bộ hoàn thành nhiệm vụ (chiếm từ 1,6% đến 2,46%). Không có cán bộ không hoàn thành nhiệm vụ.

3.2.4. Tạo động lực làm việc thông qua tạo cơ hội thăng tiến cho người lao động

Trong những năm qua, Viện Nông nghiệp tỉnh Thanh Hóa đã chú trọng đến công tác xây dựng quy hoạch cán bộ. Cán bộ đưa vào quy hoạch phải đảm bảo các tiêu chuẩn sau đây:

Đối với phẩm chất chính trị, đạo đức lối sống: Nguồn cán bộ đưa vào quy hoạch phải có đạo đức toàn diện cả ở cơ quan và ở khu vực sinh sống. Điều này được thể hiện ở mối quan hệ với đồng nghiệp nơi làm việc, mối quan hệ với người thân trong gia đình, với bà con hàng xóm, thể hiện ở lối sống lành mạnh, trong sạch, tinh thần học tập, tự rèn luyện nâng cao trình độ.

Đối với năng lực thực tiễn: Cán bộ được đưa vào quy hoạch phải thể hiện được năng lực bản thân qua việc thực hiện hiệu quả, qua mức độ hoàn thành chức trách nhiệm vụ được giao. Bên cạnh đó, đội ngũ cán bộ đưa vào quy hoạch phải là những đối tượng chủ chốt trong việc thực hiện các nhiệm vụ mà Viện được giao từ khi thành lập

Đối với uy tín, chiều hướng, triển vọng phát triển: Cán bộ đưa vào quy hoạch phải có uy tín đối với đồng nghiệp. Đối với chiều hướng, triển vọng phát triển thì thể hiện ở khả năng đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ khi được bố trí vào chức vụ cao hơn. Việc đánh giá cán bộ đưa vào quy hoạch hiện nay được thực hiện từ cấp dưới lên cấp trên, cụ thể từ các phòng, Trung tâm đến cấp Viện. Kết quả đánh giá hàng năm được sử dụng cho việc lựa chọn, giới thiệu cán bộ vào quy hoạch.

3.3. Một số giải pháp tiếp tục tạo động lực làm việc cho viên chức lao động tại Viện Nông nghiệp Thanh Hóa

Một là, xây dựng, hoàn thiện vị trí việc làm, mô tả công việc, khung năng lực. Xây dựng vị trí việc làm, rà soát tổ chức bộ máy, đội ngũ viên chức và xác định từng vị trí gắn với việc thực hiện chức năng, nhiệm vụ của Viện. Đồng thời, phát hiện những chông chéo về chức năng, nhiệm vụ của các vị trí việc làm, tránh tình trạng định sẵn nhân sự rồi mới tạo ra công việc và tránh sự chông chéo khi phân công, giao việc. Mô tả công việc và khung năng lực của từng vị trí công việc sẽ là cơ sở quan trọng giúp xác định các tiêu chí trọng yếu tuyển dụng công chức phù hợp với từng vị trí làm việc; cải thiện quá trình tuyển chọn và tăng khả năng chọn đúng người cho vị trí tuyển dụng. Đồng thời, đó cũng là cơ sở cho việc bố trí, sử dụng đúng người, đúng việc.

Hai là, xây dựng hệ thống tiền lương khoa học, hợp lý và các khoản thu nhập thêm ngoài lương. Việc xây dựng hệ thống tiền lương khoa học, hợp lý làm đòn bẩy kích thích năng suất và hiệu quả lao động luôn là nhiệm vụ đặt ra đối với các cơ quan nhà nước nói chung và Viện Nông nghiệp Thanh Hóa nói riêng. Thực tế cho thấy, tiền lương trong khu vực công thấp hơn rất nhiều so với khu vực tư, đặc biệt đối với khu vực có vốn đầu tư nước ngoài. Việc chi trả lương cho viên chức hiện nay đang thực hiện theo các quy định của Chính phủ, nguồn lương từ ngân sách nhà nước, mức lương hiện hưởng của công chức là hệ số lương và thâm niên công tác của công chức. Trả lương theo hình thức này đang mang tính cào bằng, không dựa trên đóng góp của công chức và chưa phân loại được công chức. Điều này đang hạn chế động lực làm việc ở những người có năng lực, ảnh hưởng tới tinh thần, thái độ làm việc của công chức, làm công chức có sức òi, thiếu sự nỗ lực, cố gắng. Theo đó,

Viện cần xây dựng cơ chế tự chủ tài chính, cơ chế khuyến khích người lao động chủ động tìm việc làm, tăng nguồn thu từ các dự án, đề tài nghiên cứu khoa học... để cải thiện tiền lương cho viên chức, người lao động của Viện.

Ba là, đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng. Hoạt động đào tạo, bồi dưỡng trong hệ thống chính trị hiện được quan tâm tiến hành một cách hệ thống, đồng bộ nhằm nâng cao năng lực của đội ngũ công chức, viên chức. Để tiếp tục đáp ứng được các yêu cầu đặt ra, công tác đào tạo, bồi dưỡng của Viện Nông nghiệp Thanh Hóa trong thời gian tới cần thực hiện một số nội dung sau: Xây dựng và thực hiện đồng bộ cơ chế, chính sách về đào tạo, bồi dưỡng viên chức, người lao động trong đó có bồi dưỡng theo chức danh; gắn kết chặt chẽ giữa bồi dưỡng, quản lý và sử dụng; đổi mới, tổ chức thực hiện tốt chính sách ưu đãi khuyến khích người tài, có chế độ khen thưởng, kỷ luật nghiêm minh. Gắn công tác lập kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng với công tác quy hoạch. Tránh tình trạng công chức được bổ nhiệm vào vị trí lãnh đạo, quản lý không đáp ứng yêu cầu về chuyên môn, nghiệp vụ.

Bốn là, hoàn thiện công tác đánh giá, đổi mới công tác thi đua khen thưởng, ghi nhận những đóng góp của công chức. Đối với mỗi cá nhân làm việc trong một tổ chức, công tác đánh giá là cách nhìn nhận, tự xem lại chính bản thân thông qua việc thực hiện các nội quy, quy chế, quy định của tổ chức đã đề ra, mức độ hoàn thành nhiệm vụ được giao trong một khoảng thời gian nhất định. Kết quả đánh giá là thước đo phản ánh cơ bản về năng lực, hiệu quả làm việc, mức độ hoàn thành công việc. Từ đó, viên chức, người lao động phát hiện được những tồn tại cần khắc phục và tiếp tục phát huy những điểm mạnh đã đạt được trong thực hiện công việc.

Để công tác đánh giá thực sự tạo được động lực mạnh mẽ cho người lao động, Viện Nông Nghiệp Thanh Hóa cần hoàn thiện công tác đánh giá. Quá trình đánh giá cần được tiến hành dân chủ, công khai, tránh tình trạng cào bằng và mang tính hình thức.

Đổi mới công tác thi đua khen thưởng. Làm tốt công tác xây dựng, thực hiện các phong trào thi đua, công tác xét khen thưởng, biểu dương những tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc trong công tác sẽ khơi dậy và phát huy có hiệu quả truyền thống tốt đẹp, không khí thi đua sôi nổi, tạo động lực làm việc.

Năm là, cải thiện môi trường và điều kiện làm việc. Môi trường và điều kiện làm việc là nơi người lao động tiếp xúc hàng ngày trong thời gian làm việc tại cơ quan, đơn vị, có sức ảnh hưởng đến khả năng làm việc, thái độ làm việc và hiệu quả làm việc của công chức. Viện Nông nghiệp Thanh Hóa cần đầu tư xây dựng hạ tầng, điều kiện làm việc tốt, trang bị đầy đủ các thiết bị phù hợp, tiên tiến, hiện đại nhằm phục vụ tốt cho thực hiện công việc của viên chức, người lao động mà trước hết là hoàn thành trụ sở làm việc; Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ trong chỉ đạo điều hành, làm việc trực tuyến, xử lý văn bản, chữ ký số...; xây dựng môi trường làm việc có sự đoàn kết, có sự chia sẻ, phối hợp hiệu quả trong công việc giữa các đồng nghiệp, giữa nhà lãnh đạo, quản lý với cấp dưới là một giải pháp quan trọng tạo động lực làm việc.

Sáu là, xây dựng văn hóa công sở, nâng cao trách nhiệm của người đứng đầu. Viện Nông nghiệp Thanh Hóa cần tiếp tục nghiên cứu xây dựng “văn hoá công sở” phù hợp với điều kiện, đặc điểm và hoạt động của đơn vị sự nghiệp công về khoa học nông nghiệp. Văn

hoá công sở là một trong những yếu tố tác động đến động lực làm việc của người lao động. Một khi những giá trị văn hoá đã thấm sâu vào tâm tư, tình cảm của từng cá nhân trong tổ chức thì nó sẽ trở thành động lực to lớn thúc đẩy mọi người trong tổ chức tích cực, hăng say làm việc và cùng hướng tới các mục tiêu chung của tổ chức. Phát huy vai trò của người đứng đầu, phong cách lãnh đạo của nhà lãnh đạo, quản lý là một nhân tố quan trọng tạo nên động lực làm việc cho công chức, có ảnh hưởng lớn đến tư tưởng và tinh thần làm việc của công chức. Nhà lãnh đạo, quản lý phải là người gương mẫu trong việc thực thi đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, là tấm gương về hoàn thiện và phát triển nhân cách trong thực hiện nhiệm vụ để công chức noi theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Viện Nông nghiệp Thanh Hóa (2019, 2020, 2021), *Báo cáo kết quả hoạt động*, Thanh Hóa.
- [2] Viện Nông nghiệp Thanh Hóa (2019, 2020, 2021), *Báo cáo quy hoạch cán bộ, viên chức giai đoạn 2018 - 2022*, Thanh Hóa.
- [3] Viện Nông nghiệp Thanh Hóa (2021), *Quy chế chi tiêu nội bộ năm 2021*, Thanh Hóa.
- [4] Lê Hoàng Yên (2020), *Tạo động lực làm việc cho công chức tại Cục thuế tỉnh Thanh Hóa*, Luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Hồng Đức, Thanh Hóa.
- [5] Herzberg, F., Mausned, Snyderman, B.B. (1959), *The motivtion of Word*, 2nd ed., *John Wiley and Sound New York*, New York..
- [6] Pinder C.C. (1998), *Work Motivation in Organizational Behavior*, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, tr.62.
- [7] Vroom, V.H (1964), *Work Motivation*, Wiley, New York.

SOLUTIONS TO MOTIVATE EMPLOYEES AT THANH HOA AGRICULTURAL INSTITUTE

Lai Duc Loc, Le Hoang Ba Huyen

ABSTRACT

Any human activity is motivated by one or more motives. Some individuals work hard for a high income, others want to be recognized by everyone, others simply because of their passion. These motives are also known as dynamics. Without motivation, people will not be active. Therefore, in order to encourage individuals to act, should be enhanced. The article studies the current situation of motivating employees at Thanh Hoa Agricultural Institute, assessing the achieved results, limitations and causes of limitations. From that, proposing solutions to motivate employees at this Research Institute in the upcoming time.

Keywords: *Motivation, employees, Thanh Hoa Agricultural Institute.*

* Ngày nộp bài: 9/2/2022; Ngày gửi phản biện: 10/2/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG CHO VAY TẠI NGÂN HÀNG CHÍNH SÁCH XÃ HỘI HUYỆN CẨM THỦY, TỈNH THANH HÓA

Nguyễn Thị Nga¹

TÓM TẮT

Bài nghiên cứu này, tác giả thực hiện khảo sát 320 khách hàng để tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tại ngân hàng chính sách xã hội huyện Cẩm Thủy. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 nhân tố chính tác động là: (1) Chiến lược phát triển của ngân hàng; (2) Chính sách tín dụng; (3) Cơ sở vật chất; (4) Nhân viên ngân hàng; (5) Sự phối hợp; cuối cùng là (6) Khách hàng. Nhân tố chính sách tín dụng có mức ảnh hưởng lớn nhất và nhân tố từ phía khách hàng có mức ảnh hưởng yếu nhất đến hoạt động cho vay tại ngân hàng chính sách xã hội huyện Cẩm Thủy. Đây chính là cơ sở để tác giả đưa ra các giải pháp để hoạt động cho vay đạt hiệu quả cao hơn.

Từ khóa: Ngân hàng Chính sách Xã hội, hoạt động cho vay, nhân tố, mô hình.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Kết quả thực hiện chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 - 2020 của Việt Nam cho thấy về kinh tế vĩ mô: tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm trong nước (GDP) đạt 5,9% thuộc nhóm các nước tăng trưởng cao trong khu vực và trên thế giới; Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) bình quân giảm từ 18,6% năm 2011 xuống ổn định ở mức khoảng 4%/năm giai đoạn 2016 - 2020 (4). Lạm phát cơ bản giảm từ 13,6% năm 2011 xuống khoảng 2,5% năm 2020(5). Về văn hóa - xã hội: tỷ lệ hộ nghèo cả nước giảm nhanh, từ 14,2% năm 2010 xuống còn 3% năm 2020 (theo chuẩn nghèo đa chiều) [1]. Đóng góp vào kết quả chung của chiến lược trong giảm nghèo bền vững là vai trò to lớn của Ngân hàng Chính sách xã hội (NHCSXH). Hoạt động cho vay của NHCSXH chính là đòn bẩy tài chính quan trọng thúc đẩy hộ nghèo và các đối tượng chính sách tiếp cận được vốn tín dụng ưu đãi của Nhà nước để cải thiện điều kiện sống, phát triển sản xuất, có việc làm và nâng cao thu nhập của mình, từ đó cải thiện được cơ sở hạ tầng thiết yếu, tạo sinh kế và nâng cao khả năng tiếp cận các dịch vụ xã hội cơ bản.

NHCSXH với tư cách là một trung gian tài chính, vì thế bản thân nó trước hết cũng là một ngân hàng với hoạt động thường xuyên là huy động tiền nhàn rỗi để cung cấp cho những chủ thể cần vốn chủ yếu trong nền kinh tế. Tuy nhiên mục tiêu của NHCSXH lại khác hoàn toàn so với các ngân hàng thương mại, nếu như các ngân hàng thương mại hướng đến mục tiêu lợi nhuận cao nhất thì NHCSXH lại hoàn toàn khác biệt, đó là hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận, mà phục vụ cho các đối tượng khách hàng theo chính sách ưu tiên của Nhà nước. Mục tiêu của NHCSXH không thể đồng nhất với hoạt động sử dụng vốn của NHCSXH.

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

Theo đó, trong hoạt động sử dụng vốn NHCSXH phải đảm bảo nguyên tắc bảo toàn vốn ban đầu, bù đắp chi phí và có trách nhiệm phát triển vốn. Với những cơ sở lý thuyết này, từ các công trình nghiên cứu trước có liên quan về các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay của các ngân hàng thương mại như: Nghiên cứu của Dương Thị Hoàn (2020); Nguyễn Thị Ái Thơ (2020); Phan Thị Linh (2021). Kết hợp với các công trình nghiên cứu về nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay, tín dụng chính sách, hoàn thiện hoạt động cho vay của NHCSXH như các nghiên cứu Lê Thị Như Thảo (2016), Phạm Hoàng Thông (2014) để tìm ra mô hình nghiên cứu hợp lý cho đề tài của mình.

Sau gần 20 năm hoạt động, NHCSXH huyện Cẩm Thủy có trụ sở đặt tại số 19 phố Tân An - Thị trấn Cẩm Thủy - huyện Cẩm Thủy - Tỉnh Thanh Hóa, với 20 điểm giao dịch khắp 19 xã và 1 thị trấn trên địa bàn huyện. NHCSXH huyện Cẩm Thủy có ý nghĩa to lớn trong việc thực hiện mục tiêu quốc gia về “Giảm nghèo bền vững, đảm bảo an sinh xã hội”. Hoạt động của NHCSXH có vai trò là cầu nối đưa chính sách tín dụng ưu đãi của Chính phủ đến với tận tay hộ nghèo và các đối tượng chính sách khác ở các xã nằm trên địa bàn huyện, tạo điều kiện cho người nghèo và các đối tượng chính sách tiếp cận được các chủ chương, chính sách của Đảng và Nhà nước, các hộ nghèo, hộ chính sách có điều kiện gần gũi với các cơ quan công quyền ở địa phương, giúp các cơ quan này gần dân và hiểu dân hơn. Tuy nhiên, vì nhiều lý do khách quan lẫn chủ quan, trong những năm gần đây, hoạt động cho vay của NHCSXH huyện Cẩm Thủy đã có nhiều biến động như: nợ quá hạn, nợ đối với hộ vay vốn bỏ đi khỏi nơi cư trú; chất lượng cho vay ở một số xã chưa thực sự nhận được quan tâm của chính quyền xã vì thế chưa bao quát hết công việc được ủy thác trong quá trình cho vay; năng lực trình độ quản lý của Tổ trưởng Tổ Tiết kiệm và Vay vốn ở một số xã chưa đồng đều, chưa làm tốt công tác đôn đốc các tổ viên sử dụng vốn vay hiệu quả, chưa vận động đầy đủ các tổ viên gửi tiền tiết kiệm, nhất là các hộ nghèo vay chương trình xây dựng nhà ở; hay còn một bộ phận người nghèo còn trông chờ, ỷ lại vào chính sách, chế độ của Nhà nước, sử dụng vốn vay chưa có hiệu quả, một số hộ nghèo, hộ đồng bào dân tộc thiểu số chưa mạnh dạn vay vốn đầu tư vào sản xuất, đặc biệt có nơi còn tư tưởng không muốn thoát nghèo;...

Trước thực trạng đó, nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tại NHCSXH huyện Cẩm Thủy có ý nghĩa quan trọng. Trên cơ sở kế thừa và phát triển các nghiên cứu kể trên, nghiên cứu này đã chỉ ra những nhân tố nào ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tại NHCSXH huyện Cẩm Thủy, mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố như thế nào. Từ đó, góp ý giải pháp nâng cao hoạt động cho vay tại NHCSXH huyện Cẩm Thủy và bài học kinh nghiệm cho các chi nhánh NHCSXH tại các huyện miền núi tỉnh Thanh Hóa.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Các ngân hàng và tổ chức tín dụng là một trong những trung gian tài chính quan trọng trong hệ thống tài chính của nền kinh tế thực hiện huy động nhân rỗi thông qua các dịch vụ

nhận tiền gửi để cung cấp cho những chủ thể cần vốn trong nền kinh tế. Đây chính là quá trình tạo lập và sử dụng vốn của ngân hàng hay còn gọi là huy động vốn và cho vay. Hoạt động cho vay là hoạt động chủ yếu của ngân hàng, thể hiện quan hệ chuyển giao tài sản (vốn) giữa ngân hàng và các chủ thể khác trong nền kinh tế trong một thời gian nhất định theo thỏa thuận, dựa trên nguyên tắc hoàn trả.

Hoạt động cho vay có hiệu quả là khi ngân hàng tăng quy mô tín dụng, đảm bảo chất lượng tín dụng hoạt động trong phạm vi rủi ro chấp nhận được, nhằm hỗ trợ việc phân bổ vốn hiệu quả hơn trong hoạt động tín dụng, giảm thiểu các thiệt hại phát sinh rủi ro tín dụng và tăng thêm lợi nhuận cho ngân hàng. Khi đó ngân hàng đưa ra các nhân tố chiến lược phát triển, chính sách tín dụng, cơ sở vật chất, năng lực phục vụ tốt nhằm sử dụng có hiệu quả nguồn vốn của mình và thu hút được nhiều khách hàng. Các nhân tố này đã được kiểm nghiệm tại các nghiên cứu trước đây như nghiên cứu của Dương Thị Hoàn (2020), Nguyễn Thị Ái Thơ (2020), Phan Thị Linh (2021). Đây chính là căn cứ để tác giả đưa các nhân tố này vào bài nghiên cứu của mình.

Như đã phân tích ở trên, hoạt động cho vay của NHCSXH là cho vay ưu đãi của Nhà nước. Chính vì thế, khách hàng được thụ hưởng là những người nghèo, rất nghèo, những người không có việc làm, thu nhập thấp hoặc những hộ gia đình có công với cách mạng nhưng gặp hoàn cảnh khó khăn, hộ đồng bào dân tộc thiểu số sống ở vùng sâu, vùng xa... Họ là những người luôn thiếu hụt các khoản tài chính đáp ứng cho các nhu cầu cơ bản, thiết yếu nhất đó là ăn, ở, đi lại, học hành, việc làm,... cho tới các nhu cầu khẩn cấp hơn như bị ốm đau, thiên tai thậm chí là các nhu cầu dài hạn như xây dựng nhà ở, mua nguyên vật liệu sản xuất kinh doanh. Khó tiếp cận nguồn lực tài chính khiến cho họ rơi vào vòng luẩn quẩn là bần nghèo và những bất bình đẳng khác.

Thông qua các nghiên cứu về NHCSXH đã được nêu ra ở trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tại NHCSXH bao gồm các nhân tố: Chiến lược phát triển, chính sách tín dụng, cơ sở vật chất, năng lực phục vụ của nhân viên ngân hàng và xây dựng thêm 2 nhân tố khách hàng và sự phối hợp hoạt động giữa NHCSXH và Tổ Tiết kiệm và Vay vốn dựa vào nghiên cứu về NHCSXH của Lê Thị Như Thảo (2016), Phạm Hoàng Thông (2014).

Lý do đề xuất thêm nhân tố khách hàng là bởi vì khách hàng của NHCSXH là hộ nghèo và các đối tượng chính sách, nếu họ có ý thức, trách nhiệm với khoản vay và sử dụng vốn đúng mục đích gặp thuận lợi trong sản xuất, trồng cây gì, chăn nuôi con gì, lựa chọn ngành nghề gì để có hiệu quả,... thì sẽ nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay [6].

Lý do đề xuất thêm nhân tố sự phối hợp hoạt động giữa NHCSXH và UBND các cấp và Tổ Tiết kiệm và Vay vốn là do hoạt động cho vay tại NHCSXH huyện Cẩm Thủy tại cơ sở chưa thực sự bài bản, chưa sâu sát và chưa phát huy được vai trò, trách nhiệm của chủ tịch UBND xã, thị trấn trên địa bàn huyện miền núi Cẩm Thủy nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay tại cơ sở giúp cho hộ nghèo và các đối tượng chính sách được tiếp cận nguồn vốn kịp thời và phát huy được hiệu quả nguồn vốn của Nhà nước góp phần giảm nghèo bền vững, vươn lên thoát nghèo.

Mô hình nghiên cứu đề xuất



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

Chiến lược phát triển liên quan đến khả năng thành công của ngân hàng trong thực hiện mục tiêu của mình: uy tín của ngân hàng, chương trình tín dụng đa dạng, mạng lưới điểm giao dịch.

Chính sách tín dụng là hệ thống chủ trương, định hướng quy định chi phối hoạt động cho vay như : điều kiện được vay vốn, thời gian vay vốn, hạn mức vay.

Cơ sở vật chất biểu hiện toàn bộ sự hiện diện tài sản hữu hình của ngân hàng như: Trụ sở làm việc, phương tiện truyền tải hệ thống thông tin, tài liệu, và các tài sản vô hình như: công nghệ ngân hàng, hệ thống thông tin liên lạc của ngân hàng.

Nhân viên ngân hàng là nhân tố thể hiện khả năng thực hiện tốt các yêu cầu của khách hàng.

Khách hàng là các nhân tố từ phía khách hàng trong việc cung cấp thông tin khách hàng nhằm mang lại hiệu quả tín dụng cho ngân hàng.

Sự phối hợp hoạt động giữa NHCSXH và UBND các cấp và Tổ Tiết kiệm và Vay vốn phản ánh sự tạo điều kiện của UBND xã, thị trấn và hoạt động ủy thác qua Tổ Tiết kiệm và Vay vốn.

Giả thuyết nghiên cứu :

H1: Chiến lược kinh doanh của ngân hàng có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động cho vay của ngân hàng.

H2: Chính sách tín dụng của ngân hàng có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động cho vay của ngân hàng.

H3: Cơ sở vật chất có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động cho vay của ngân hàng.

H4: Nhân viên ngân hàng có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động cho vay của ngân hàng.

H5: Khách hàng có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động cho vay của ngân hàng.

H6: Sự phối hợp giữa NHCSXH và UBND các cấp và Tổ Tiết kiệm và Vay vốn có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động cho vay của ngân hàng.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Thang đo

Bảng 1. Thang đo và mã hóa thang đo

| Nhân tố | Mã hóa | Căn cứ chọn biến |
|--|--------|--------------------------|
| Chiến lược phát triển của ngân hàng | CLPT | Dương Thị Hoàn (2020) |
| Chính sách tín dụng | CSTD | Nguyễn Thị Ái Thơ (2020) |
| Cơ sở vật chất | CSVC | Phan Thị Linh (2021) |
| Nhân viên ngân hàng | NVNH | Phan Thị Linh (2021) |
| Khách hàng | KH | Lê Thị Như Thảo (2016) |
| Sự phối hợp hoạt động giữa UBND các cấp và tổ Tiết kiệm và Vay vốn | SPH | Tác giả đề xuất (2014) |

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra

2.2.2. Mô tả dữ liệu nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, kích thước mẫu (số quan sát) được xác định dựa trên cơ sở tiêu chuẩn 5:1 của Bollen (1998) và Hair và cộng sự (1998), tức là để đảm bảo phân tích dữ liệu (phân tích nhân tố khám phá EFA) tốt thì cần ít nhất 5 mẫu quan sát cho 1 biến đo lường và số mẫu quan sát không nên dưới 100 mẫu. Vậy với 26 biến đo lường, nghiên cứu này cần đảm bảo kích thước mẫu tối thiểu phải là $26 \times 5 = 130$ mẫu.

Để đạt được yêu cầu về kích thước mẫu, nhóm tác giả quyết định tiến hành khảo sát trên 320 khách hàng là những người thuộc hộ nghèo đang sinh sống trên địa bàn các xã thuộc huyện Cẩm Thủy và đang có quan hệ giao dịch với NHCSXH huyện Cẩm Thủy. Phương pháp điều tra khảo sát được thực hiện bằng cách phát phiếu trực tiếp đến các khách hàng thông qua gửi phiếu ở cán bộ tín dụng thuộc NHCSXH huyện Cẩm Thủy. Sau đó tác giả đi thu thập các phiếu được trả lời tập trung tại NHCSXH.

Thời gian thu thập: Từ ngày 1/3/2022 - 31/3/2022

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Trong 320 phiếu phát ra thu về 300 phiếu hợp lệ đưa vào phân tích với tỷ lệ 93,75% (loại bỏ những phiếu chỉ có trả lời 1 phương án và trả lời bị khuyết). Với số lượng mẫu đủ lớn là điều kiện đảm bảo để tiến hành đưa vào phân tích.

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

Tác giả đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua kiểm định hệ số Crombach's Alpha của từng nhóm nhân tố đều rất cao, đều từ 0,8 trở lên là chấp nhận được và đều lớn hơn hệ số Crombach's Alpha của các nhân tố trong nhóm, thể hiện thang đo có mức độ tin cậy cao, phù hợp đưa vào sử dụng cho kỹ thuật phân tích nhân tố (EFA).

3.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Tại bước phân tích nhân tố khám phá EFA giúp tác giả thu gọn các biến quan sát có sự tương quan với nhau thành một tập các nhân tố nhỏ hơn các biến tổng hợp có ý nghĩa hơn. Các tiêu chí trong phân tích EFA là:

Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dùng để kiểm định sự thích hợp của phân tích nhân tố. Trị số của KMO phải thỏa mãn điều kiện sau: $0,5 \leq KMO \leq 1$.

Theo kết quả bảng 2 cho thấy hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là $0,662 > 0,5$, đồng thời kiểm định Bartlett cho biết các biến quan sát phản ánh những khía cạnh khác nhau trong cùng một nhân tố có mối tương quan với nhau không. Kết quả Sig Bartlett's Test. = $0,000 < 0,05$. Như vậy, có thể khẳng định các biến đều có sự tương quan với nhau, nghĩa là kỹ thuật phân tích nhân tố là phù hợp để sử dụng trong phân tích.

Bảng 2. Kiểm định sự tương quan của các biến

| KMO and Bartlett's Test | | |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | .662 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 4193.531 |
| | Df | 253 |
| | Sig. | .000 |

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra năm 2022 trên phần mềm SPSS 22.0

Bảng số 3 cho thấy, cả 6 nhân tố có trị số Eigenvalues > 1 . Các nhân tố được sắp xếp theo thứ tự giảm dần theo tỷ lệ, giải thích cho sự biến thiên của tổng thể biến quan sát. Trong đó, nhân tố 6 giải thích cho 9.853 tổng giá trị phương sai (ít nhất), còn nhân tố 1 giải thích cho 16.268 tổng giá trị này (nhiều nhất). Cả 6 nhân tố này có thể giải thích cho 75,418% tổng phương sai của tất cả 23 biến quan sát, thỏa mãn tiêu chí nhóm các nhân tố được rút ra phải giải thích cho ít nhất 75% tổng phương sai của tổng thể biến quan sát.

Bảng 3. Hệ số Eigenvalues

| Eigenvalues | | | |
|-------------|-------|---------------|--------------|
| Component | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 3.742 | 16.268 | 16.268 |
| 2 | 3.285 | 14.284 | 30.552 |
| 3 | 2.868 | 12.471 | 43.023 |
| 4 | 2.806 | 12.202 | 55.225 |
| 5 | 2.378 | 10.340 | 65.565 |
| 6 | 2.266 | 9.853 | 75.418 |

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra năm 2022 trên phần mềm SPSS 22.0

Căn cứ để xác định mỗi biến đo lường sẽ thuộc về nhóm nhân tố nào là dựa vào hệ số tải nhân tố Factor loading (EFA), tiêu chuẩn chấp nhận mỗi quan hệ tương quan giữa các biến trong nhóm là hệ số EFA $> 0,5$. Kết quả phân tích nhân tố EFA cho thấy 23 biến độc lập đều có hệ số EFA khá cao, từ 0,6 trở lên và được chia thành 6 nhóm nhân tố chính: Chiến lược phát triển, chính sách tín dụng, cơ sở vật chất, cán bộ tín dụng, khách hàng, sự phối hợp hoạt động.

3.3. Phân tích hồi quy tương quan

Với phương pháp đưa biến Enter, các biến độc lập được đưa vào đồng thời cùng lúc với nhau và người nghiên cứu sẽ tự đánh giá nên loại biến nào nên giữ biến nào. Với

Stepwise, các biến độc lập được đưa vào lần lượt dựa trên một số điều kiện đầu vào. Khi đã đưa vào, biến sẽ được xem xét có nên loại bỏ hay không dựa theo một số điều kiện đầu ra. Quá trình đưa biến vào và loại biến ra sẽ được phần mềm xử lý tự động để cho ra được kết quả hồi quy cuối cùng gồm các biến có ý nghĩa thống kê trong mô hình.

Bảng 4. Kiểm định sự phù hợp của mô hình

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 6 | .972 ^f | .945 | .943 | .04982 | 2.312 |

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra năm 2022 trên phần mềm SPSS 22.0

Bảng 4 cho thấy $R^2 = 0,945$ và R^2 hiệu chỉnh = $0,943$ thể hiện sự tương thích của mô hình với các biến quan sát là rất lớn, 94,3% sự biến động của biến phụ thuộc (hoạt động cho vay) được giải thích bởi 5 nhóm nhân tố trong mô hình. Hệ số Durbin - Watson = 2,312 nằm trong khoảng (1 - 3) cho thấy không có hiện tượng tự tương quan trong mô hình hồi quy.

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 tương quan, do đó không có mối quan hệ giữa phần dư và các biến độc lập. Thỏa mãn giả thiết phương sai không đồng nhất. Hệ số VIF cao nhất = $1,027 < 10$, không có hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy đủ điều kiện để hồi quy bội, kết quả như sau:

Bảng 5. Kết quả hồi quy mô hình đa biến

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 6 | (Constant) | .208 | .056 | | 3.706 | .001 | | |
| | CSTD | .201 | .008 | .504 | 25.117 | .000 | .967 | 1.017 |
| | NVNH | .197 | .007 | .478 | 28.112 | .000 | .961 | 1.027 |
| | SPH | .193 | .011 | .432 | 17.533 | .000 | .974 | 1.016 |
| | CLPT | .188 | .013 | .385 | 14.452 | .000 | .966 | 1.014 |
| | CSVC | .174 | .011 | .374 | 15.817 | .000 | .969 | 1.020 |
| | KH | .148 | .012 | .365 | 12.232 | .000 | .962 | 1.019 |

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra năm 2022 trên phần mềm SPSS 22.0

Từ bảng 5 ta rút ra được mô hình hồi quy phản ánh hoạt động cho vay của NHCSXH huyện Cẩm Thủy với 6 nhóm nhân tố như sau:

$$HDCV = 0,201 CSTD + 0,197 NVNH + 0,193 SPH + 0,188 CLPT + 0,174 CSVC + 0,148 KH$$

Tất cả 6 nhóm nhân tố đều có mức ý nghĩa sig $\alpha < 0,05$, do vậy các nhân tố là chấp nhận được trong mô hình hồi quy, chúng có tác động đến chất lượng tín dụng của ngân hàng. Trong đó tác động mạnh nhất là biến Chính sách tín dụng ($\beta = 0,201$); thứ hai là biến Nhân viên ngân hàng ($\beta = 0,197$); thứ ba là biến Sự phối hợp ($\beta = 0,193$); thứ tư là biến Chiến lược phát triển ($\beta = 0,188$); thứ năm là biến Cơ sở vật chất ($\beta = 0,174$); cuối cùng là biến khách hàng ($\beta = 0,148$). Đồng thời các hệ số beta của các nhân tố trên đều > 0 thể hiện các nhân tố này có tác động cùng chiều đối với biến phụ thuộc.

3.4. Một số giải pháp nâng cao hoạt động cho vay tại Ngân hàng Chính sách Xã hội huyện Cẩm Thủy

Thứ nhất, tăng cường chính sách tín dụng và khai thác thông tin khách hàng tốt

Tăng cường nắm bắt thông tin, tâm tư nguyện vọng của từng hộ dân trong địa bàn thôn, điều kiện kinh tế, cách thức làm ăn của từng hộ để phân tích đánh giá khả năng trả nợ, hiệu quả sử dụng vốn vay của hộ.

Định kỳ vào đầu năm hoạt động, sau khi có kết quả công bố rà soát hộ nghèo, cận nghèo của UBND xã, thị trấn. Cán bộ tín dụng phụ trách địa bàn phối hợp với Ban mặt trận thôn tập trung thực hiện rà soát những hộ thuộc đối tượng thụ hưởng tín dụng chính sách đã vay vốn hoặc chưa vay vốn đủ điều kiện và những hộ không đủ điều kiện vay vốn nhằm mục đích theo dõi diễn biến của hộ vay làm cơ sở để đơn đốc thu hồi nợ hoặc phê duyệt cho vay trong năm.

Đối với việc bình xét vay vốn: Hộ có nhu cầu vay vốn phải có phương án sử dụng vốn vay rõ ràng, có khả năng quản lý vốn vay, phải tự ý thức được có vay có trả và phải tự giác trả lãi đều đặn hàng tháng. Hộ vay muốn được vay vốn phải được bình xét tại cuộc họp Tổ có sự tham gia giám sát ngay từ khâu bình xét của hội, đoàn thể cấp xã và trường thôn. Không bình xét cho vay đối với những hộ đi làm ăn xa, những hộ không chấp hành thực hiện nghĩa vụ tại địa phương.

Đối với những hộ vay vốn bỏ đi khỏi nơi cư trú: Thường xuyên liên lạc với ban giảm nghèo tại xã, thị trấn và đồng chí trưởng thôn để biết hộ có ý định bỏ đi làm ăn xa cận để thu hồi nợ theo quy định; hộ bỏ đi khỏi địa phương lâu ngày thì kịp thời điều tra nắm được địa chỉ để gửi thông báo đòi nợ đến (hộ vay, chính quyền nơi hộ đang cư trú, đơn vị hộ vay đang làm việc,...).

Đối với hộ vay chây ỳ không trả nợ khi đến hạn, đơn đốc hộ vay thực hiện tốt việc trả nợ phân kỳ, giúp hộ vay giảm bớt gánh nặng khi nợ đến hạn vào kỳ cuối. Hộ có khả năng trả nợ nhưng cố tình không trả thì tham mưu, phối hợp với Tổ Tiết kiệm và Vay vốn yêu cầu làm cam kết trả nợ và tiến hành thu hồi nợ theo cam kết hoặc khởi kiện ra Tòa án dân sự để xử lý thu nợ.

Thứ hai, nâng cao năng lực của đội ngũ nhân viên

Thực hiện chuyên môn hóa với từng cán bộ tín dụng, căn cứ vào năng lực sở trường và kinh nghiệm của từng nhóm cán bộ tín dụng để phân công thực hiện cho vay đối với một loại khách hàng nhất định. Để tạo điều kiện cho cán bộ tín dụng có thể hiểu biết khách hàng một cách sâu sắc, việc thay đổi cán bộ tín dụng theo dõi địa bàn cho vay vốn khách hàng trong quá trình sắp xếp phân công lại nhân viên cũng cần phải hạn chế. Bên cạnh việc thực hiện chuyên môn hóa, NHCSXH huyện Cẩm Thủy phải không ngừng nâng cao kiến thức cho cán bộ tín dụng, định kỳ mở các lớp tập huấn bồi dưỡng cán bộ về thị trường, công nghệ để giúp cán bộ nhân viên vững vàng, tự tin hơn trong công việc của mình. Xây dựng tác phong cũng như thái độ làm việc của nhân viên ngày càng chuyên nghiệp hơn, thân thiện hơn với khách hàng.

Thứ ba, tăng cường sự phối hợp giữa Ngân hàng Chính sách xã hội với Ủy ban nhân dân xã, thị trấn; hội đoàn thể và Tổ Tiết kiệm và Vay vốn

Phối hợp với UBND xã, thị trấn để NHCSXH huyện chuyển tải nguồn vốn tín dụng kịp thời đến đối tượng thụ hưởng; chỉ đạo rà soát danh sách đối tượng thụ hưởng các chương trình

tín dụng, cung cấp kịp thời cho NHCSXH làm căn cứ cho vay; tổ chức phân bổ vốn về thôn để Tổ Tiết kiệm và Vay vốn kịp thời tổ chức bình xét cho vay đáp ứng nhu cầu vốn cho nhân dân.

Phân giao các thành viên ban giảm nghèo thực hiện giám sát hoạt động tín dụng chính sách tại thôn, định kỳ báo cáo kết quả thực hiện theo tháng hoặc quý vào cuộc họp của Ban giảm nghèo nhằm nắm bắt kịp thời hoạt động tín dụng chính sách tại thôn để có biện pháp giải quyết.

Trong công tác tổ chức họp định kỳ với trưởng các thôn tại UBND xã. Đưa nội dung thực hiện tín dụng chính sách tại thôn vào nội dung của cuộc họp nhằm để các trưởng thôn báo cáo kết quả thực hiện trong việc giám sát hoạt động của Tổ Tiết kiệm và Vay vốn, những đề xuất kiến nghị của trưởng thôn đối với hoạt động tín dụng chính sách

Phân giao cho ban công an xã, cán bộ tư pháp, cán bộ địa chính trong việc rà soát theo dõi, xác nhận việc chuyển khẩu, bán nhà đất đối với những hộ đang vay vốn tại NHCSXH. Kịp thời báo cáo và phối hợp với các tổ chức chính trị - xã hội, NHCSXH thu hồi nợ trước khi hộ vay chuyển đi khỏi địa phương.

Phân giao nhiệm vụ đối với các thành viên ban giảm nghèo về công tác quản lý nguồn vốn tín dụng chính sách, đặc biệt là các tổ chức chính trị - xã hội nhận ủy thác.

Thứ tư, hoàn thiện chiến lược phát triển và cơ sở vật chất của ngân hàng

Ngoài nguồn vốn Trung ương chuyển về, trong chiến lược phát triển của mình, NHCSXH huyện Cẩm Thủy cần tham mưu HĐND - UBND huyện hàng năm trích một phần từ ngân sách địa phương ủy thác sang NHCSXH để cho vay ưu đãi trên địa bàn; các ban ngành đoàn thể ưu tiên chuyên các quỹ tạm thời nhân rồi của Hội mình quản lý ủy thác sang NHCSXH.

Hiện nay, sự đa dạng các chương trình tín dụng của NHCSXH đã đáp ứng kịp thời các nhu cầu về nguồn tài chính của hộ nghèo và các đối tượng chính sách tuy nhiên sự tiện lợi này lại mang đến khó khăn trong việc thẩm định hồ sơ của cán bộ tín dụng vì đối tượng cho vay có sự chông chéo dẫn đến trùng lặp về mục đích sử dụng vốn, nhiều nguồn vốn được đầu tư cho cùng một mục đích gây lãng phí vốn, dự án sản xuất kinh doanh không hiệu quả,... Hậu quả là tạo khó khăn cho hộ vay khi trả nợ và làm giảm ý nghĩa, giá trị của các chương trình cho vay chính vì vậy phải hệ thống hóa các chương trình cho vay một cách khoa học, hợp lý.

Về cơ sở vật chất hữu hình, NHCSXH huyện Cẩm Thủy đã có điểm giao dịch rộng khắp từ huyện xuống đến các xã, thị trấn. Tại trụ sở giao dịch chính, hệ thống vận tải và truyền tải thông tin cần được đầu tư thêm nữa để đáp ứng nhu cầu nhanh và chính xác, phù hợp với xu hướng nền kinh tế số chung của các nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2021), *Báo cáo tổng kết thực hiện chiến lược phát triển kinh tế xã hội 10 năm 2021 -2030*, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/ban-chap-hanh-trung-uong-dang/dai-hoi-dang/lan-thu-xiii/chien-luoc-phat-trien-kinh-te-xa-hoi-10-nam-2021-2030-3735>, truy cập ngày 30 tháng 9 năm 2022.
- [2] Phạm Ngọc Dũng, Đinh Xuân Hạng (2020), *Giáo trình Tài chính - tiền tệ*, Nxb. Tài chính, Hà Nội.

- [3] Dương Thị Hoàn (2019), Yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng tại các Ngân hàng TMCP Việt Nam, *Tạp chí Khoa học & công nghệ*, số 50.
- [4] Phan Thị Linh (2021), Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại NH TMCP Công thương Việt Nam - chi nhánh Tây Sài Gòn, *Tạp chí Công Thương*, số 28.
- [5] Chính phủ (2013), *Quyết định 16/2013/QĐ -TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt điều lệ về tổ chức và hoạt động của NHCSXH*, ngày 22 tháng 1 năm 2003
- [6] Lê Thị Như Thảo (2016), Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng hoàn trả nợ vay của hộ nghèo trên địa bàn tỉnh Tiền Giang, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh.
- [7] Nguyễn Đình Thọ (2011), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb. Lao động Xã hội, Hà Nội.
- [8] Nguyễn Thị Ái Thơ (2020), Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tín dụng tại NH NN&PTNT - chi nhánh huyện Củ Chi, TP HCM, *Tạp chí Công thương*, số 26.
- [9] Phạm Hoàng Thông (2014), Phân tích những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả tín dụng đối với hộ nghèo tại NHCSXH tỉnh Quảng Trị, Luận văn Thạc sỹ Kinh tế, Trường Đại học Tài chính - Marketing.

FACTORS AFFECTING LENDING ACTIVITIES AT THE BANK FOR SOCIAL POLICIES IN CAM THUY DISTRICT, THANH HOA PROVINCE

Nguyen Thi Nga

ABSTRACT

In this study, the author conducted a survey for 300 customers to find out the factors affecting lending activities at the Bank for Social Policies in Cam Thuy district. Research results show that there are 6 main influencing factors: (1) Development strategy of the bank; (2) Credit policy; (3) Facilities; (4) Bank staff; (5) Coordination; and (6) Customers. Credit policy factors have the greatest influence and customer factors have the weakest influence on lending activities at VBSP in Cam Thuy district. This is the basis for the author to come up with solutions to make lending activities more effective.

Keywords: *VBSP, lending activities, factors, models.*

* Ngày nộp bài: 22/8/2022; Ngày gửi phản biện: 10/10/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2020-08 của Trường Đại học Hồng Đức

THU HÚT FDI TẠI THANH HÓA - GÓC NHÌN TỪ DỊCH VỤ HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP

Uông Thị Nga¹

TÓM TẮT

Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là mục tiêu của nhiều địa phương trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội. Một trong những giải pháp để thu hút FDI vào tỉnh Thanh Hóa là nâng cao chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) thông qua cải thiện chỉ tiêu dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp. Bài báo đã phân tích thực trạng dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp của tỉnh Thanh Hóa, chỉ ra những kết quả đã đạt được, những hạn chế còn tồn tại đối với các doanh nghiệp FDI liên quan đến dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, từ đó đề ra giải pháp cải thiện chỉ số này để tăng cường thu hút FDI và tỉnh Thanh Hoá trong tương lai.

Từ khóa: PCI, dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, tỉnh Thanh Hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh cấp tỉnh.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Năm 2020 là năm đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của tỉnh Thanh Hóa có dấu ấn mạnh mẽ trong cả nước, là tỉnh đầu tiên thực hiện thành công hội nghị xúc tiến đầu tư ngay sau khi Chính phủ công bố hết giãn cách xã hội; thu hút được 155 dự án đầu tư trực tiếp (trong đó có 13 dự án FDI) với vốn đăng ký là 21.241 tỷ đồng và 333 triệu đô la Mỹ [2]. FDI đã đóng góp tích cực vào quá trình phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

FDI là một trong những yếu tố quan trọng để thực hiện mục tiêu phát triển Thanh Hóa thành “một cực tăng trưởng mới, cùng với Hà Nội, Hải Phòng và Quảng Ninh tạo thành tứ giác phát triển ở phía Bắc của Tổ quốc; đến năm 2030 trở thành tỉnh công nghiệp theo hướng hiện đại, người dân có mức sống cao hơn bình quân cả nước” [1]. Tỉnh Thanh Hóa cũng đã có nhiều biện pháp để thu hút vốn FDI. Một trong những biện pháp đó là cải thiện môi trường đầu tư thông qua tăng cường dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp.

Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp là một trong mười chỉ số thành phần của chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI). Với trọng số 20%, đây là một trong những chỉ số quan trọng tác động lớn đến tăng trưởng, đầu tư và lợi nhuận của doanh nghiệp, và cũng là chỉ số cần tập trung để nâng cao thứ hạng PCI của mỗi địa phương cũng như của Thanh Hóa. PCI được cải thiện đồng nghĩa với hình ảnh và uy tín của Thanh Hóa được nâng cao, điều này là một trong những yếu tố thúc đẩy các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vốn FDI vào Thanh Hóa. Các doanh nghiệp FDI chiếm tới 22% số doanh nghiệp tham gia đánh giá PCI, vì thế, kết quả PCI của Thanh Hóa cũng phản ánh mong muốn của các doanh nghiệp FDI tại Thanh Hóa trong việc cải thiện môi trường đầu tư nói chung của địa phương.

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

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu được thu thập thông qua sách, báo, tạp chí, các công trình nghiên cứu về chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), về chính sách, dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp FDI. Các báo cáo, phân tích của phòng Công nghiệp và Thương mại Việt Nam (VCCI Việt Nam) và phòng Công nghiệp và Thương mại Việt Nam - Chi nhánh Thanh Hóa (VCCI Thanh Hóa).

Phương pháp phân tích

Bằng phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh (bao gồm số tuyệt đối và số tương đối) để đánh giá sự thay đổi của chỉ số dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp đối với các doanh nghiệp FDI tại Thanh Hóa. So sánh chỉ số này giữa Thanh Hóa với một số tỉnh khác để làm nổi bật sự khác biệt cũng như những hạn chế.

Ngoài ra, bài viết còn sử dụng phương pháp phỏng vấn chuyên gia nhằm tìm hiểu sâu và có thêm các cơ sở để phân tích, đánh giá và đề xuất giải pháp.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn đầu tư của doanh nghiệp FDI từ kết quả điều tra về PCI

Những yếu tố được coi là có ảnh hưởng tích cực đến lựa chọn địa điểm đầu tư của các doanh nghiệp FDI như: Tham nhũng ít phổ biến, hệ thống quy định ít bị hạn chế hơn, mức thuế thấp hơn, rủi ro thu hồi mặt bằng kinh doanh thấp hơn, bất ổn chính sách thấp hơn, cơ sở hạ tầng tốt hơn, chất lượng dịch vụ công tốt hơn, mức ảnh hưởng chính sách cao hơn, chính trị ổn định hơn. Đây đều là những yếu tố vĩ mô. Bên cạnh việc áp dụng những chính sách thu hút chung được nhà nước quy định, tỉnh Thanh Hóa còn có những chính sách hỗ trợ riêng cho doanh nghiệp FDI như cung cấp mặt bằng sạch và ổn định cho nhà đầu tư; cắt giảm 95% thủ tục hành chính, nếu doanh nghiệp đủ hồ sơ thì có thể cấp giấy chứng nhận đầu tư trong 04 giờ làm việc; hỗ trợ thêm 10% chi phí san lấp mặt bằng nếu đầu tư vào Khu kinh tế Nghi Sơn, tối đa không quá 500 triệu đồng/1 ha (Quyết định số 3667/2013/QĐ-UBND ngày 18/10/2013 của UBND tỉnh Thanh Hóa); tổ chức nhiều các hội trợ thương mại, hội nghị xúc tiến đầu tư, cung cấp các dịch vụ cho các doanh nghiệp FDI... những chính sách này đều nằm trong hệ thống các yếu tố tác động tích cực đến hoạt động đầu tư tại Thanh Hóa.

3.2. Các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp của tỉnh Thanh Hóa

Trong 5 năm gần đây, thứ tự xếp hạng PCI của Thanh Hóa có sự biến động nhất định (bảng 1). Năm 2019 là năm có điểm số và thứ hạng cao nhất trong 3 năm. Năm 2020 thấp hơn năm 2018 là 0,03 điểm nhưng thứ hạng đã tụt đi 3 bậc so với năm 2018. Điều này cho thấy, bên cạnh chỉ số PCI của Thanh Hóa chưa có sự cải thiện mạnh mẽ thì PCI của các tỉnh, thành khác đã có sự tiến bộ vượt bậc, sự tiến bộ của họ đã vượt lên trên Thanh Hóa, vì thế, mặc dù số điểm cơ bản giữ nguyên nhưng thứ hạng không giữ được.

Trong 10 chỉ tiêu thành phần cấu thành nên PCI, có 3 chỉ tiêu có trọng số là 20% bao gồm: tính minh bạch, dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp và đào tạo lao động. Riêng dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp có 24 chỉ tiêu con.

Bảng 1. Điểm và xếp hạng PCI tỉnh Thanh Hóa giai đoạn 2018 - 2020

| Năm | Điểm tổng hợp | Kết quả xếp hạng |
|------|---------------|------------------|
| 2016 | 58,54 | 31 |
| 2017 | 62,46 | 28 |
| 2018 | 63,94 | 25 |
| 2019 | 65,64 | 24 |
| 2020 | 63,91 | 28 |

Nguồn: VCCI Việt Nam

Chỉ tiêu dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp của Thanh Hóa được thể hiện ở bảng 2. Có 95% số doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp FDI được khảo sát tham gia cung cấp dịch vụ. Vì thế có thể khẳng định, kết quả khảo sát chung này cũng phản ánh được các kết quả đối với các doanh nghiệp FDI của tỉnh Thanh Hóa.

Năm 2017 là năm có thứ hạng thấp nhất trong 05 năm (tụt 22 bậc) mặc dù điểm số tăng so với hầu hết các chỉ tiêu thành phần đều được cải thiện so với năm 2016. Điều này chứng tỏ tuy tỉnh có sự nỗ lực trong việc cải thiện dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp nhưng sự nỗ lực này vẫn chưa bằng các tỉnh khác. Năm 2018, Thanh Hóa đã có sự bứt phá đáng kể, lấy lại được thứ hạng của mình đồng thời cải thiện mạnh mẽ điểm số của chỉ tiêu này. Năm 2019 là năm đầy khó khăn đối với các doanh nghiệp do dịch Covid xảy ra, giãn cách xã hội bắt đầu từ ngày 1 tháng 4, nhiều doanh nghiệp phải tạm thời dừng hoạt động. Năm 2019, dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp của Thanh Hóa tụt 6 bậc so với năm 2018 (xếp thứ 9/63 tỉnh so với xếp thứ 3/63 tỉnh), điểm số thì giảm 0,5 điểm - đây là mức giảm tương đối lớn. Một số chỉ tiêu cung cấp dịch vụ thành phần năm 2019 giảm mạnh so với 2018 như: doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ xúc tiến thương mại giảm từ 80% xuống còn 50% mặc dù số lượng hội chợ thương mại năm 2019 tăng hơn rất nhiều so với năm 2018 (17 hội chợ so với 4 hội chợ); số doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ tìm kiếm đối tác kinh doanh giảm từ 78% xuống còn 52%; số doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ tư vấn pháp luật giảm từ 72% xuống còn 54%; doanh nghiệp từng sử dụng dịch vụ đào tạo về kế toán, tài chính giảm từ 74% xuống còn 51%; doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ đào tạo về quản trị kinh doanh giảm từ 71% về 56%.

Có một số chỉ tiêu được cải thiện (doanh nghiệp đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ tìm kiếm thông tin thị trường; doanh nghiệp đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ tư vấn pháp luật; doanh nghiệp đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ liên quan tới công nghệ; doanh nghiệp đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ đào tạo về kế toán - tài chính...) nhưng sự cải thiện này vẫn yếu so với sự sụt giảm của những chỉ số trên. Hơn nữa, có thể thấy một xu hướng là các doanh nghiệp chuyển dịch dần sang sử dụng dịch vụ của tư nhân thay vì của các cơ quan nhà nước.

Bảng 2. Các chỉ số dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp tại tỉnh Thanh Hóa

| Chỉ tiêu | Năm 2016 | Năm 2017 | Năm 2018 | Năm 2019 | Năm 2020 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Thứ hạng | 4 | 26 | 3 | 9 | 7 |
| Điểm số | 6,19 | 6,72 | 7,37 | 6,87 | 7,03 |
| Số hội chợ thương mại do tỉnh tổ chức trong năm vừa qua | 17 | 4 | 4 | 17 | 17 |
| Tỉ lệ DN cung cấp dịch vụ (CCDV) trên tổng số doanh nghiệp | 1,38% | 2,46% | 2,97% | 2,23% | 3,29% |
| Tỉ lệ DN CCDV tư nhân và FDI trên tổng số DN CCDV | 85% | 90% | 95% | 95% | 95% |
| DN từng sử dụng dịch vụ tìm kiếm thông tin thị trường (TTTT) | 35% | 47% | 65% | 55% | 47% |
| DN đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ tìm kiếm TTTT | 50% | 67% | 70% | 77% | 53% |
| DN có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ tìm kiếm TTTT | 85% | 61% | 73% | 67% | 80% |
| DN từng sử dụng dịch vụ tư vấn về pháp luật (TVPL) | 39% | 66% | 68% | 61% | 51% |
| DN đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ TVPL | 29% | 48% | 50% | 63% | 67% |
| DN có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ TVPL | 55% | 59% | 72% | 54% | 78% |
| DN từng sử dụng dịch vụ tìm kiếm đối tác kinh doanh (ĐTKD) | 32% | 46% | 60% | 60% | 35% |
| DN đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ tìm kiếm ĐTKD | 63% | 50% | 72% | 63% | 67% |
| DN có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ tìm kiếm ĐTKD | 73% | 63% | 78% | 52% | 67% |
| DN từng sử dụng dịch vụ xúc tiến thương mại (XTTM) | 24% | 57% | 65% | 61% | 45% |
| DN đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ XTTM | 13% | 50% | 41% | 55% | 56% |
| DN có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ XTTM | 63% | 63% | 82% | 50% | 67% |
| DN từng sử dụng dịch vụ liên quan tới công nghệ | 29% | 43% | 76% | 60% | 39% |
| DN đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ liên quan tới công nghệ | 46% | 56% | 69% | 78% | 71% |
| DN có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ liên quan tới công nghệ | 64% | 67% | 56% | 44% | 57% |
| DN từng sử dụng dịch vụ đào tạo về kế toán, tài chính (KTTC) | 34% | 57% | 74% | 51% | 57% |
| DN đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ đào tạo về KTTC | 26% | 80% | 59% | 76% | 67% |
| DN có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ đào tạo về KTTC | 65% | 70% | 69% | 71% | 67% |
| DN từng sử dụng dịch vụ đào tạo về quản trị kinh doanh (QTKD) | 27% | 55% | 67% | 64% | 45% |
| DN đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ đào tạo về QTKD | 35% | 63% | 67% | 64% | 60% |
| DN có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ đào tạo về QTKD | 58% | 63% | 71% | 56% | 80% |

Ghi chú: các chỉ số tăng lên các chỉ số giảm đi

Nguồn: Tổng hợp từ PCI Việt Nam các năm 2016 - 2020

Năm 2020, điểm số được cải thiện (tăng 0,16 điểm) đồng thời cũng tăng 2 bậc về dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp. Những chỉ tiêu tạo nên sự gia tăng điểm số trong năm 2020 như: doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ tư vấn pháp luật; doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ đào tạo về quản trị kinh doanh; doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ tìm kiếm thông tin thị trường; doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ tìm kiếm đối tác kinh doanh; doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ xúc tiến thương mại; doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ liên quan tới công nghệ; doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ tư vấn pháp luật.

Trong cả giai đoạn, một số dịch vụ hỗ trợ được cải thiện rõ rệt như doanh nghiệp đã sử dụng nhà cung cấp tư nhân cho dịch vụ liên quan tới công nghệ (tăng liên tục từ năm 2016 đạt 46% đến 2019 đạt 78% số doanh nghiệp, năm 2020 có giảm nhưng vẫn cao hơn năm 2016); doanh nghiệp có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ đào tạo về quản trị kinh doanh (tăng từ 58% năm 2016 lên 80% năm 2020). Đặc biệt, dịch vụ tư vấn pháp luật của các doanh nghiệp tư nhân được các doanh nghiệp sử dụng tăng đều qua các năm chứng tỏ các doanh nghiệp rất cần đến dịch vụ này.

Bảng 3. Các chỉ tiêu thành phần của PCI Thanh Hóa

| Năm | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Gia nhập thị trường | 8,07 | 8,30 | 6,93 | 7,69 | 8,17 |
| Tiếp cận đất đai | 5,47 | 6,96 | 6,22 | 6,23 | 6,94 |
| Tính minh bạch | 6,43 | 6,36 | 6,21 | 6,91 | 5,34 |
| Chi phí thời gian | 5,35 | 6,23 | 6,30 | 6,43 | 7,29 |
| Chi phí không chính thức | 4,65 | 4,57 | 4,96 | 6,17 | 6,47 |
| Cạnh tranh bình đẳng | 3,12 | 4,61 | 4,72 | 4,81 | 5,95 |
| Tính năng động | 4,65 | 5,57 | 5,88 | 5,94 | 5,42 |
| Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp | 6,19 | 6,72 | 7,37 | 6,87 | 7,03 |
| Đào tạo lao động | 6,33 | 6,51 | 6,88 | 6,71 | 6,41 |
| Thiết chế pháp lý | 5,35 | 5,74 | 6,06 | 5,84 | 6,02 |
| Tổng điểm (PCI) | 58,54 | 62,46 | 63,94 | 65,64 | 63,91 |
| Xếp hạng | 31 | 28 | 25 | 24 | 28 |
| Xếp hạng dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp/10 chỉ tiêu | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 |

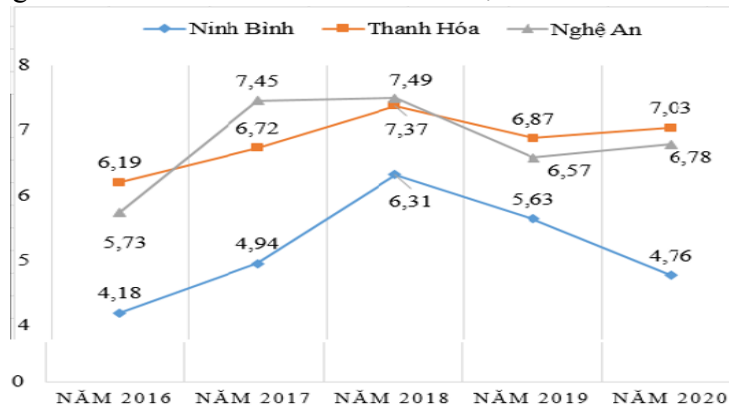
Nguồn: PCI Việt Nam

Một số dịch vụ hỗ trợ được hơn 70% số doanh nghiệp tại Thanh Hóa sử dụng như dịch vụ tìm kiếm thông tin thị trường; dịch vụ đào tạo về quản trị kinh doanh; dịch vụ tư vấn pháp luật; dịch vụ liên quan tới công nghệ của nhà cung cấp tư nhân. Ngược lại một số dịch vụ có dưới 50% doanh nghiệp tại Thanh Hóa sử dụng như dịch vụ xúc tiến thương mại (giảm liên tục từ năm 2017 đến 2020); dịch vụ tìm kiếm đối tác kinh doanh.

Nếu so sánh tương quan chỉ tiêu dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp của Thanh Hóa so với PCI tổng thì có thể thấy, dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp của Thanh Hóa là thế mạnh, có điểm số cao và cũng là chỉ tiêu đóng góp đáng kể vào PCI của Thanh Hóa (bảng 3).

3.3. Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp của một số tỉnh

Để đánh giá rõ hơn dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp FDI của tỉnh Thanh Hoá, bài báo so sánh chỉ số này giữa tỉnh Thanh Hóa với hai tỉnh lân cận là Ninh Bình và Nghệ An.



Nguồn: PCI Việt Nam

Hình 1. Kết quả so sánh điểm dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp giữa Thanh Hóa với Ninh Bình và Nghệ An

Ta thấy, điểm dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp của Thanh Hóa cao hơn Ninh Bình ở tất cả các năm. Tuy nhiên, khi so sánh với Nghệ An, điểm số chỉ tiêu này của Thanh Hóa cao hơn vào năm 2016, thấp hơn vào năm 2017 và 2018 nhưng lại vượt lên vào năm 2019 và 2020. Điều này là minh chứng cho sự nỗ lực của Thanh Hóa trong việc cải thiện chỉ số dịch vụ hỗ trợ cho các doanh nghiệp khi đầu tư sản xuất - kinh doanh tại địa phương. Và cũng là điểm nhấn, là cơ sở tạo ra niềm tin đối với các doanh nghiệp FDI khi lựa chọn đầu tư tại Thanh Hóa.

Từ những phân tích trên, căn cứ các kết quả điều tra PCI liên quan đến các doanh nghiệp FDI, kết hợp với phỏng vấn chuyên gia, có thể nhận định một số kết quả đạt được và hạn chế trong hoạt động của các doanh nghiệp FDI dưới góc nhìn từ dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp như sau:

Khối doanh nghiệp FDI khá lạc quan, năm 2020 có 41% doanh nghiệp FDI có ý định tăng quy mô kinh doanh, so với năm 2019 là 53%, năm 2018 là 60%. Trong điều kiện dịch bệnh thì đây là những kết quả đáng khích lệ

Niềm tin của các doanh nghiệp FDI vào việc cung cấp dịch vụ nói chung của địa phương tăng lên, đặc biệt là dịch vụ tư vấn pháp luật, khi các doanh nghiệp FDI được tham gia vào hoạt động hoạch định chính sách, họ cũng sẵn sàng tuân thủ luật định hơn (Malesky, 2020).

Đánh giá của doanh nghiệp FDI về lĩnh vực chất lượng cung cấp dịch vụ công đã cải thiện đáng kể, tăng từ mức báo động 29% năm 2014 lên gần 46% năm 2020. 42% doanh nghiệp FDI nhận định chất lượng cung cấp dịch vụ công ở Việt Nam tốt hơn các nước khác.

Tuy nhiên, kết quả cũng cho thấy một số hạn chế:

Quy mô vốn đầu tư của doanh nghiệp FDI có xu hướng chững lại, thậm chí giảm so với trước đó mặc dù số lượng. Trong khi số lượng doanh nghiệp FDI tiếp tục tăng lên, quy mô vốn đầu tư và lao động trung bình của khối này đang có xu hướng thu nhỏ dần (Malesky, 2020).

Các nhà đầu tư nước ngoài vẫn coi chất lượng cung cấp dịch vụ công là điểm yếu của Việt Nam, dù đánh giá của doanh nghiệp FDI về lĩnh vực này đã cải thiện đáng kể.

Hệ thống quy định chung về cung cấp dịch vụ chưa được các nhà đầu tư FDI đánh giá cao.

Các trung tâm hỗ trợ pháp lý cho các doanh nghiệp, đặc biệt là trung tâm của nhà nước còn hạn chế cả về số lượng và chất lượng hoạt động, các doanh nghiệp FDI có xu hướng sử dụng dịch vụ hỗ trợ của các công ty tư nhân.

3.4. Một số giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp FDI thông qua các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp tại Thanh Hóa

Việc phân tích kết quả dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp trong khoảng thời gian 5 năm (2016 - 2020) đã đánh được giá kết quả cải thiện chất lượng cung cấp dịch vụ cho các doanh nghiệp FDI tại Thanh Hóa, xác định được những kết quả và hạn chế từ đó có hướng trọng tâm để cải thiện trong thời gian tới.

Để hỗ trợ được tốt hơn, nâng cao điểm số dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, từ đó nâng cao PCI của Thanh Hóa, thu hút được nhiều vốn FDI, trong thời gian tới cần thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất, thực hiện cải thiện nhiều chỉ tiêu thành phần khác ngoài chỉ tiêu dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, nâng cao một cách đồng bộ PCI tỉnh Thanh Hóa, cải thiện cả về điểm số lẫn thứ bậc. Cải thiện đồng bộ môi trường kinh doanh cho địa phương, từ đó tạo ra các điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động, tạo ra niềm tin cho các doanh nghiệp FDI để họ thực hiện đầu tư vào Thanh Hóa. Cũng có thể ưu tiên cải thiện một số chỉ số ảnh hưởng lớn đến nhà đầu tư nước ngoài như mức độ minh bạch trong điều hành kinh tế; nâng cao hiệu quả, hiệu lực thực thi tại cấp huyện thị sở ngành; tiếp tục tập trung giảm thiểu gánh nặng chi phí tuân thủ cho doanh nghiệp thông qua việc thúc đẩy cải cách thủ tục hành chính và gánh nặng thanh, kiểm tra cho doanh nghiệp; đồng thời tiếp tục nỗ lực cắt giảm chi phí không chính thức cho các doanh nghiệp.

Thứ hai, riêng đối với chỉ tiêu dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, cần tập trung phát huy những chỉ tiêu con đang là thế mạnh của tỉnh như: hỗ trợ và phát triển hệ thống tư nhân hoạt động trong lĩnh vực nghiên cứu và cung cấp thông tin thị trường cho doanh nghiệp FDI; cung cấp nguồn lực, đặc biệt là nguồn lao động về quản trị kinh doanh; xây dựng và nâng cao hệ thống các cơ quan tư vấn pháp luật, bên cạnh phát triển hệ thống tư nhân cần tập trung nâng cao hiệu quả hoạt động của các trung tâm của nhà nước.

Thứ ba, cải thiện một số dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp còn yếu kém như nâng cao hiệu quả của các hoạt động xúc tiến thương mại; tạo ra cơ hội tìm kiếm đối tác kinh doanh, đặc biệt là đối tác cung cấp các yếu tố đầu vào cho các doanh nghiệp FDI. Đối với nhà đầu tư nước ngoài, họ có lợi thế về công nghệ, về quản lý tài chính, vì vậy, những dịch vụ hỗ trợ về công nghệ, tài chính kế toán chỉ mang tính bổ trợ cho các doanh nghiệp FDI.

Thứ tư, phát huy hơn nữa vai trò của VCCI Thanh Hóa trong việc tư vấn, hỗ trợ và giải đáp thắc mắc cho các doanh nghiệp FDI. Ngoài những cơ quan liên quan về chuyên ngành thì VICC Thanh Hóa là đầu mối hỗ trợ doanh nghiệp.

4. KẾT LUẬN

Tận dụng và phát huy triệt để vai trò của FDI trong phát triển kinh tế - xã hội sẽ tạo ra lợi thế cho Thanh Hóa trong thời gian tới. Một lần nữa có thể khẳng định, nâng cao và hoàn thiện dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp là một trong những giải pháp tăng cường thu hút FDI vào Thanh Hóa. Vì thế, trong thời gian tới, cần nâng cao chỉ số này, để nâng cao sự đóng góp của nó vào PCI tỉnh nhà. Muốn làm tốt điều này cần phải có sự đoàn kết của toàn dân, các doanh nghiệp và cả các cơ quan nhà nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban chấp hành Trung ương Đảng (2020), *Nghị quyết số 58-NQ/TW ngày 05-8-2020 về xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
- [2] Hội đồng nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2020), *Báo cáo tình hình thực hiện kinh tế - xã hội tỉnh Thanh Hóa năm 2020, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2021*.
- [3] Ủy ban nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2008), *Quyết định số 2541/2008/QĐ-UBND ngày 19 tháng 8 năm 2008*.

- [4] Phạm Thế Hùng và cộng sự (2019), Hoàn thiện thể chế, chính sách đối với doanh nghiệp FDI tại Việt Nam, *Tạp chí Tài chính*, Kỳ 2 - tháng 12, tr.24 - 27.
- [5] VCCI Việt Nam (2018 - 2020), *Báo cáo dữ liệu điều tra của PCI Việt Nam*.
- [6] VCCI Việt Nam (2018 - 2020), *PCI chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt nam-Hồ sơ 63 tỉnh, thành phố Việt Nam*.
- [7] Edmund James Malesky (2020), *Kết quả khảo sát PCI - FDI 2020 và phân tích chuyên sâu về động lực thúc đẩy doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ xanh*, Bài báo cáo tại Lễ công bố chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2020.

FDI ATTRACTION IN THANH HOA PROVINCE FROM THE PERSPECTIVE OF ENTERPRISE SUPPORT SERVICE

Uong Thi Nga

ABSTRACT

Attracting FDI is the goal of many localities in the process of socio-economic development. One of the solutions to attract FDI into Thanh Hoa province is to improve the Provincial Competitiveness Index (PCI), by improving business support services. In the research process, the author analyzed the current status of business support services in Thanh Hoa province, pointed out the achieved results, and the remaining limitations for FDI enterprises from the results of the investigation related to business support services in PCI, thereby proposing solutions to improve this index to enhance FDI attraction in the future.

Keywords: *PCI, business support services, Thanh Hoa province, improving provincial competitiveness index.*

** Ngày nộp bài: 19/5/2021; Ngày gửi phản biện: 20/5/2021; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022*

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI THU HÚT KHÁCH DU LỊCH ĐẾN HUYỆN QUẢNG XƯƠNG, TỈNH THANH HÓA

Uông Thị Nga¹

TÓM TẮT

Nghiên cứu dựa trên cơ sở lý thuyết về khả năng thu hút của điểm đến, trên cơ sở đó đề xuất mô hình nghiên cứu thích hợp đối với khả năng thu khách du lịch đến huyện Quảng Xương, tỉnh Thanh Hóa. Tác giả tiến hành đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cron'bach Alpha; phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi qui tuyến tính bội. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 3 nhân tố có ảnh hưởng tới khả năng thu hút khách du lịch đến huyện Quảng Xương gồm: Nhân tố tự nhiên; Nhân tố văn hóa xã hội và Nhân tố Đặc tính bổ trợ. Trong đó Nhân tố văn hóa xã hội có tác động mạnh nhất và nhân tố tự nhiên có tác động yếu nhất. Kết quả nghiên cứu là cơ sở đề xuất các biện pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút du khách đến huyện Quảng Xương trong thời gian tới.

Từ khóa: Khả năng thu hút, nhân tố ảnh hưởng, xoay nhân tố (EFA), hồi qui tuyến tính, tỉnh Thanh Hóa.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch đã và đang chiếm vị trí quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế của mỗi quốc gia. Đối với Việt Nam, du lịch không chỉ đóng góp vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP) mà còn góp phần giải quyết việc làm, xóa đói giảm nghèo và là phương thức để kết nối, giao lưu văn hóa, quảng bá đất nước, con người Việt Nam. Tận dụng lợi thế và tiềm năng, tỉnh Thanh Hóa đã và đang hình thành nhiều điểm đến du lịch khác nhau nhằm thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế. Là một huyện đồng bằng ven biển của tỉnh Thanh Hóa với diện tích đất tự nhiên 227,63 km², chiều dài bờ biển gần 18km, Quảng Xương là một trong những huyện có tiềm năng phát triển du lịch, nhất là du lịch sinh thái biển kết hợp nghỉ dưỡng. Tuy có nhiều tiềm năng và thế mạnh về phát triển du lịch biển, nhưng việc thu hút khách du lịch đến huyện Quảng Xương còn nhiều hạn chế. Nghiên cứu nhằm tìm ra các nhân tố ảnh hưởng tới khả năng thu hút khách du lịch, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp nâng cao khả năng thu hút cho huyện Quảng Xương trong thời gian tới.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Có nhiều công trình trên thế giới và trong nước nghiên cứu về khả năng thu hút của điểm đến du lịch. Công trình nghiên cứu đánh giá khả năng thu hút của điểm đến du lịch của Hu & Ritchie (1993), tác giả đã đề xuất 5 nhóm nhân tố tác động đến thu hút khách du lịch, đó là: Các yếu tố tự nhiên; Các yếu tố xã hội; Các yếu tố lịch sử; Các điều kiện giải trí và mua

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

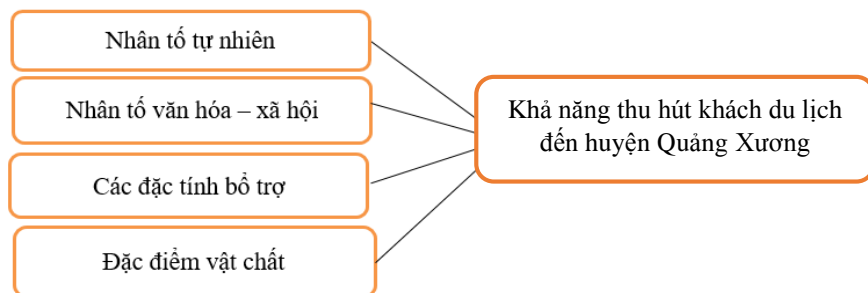
sắm; Cơ sở hạ tầng, ẩm thực, lưu trú. Nghiên cứu về khả năng thu hút điểm đến của Azlizam Aziz (2002), đưa ra mô hình khả năng thu hút khách du lịch của điểm đến gồm 5 nhóm nhân tố: Yếu tố địa lý; Yếu tố văn hóa-Xã hội; Đặc điểm vật chất; Đặc điểm tự nhiên; Các đặc tính hỗ trợ. Nghiên cứu trong nước có Bùi Thị Tâm và Mai Lệ Quyên (2012) đã sử dụng và kế thừa mô hình đánh giá khả năng thu hút của điểm đến của Hu & Ritchie để nghiên cứu đánh giá khả năng thu hút của điểm đến Huế. Trong đó, ngoài 5 yếu tố kế thừa: (1) Các yếu tố tự nhiên, (2) Các yếu tố xã hội, (3) Các yếu tố lịch sử, (4) Các điều kiện giải trí và mua sắm, (5) Cơ sở hạ tầng, ẩm thực và lưu trú, tác giả còn bổ sung thêm yếu tố thứ 6 là an toàn điểm đến.

Hu & Ritchie (1993), cho rằng khả năng thu hút của điểm đến “Phản ánh cảm nhận, niềm tin và ý kiến mà mỗi cá nhân có được về khả năng làm hài lòng của điểm đến trong mối liên hệ với nhu cầu chuyến đi cụ thể của họ”.

Như vậy có thể hiểu: Khả năng thu hút của điểm đến là khả năng điểm đến đó được khách du lịch lựa chọn cao nhất khi tiếp cận thông tin về điểm đến và là khả năng đáp ứng được nhu cầu nhiều nhất của điểm đến đối với khách du lịch.

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên cơ sở lý thuyết, tác giả kế thừa và sử dụng mô hình đánh giá khả năng thu hút điểm đến của Azlizam. Trong đó, Yếu tố địa lý tác giả đưa vào nhóm nhân tố Đặc điểm tự nhiên để phù hợp với đặc điểm của điểm đến nghiên cứu. Vận dụng các thuộc tính phù hợp với đặc điểm tự nhiên, nguồn lực của địa phương, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu khả năng thu hút khách du lịch đến huyện Quảng Xương chịu ảnh hưởng bởi 4 nhân tố gồm: (1) Nhân tố tự nhiên, (2) Nhân tố văn hóa - xã hội, (3) Các đặc tính hỗ trợ, (4) Đặc điểm vật chất.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua các bước: Nghiên cứu qua dữ liệu thứ cấp; nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

Dữ liệu thứ cấp được thu thập qua các tạp chí, các báo cáo của chính quyền địa phương, chi cục thống kê huyện Quảng Xương; cổng thông tin du lịch của tỉnh Thanh Hóa, huyện Quảng Xương... Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua việc khảo sát khách du lịch đến huyện Quảng Xương dưới hình thức bảng hỏi, đồng thời phỏng vấn các chuyên gia trong các lĩnh vực có liên quan.

Nghiên cứu định tính được thực hiện qua việc thảo luận với các chuyên gia về du lịch. Các chuyên gia cho ý kiến, quan điểm và liệt kê các yếu tố tác động cũng như gợi ý các

thành phần của thang đo trong mô hình đánh giá khả năng thu hút khách du lịch đến huyện Quảng Xương. Trên cơ sở các ý kiến của chuyên gia kết hợp với các tài liệu nghiên cứu trước đây, thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút du khách của huyện Quảng Xương được hình thành như sau:

Bảng 1. Thành phần thang đo trong các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút du khách

| Nhân tố | Biến quan sát | Nguồn |
|---|--|---|
| Các yếu tố tự nhiên | Khí hậu và thời tiết dễ chịu | Hu & Ritchie (1993) |
| | Vị trí địa lý thuận lợi để du khách đến tham quan, du lịch | Azlizam Aziz (2002) |
| | Khả năng tiếp cận dễ dàng | Azlizam Aziz (2002) |
| | Phong cảnh tự nhiên đẹp | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |
| | Môi trường du lịch đẹp hoang sơ | Khảo sát định tính |
| Các yếu tố văn hóa xã hội | Người dân địa phương thân thiện | Hu & Ritchie (1993) |
| | Giá cả sinh hoạt tại địa phương hợp lý | Lê Thị Ngọc Anh và Trần Thị Khuyên (2014) |
| | Có cơ sở tôn giáo để tham quan | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |
| | Có làng nghề đặc trưng hấp dẫn | Khảo sát định tính |
| | Du khách cảm thấy được đảm bảo an toàn khi du lịch tại điểm đến | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |
| | Các hoạt động, sinh hoạt của các thôn độc đáo, thu hút du khách | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |
| Các đặc tính hỗ trợ | Phương tiện giao thông đầy đủ | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |
| | Hệ thống nhà hàng, khách sạn đáp ứng nhu cầu | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |
| | Mạng lưới điện thoại, internet đáp ứng nhu cầu | Hu & Ritchie (1993) |
| | Thức ăn chế biến phù hợp khẩu vị | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |
| | Nhân viên am hiểu, nhiệt tình | Lê Thị Ngọc Anh và Trần Thị Khuyên (2014) |
| Đặc điểm vật chất, điều kiện mua sắm giải trí | Nhiều khu vực mua sắm, siêu thị, chợ đáp ứng nhu cầu | Azlizam Aziz (2002) |
| | Nhiều cơ sở bán hàng hóa, đồ lưu niệm đáp ứng nhu cầu | Lê Thị Ngọc Anh và Trần Thị Khuyên (2014) |
| | Dịch vụ giải trí đáp ứng nhu cầu | Khảo sát định tính |
| | Dịch vụ chăm sóc sức khỏe, ngoại hình đáp ứng nhu cầu | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |
| | Các khu thể thao, giải trí mang tính chất vận động thu hút khách du lịch | Bùi Thị Tám và Mai Lê Quyên (2012) |

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách du lịch của huyện Quảng Xương, tác giả tiến hành điều tra khách du lịch đến biển Quảng Thái, biển Tiên Trang Quảng Lợi, cảng cá Quảng Nham ở huyện Quảng Xương, tỉnh Thanh Hóa từ ngày 10/4 đến

ngày 25/4 năm 2021. Với 22 biến quan sát, cỡ mẫu tối thiểu cần thiết là $22 \times 5 = 110$ quan sát. Để đảm bảo độ tin cậy của dữ liệu, tác giả tiến hành phỏng vấn trực tiếp 250 du khách với bảng câu hỏi được thiết kế theo các nhân tố ảnh hưởng và thang đo Likert 5 mức độ (từ Rất không đồng ý đến Rất đồng ý). Tác giả thu về 220 phiếu, sau khi làm sạch dữ liệu còn 200 phiếu hợp lệ. Phương pháp chọn mẫu là phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên thuận tiện.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Mô hình lý thuyết các nhân tố ảnh hưởng tới khả năng thu hút khách du lịch đến huyện Quảng Xương gồm 4 nhóm nhân tố độc lập được đo lường bằng 21 biến quan sát. Sau khi kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, nghiên cứu loại bỏ 4 biến gồm TN4, TN5, VHXH6 và ĐTB5 do các biến này có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 và hệ số Cronbach's alpha if item deleted lớn hơn hệ số Cronbach hiện tại của nhóm nhân tố. Tiến hành kiểm định lại hệ số tin cậy của 17 biến quan sát trong 4 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến khả năng thu hút du khách của huyện Quảng Xương đều đạt yêu cầu. Tất cả các biến này đều được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá EFA.

3.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Thực hiện phân tích nhân tố EFA các biến có hệ số tải nhỏ hơn 0,6 sẽ bị loại khỏi mô hình. Hệ số KMO = 0,895 thỏa mãn điều kiện $> 0,5$ do đó phân tích nhân tố khám phá là hoàn toàn phù hợp với dữ liệu điều tra. Kết quả kiểm định Bartlett với $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố. Phân tích rút trích được 4 nhân tố với phương sai trích là 65,44% tại các mức giá trị Eigenvalues lớn hơn 1. Điều này có nghĩa 4 nhân tố được rút trích ra có thể giải thích được 65,44% sự biến thiên của dữ liệu.

Bảng 2. Ma trận các nhân tố sau khi xoay

| Nhân tố | Hệ số tải nhân tố | | | |
|--|-------------------|------|------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| VHXH2 - Giá cả sinh hoạt tại địa phương hợp lý | ,833 | | | |
| VHXH4 - Có làng nghề đặc trưng hấp dẫn | ,831 | | | |
| VHXH5 - Du khách cảm thấy được đảm bảo an toàn khi du lịch tại điểm đến | ,798 | | | |
| VHXH1 - Người dân địa phương thân thiện | ,777 | | | |
| VHXH3 - Có cơ sở tôn giáo để tham quan | ,766 | | | |
| DTBT4 - Mạng lưới điện thoại, internet đáp ứng nhu cầu | | ,859 | | |
| DTBT1 - Phương tiện giao thông đầy đủ | | ,857 | | |
| DTBT2 - Hệ thống nhà hàng, khách sạn đáp ứng nhu cầu | | ,853 | | |
| DTBT3 - Nhân viên am hiểu, nhiệt tình | | ,828 | | |
| DDVC3 - Dịch vụ giải đáp ứng nhu cầu | | | ,715 | |
| DDVC4 - Dịch vụ chăm sóc sức khỏe, ngoại hình đáp ứng nhu cầu | | | ,706 | |
| DDVC5 - Các khu thể thao, giải trí mang tính chất vận động thu hút khách du lịch | | | ,639 | |
| DDVC1 - Nhiều khu vực mua sắm, siêu thị, chợ đáp ứng nhu cầu | | | ,624 | |

| | | | | |
|--|--|--|----------|------|
| DDVC2 - Nhiều cơ sở bán hàng hóa, đồ lưu niệm đáp ứng nhu cầu | | | ,605 | |
| TN3 - Khả năng tiếp cận dễ dàng | | | | ,806 |
| TN1 - Khí hậu và thời tiết dễ chịu | | | | ,802 |
| TN2 - Vị trí địa lý thuận lợi để du khách đến tham quan, du lịch | | | | ,700 |
| KMO | | | | ,859 |
| Eigenvalues | | | 65,440 % | |
| Sig | | | | ,000 |

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Dựa trên phân tích của bảng ma trận xoay nhân tố, kết quả thang đo khả năng thu hút có 4 nhân tố được rút trích ra từ 21 biến quan sát bao gồm: (1) Nhân tố văn hóa xã hội, (2) Đặc tính hỗ trợ, (3) Đặc điểm vật chất và (4) Nhân tố tự nhiên.

3.3. Phân tích hồi qui tuyến tính bội

Mô hình hồi qui tổng thể có dạng:

$$KNTH = \beta_0 + \beta_1 * TN + \beta_2 * VHXH + \beta_3 * DDVC + \beta_4 * DTBT$$

Trong đó: KNTH - Khả năng thu hút khách du lịch của huyện Quảng Xương; TN - Nhân tố tự nhiên; VHXH - Nhân tố Văn hóa xã hội; DDVC - Đặc điểm vật chất và DTBT - Đặc tính hỗ trợ.

Tác giả tiến hành kiểm định mô hình với phương pháp đưa vào một lượt (Enter), 4 biến độc lập và biến phụ thuộc được đưa vào mô hình cùng một lúc. Kết quả kiểm định mô hình hồi qui là có ý nghĩa. Tuy nhiên, kiểm định T với các hệ số hồi qui của mô hình cho thấy, trong 4 nhân tố đưa vào mô hình chỉ có 3 nhân tố có ảnh hưởng tới khả năng thu hút khách du lịch đến huyện Quảng Xương đó là “Tự nhiên”, “Văn hóa xã hội” và “Đặc tính hỗ trợ”. Nhân tố “Đặc điểm vật chất” chưa có đủ cơ sở để kết luận về mối liên hệ tuyến tính với khả năng thu hút du khách. Do vậy, loại bỏ biến “Đặc điểm vật chất”, tiến hành chạy lại mô hình hồi qui có kết quả sau:

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi qui tuyến tính sau khi điều chỉnh

| Biến độc lập | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | Kiểm định t | Mức ý nghĩa Sig | Collinearity Statistics | |
|---------------|-----------------------|------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| Conts | -,135 | ,176 | | -,765 | ,445 | | |
| TN | ,156 | ,042 | ,132 | 3,712 | ,000 | ,923 | 1,084 |
| VHXH | ,468 | ,041 | ,491 | 11,347 | ,000 | ,625 | 1,599 |
| DTBT | ,390 | ,036 | ,454 | 10,825 | ,000 | ,666 | 1,501 |
| Giá trị F | 219,687 (Sig = 0,000) | | | | | | |
| R hiệu chỉnh | 0,767 | | | | | | |
| Durbin-Watson | 1,889 | | | | | | |

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Giá trị Sig F = 0,00 < 0,01, điều này chứng tỏ mô hình hồi quy phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Mô hình có hệ số R hiệu chỉnh (R square) = 0,767, có nghĩa là các yếu tố đưa vào mô hình giải thích được 76,7% sự thay đổi của biến phụ thuộc. Nói cách khác khả năng thu hút khách du lịch của huyện Quảng Xương được giải thích do các nhân tố VHXH, TN, DTBT.

Quan sát kết quả phân tích hồi quy ở bảng 4 cho thấy, giá trị mức ý nghĩa sig. của các biến đều nhỏ hơn 0,01. Do vậy có thể kết luận các biến độc lập của mô hình đều có ý nghĩa thống kê. Phương trình hồi quy có dạng sau:

$$KNTH = -0,135 + 0,156*TN + 0,468*VHXH + 0,39*DTBT$$

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 3 nhân tố ảnh hưởng tới khả năng thu hút du khách đến huyện Quảng Xương, tỉnh Thanh Hóa. Trong đó, nhân tố Văn hóa xã hội (VHXH) có tác động mạnh nhất với $\beta_{VHXH} = 0,468$; tiếp đến là nhân tố các Đặc tính bổ trợ (DTBT) với $\beta_{DTBT} = 0,39$ và cuối cùng là nhân tố Tự nhiên với $\beta_{TN} = 0,156$.

3.4. Một số giải pháp nâng cao khả năng thu hút du khách đến huyện Quảng Xương, tỉnh Thanh Hóa

Một là, Nâng cao các đặc tính bổ trợ

Đây là nhân tố có vai trò hết sức quan trọng, tác động thuận chiều đến khả năng thu hút khách du lịch của huyện Quảng Xương. Thực tế cho thấy điều kiện cơ sở hạ tầng, hệ thống điện nước, hệ thống các dịch vụ tiện ích, dịch vụ công cộng... là điều kiện tiên quyết cơ bản ban đầu để đáp ứng sự phát triển của nền kinh tế, đặc biệt là kinh tế du lịch. Đánh giá của du khách về nhóm nhân tố trên có điểm trung bình là 2,97 điểm (gần đạt mức trung bình). Do vậy, cần nâng cao chất lượng và dịch vụ hệ thống mạng lưới điện thoại, internet đáp ứng nhu cầu sử dụng của du khách. Đồng thời nâng cao số lượng, chất lượng hệ thống nhà hàng, khách sạn cũng như nâng cao chất lượng phục vụ của nhân viên để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Hai là, Bảo tồn và phát huy các yếu tố đặc điểm tự nhiên

Đặc điểm tự nhiên là điểm mạnh thu hút và tạo ấn tượng đầu tiên khi du khách đến tham quan, nghỉ dưỡng tại huyện Quảng Xương. Do vậy, cần bảo tồn và phát huy các yếu tố đặc điểm tự nhiên của điểm đến. Nâng cao nhận thức cho người dân địa phương về khai thác nguồn tài nguyên biển và trách nhiệm bảo vệ môi trường, phát triển bền vững. Thực hiện đồng bộ việc giáo dục ý thức, nêu cao trách nhiệm của người dân địa phương và khách du lịch trong bảo vệ môi trường; phát triển những sản phẩm du lịch đặc trưng. Địa phương cần có sự kết nối du lịch ở huyện Quảng Xương với các điểm đến khác trên địa bàn tỉnh. Đồng thời, cần thực hiện quy hoạch phát triển du lịch một cách hợp lý. Hiện tại khả năng tiếp cận du lịch ở các xã ven biển huyện Quảng Xương còn hạn chế, chưa được nhiều người biết đến. Do vậy cần tăng cường xúc tiến, quảng bá, liên kết, tìm kiếm thị trường đầu ra cho thị trường du lịch.

Ba là, Phát huy các đặc điểm văn hóa xã hội của địa phương

Ngoài các đặc điểm về tự nhiên, các đặc điểm văn hóa xã hội cũng có sức hút rất lớn đối với du khách. Du khách đánh giá các đặc điểm văn hóa xã hội ở mức độ trung bình với 3,573 điểm. Do vậy cần tận dụng và phát huy hơn nữa các nét độc đáo riêng biệt của địa phương. Người dân miền biển có đặc điểm thật thà, chất phác, gần gũi, hòa đồng mến khách. Những đặc điểm này cần được phát huy hơn nữa để tạo ấn tượng với du khách. Do là điểm du lịch mới, còn nhiều hoang sơ và chưa được nhiều người biết đến nên giá cả sinh hoạt tại đây còn tương đối rẻ, chính quyền địa phương cần tận dụng ưu thế này để nâng cao vị thế cho điểm đến. Ngoài việc tham quan, nghỉ dưỡng, ẩm thực... khách du lịch còn có nhu cầu

đi tham quan các cơ sở tôn giáo trên địa bàn bên cạnh việc bảo tồn tốt các điểm du lịch tôn giáo, huyện Quảng Xương còn phải phát huy giá trị của các điểm du lịch tôn giáo bằng cách nâng cao nhận thức của người dân tại chỗ về các điểm du lịch tôn giáo trong vùng. Đồng thời có chính sách bảo tồn và giữ gìn nghề truyền thống gắn với biển như nghề đánh bắt hải sản, nghề chế biến hải sản... để tăng cường khả năng thu hút của địa phương.

4. KẾT LUẬN

Khả năng thu hút của điểm đến chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố, mỗi nhân tố có mức độ ảnh hưởng khác nhau. Thông qua phương pháp nghiên cứu phối hợp giữa định lượng và định tính, kết hợp với công cụ SPSS, nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố có ảnh hưởng tới khả năng thu hút du khách đến huyện Quảng Xương. Kết quả nghiên cứu cho thấy, 3 nhân tố ảnh hưởng tới khả năng thu hút du khách đến huyện Quảng Xương bao gồm: nhân tố tự nhiên, nhân tố văn hóa xã hội và các đặc tính hỗ trợ. Kết quả này cũng được tìm thấy trong hầu hết các nghiên cứu về khả năng thu hút của điểm đến du lịch. Trên cơ sở kết quả phân tích, nhóm tác giả cũng đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút du khách đến huyện Quảng Xương, tỉnh Thanh Hóa trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Lê Thị Ngọc Anh, Trần Thị Khuyên (2014), Đánh giá khả năng thu hút khách du lịch của điểm di tích Đại Nội - Huế, *Tạp chí Nghiên cứu và Phát triển*, 1(108), 22-24.
- [2] Bùi Thị Tâm, Mai Lê Quyên (2012), Đánh giá khả năng thu hút du khách của điểm đến Huế, *Tạp chí khoa học Đại Học Huế*, Tập 72b (3), tr.295-305.
- [3] Aziz, Azlizam (2002), *An Evaluation of the Attractiveness of Langkawi Island as a Domestic Tourist Destination Based on the Importance and Perceptions of Different Types of Attractions*, Michigan State University.
- [4] Gearing (1974), Establishing a measure of touristic attractiveness, *Journal of Travel Research*, 12(4), 1-8.
- [5] Hu, Y., and B. J. R. Ritchie (1993), Measuring destination attractiveness: A contextual approach, *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34.
- [6] Vengesai (2003), Destination Attractiveness and Destination Competitiveness: A Model of Destination evaluation, *ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003, Monash University*, 637 - 645.

FACTORS AFFECTING THE ATTRACTION OF TOURISTS TO QUANG XUONG DISTRICT, THANH HOA PROVINCE

Uong Thi Nga

ABSTRACT

Based on the theories of destination attractiveness by domestic and international researchers, the author proposes an appropriate research model to attract tourists to Quang

Xuong district, Thanh Hoa province. The author assesses the reliability of the scale by Cron'bach Alpha coefficient; does exploratory factor analysis (EFA) and multiple linear regression analysis. The results show that there are 3 factors that affect the ability to attract tourists to Quang Xuong district, including: Natural factors; Socio-cultural Factors and Complementary Characteristic Factors. In which Socio-cultural Factors have the strongest impact and natural factors have the weakest impact. The research results are the basis for proposing solutions to improve the ability to attract tourists to Quang Xuong district in the coming time.

Keywords: *Ability to attract, Influencing factors, Rotation factor (EFA), Linear regression, Thanh Hoa province.*

** Ngày nộp bài: 4/10/2021; Ngày gửi phản biện: 5/10/2021; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022*

** Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2020-10 của Trường Đại học Hồng Đức*

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CHUỖI CỬA HÀNG TIỆN LỢI VINMART+ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ THANH HÓA

Lê Thị Nương¹

TÓM TẮT

Nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart+ trên địa bàn thành phố Thanh Hoá. Cả hai phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng đều được áp dụng. Kết quả phân tích 530 mẫu khảo sát thu thập trực tiếp từ khách hàng cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, được sắp xếp theo thứ tự giảm dần: 1) Sự phù hợp giá cả 2) Năng lực phục vụ 3) Sự cảm thông 4) Sự tin cậy, và 5) Phương tiện hữu hình. Kết quả thống kê mô tả cũng cho thấy khách hàng hài lòng ở mức vừa phải với các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng. Nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng tại chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart+ tại Thanh Hoá theo từng nhóm yếu tố ảnh hưởng ở trên.

Từ khóa: Sự hài lòng của khách hàng, siêu thị, VinMart+.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thị trường bán lẻ Việt Nam hiện nay được cho là thị trường có tiềm năng phát triển lâu dài. Hệ thống siêu thị trong nước ra đời và phát triển nhanh chóng, hơn nữa ngày nay với chính sách mở cửa thị trường, Việt Nam sẽ mở cửa hoàn toàn thị trường dịch vụ bán lẻ, số lượng siêu thị nước ngoài ngày càng nhiều. Khách hàng đang dần mua sắm một cách chuyên nghiệp, cân nhắc kỹ lưỡng các quyết định mua hàng của mình và ngày càng trở nên “khó tính” hơn về chất lượng dịch vụ. Vì vậy, để có thể thành công và phát triển bền vững trên thị trường bán lẻ, các doanh nghiệp cần nâng cao chất lượng dịch vụ bán lẻ, thông qua đó nâng cao sự hài lòng của khách hàng hơn tạo sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh cùng ngành.

Được ra đời đầu tiên kể từ năm 2014, hệ thống cửa hàng tiện lợi VinMart+ trực thuộc tập đoàn VinGroup, đã và đang phát triển không ngừng trở thành doanh nghiệp bán lẻ được mọi người biết đến và tin dùng vào dịch vụ của đơn vị. Đứng trước những thách thức về sự cạnh tranh và yêu cầu ngày một tăng của thị trường, nghiên cứu và phát triển để đáp ứng và thoả mãn sự hài lòng của khách hàng chính là bước tiến quan trọng trong việc xây dựng lòng trung thành của khách hàng, qua đó phát triển thị trường một cách lâu dài và ổn định.

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; Email: lethinuong@hdeu.edu.vn

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Khái niệm dịch vụ

Có nhiều quan điểm và cách định nghĩa khác nhau về dịch vụ. Theo Zeithaml & Bitner (2000), dịch vụ là những hành vi, quá trình, cách thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo giá trị sử dụng cho khách hàng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng. Theo Kotler & Armstrong (2004), dịch vụ là những hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống hiến cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài với khách hàng.

2.1.2. Chất lượng dịch vụ

Theo Lehtinen (1982) thì chất lượng dịch vụ phải được đánh giá trên hai khía cạnh, (1) quá trình cung cấp dịch vụ và (2) kết quả của dịch vụ. Gronroos (1984) cũng đề nghị hai lĩnh vực của chất lượng dịch vụ, đó là (1) chất lượng kỹ thuật và (2) chất lượng chức năng. Chất lượng kỹ thuật liên quan đến những gì được phục vụ và chất lượng chức năng nói lên chúng được phục vụ như thế nào. Parasuraman & cộng sự (1985, 1988, 1991) đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên mô hình năm khoảng cách và đưa ra năm thành phần chất lượng dịch vụ, gọi tắt là SERVQUAL, thang đo này được các nhà nghiên cứu đánh giá là khá toàn diện (Svensson, 2002).

2.1.3. Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ

Mô hình đánh giá chất lượng kỹ thuật/chức năng của Cronroos (1984)

Theo mô hình này, chất lượng dịch vụ được đánh giá bằng cách so sánh giữa giá trị mà khách hàng mong đợi trước khi sử dụng dịch vụ và giá trị mà khách hàng nhận được khi sử dụng dịch vụ. Để đo lường chất lượng dịch vụ, Gronroos đã đưa ra ba tiêu chí: chất lượng kỹ thuật, chất lượng chức năng và hình ảnh.

Mô hình khoảng cách chất lượng dịch vụ của Parasuraman và cộng sự (1985)

Parasuraman và cộng sự (1985) cho rằng: Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi (kỳ vọng) của khách hàng và nhận thức (cảm nhận) của họ khi sử dụng dịch vụ. Mô hình chất lượng dịch vụ được xây dựng dựa trên sự phân tích các khoảng cách chất lượng dịch vụ.

Đến năm 1988, mô hình này được đặt tên là mô hình SERVQUAL dùng để đánh giá cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ và rút bớt 10 đặc tính chất lượng dịch vụ thành 5 đặc tính chất lượng dịch vụ (tin cậy, đáp ứng, năng lực phục vụ, đồng cảm và phương tiện hữu hình).

Mô hình đánh giá dựa trên kết quả thực hiện của Cronin và Taylor (1992)

Cronin và Taylor (1992) đã lập luận rằng khung phân tích theo mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1985) dễ gây nhầm lẫn giữa sự hài lòng và thái độ của khách hàng. Theo đó, chất lượng dịch vụ được đánh giá chỉ thông qua nhận thức của khách hàng mà không có đánh giá về chất lượng dịch vụ trong sự kỳ vọng của khách hàng, không có trọng số cho từng thành phần chất lượng dịch vụ.

2.1.4. Chất lượng dịch vụ bán lẻ

Một số nhà nghiên cứu xem chất lượng dịch vụ bán lẻ cũng giống như chất lượng dịch vụ và cũng có một số người khác lại phân biệt chúng (Gaur và Agrawal, 2006) vì các cửa hàng bán lẻ cung cấp cả 2 loại hình, vừa dịch vụ vừa hàng hóa (Siu và Cheung, 2001). Cách tốt nhất để miêu tả một doanh nghiệp bán lẻ là nghĩ về nó như một thể liên tục không có kết thúc với sản phẩm hàng hóa hữu hình và dịch vụ là hàng hóa vô hình. Chất lượng dịch vụ là rất quan trọng đối với mọi khía cạnh của việc kinh doanh và nó giúp tạo ra một hình ảnh tích cực cho thương hiệu bán lẻ (Swoboda và cộng sự, 2007). Vì thế, dịch vụ khách hàng phải được đặt vào trọng tâm cả một doanh nghiệp bán lẻ thành công, là điều gây dựng nên sự trung thành của khách hàng.

2.1.5. Sự hài lòng của khách hàng

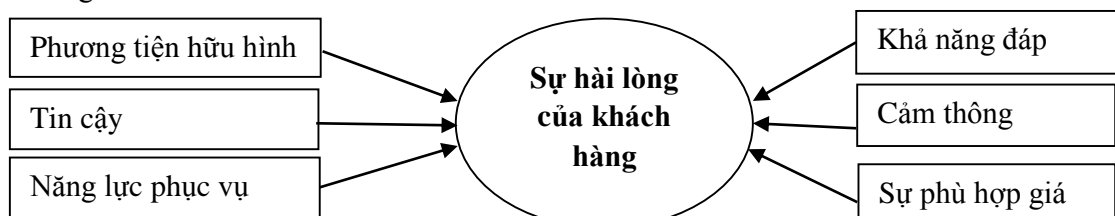
Theo Zeithaml & Bitner (2000), sự hài lòng của khách hàng là sự đánh giá của khách hàng về một sản phẩm hay một dịch vụ đã đáp ứng được nhu cầu và mong đợi của họ. Kotler (2000), định nghĩa “*Sự hài lòng như là một cảm giác hài lòng hoặc thất vọng của một người bằng kết quả của việc so sánh thực tế nhận được của sản phẩm (hay kết quả) trong mối liên hệ với những mong đợi của họ*”.

2.1.6. Mối quan hệ giữa sự hài lòng và chất lượng dịch vụ

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 (Parasuraman và các cộng sự 1988). Các nghiên cứu trước đây đã cho thấy chất lượng dịch vụ là nguyên nhân dẫn đến sự thỏa mãn (Spreng và Taylor, 1996). Các nghiên cứu đã kết luận rằng chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự thỏa mãn (Spreng và Taylor, 1996) và là nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự thỏa mãn (Ruyter và Bloemer, 1997; Zeithaml & Bitner, 2000).

2.1.7. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Đề tài nghiên cứu dựa trên bộ tiêu chí đánh giá dựa trên thang đo chất lượng dịch vụ bán lẻ của Dalholkar và cộng sự (1996), và nghiên cứu của Nguyễn Thị Mai Trang (2006) dựa trên nền tảng nghiên cứu của Parasuraman (1985), kết hợp với nghiên cứu của Võ Minh Sang (2015) để đưa ra các yếu tố mới ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng phù hợp với thị trường bán lẻ tại Thanh Hoá, bao gồm: Phương tiện hữu hình, Sự tin cậy, Năng lực phục vụ, Khả năng đáp, Cảm thông, và Sự phù hợp giá cả. Từ đó, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua 02 bước: (1) Thực hiện phỏng vấn trực tiếp 12 đối tượng gồm 2 quản lý và 10 khách hàng của Vinmart+ thông qua bảng câu hỏi chi tiết theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện để điều chỉnh và xác định lại cấu trúc thang đo; (2) Thực hiện phỏng vấn trực tiếp 600 khách hàng có sử dụng dịch vụ mua sắm tại Vinmart+ địa bàn thành phố Thanh Hoá để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu. Thời gian khảo sát từ tháng 6 - 8/2021.

Dữ liệu được mã hóa và làm sạch bằng phần mềm SPSS 20.0. Dữ liệu thu thập từ các đối tượng khảo sát được sử dụng để đánh giá thang đo bằng công cụ phân tích độ tin cậy (Reliability Analysis) thông qua hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis), mô hình hồi quy tuyến tính (Linear Regression Analysis) để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu. Trong nghiên cứu này tác giả sử dụng thang đo Likert cho điểm từ 1 đến 5 để đo lường các biến quan sát.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Số lượng bảng câu hỏi ban đầu được phát đi để khảo sát là 600 bảng. Tuy nhiên số lượng bảng câu hỏi thu về và hợp lệ là 550. Sau đó, bảng câu hỏi thu thập được sàng lọc và kiểm tra tính hợp lệ cũng như phù hợp với tiêu chuẩn phạm vi nghiên cứu thì số lượng bảng câu hỏi còn lại được đưa vào xử lý là 530 bảng. Số lượng bảng câu hỏi còn lại hoàn toàn phù hợp với mẫu xác định trong thiết kế nghiên cứu. Dữ liệu được mã hóa, làm sạch và phân tích thông qua phần mềm SPSS.

Phân loại 530 đáp viên theo giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập trung bình. Thông tin thống kê thu thập được như sau:

Bảng 1. Thông tin chung của các đối tượng được điều tra

| Chỉ tiêu | Số người | (%) | Chỉ tiêu | Số người | Tỷ trọng |
|-----------------|----------|-------|------------------------|----------|----------|
| 1. Giới tính | | | 3. Nghề nghiệp | | |
| Nữ | 348 | 65,66 | CBCNV cơ quan nhà nước | 156 | 24,43 |
| Nam | 182 | 34,34 | Kinh doanh | 130 | 24,52 |
| | | | Công nhân | 112 | 21,13 |
| | | | Khác | 132 | 24,9 |
| 2. Tuổi | | | 4. Thu nhập TB | | |
| Dưới 25 tuổi | 90 | 16,98 | Dưới 5.000.000 VNĐ | 174 | 32,83 |
| Từ 25 - 40 tuổi | 312 | 58,87 | Từ 5 - 10.000.000 VNĐ | 308 | 40,81 |
| Trên 40 tuổi | 128 | 21,15 | Trên 10.000.000 VNĐ | 48 | 9,06 |

Nguồn: Số liệu điều tra và phân tích trên phần mềm SPSS

Kết quả bảng 1 ta thấy rằng số người được phỏng vấn chủ yếu là nữ (chiếm gần 2/3 trên tổng số người), điều này dễ hiểu bởi công việc mua sắm đồ dùng gia đình hàng ngày thì theo tập quán của người Việt Nam là phụ nữ đóng vai trò chủ đạo. Về lứa tuổi, độ tuổi từ 25 - 40 chiếm đa số (58,87%), đây là lứa tuổi cần phải thường xuyên mua sắm nhất cho gia đình và con cái của họ. Về nghề nghiệp được phân bổ gần như đồng đều cho tất cả các ngành nghề, có

thể nói đây là cửa hàng tiện lợi, mua sắm đồ tiêu dùng hàng ngày nên tất cả các đối tượng đều có thể cần mua. Thu nhập trung bình phổ biến nhất là từ 5 - 10.000.000 triệu, đây là nhóm phổ biến nhất hiện nay tại thành phần Thanh Hóa.

3.2. Kiểm định độ tin cậy của các thang đo bằng Cronbach's alpha

Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đến chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart⁺ tại thành phố Thanh Hóa cho thấy tất cả các biến trong thang đo đều phù hợp, và được sử dụng tiếp để đưa vào phân tích phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm kiểm định thang đo.

Bảng 2. Tổng hợp hệ số Cronbach's Alpha của các biến quan sát

| Factors | Number of variables | Cronbach's Alpha |
|-----------------------------|---------------------|------------------|
| PTHH (Phương tiện hữu hình) | 7 | 0.892 |
| TC (Tin cậy) | 7 | 0.844 |
| DU (Đáp ứng) | 6 | 0.845 |
| PV (Phục vụ) | 6 | 0.851 |
| CT (Cảm thông) | 6 | 0.884 |
| GC (Giá cả) | 4 | 0.860 |
| HL (Hài lòng) | 5 | 0.767 |

Nguồn: Xử lý SPSS

Kết quả phân tích ma trận xoay lần 2 với 34 biến độc lập (sau khi loại biến TC4 và PV6 ở lần xoay ma trận lần 1) được chia làm 6 nhóm nhân tố như ban đầu, không có nhóm nhân tố mới được tạo ra, các biến đều có hệ số Factor loading lớn hơn 0,5 cho thấy phân tích nhân tố là phù hợp.

3.3. Kiểm định mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đến chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart⁺ tại thành phố Thanh Hóa

Từ mô hình lý thuyết nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, các nhân tố này bao gồm 6 nhóm nhân tố: (1) Phương tiện hữu hình; (2) Tin cậy; (3) Năng lực phục vụ; (4) Đáp ứng; (5) Cảm thông và (6) Sự phù hợp giá cả. Để ước lượng các tham số trong mô hình, các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng được tính toán bằng tổng các biến quan sát của từng yếu tố. Phương trình hồi quy sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất, với phương pháp ENTER, do tính chất nghiên cứu là khám phá. Các chỉ tiêu được lựa chọn trong kiểm tra giả thuyết hồi quy bao gồm: hiện tượng đa cộng tuyến ($VIF < 3$); kiểm định White với mức ý nghĩa $p > 0,05$ (độ tin cậy 95%) để đảm bảo không có hiện tượng đa cộng tuyến và hiện tượng phương sai thay đổi không xuất hiện.

3.3.1 Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình

Bảng 3. Tóm tắt hệ số hồi quy (Model Summary^b)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .728 ^a | .529 | .515 | .28593 | 1.846 |

a. Predictors: (Constant), GC, PV, TC, CT, HH, DU

b. Dependent Variable: HL

Nguồn: Kết quả từ xử lý số liệu điều tra của tác giả

Giả định về tính độc lập của phần dư cũng không bị vi phạm thể hiện qua hệ số Durbin-Watson bằng 1.846 nằm trong khoảng từ 1 đến 3. Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), nếu $1 < d < 3$ thì kết luận mô hình không có tự tương quan phần dư, nếu $0 < d < 1$ thì kết luận mô hình có tự tương quan dương, nếu $3 < d < 4$ thì kết luận mô hình có tự tương quan âm. Vì vậy, có thể kết luận tính độc lập của phần dư đã được bảo đảm.

Mức độ phù hợp của mô hình

Kết quả đánh giá giá trị R^2 ở trên cho biết được mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng là phù hợp khi 52,9% sự thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bằng 6 biến độc lập trong mô hình. Tuy nhiên để có thể suy diễn mô hình này thành mô hình của tổng thể ta cần phải tiến hành kiểm định F thông qua phân tích phương sai.

Theo kết quả trong bảng 4 phân tích phương sai (ANOVA) cho thấy Sig.= 0,000 < 0,05. Như vậy, mô hình các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng phù hợp với dữ liệu thực tế nghiên cứu. Hay nói cách khác, các biến độc lập có liên quan tuyến tính với các biến phụ thuộc với mức độ tin cậy 95%.

Bảng 4. Phân tích phương sai (ANOVA^b)

| | Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 17.744 | 6 | 2.957 | 36.174 | .000 ^a |
| | Residual | 15.779 | 523 | .082 | | |
| | Total | 33.523 | 529 | | | |

a. Predictors: (Constant), GC, PV, TC, CT, HH, DU

b. Dependent Variable: HL

Nguồn: Kết quả từ xử lý số liệu điều tra của tác giả

3.3.2. Kết quả phân tích hồi quy như sau

Bảng 5. Bảng hệ số hồi quy (Coefficients^a)

| Mô hình | | Hệ số chưa chuẩn hóa | | Hệ số chuẩn hóa | Giá trị t | Mức ý nghĩa Sig. | Thống kê đa cộng tuyến | |
|---------|---------|----------------------|---------------|-----------------|-----------|------------------|------------------------|--------------------------------|
| | | Trọng số hồi quy | Độ lệch chuẩn | Beta | | | Hệ số chấp nhận | Hệ số phóng đại phương sai VIF |
| 1 | Hằng số | .382 | .222 | | 1.722 | .087 | | |
| | HH | .101 | .035 | .157 | 2.902 | .004 | .833 | 1.201 |
| | TC | .133 | .036 | .191 | 3.756 | .000 | .947 | 1.056 |
| | PV | .200 | .036 | .310 | 5.553 | .000 | .781 | 1.280 |
| | DU | .065 | .036 | .099 | 1.797 | .074 | .799 | 1.252 |
| | CT | .134 | .031 | .223 | 4.362 | .000 | .930 | 1.076 |
| | GC | .213 | .031 | .354 | 6.810 | .000 | .902 | 1.108 |

a. Dependent Variable: HL

Nguồn: Kết quả từ xử lý số liệu điều tra của tác giả

Kết quả kiểm định các giả định của mô hình hồi quy rút ra từ phương pháp ENTER cũng cho thấy các giả định không bị vi phạm và không có hiện tượng đa cộng tuyến vì VIF nhỏ hơn 3.

Kết quả từ bảng 5 cho thấy chỉ có 5 biến độc lập (bao gồm: phương tiện hữu hình, tin cậy, năng lực phục vụ, cảm thông, sự phù hợp giá cả của mô hình có ý nghĩa thống kê vì có giá trị Sig. < 0,05 (ở mức độ tin cậy đạt 95%), hơn nữa các hệ số hồi quy này đều > 0, có nghĩa, chúng đều có tác động dương; còn đối với biến: đáp ứng không có ý nghĩa thống kê do có Sig. = 0,074 (> 0,05) do đó Đáp ứng được xem là không có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart+ trên địa bàn thành phố Thanh Hóa.

Phương trình hồi quy có dạng như sau:

$$HL = 0.354 GC + 0.310 PV + 0.223 CT + 0.191 TC + 0.157 HH$$

Kết quả phân tích cho thấy 3 nhóm nhân tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart+ trên địa bàn thành phố Thanh Hóa đó là: sự phù hợp giá cả, năng lực phục vụ, cảm thông.

Điều này cho thấy rằng thực tế hiện nay có rất nhiều các cửa hàng tiện lợi ở khắp mọi nơi, nhưng cửa hàng nào chỉ cần giá rẻ hơn một chút và phục vụ tốt được các yêu cầu của khách hàng là họ cảm thấy hài lòng nhất.

3.3.3. Đánh giá chung sự hài lòng của khách hàng đến chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart+ tại thành phố Thanh Hóa

Kết quả khảo sát về các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart+ trên địa bàn thành phố Thanh Hóa với giá trị trung bình của tổng thể mẫu (530 phiếu khảo sát) được mô tả trong bảng 6.

Bảng 6. Giá trị trung bình của đánh giá từ khách hàng về các nhóm nhân tố

| | N | Giá trị nhỏ nhất | Giá trị lớn nhất | Giá trị trung bình | Độ lệch chuẩn |
|--------------------|-----|------------------|------------------|--------------------|---------------|
| HH | 530 | 2.00 | 5.00 | 3.7679 | .64103 |
| TC | 530 | 2.00 | 5.00 | 3.7310 | .58648 |
| PV | 530 | 2.00 | 5.00 | 3.6675 | .63766 |
| DU | 530 | 2.00 | 5.00 | 3.6220 | .63112 |
| CT | 530 | 2.00 | 5.00 | 3.6133 | .68316 |
| GC | 530 | 2.00 | 5.00 | 3.5762 | .68187 |
| HL | 530 | 2.20 | 4.40 | 3.4720 | .41044 |
| Valid N (listwise) | 530 | | | | |

Qua các số liệu phân tích trong bảng 6 cho thấy, nhìn chung sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart+ trên địa bàn thành phố Thanh Hóa chỉ ở mức trên trung bình và còn khá thấp, điều này được thể hiện qua giá trị

trung bình của thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng dao động trong khoảng từ 3.57 đến 3.76. Yếu tố giá cả có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng khách hàng nhưng điểm trung bình lại được đánh giá thấp nhất (mean = 3.5762) trong khi phương tiện hữu hình ảnh hưởng thấp nhất thì lại có mức điểm đánh giá cao nhất trong các nhóm nhân tố (mean = 3.7679). Ngoài ra, thang đo về sự hài lòng của khách hàng được đánh giá rất thấp, thấp hơn giá trị trung bình của các nhóm nhân tố ảnh hưởng. Do vậy, rất có thể còn nhân tố nào đó mà có ảnh hưởng nhưng chưa được đưa vào nghiên cứu. Đây cũng là một hạn chế của nghiên cứu, cần tìm ra nhóm nhân tố đó và đưa vào nghiên cứu tiếp theo.

3.3.4. Kiến nghị một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ bán lẻ của hệ thống cửa hàng bán lẻ Vinmart⁺ trên địa bàn thành phố Thanh Hoá

Về sự phù hợp giá cả

Vinmart nói chung và Vinmart⁺ cần phải có các chính sách cải thiện sự hài lòng giá cả bằng chương trình khuyến mãi. Hàng tuần, hàng tháng đều đưa ra các chương trình khuyến mãi, giảm giá rất hấp dẫn thu hút lượng lớn khách hàng, tạo dựng sự hài lòng về giá cả thông qua các đợt khuyến mãi liên tục, cạnh tranh cùng đối thủ. Để có thể đưa ra các chính sách khuyến mãi thì Vinmart⁺ cần thực hiện tốt các khâu sau:

Thực hiện liên kết cùng có lợi với các nhà cung ứng trên thị trường đang gặp khó khăn trong việc quảng bá hình ảnh. Những sản phẩm do các hãng này cung cấp thường có giá thấp hơn các đối thủ cung ứng khác. Hơn nữa thương hiệu của Vinmart khá uy tín trên thị trường. Tất cả sẽ là điều kiện hợp tác thuận lợi giữa cửa hàng và nhà sản xuất. Sự hợp tác này sẽ mang lại khả năng cạnh tranh cho cửa hàng Vinmart so với các cửa hàng cùng loại khác.

Để xây dựng các mặt hàng mang nhãn hiệu của riêng mình với giá rẻ hơn các mặt hàng mang thương hiệu dẫn đầu có cùng chất lượng từ 15% đến 30%, Vinmart⁺ cần đặt nhà cung cấp, nhà sản xuất uy tín với số lượng lớn, nhắm vào một đối tượng cụ thể. Cửa hàng cần cam kết mua hàng với số lượng lớn, ổn định; giảm tối đa các khâu trung gian, tối ưu hóa hệ thống hậu cần để giảm chi phí; thanh toán đầy đủ, đúng thời hạn cho nhà cung cấp.

Ngay trong nội bộ của Vinmart+ cũng luôn tăng cường tiết kiệm các chi phí quản lý và chi phí vận hành (điện, nước...) để khi cần, có thể giảm một phần lợi nhuận bù đắp cho khách hàng. Ví dụ như trang bị hệ thống tủ đông tiết kiệm điện, hay trang bị hệ thống bồn trữ lạnh, vận hành vào ban đêm khi giá điện rẻ, để tích trữ năng lượng dưới dạng đá lạnh và sẽ giải phóng nguồn năng lượng này vào ban ngày, khi giá điện cao, nhờ đá tan chảy, từ đó cung cấp khí lạnh cho hệ thống điều hòa của trung tâm thương mại.

Một giải pháp nữa cũng được tính đến là sử dụng vật liệu có tính cách nhiệt tốt nhất như tường 3D cách nhiệt và cách âm, mái có lớp cách nhiệt... giúp giảm chi phí, giảm giá bán sản phẩm, tăng sự hài lòng giá cả của khách hàng.

Các giải pháp nâng cao năng lực phục vụ

Vinmart+ cần phải cải thiện gấp năng lực phục vụ khi cửa hàng đông khách. Giờ cao điểm kinh doanh, nhiều khách hàng cùng lúc, đã gây ra tình trạng quá tải, khách hàng phải đợi lâu hơn lúc bình thường, điều này cũng làm giảm mức độ hài lòng khách hàng.

Vinmart cần bố trí lại giờ làm việc, xoay ca phù hợp, tăng cường nhân viên phục vụ thời điểm đông khách nhằm giảm thời gian chờ cho khách hàng. Bên cạnh đó, để cải thiện năng lực phục vụ, Vinmart+ cần phải thực hiện các giải pháp về tác phong làm việc, tính tiền, quầy dịch vụ các chỉ dẫn hướng dẫn khách hàng để tạo sự hài lòng cao nhất.

Các nhà quản lý Cửa hàng Vinmart phải thực sự chú ý tới công tác tuyển dụng và đào tạo nhân viên về thái độ phục vụ khách hàng, cần phải truyền tải được nội dung công việc và chiến lược kinh doanh của mình cho nhân viên, cải thiện nhận thức của nhân viên trong cửa hàng. Đồng thời, cần đào tạo nhân viên thành những người có chuyên môn, có sự hiểu biết sâu rộng về sản phẩm của mình. Đây chính là yếu điểm lớn nhất của Vinmart trước ngưỡng cửa hội nhập của thị trường.

Các giải pháp liên quan đến mức độ cảm thông

Để có một sự đồng cảm dành cho khách hàng, các nhà quản lý cần có những buổi thảo luận nhỏ hay những khóa học ngắn về tâm lý cho nhân viên để họ có thể dễ dàng tiếp xúc, trao đổi trò chuyện với khách hàng cùng một ngôn ngữ hợp lý nhằm thể hiện sự quan tâm đến khách hàng nhiều hơn. Vì vậy, để nâng cao mức độ thỏa mãn chung về sự đồng cảm, cửa hàng cần thực hiện các giải pháp sau:

Nhân viên phải thường xuyên quan tâm, chăm sóc khách hàng, tạo cho khách hàng vui vẻ, thân thiện hơn và qua đó, giúp cửa hàng hiểu thêm được nhu cầu, mong muốn của khách hàng để có thể đáp ứng được một cách trọn vẹn và đầy đủ nhất, hay hơn nữa là bán thêm các sản phẩm dịch vụ giúp gia tăng doanh thu, lợi nhuận cho cửa hàng.

Cửa hàng phải có chính sách ưu đãi cho khách hàng thân thiết, khách hàng lâu năm, khách hàng VIP nhân dịp các ngày lễ lớn, sinh nhật khách hàng (giảm giá trên hóa đơn mua hàng, quay số trúng thưởng...)

Thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi để tương tác khách hàng, quan tâm khách hàng nhiều hơn thông qua việc tìm hiểu thị trường, nghiên cứu, đào tạo nhân viên am hiểu tâm lý khách hàng

Giải pháp nâng cao sự tin cậy

Để xây dựng một hình ảnh đẹp về sản phẩm của mình, hệ thống chuỗi cửa hàng cần xây dựng một chương trình quản lý chất lượng chặt chẽ và hoạt động có hiệu quả. Cửa hàng cần đảm bảo nghiêm ngặt tất cả các khâu trong việc phân phối hàng hóa, từ bước chọn nhà cung cấp hàng hóa, kiểm duyệt hàng hóa khi nhận hàng và kiểm tra hàng hóa trong quá trình trưng bày và cung cấp cho khách hàng.

Đối với hàng hóa tươi sống, một trong những mặt hàng chủ đạo của cửa hàng cần có sự kiểm soát chặt chẽ hơn. Mỗi sản phẩm cần phải được chứng nhận về nơi sản xuất rõ ràng, ngày lấy hàng và hạn sử dụng cụ thể. Đối với những sản phẩm sử dụng trong ngày hoặc ngắn ngày thì cần lấy số lượng vừa phải (điều này cần làm tốt công tác dự báo nhu cầu) để tránh lượng hàng hóa dư thừa phải bỏ đi gây lãng phí cho cửa hàng, mà nếu lỡ may khách hàng có mua phải sản phẩm cận date thì chất lượng lại không đảm bảo và mất uy tín của cửa hàng.

Ngoài ra, các dịch vụ sau bán hàng cần phải được thực hiện nghiêm túc như chính sách đổi trả, đảm bảo chất lượng hàng hóa, bảo hành cần được thực hiện một cách chuyên nghiệp.

Các giải pháp liên quan đến phương tiện hữu hình

Về hình thức trưng bày hàng hóa, đây cũng chính là một hình thức dịch vụ mà cửa hàng cung cấp cho khách hàng, bởi việc trưng bày hàng hóa hợp lý, đẹp mắt cũng giúp cho khách dễ dàng trong việc lựa chọn sản phẩm và sự thỏa mãn khi đi mua sắm. Hầu hết các loại hàng hóa khác nhau được xếp riêng biệt ở từng gian hàng.

Công tác trưng bày sản phẩm tại Vinmart⁺ tuy có nhiều ưu điểm song vẫn còn có nhiều thiếu sót và ảnh hưởng không nhỏ tới trình độ dịch vụ khách hàng mà cửa hàng cung cấp. Các kệ hàng cần được bố trí, sắp xếp một cách khoa học, khoảng cách giữa 2 kệ hàng phải đủ rộng đủ để hai người đi ngược chiều nhau một cách dễ dàng.

Hàng hóa được cần phải xếp ngăn nắp trên kệ với bảng giá rõ ràng, những mặt hàng nhật dụng và nhẹ nên được xếp ở độ cao từ 1,2 m - 1,8 m thuận tiện cho việc xem xét và lựa chọn của khách hàng.

Gần quầy thu tiền nên trưng bày những mặt hàng tiện ích, giá trị không cao, những món hàng mà khách dễ quên như: dao cạo râu, pin đồng hồ, kẹo xylitol, thẻ điện thoại...

Các gian hàng phải được bố trí rất đẹp và lạ mắt tạo cảm giác lạ và thu hút đối với khách khi mới đặt chân vào cửa hàng.

Về yếu tố không gian trong cửa hàng. Công tác dọn dẹp vệ sinh cần đảm bảo, máy điều hòa cần phải luôn giám sát kiểm tra định kỳ và khắc phục nhanh chóng khi có sự cố để tạo ra không gian mua sắm thoải mái nhất cho khách hàng.

Các giải pháp đồng bộ

Bên cạnh tập trung 5 yếu tố nêu trên, cần có giải pháp đồng bộ để xây dựng chất lượng dịch vụ tốt, bền vững và ngày càng đi lên: Triển khai hệ thống ERP quản lý, tham khảo mô hình các quốc gia,...

Mô hình quản trị bằng giải pháp ERP mang đến giải pháp toàn diện cho doanh nghiệp. Chi phí ban đầu tương đối cao nhưng có thể mang đến lợi ích rất lớn về lâu dài. Hoạt động quản lý cửa hàng là hoạt động phức tạp, đòi hỏi phải có giải pháp toàn diện nhằm giảm thời gian, tiết kiệm chi phí, hạ giá thành nhằm tăng mức độ hài lòng khách hàng đối với dịch vụ tại cửa hàng.

4. KẾT LUẬN

Nghiên cứu này nhằm khám phá thái độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng tiện lợi Vinmart⁺ trên địa bàn thành phố Thanh Hóa dựa trên cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ của Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2003). Nghiên cứu cho thấy khách hàng hài lòng với chất lượng dịch vụ tại Vinmart⁺ và cũng nêu rõ thái độ của khách hàng đối với 5 thành phần chất lượng dịch vụ siêu thị như: phương tiện hữu hình, tin cậy, năng lực phục vụ, cảm thông, sự phù hợp giá cả. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy có mối quan hệ giữa sự hài lòng của khách hàng với chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng Vinmart⁺ và các thành phần này có tương quan dương với sự hài lòng của khách hàng, cụ thể là sự phù hợp giá cả có tương quan cao nhất kế đến là năng lực phục vụ, cảm thông, tin cậy và cuối cùng là phương tiện hữu hình có tương quan thấp nhất. Từ kết quả thu

được, tác giả đã đề xuất một số ý kiến nhằm nâng cao hơn chất lượng dịch vụ của chuỗi cửa hàng và qua đó làm tăng thêm sự hài lòng của khách hàng đối với hệ thống Vinmart⁺ tại thành phố Thanh Hóa. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nguyễn Thị Mai Trang (2006), Võ Minh Sang (2015).

Hạn chế của nghiên cứu là chưa xét đến yếu tố hàng hoá và nghiên cứu mới chỉ thực hiện ở một thời điểm nhất định mà chưa có sự so sánh giữa các thời điểm khác nhau. Nghiên cứu tiếp theo nên bổ sung thêm yếu tố hàng hoá và thực hiện ở nhiều thời điểm khác nhau và có sự so sánh để xem xét liệu có sự khác biệt trong các thời điểm hay không (ví dụ trong thời gian dịch bệnh Covid bùng phát và sau khoảng thời gian đó).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
- [2] Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2003), *Đo lường chất lượng dịch vụ siêu thị theo quan điểm khách hàng*, Đề tài cấp bộ CS.2003.01.04, khoa Kinh tế, Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
- [3] Nguyễn Thị Mai Trang (2006), Chất lượng dịch vụ, sự thoả mãn và lòng trung thành của khách hàng siêu thị tại thành phố Hồ Chí Minh, *Tạp chí phát triển Khoa học và Công nghệ*, tập 9, số 10, tr.57-68.
- [4] Võ Minh Sang (2015), Giá cảm nhận: Nhân tố chính tác động đến sự hài lòng của người tiêu dùng đối với chất lượng siêu thị: Trường hợp nghiên cứu tại siêu thị Big C Cần Thơ, *Tạp chí khoa học Trường đại học Cần Thơ*, Phần C: Khoa học Xã hội, Nhân văn và giáo dục: 36(2015), tr.114-122.
- [5] Gronroos, C. (1984), A Service Quality Model and Its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, 18(4): 36-44.
- [6] Kotler, P., Armstrong, G. (2004), *Principles of marketing*, 10th edition, New Jersey: Prentice Hall.
- [7] Kotler, P., Keller, K.L. (2006), *Marketing Management*, Pearson Prentice Hall, USA
- [8] Lehtinen, U, J. R. Lehtinen (1982), *Service Quality: A Study of Quality Dimensions*, Working Paper, Service Management Institute, Helsinki, Finland.
- [9] Parasuraman, A. V. A. Zeithamil, L.L. Berry (1985), A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 41-50.
- [10] Parasuraman, A. V. A. Zeithamil, L.L. Berry (1988), SERQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64(1), p.12-40.
- [11] Parasuraman, A., Berry, L. L., Zeithaml, V.A. (1993) More on Improving Service Quality Measurement, *Journal of Retailing*.
- [12] Parasuraman, A., L. L. Berry & V. A. Zeithaml (1991), Refinement and Reassessment of the SERSERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, 67(4),420-450.

- [13] Ruyter, K.D., Bloemer, J., and Peeters, P. (1997), Merging service quality and service satisfaction: an empirical test of an integrative model, *Journal of Economic Psychology*, 18, p.387-406.
- [14] Zeithaml, V.A & Bitner, M.J (2000), *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*, Irwin McGraw-Hill.

FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION AT VINMART+ CONVENIENCE STORES IN THANH HOA CITY

Le Thi Nuong

ABSTRACT

The study aims to determine the factors affecting customer satisfaction at the Vinmart+ convenience store chain in Thanh Hoa city. Both qualitative and quantitative research methods are applied. The analysis results of 530 survey samples collected directly from customers show that there are 5 factors affecting customer satisfaction, arranged in descending order: 1) Price 2) Assurance 3) Empathy 4) Reliability, and 5) Tangibles. The results of descriptive statistics also show that customers are moderately satisfied with the factors affecting satisfaction. The study proposed a number of solutions to improve customer satisfaction at the Vinmart+ convenience stores in Thanh Hoa according to each of the above influencing factors.

Keywords: *Customer satisfaction, supermarket, VinMart+.*

** Ngày nộp bài: 8/6/2022; Ngày gửi phản biện: 8/6/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022*

VẬN DỤNG KẾ TOÁN QUẢN TRỊ CHI PHÍ MÔI TRƯỜNG TẠI CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT GẠCH MEN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HOÁ

Nguyễn Thị Thanh¹, Trần Thị Lan Hương¹

TÓM TẮT

Kế toán quản trị chi phí môi trường là công cụ có thể cải thiện hoạt động kinh tế và môi trường của một tổ chức bằng cách cung cấp cho các nhà quản lý các giá trị chính xác hơn về chi phí môi trường của họ. Các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá đóng một vai trò hết sức to lớn đối với sự phát triển kinh tế của địa phương. Tuy nhiên cũng có những tác động tiêu cực đến môi trường như: nước thải các nhà máy trong quá trình sản xuất; khí thải, bụi độc hại ảnh hưởng đến môi trường sống, tầng khí thải nhà kính... Vì vậy, vấn đề bảo vệ môi trường trong sản xuất gạch men trở nên bức thiết hơn đối với các doanh nghiệp sản xuất gạch men nhằm phát triển kinh tế bền vững. Vận dụng tốt kế toán quản trị chi phí môi trường sẽ nâng cao được hiệu quả trong việc quản lý chi phí môi trường và hiệu quả về tài chính tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá.

Từ khóa: *Kế toán quản trị chi phí môi trường, doanh nghiệp sản xuất gạch men, tỉnh Thanh Hóa.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ô nhiễm môi trường đang trở thành một vấn đề toàn cầu, và các hoạt động kinh doanh có tác động tiêu cực về môi trường đã tạo ra sự chú ý ngày càng tăng. Điều này dẫn đến sự gia tăng đáng kể chi phí môi trường do các quy định về môi trường và nhu cầu xã hội về phát triển bền vững. Do đó, một tổ chức nên thu thập, phân tích và báo cáo kế toán quản trị chi phí môi trường một cách có hệ thống để quản lý và kiểm soát chi phí môi trường. Kế toán quản trị chi phí môi trường là một trong những công cụ hữu ích để tiếp cận môi trường tốt hơn. Mặc dù kế toán quản trị chi phí môi trường là một lĩnh vực kế toán nhưng ứng dụng của nó trong quản lý môi trường ngày càng rõ nét.

Các nhà sản xuất gạch men đang đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển của công nghiệp hoá và hiện đại hoá. Tuy nhiên với công nghệ sản xuất gạch men hiện nay, các doanh nghiệp đã gây ra tác động tiêu cực đến môi trường. Hệ thống kế toán quản trị chi phí môi trường sẽ được xây dựng thông qua việc sử dụng các phương pháp kế toán hiện đại phù hợp với điều kiện thực tế nhằm giúp các doanh nghiệp sản xuất gạch men đạt được cả lợi ích kinh tế, môi trường và xã hội vì mục tiêu phát triển bền vững.

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

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan cơ sở lý thuyết

Trong những năm gần đây vấn đề môi trường đã trở thành trọng tâm của các vấn đề chung của con người. Làm thế nào để cải thiện lợi ích kinh tế mà không tổn hại đến môi trường đã trở thành mối quan tâm chung. Kế toán môi trường trong doanh nghiệp và vấn đề kiểm soát chi phí ngày càng được coi trọng.

Theo IFAC (2005), khẳng định mục tiêu hàng đầu của các công ty chính là lợi nhuận và họ ít khi chú ý đến sự “tác động môi trường và quản lý chi phí về môi trường”. Tuy nhiên trong giai đoạn về sau thì vấn đề môi trường của các công ty đã trở thành một sự ràng buộc mới giữa công ty và xã hội. Thực tế thì tình trạng ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu và sự nóng lên của toàn cầu đã tạo sức hút cho xã hội và các công ty quan tâm nhiều hơn đến vấn đề bảo vệ môi trường.

Theo Staniskis & Stasiskiene (2006), nghiên cứu 38 công ty tại Lithuania khi tiến hành kế toán quản trị chi phí môi trường. Các công ty này đã sử dụng phương pháp đánh giá chi phí toàn bộ, chi phí dòng vật liệu và các phương pháp khác để phân tích tài chính dài hạn, đảm bảo sản xuất sạch hơn từ đó xác định chỉ số tài chính của đầu tư sản phẩm sạch. Kết quả cho thấy sau khi vận dụng kế toán quản trị chi phí môi trường đã hỗ trợ các công ty trong việc giảm chi phí hoạt động, tiết kiệm tài nguyên và đưa ra được mức giá tốt hơn cho các sản phẩm. Từ đó, các công ty đưa ra kết luận kế toán quản trị chi phí môi trường giúp các công ty nhận diện được đầy đủ các chi phí môi trường phát sinh không được các cán bộ quản lý chú ý đến.

Theo Jing & SongQing (2011), xác định chi phí môi trường như sau: Chi phí môi trường của doanh nghiệp là chi phí doanh nghiệp bỏ ra nhằm thực hiện trách nhiệm bảo vệ môi trường, thực hiện các luật, quy định và chính sách bảo vệ môi trường quốc gia, các hoạt động nhằm ngăn ngừa tác động xấu đến môi trường tự nhiên và thực hiện các biện pháp thích hợp để đạt được các mục tiêu môi trường. Nó bao gồm giảm phát thải chất ô nhiễm, tái chế và xử lý chất thải, môi trường hoạt động quản lý, bảo vệ môi trường nhằm hỗ trợ chi phí bồi thường thiệt hại về xã hội và môi trường.

Liping Yan (2014), đưa ra khái niệm chi phí môi trường là chi phí cho các biện pháp quản lý mà doanh nghiệp đã thực hiện hoặc bắt buộc phải thực hiện liên quan đến tác động môi trường do các hoạt động của doanh nghiệp gây ra và các chi phí khác do doanh nghiệp thực hiện các mục tiêu, yêu cầu về môi trường dựa trên nguyên tắc trách nhiệm đối với môi trường. Tác giả cho rằng, chi phí môi trường của doanh nghiệp không chỉ trong giai đoạn nội bộ, mà còn mở rộng cho toàn bộ chuỗi cung ứng, bao gồm các chi phí khai thác tài nguyên thiên nhiên, chi phí quản lý môi trường, chi phí vận hành môi trường.

2.2. Nội dung của Kế toán quản trị chi phí môi trường

Về nhận diện và phân loại chi phí môi trường

Theo IFAC (2005), xác định rằng chi phí môi trường trong doanh nghiệp gồm 2 loại chính là: chi phí bên trong và chi phí bên ngoài.

Về xây dựng định mức và lập dự toán chi phí môi trường

Thực tế hiện nay trong doanh nghiệp cũng tồn tại khá nhiều loại chi phí môi trường và cũng có những loại chi phí rất khó để đo lường được nó (như chi phí phòng ngừa ô nhiễm, chi phí quản lý ô nhiễm, chi phí bồi thường về môi trường...). Hiện nay chủ yếu định mức và dự toán chi phí môi trường được xây dựng đối với loại chi phí xử lý chất thải.

Về phương pháp xác định chi phí môi trường

Để xác định chi phí môi trường các doanh nghiệp có thể áp dụng nhiều phương pháp, như: Xác định chi phí môi trường theo phương pháp truyền thống; Xác định chi phí môi trường dựa trên chi phí hoạt động (ABC); Xác định chi phí môi trường theo vòng đời của sản phẩm (LCA); Xác định chi phí môi trường theo dòng vật liệu (MFCA).

Về xây dựng báo cáo kế toán quản trị chi phí môi trường

Báo cáo môi trường có thể được coi là “một cánh cửa mở của các tổ chức và công cụ quan trọng cho truyền thông môi trường”. Các bên quan tâm bên ngoài các tổ chức có thể “xem” các ý tưởng và biện pháp của tổ chức dự kiến đối với các vấn đề môi trường thông qua “cửa sổ” này. Các tổ chức cũng có thể hiểu nhu cầu và ý tưởng của các bên quan tâm thông qua “cửa sổ” này.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Bài báo sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu để thu thập thông tin phục vụ quá trình nghiên cứu. Cụ thể:

Về tài liệu sơ cấp: Tác giả đã thực hiện phỏng vấn sâu các cấp quản lý như Hội đồng quản trị, Ban giám đốc, Trưởng Phòng... và nhân viên kế toán, nhân viên các bộ phận môi trường của các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa. (Cụ thể ở đây gồm: Công ty cổ phần đầu tư phát triển Vicenza, Công ty cổ phần Vĩnh hoà, Công ty cổ phần Vigracera Bim Sơn). Trước khi tiến hành phỏng vấn, một lá thư mời và câu hỏi phỏng vấn sẽ được chuyển tới các đối tượng phỏng vấn để tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình phỏng vấn. Kết quả phỏng vấn được tác giả phân tích và tổng hợp ở phần kết quả nghiên cứu; Tiến hành phỏng vấn sâu 10 nhà quản lý và 16 nhân viên kế toán, nhân viên thuộc bộ phận môi trường tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Về tài liệu thứ cấp: thông tin tổng hợp thông qua việc thu thập các tài liệu như giáo trình, bài giảng, các công trình nghiên cứu, số liệu của tổng cục thuế, website của đơn vị,... sử dụng việc phân tích để đưa ra kết luận.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN**3.1. Thực trạng triển khai kế toán quản trị chi phí môi trường tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá***Về nhận diện chi phí môi trường*

Thông qua kết quả phỏng vấn tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá tại các vị trí là bộ phận quản lý môi trường, bộ phận kế toán quản trị thì về

cơ bản việc nhận diện chi phí môi trường tại các doanh nghiệp này là tương đối giống nhau do quy trình sản xuất tương tự. Chi phí môi trường tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá chủ yếu bao gồm các loại sau:

Chi phí xử lý các chất phát thải phát sinh: Tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá phát sinh các loại phát thải chủ yếu như: Khí thải, bụi, nước thải sinh hoạt, nước thải trong sản xuất, tiếng ồn, chất thải rắn và chất thải nguy hại.

Chi phí quan trắc môi trường: Theo quy định chung thì tất cả các doanh nghiệp sản xuất đều phải lập báo cáo đánh giá tác động môi trường theo định kỳ để nộp lại cho Sở Tài nguyên và Môi trường. Tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá tiến hành tổ chức quan trắc môi trường theo quý, như vậy trong năm có 4 lần thực hiện. Khi đó các chi phí phát sinh có liên quan là: chi phí thực hành lấy mẫu xét nghiệm, chi phí phân tích quan trắc, chi phí lập báo cáo đánh giá tác động môi trường...

Các loại thuế, phí, lệ phí môi trường: theo quy định của pháp luật các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá đều phải chịu các loại thuế, phí, lệ phí môi trường.

Một số loại chi phí khác: Chi phí dọn dẹp vệ sinh; Chi phí phòng cháy chữa cháy; Chi phí phục vụ đoàn thanh tra; Chi phí nghiên cứu các giải pháp sản xuất sạch hơn; Chi phí báo cáo và truyền thông về môi trường; Chi phí trồng cây xanh, làm đẹp cảnh quan; Chi phí bồi thường, các khoản tiền phạt...

Cụ thể tổng chi phí giám sát môi trường phát sinh tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá như sau:

| Tên công ty | Chi phí phát sinh (đồng) |
|---|--------------------------|
| Công ty cổ phần đầu tư phát triển Vicenza | 90.091.592 |
| Công ty cổ phần Vĩnh Hoà | 23.808.000 |
| Công ty cổ phần Vigracera Bim Sơn | 24.840.000 |

Nguồn: số liệu tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá

Về phân loại chi phí môi trường

Kết quả phỏng vấn cho thấy các doanh nghiệp chỉ dừng lại ở việc phân loại chi phí theo phương pháp truyền thống. Chưa có doanh nghiệp nào thực hiện việc phân loại chi phí môi trường.

Về xây dựng định mức và lập dự toán chi phí môi trường

Kết quả phỏng vấn cho thấy các doanh nghiệp này không tiến hành việc xây dựng định mức và lập dự toán chi phí môi trường mà chỉ tiến hành xây dựng định mức, lập dự toán đối với các khoản mục chi phí truyền thống, cụ thể là: chi phí nguyên vật liệu trực tiếp, chi phí nhân công trực tiếp, chi phí sản xuất chung, chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp.

Về phương pháp xác định chi phí môi trường

Theo kết quả phỏng vấn tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá đang thực hiện việc xác định chi phí môi trường theo phương pháp truyền thống. Theo đó, bộ phận kế toán mới chỉ ghi nhận, phản ánh và cung cấp thông tin dưới hình thái tiền tệ, không thực hiện cung cấp thông tin dưới hình thái hiện vật. Tuy nhiên trên thực tế

định kỳ các doanh nghiệp kết hợp với trung tâm quan trắc và bảo vệ môi trường tiến hành lập các báo cáo quan trắc định kỳ. Trong báo cáo này sẽ cung cấp các thông tin về hiện vật như khối lượng phát thải, các loại phát thải. Trong hệ thống kế toán của các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá chưa xây dựng chi tiết tài khoản thể hiện chi phí môi trường mà toàn bộ đều tập hợp vào chi phí sản xuất chung 627.

Về xây dựng báo cáo kế toán quản trị chi phí môi trường

Tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá có sự nhận diện và phân tích về chi phí môi trường phát sinh trong mỗi doanh nghiệp theo phương pháp truyền thống nhưng báo cáo về chi phí môi trường lại quá ít dù là các báo cáo sử dụng cho nội bộ. Cụ thể các doanh nghiệp cũng chỉ lập báo cáo về chi phí giám sát môi trường, báo cáo quan trắc môi trường, Báo cáo an toàn sức khoẻ đối với lao động. Điều này cũng là phù hợp với tình hình thực tế là hiện nay các nhà quản lý doanh nghiệp cũng chỉ quan tâm đến lĩnh vực môi trường thông qua các thông số về công nghệ xử lý, quy trình xử lý các chất phát thải để đảm bảo không bị các cơ quan chức năng xử phạt, không làm ảnh hưởng đến hình ảnh của doanh nghiệp mà chưa có sự quan tâm sâu sắc tới các chi phí môi trường phát sinh.

3.2. Điều kiện vận dụng kế toán quản trị chi phí môi trường tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá

Về phía Chính phủ

Để hỗ trợ tốt cho các doanh nghiệp vượt qua rào cản liên quan đến thực hành kế toán quản trị chi phí môi trường thì về phía chính quyền các chương trình hành động của chính phủ có thể coi là một điểm khởi đầu tốt. Cụ thể:

Một là, hỗ trợ tối đa cho các nghiên cứu có liên quan đến kế toán quản trị chi phí môi trường và báo cáo môi trường, hệ thống quản lý về môi trường và kế toán môi trường quốc gia; xây dựng các đề tài nghiên cứu khoa học liên quan đến môi trường theo hướng tiết kiệm nguồn tài nguyên, tận dụng phế thải, nâng cao hiệu quả kinh tế và bảo vệ môi trường...

Hai là, tăng cường các yêu cầu về công bố thông tin môi trường của doanh nghiệp, khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện xếp hạng xanh trong quá trình hoạt động và phát triển.

Về phía các ban ngành chức năng

Để góp phần thúc đẩy kế toán quản trị chi phí môi trường được vận dụng tốt trong các doanh nghiệp cần có sự hỗ trợ, phối hợp giữa các bộ, ngành có liên quan như: Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Tài chính, Bộ Khoa học và Công nghệ... để có thể hình thành một cơ sở lý luận về kế toán quản trị chi phí môi trường cho các doanh nghiệp vận dụng; nghiên cứu và ban hành Bộ tiêu chuẩn về Kế toán quản trị môi trường phù hợp với yêu cầu phát triển của các doanh nghiệp và đất nước; tạo ra một khung lý thuyết cho Kế toán quản trị chi phí môi trường, tạo ra một số các chuẩn mực bắt buộc về chi phí môi trường; thống nhất tài khoản kế toán sử dụng về chi phí môi trường, các biểu mẫu liên quan đến chi phí môi trường, các báo cáo về môi trường cho các doanh nghiệp có thể vận dụng. Đây có thể được xem là một khởi đầu tốt cho các doanh nghiệp hướng tới nền “Sản xuất Xanh”.

Về phía UBND tỉnh Thanh Hoá

Để nâng cao hơn nữa ý thức trách nhiệm của các doanh nghiệp trong địa bàn tỉnh và đặc biệt là với các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá thì Ủy ban nhân dân tỉnh cần tiếp tục phối hợp để tiến hành đồng bộ nhiều giải pháp. Cụ thể, đưa ra nhiều chế tài nghiêm khắc hơn nữa đối với những doanh nghiệp vi phạm về ô nhiễm môi trường. Tích cực triển khai nhiều biện pháp nhằm phòng ngừa, đấu tranh và giải quyết các vấn đề liên quan đến môi trường. Đồng thời phối hợp với các ngành chức năng tích cực tuyên truyền, vận động nâng cao nhận thức của nhân dân, cán bộ, các doanh nghiệp đối với công tác bảo vệ môi trường.

Về phía các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá

Trước hết cần nâng cao nhận thức của các nhà quản trị doanh nghiệp về vai trò của môi trường và công cụ quản lý kế toán quản trị chi phí môi trường như: các quy định về môi trường, cạnh tranh xanh, công nghệ sản xuất sạch từ các nhà quản lý là một yếu tố thúc đẩy áp dụng kế toán quản trị chi phí môi trường cho các chức năng quản lý nội bộ. Khi các nhà quản lý nâng cao nhận thức về môi trường, họ sẽ tập trung vào sản xuất sạch hơn và ra các quyết định hoặc các biện pháp cải thiện hoạt động ô nhiễm môi trường, từ đó thông tin chi phí môi trường được thu thập, đo lường và xử lý. Nâng cao nhận thức của nhà quản lý thông qua việc tham gia các hội thảo, các chương trình về kế toán nói chung và kế toán quản trị chi phí môi trường nói riêng. Tăng cường giao lưu, học hỏi kinh nghiệm giữa các doanh nghiệp khi vận dụng kế toán quản trị chi phí môi trường.

Các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá cần phát triển chuyên môn cho bộ phận kế toán quản trị và bộ phận quản lý môi trường. Từ đó thu thập, phân tích và cung cấp lượng thông tin đầy đủ nhất về chi phí môi trường. Đội ngũ cán bộ công nhân viên đóng vai trò rất quan trọng quyết định sự thành công của doanh nghiệp.

Để vận dụng tốt kế toán quản trị chi phí môi trường, các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá cần xây dựng một lộ trình để thực hiện. Việc xây dựng này sẽ giúp cho các doanh nghiệp có những bước đi đúng đắn và phù hợp theo từng giai đoạn để vận dụng kế toán quản trị chi phí môi trường một cách hiệu quả nhất. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần trích ra một khoản kinh phí nhất định để thực hiện tư vấn và triển khai áp dụng kế toán quản trị chi phí môi trường đặc biệt là trong giai đoạn đầu.

4. KẾT LUẬN

Như vậy có thể nhận thấy vai trò to lớn của việc áp dụng kế toán quản trị chi phí môi trường tại các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá. Kế toán quản trị chi phí môi trường được phát triển để khắc phục những hạn chế của kế toán quản trị liên quan đến các hoạt động quản lý và các quyết định về môi trường như chi phí môi trường và các tác động của nó. Đối với các doanh nghiệp sản xuất gạch men trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá, kế toán quản trị chi phí môi trường nếu được áp dụng đúng cách sẽ cho phép họ giảm chi phí và tối đa hoá lợi nhuận, tạo được uy tín và nâng cao năng lực cạnh tranh; đồng thời giảm thiểu tác động của môi trường trong hoạt động của các doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] International Guidance Document IFAC (2005), *Environmental Management Accounting*.
- [2] Liping Yan (2014), Research on Measurement Methods of Enterprise's Environmental Costs, *3rd International Conference on Science and Social Research (ICSSR 2014)*
- [3] Jing, H. and SongQing, L (2011), The Research of Environmental Costs Based on Activity Based Cost, *Journal of Procedia Environmental Sciences*, Vol. 10, pp. 147-151.
- [4] Staniskis, J.K., Stasiskiene, Z. (2006), *Environmental Management Accounting in Lithuania: Exploratory Study of currnt practices, oppurtunities and strategic intents*, Journal of cleaner Production, Vol.14, No.14, PP.1252-1261.

**APPLICATION OF ENVIRONMENTAL COST MANAGEMENT
ACCOUNTING IN CERAMIC TILE MANUFACTURING COMPANY
IN THANH HOA PROVINCE**

Nguyen Thi Thanh, Tran Thi Lan Huong

ABSTRACT

Environmental cost accounting is a tool that improves the economic and environmental performance of an organization by providing more accurate values of environmental costs to managers. Ceramic tile manufacturing enterprises in Thanh Hoa province play a huge role in the economic development. Currently, yeast production technology used raw materials such as sand, cement, coal, stone, etc., causing negative impacts on the environment such as: wastewater from factories during the production process exhaust, greenhouse gas. Therefore, the issue of environmental protection in ceramic tile production becomes more urgent for sustainable economic development. Application of environmental cost management accounting will improve efficiency in environmental cost management and financial efficiency in ceramic tile manufacturing enterprises in Thanh Hoa province.

Keywords: *Environmental cost management accounting; ceramic tile manufacturing enterprises, Thanh Hoa province.*

* Ngày nộp bài: 10/8/2022; Ngày gửi phản biện: 10/10/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2021-05 của Trường Đại học Hồng Đức

YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRỰC THUỘC ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH QUẢN LÝ: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC

Lê Thị Thanh Thủy¹, Lê Đỗ Thu Phương²

TÓM TẮT

Bài viết nghiên cứu sự ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định chọn trường đại học trực thuộc Ủy ban Nhân dân (UBND) tỉnh quản lý. Sử dụng các số liệu thứ cấp để mô tả về đặc điểm của các trường đại học và số liệu sơ cấp thông qua khảo sát trường hợp sinh viên của Trường Đại học Hồng Đức, tỉnh Thanh Hóa để kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường được đề xuất theo mô hình nghiên cứu. Thông qua 388 bản khảo sát từ sinh viên thuộc 10 khoa, các yếu tố thuộc về sinh viên, đào tạo, cơ sở vật chất, chi phí, quảng bá, yếu tố địa phương có mối quan hệ thuận chiều với yếu tố đăng ký nguyện vọng; mặt khác, yếu tố đăng ký nguyện vọng là biến trung gian tác động lớn đến quyết định lựa chọn trường đại học cuối cùng của sinh viên. Nghiên cứu còn chỉ ra vai trò điều tiết của yếu tố điểm thi Trung học phổ thông quốc gia đến mối quan hệ giữa nguyện vọng và quyết định cuối cùng. Kết quả nghiên cứu có ý nghĩa quan trọng trong việc góp phần củng cố lý luận và thực tiễn trong tình hình tuyển sinh đại học tại Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: *Quyết định, chọn trường, đại học, ủy ban nhân dân tỉnh, Trường Đại học Hồng Đức.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Từ năm 2015, khi Bộ Giáo dục và Đào tạo thực hiện đổi mới phương thức tuyển sinh đại học, cao đẳng và cho phép các trường trên cả nước được chủ động trong xây dựng phương án tuyển sinh, các trường đại học trực thuộc Ủy ban nhân dân (UBND) tỉnh quản lý, trong đó có Trường Đại học Hồng Đức, tỉnh Thanh Hóa đang gặp rất nhiều khó khăn khi tuyển sinh nhiều ngành không đủ chỉ tiêu³, dẫn đến nguồn thu hạn hẹp, trong khi ngân sách các địa phương có hạn. Trong số những trường đại học thuộc UBND tỉnh trên cả nước, không có ít các ngành, các trường đã được Bộ Giáo dục và Đào tạo kiểm định, có cơ sở vật chất khá khang trang, đội ngũ giảng viên ngày càng có chất lượng và chương trình đào tạo tiên tiến, đa dạng chuyên ngành, tuy nhiên nhiều năm nay vẫn tuyển sinh không đủ sinh viên đại học chính quy. Việc các trường đại học này có tồn tại và phát triển được hay không phụ thuộc rất nhiều vào nâng cao hiệu quả công tác thu hút người học hàng năm. “Xét trên quan điểm Marketing, việc xác định đúng đối tượng khách hàng, tìm hiểu nhu cầu của khách hàng trong cung cấp dịch vụ giáo dục, qua đó tìm cách đáp ứng những nhu cầu luôn biến đổi của khách hàng trong giai

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

² Phòng Kế hoạch Tài chính, Trường Đại học Hồng Đức

³ Số liệu “3 công khai”, Trường Đại học Hồng Đức (từ năm 2018 đến năm 2020)

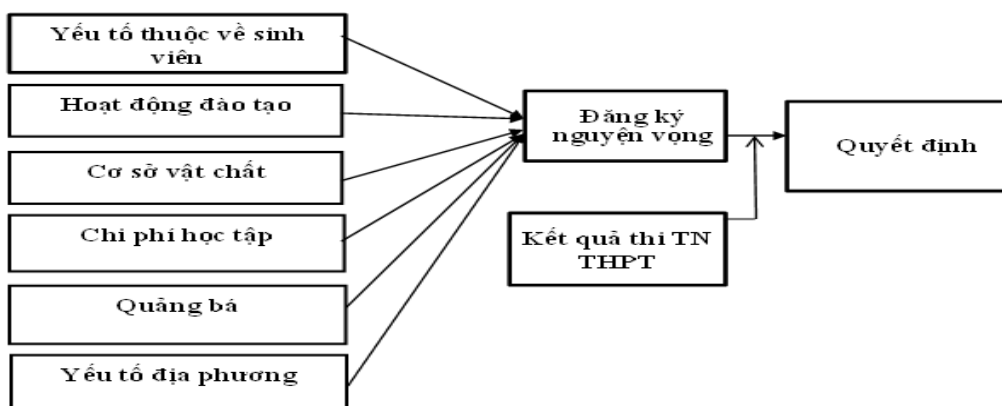
đoạn cạnh tranh hiện nay là một nhiệm vụ hàng đầu của các trường đại học địa phương hiện nay” (Lê Quang Hiếu, 2014). Nghiên cứu “Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học trực thuộc UBND tỉnh quản lý: Nghiên cứu trường hợp Trường Đại học Hồng Đức” được tiến hành để làm rõ các động lực của quyết định chọn trường; từ đó ngụ ý các hướng giải pháp góp phần nâng cao khả năng thu hút sinh viên chọn trường đại học trực thuộc UBND tỉnh quản lý, đặc biệt trong đó có Trường Đại học Hồng Đức trong thời gian tới.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Đã có rất nhiều công trình nghiên cứu tìm hiểu về sự lựa chọn hoặc quyết định chọn trường đại học của sinh viên; sớm nhất là công trình nghiên cứu của Chapman (1981). Nghiên cứu cho thấy có 2 nhóm yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học là yếu tố đặc điểm của cá nhân học sinh (điều kiện kinh tế xã hội, khát vọng về học vấn, năng khiếu, kết quả học tập), các yếu tố bên ngoài (các cá nhân có ảnh hưởng và các đặc điểm cố định của trường đại học (chi phí, vị trí, chương trình đào tạo) và nỗ lực giao tiếp của trường đại học với các học sinh. Theo quan điểm kinh tế học, học sinh phải chọn trường đại học với tiện ích cao nhất về lợi ích ròng mong đợi [10]. Còn quan điểm lý thuyết vốn con người cho rằng tỷ lệ ghi danh vào đại học được kỳ vọng sẽ cao hơn đối với những cá nhân có sự chuẩn bị và thành tích học tập tốt hơn, vì họ có nhiều khả năng hoàn thành tốt chương trình giáo dục và có được một công việc mang lại thu nhập cao trong tương lai [8]. Các tiếp cận xã hội học đối với sự lựa chọn trường đại học lại nhấn mạnh đến những cách thức mà các đặc điểm nền tảng kinh tế xã hội ảnh hưởng đến việc ra quyết định của sinh viên [16]. Tuy nhiên các nghiên cứu đều khẳng định quyết định chọn trường đại học bị ảnh hưởng bởi chính đặc điểm của sinh viên và các thuộc tính của trường đại học đó [4] [5] [6] [11] [13] [14].

Theo quan điểm hành vi khách hàng, quyết định lựa chọn và sử dụng sản phẩm của khách hàng có thể bị thay đổi theo thời gian và chịu tác động dưới các điều kiện môi trường và hoàn cảnh ở mỗi thời điểm khác nhau. Tại Việt Nam, từ năm 2015 phương thức tuyển sinh đã thay đổi đáng kể khi kỳ thi tốt nghiệp Trung học phổ thông được nhập chung với kỳ thi tuyển sinh đại học trên phạm vi toàn quốc. Nghiên cứu này được thực hiện để xem xét quá trình chọn trường đại học trong điều kiện mới để xem xét sự tác động của các yếu tố trong các giai đoạn là có khác nhau không; từ đó góp phần xây dựng cơ sở lý thuyết phù hợp với điều kiện tuyển sinh đại học thực tiễn hiện nay ở Việt Nam. Trong nghiên cứu này, có ba nhân tố được coi là mới hơn so với các nghiên cứu trước: *Yếu tố địa phương* (do nghiên cứu tập trung vào đối tượng có đặc thù vùng miền), biến trung gian *Đăng ký nguyện vọng* được giả định bị tác động bởi yếu tố thuộc về sinh viên và nhóm yếu tố thuộc về trường đại học như hoạt động đào tạo, cơ sở vật chất, chi phí học tập, Quảng bá và *Yếu tố địa phương*); *Kết quả thi Tốt nghiệp Trung học phổ thông* (biến điều tiết) được giả định có khả năng điều tiết sự ảnh hưởng của yếu tố đăng ký nguyện vọng đến quyết định lựa chọn trường đại học của sinh viên do đặc thù của quy chế tuyển sinh đại học ở Việt Nam từ năm 2015 đến nay (Hình 1).



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu có căn cứ từ mô hình nghiên cứu lý thuyết của Chapman (1981), kế thừa kết quả của các mô hình nghiên cứu có liên quan đến đề tài và điều chỉnh các yếu tố tác động cho phù hợp với tình hình thực tế tuyển sinh đại học thực tiễn hiện nay cũng như phù hợp với đặc điểm của các trường đại học trực thuộc UBND tỉnh quản lý.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp phân tích số liệu sơ cấp và thứ cấp. Các số liệu thứ cấp thu thập từ báo cáo “3 công khai” để mô tả về đặc điểm của các trường đại học trực thuộc UBND tỉnh quản lý và số liệu sơ cấp thông qua khảo sát trường hợp sinh viên của Trường Đại học Hồng Đức để kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đề xuất theo mô hình nghiên cứu. Thang đo của nghiên cứu gồm 31 biến quan sát đo lường 9 yếu tố độc lập và phụ thuộc của mô hình theo thang đo Likert 5 mức độ từ Rất đồng ý đến Rất không đồng ý. Theo Slovin (1960), với 7568 sinh viên đại học chính quy năm 2020 thì cỡ mẫu tối thiểu là 379. Thông tin mẫu nghiên cứu được thu thập bằng kỹ thuật phân theo hạn ngạch tỷ lệ sinh viên của 10 khoa có số liệu tuyển sinh 3 năm gần đây với 400 mẫu ngẫu nhiên phi xác suất và số phiếu thu về hợp lệ đưa vào phân tích là 388 mẫu. Dữ liệu sau khi thu thập được mã hóa, xử lý với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 26 và AMOS 22 để phân tích sự tác động của các yếu tố được đề xuất trong mô hình.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Đặc điểm của trường đại học trực thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh quản lý

Hiện nay cả nước có 27 trường đại học trực thuộc UBND tỉnh được thành lập chủ yếu từ các trường cao đẳng sư phạm, các trung tâm giáo dục thường xuyên và phát triển thành các trường đại học đa ngành, đa hệ đào tạo trong đó các khoa sư phạm đóng vai trò quan trọng.

Trường Đại học Hồng Đức tại tỉnh Thanh Hóa được thành lập từ năm 1997 là trường đại học trực thuộc UBND tỉnh đầu tiên theo mô hình này. Trong giai đoạn từ năm 2002 đến năm 2013, số lượng các trường đại học trực thuộc UBND trong cả nước tăng lên nhanh chóng. Mặc dù số lượng 27 trường đại học trực thuộc UBND tỉnh chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ trong toàn bộ hệ thống giáo dục Đại học cả nước, các trường đang dần khẳng định được vai trò thông qua quá trình phát triển, thay đổi từ quy mô đến việc cải thiện và nâng cao chất

lượng đào tạo, thu hút người học, đa dạng hóa các loại hình đào tạo đáp ứng ngày càng tốt hơn yêu cầu của xã hội và của địa phương. Để phù hợp với ưu thế của từng vùng, các địa phương đã áp dụng cách tiếp cận mô hình đào tạo từ những góc độ khác nhau nhưng mục tiêu chung vẫn có những đặc trưng chung đó là:

Về đào tạo: sinh viên các hệ rất đa dạng, từ học tập trung, sinh viên không tập trung hoàn toàn, sinh viên đã tốt nghiệp một ngành đào tạo có nhu cầu học thêm các chương trình đào tạo mới. Đối với trình độ đại học, nhiều trường có từ 35 ngành đào tạo trở lên như đại học Hồng Đức, đại học An Giang, đại học Hùng Vương... Tuy nhiên, còn nhiều vấn đề cần cải thiện như quy mô đào tạo còn hạn chế, chất lượng hoạt động đào tạo (mục tiêu, nội dung chương trình đào tạo chưa thực sự sát với yêu cầu thực tiễn của địa phương, phương pháp dạy học chưa được đổi mới triệt để).

Chi phí học tập: đều là các trường công, chính quyền địa phương tài trợ kinh phí cho các hoạt động giáo dục đào tạo, nên kinh phí học tập là thấp hơn so với các trường đại học truyền thống, mức học phí giao động trung bình từ khoảng 7 triệu đến 10 triệu đồng một năm.

Chất lượng giảng viên: Giảng viên có trình độ thạc sĩ và đại học chiếm tỷ lệ lớn trong cơ cấu trình độ chuyên môn của các trường đại học trực thuộc UBND tỉnh. Số công trình khoa học và các công bố quốc tế của giảng viên ở các trường đã tăng nhưng xét về tổng thể còn rất ít.

3.2. Kết quả nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học

Kết quả phân tích thống kê mô tả

Kết quả phân tích thống kê mô tả cho thấy: (1) sinh viên chọn trường đại học trực thuộc UBND tỉnh do có đa dạng các chuyên ngành, bậc đào tạo cho phép đáp ứng các nhu cầu đa dạng của người học, mặt khác đảm bảo mục tiêu phát triển kinh tế xã hội trên nhiều lĩnh vực của địa phương trong giai đoạn trước mắt và lâu dài. Đa dạng hóa các ngành đào tạo đồng thời với việc nâng cao chất lượng đào tạo, chất lượng đội ngũ giảng viên để yếu tố đào tạo và chất lượng giảng viên đóng góp nhiều hơn trong quá trình lựa chọn trường đại học thuộc UBND tỉnh của sinh viên; (2) Yếu tố chi phí tác động mạnh đến quyết định lựa chọn trường đại học trực thuộc UBND tỉnh vì có mức học phí, sinh hoạt phí thấp; (3) yếu tố quảng bá, cơ sở vật chất và yếu tố địa phương có đánh giá ảnh hưởng tương đối đến quyết định chọn trường nên các trường cần tiếp tục tăng cường hơn nữa hiệu quả của các yếu tố này trong việc thu hút người học; (4) Yếu tố nguyện vọng và điểm thi đều khẳng định ảnh hưởng lớn đến quyết định chọn trường, vì vậy công tác tuyên truyền tuyển sinh cần được thực hiện thường xuyên liên tục trước và sau kỳ thi THPT quốc gia để các sinh viên tiềm năng và các cá nhân khác trong toàn xã hội biết đến và lựa chọn.

Bảng 2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

| Biến quan sát | Tương quan biến tổng | Cronbach's Alpha |
|--|----------------------|--------------------------|
| Thang đo “Sinh viên” | | Cronbach's Alpha = 0.804 |
| Điểm chuẩn phù hợp với năng lực học tập | .642 | .742 |
| Trường có ngành đào tạo phù hợp với sở thích, nguyện vọng của bản thân | .653 | .730 |
| Học tập ở trường phù hợp với điều kiện của gia đình sinh viên | .658 | .725 |
| Thang đo “Đào tạo” | | Cronbach's Alpha = 0.803 |

| | | |
|---|--------------------------|------|
| Trường là địa chỉ đào tạo có danh tiếng và chất lượng | .637 | .744 |
| Đội ngũ giảng viên của trường có chất lượng tốt | .667 | .728 |
| Trường có đa dạng ngành đào tạo | .657 | .737 |
| Trường có các chương trình hoạt động ngoại khóa, hỗ trợ đào tạo hấp dẫn | .543 | .793 |
| Thang đo “Cơ sở vật chất” | Cronbach's Alpha = 0.839 | |
| Trang thiết bị phục vụ giảng dạy của trường đầy đủ và hiện đại | .681 | .793 |
| Cơ sở vật chất, khu giảng dạy của trường rộng rãi, khang trang | .638 | .813 |
| Trường có đầy đủ Cơ sở vật chất hỗ trợ như thư viện, nhà đa năng, canteen | .688 | .789 |
| Trường có ký túc xá sạch sẽ, hiện đại | .683 | .792 |
| Thang đo “Chi phí” | Cronbach's Alpha = 0.808 | |
| Trường có mức học phí thấp | .668 | .724 |
| Sinh hoạt phí học tại trường thấp | .659 | .736 |
| Trường có chế độ học bổng và các chính sách hỗ trợ tài chính | .650 | .748 |
| Thang đo “Quảng bá” | Cronbach's Alpha = 0.804 | |
| Trường thường xuyên cung cấp đầy đủ thông tin về trường | .631 | .768 |
| Trường thường xuyên có hoạt động tư vấn tuyển sinh, hướng nghiệp | .676 | .709 |
| Trường có các kênh truyền thông đa dạng | .663 | .724 |
| Thang đo “Địa phương” | Cronbach's Alpha = 0.802 | |
| Trường có vị trí địa lý thuận lợi cho việc đi lại và học tập | .650 | .726 |
| Trường có các chính sách thu hút, hỗ trợ sinh viên địa phương | .639 | .737 |
| Mạng lưới kết nối với tổ chức, doanh nghiệp rộng rãi, thuận lợi cho sinh viên tốt nghiệp | .652 | .724 |
| Thang đo “Kết quả” | Cronbach's Alpha = 0.767 | |
| Theo đánh giá của cá nhân, kết quả thi tốt nghiệp THPT của tôi phản ánh đúng năng lực học tập của bản thân | .632 | .651 |
| Kết quả thi Tốt nghiệp THPT của tôi đạt được như dự kiến | .586 | .703 |
| Kết quả thi tốt nghiệp THPT của tôi không bất ngờ | .585 | .704 |
| Thang đo “Nguyện vọng” | Cronbach's Alpha = 0.793 | |
| Tôi đã đăng ký nguyện vọng vào 1 hoặc nhiều ngành tại Trường Đại học Hồng Đức | .620 | .734 |
| Các ngành tại Trường Đại học Hồng Đức là các nguyện vọng ưu tiên của tôi khi đăng ký ghi danh | .637 | .715 |
| Đăng ký ghi danh nguyện vọng vào Trường Đại học Hồng Đức là sự lựa chọn đúng đắn của tôi | .647 | .705 |
| Thang đo “Quyết định” | Cronbach's Alpha = 0.827 | |
| Học ở Trường Đại học Hồng Đức là quyết định đúng đắn của tôi | .640 | .787 |
| Tôi vẫn quyết định chọn theo học tại Trường Đại học Hồng Đức mặc dù điểm thi có thể chọn theo học tại trường đại học khác | .662 | .777 |
| Nếu điểm chuẩn không đủ ngành 1 tôi sẽ tiếp tục ghi danh ngành 2,3,4... để học | .656 | .780 |
| Tôi hài lòng với quyết định theo học tại trường | .650 | .782 |

Nguồn: Xử lý số liệu thu thập bằng SPSS, năm 2021

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Các thang đo sau khi kiểm định độ tin cậy 2 lần và loại biến SVIEN3 ra khỏi thang đo thì đều cho hệ số Cronbach Alpha > 0,6; tất cả các biến quan sát đều có tương quan biến tổng đạt yêu cầu > 0,3 cho thấy các thang đo lường đều đạt tiêu chuẩn là những thang đo tốt, có độ tin cậy cao để đưa vào đo lường ở bước tiếp theo (Bảng 2).

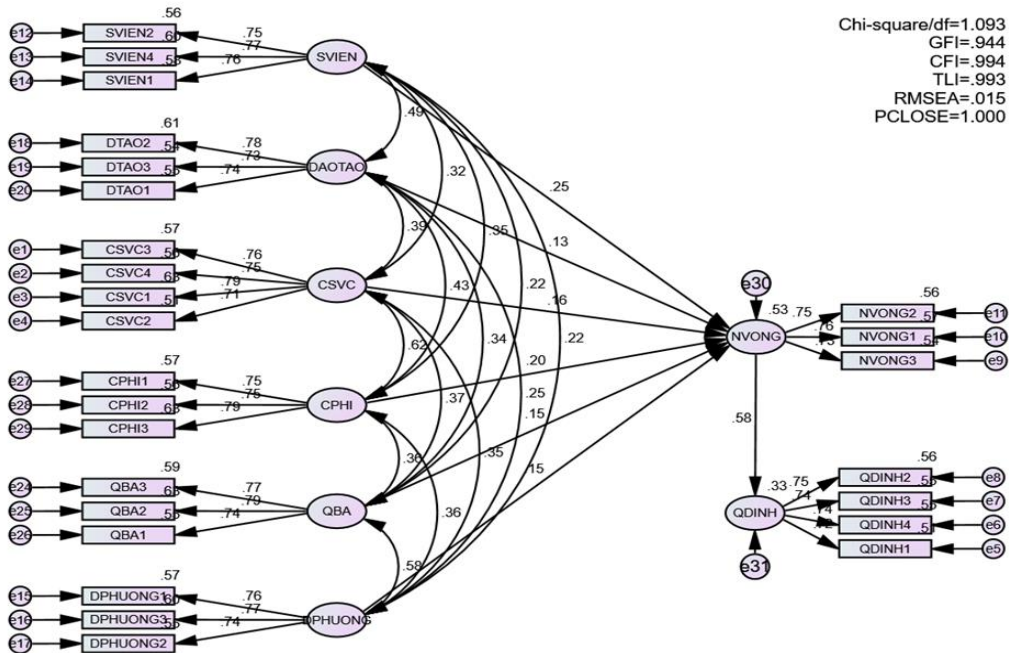
Kết quả phân tích nhân tố khám phá - EFA

Kết quả kiểm định KMO và Barlett's cho 30 biến quan sát còn lại sau kiểm định độ tin cậy cho thấy chỉ số KMO cao (0,871) với giá trị Sig = 0. Như vậy, chỉ số KMO lớn cho thấy việc áp dụng phân tích yếu tố khám phá bộ thang đo trong này là phù hợp. Việc sử dụng các yếu tố có thể giải thích được 57,9% khả năng giải thích của tất cả các nhân tố ảnh hưởng sau khi đã loại biến DTAO4 ra khỏi mô hình do không đủ hệ số tải.

Phân tích nhân tố khẳng định - CFA

Kết quả phân tích CFA chỉ ra rằng các chỉ số Chi-bình phương/df = 1,048 (df < 3); TLI = 0,9996; CFI = 0,996 (TLI, CFI > 0,9); GFI = 0,941 > 0,8 và RMSEA = 0,011 < 0,08. PCLOSE = 1.000 > 0.05 đều nằm trong mức tốt. Vì vậy, mô hình tương thích với dữ liệu thực tiễn.

Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính



Nguồn: Xử lý số liệu thu thập bằng AMOS, năm 2021

Hình 2. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính

Các mối quan hệ giữa sinh viên, đào tạo, cơ sở vật chất, chi phí, quảng bá, địa phương với nguyện vọng đều được chấp nhận (có $p < 0.05$). Như vậy các sự tác động của biến độc lập đến biến phụ thuộc trong mô hình là thuận chiều. Mặt khác, tồn tại mối quan hệ thuận chiều giữa nguyện vọng và quyết định ($p < 0.05$) (Bảng 3). Kết quả kiểm định giả thuyết còn cho thấy thứ tự tác động biến độc lập lên biến phụ thuộc là: yếu tố thuộc về sinh viên, chi phí học tập, quảng bá, cơ sở vật chất, yếu tố địa phương và cuối cùng là hoạt động đào tạo.

Bảng 3. Bảng kết quả kiểm định giả thuyết của mô hình và ý nghĩa thống kê

| | | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Kết quả | Mức độ tác động |
|-------|------|---------|----------|------|-------|------|-----------|-----------------|
| NVONG | <--- | SVIEN | .178 | .045 | 3.925 | *** | Chấp nhận | 1 |
| NVONG | <--- | DAOTAO | .105 | .052 | 2.011 | .044 | Chấp nhận | 5 |
| NVONG | <--- | CSVC | .128 | .056 | 2.303 | .021 | Chấp nhận | 4 |
| NVONG | <--- | CPHI | .144 | .053 | 2.718 | .007 | Chấp nhận | 2 |
| NVONG | <--- | QBA | .130 | .061 | 2.146 | .032 | Chấp nhận | 3 |
| NVONG | <--- | DPHUONG | .128 | .058 | 2.210 | .027 | Chấp nhận | 4 |
| QDINH | <--- | NVONG | .618 | .073 | 8.457 | *** | Chấp nhận | Mạnh |

Nguồn: Xử lý số liệu thu thập, năm 2021

Kết quả kiểm định sự tác động của biến điều tiết Kết quả thi THPT

Thực hiện đánh giá mối quan hệ điều tiết bằng kỹ thuật Bootstrapping qua macro PROCESS 3.5 trên phần mềm SPSS. Biến Int_1 có p_value kiểm định t bằng $0.021 < 0.05$, như vậy biến KQUA có vai trò điều tiết mối quan hệ tác động từ NVONG lên QDINH. Hệ số hồi quy của Int_1 bằng $0.154 > 0$, như vậy, kết quả thi tăng sẽ làm nguyện vọng tác động càng mạnh lên quyết định chọn trường đại học.

Như vậy, kết quả nghiên cứu thống nhất với quan điểm kinh tế học, xã hội học và quan điểm hành vi về sự lựa chọn hợp lý trong tiến trình quyết định chọn trường đại học và tiếp tục khẳng định vai trò của các yếu tố thuộc về sinh viên và thuộc về trường đại học đối với việc ra quyết định chọn trường đại học của sinh viên theo mô hình nghiên cứu [7] [11] [12]. Nghiên cứu này khẳng định thêm yếu tố đặc thù của địa phương cũng ảnh hưởng tương đối quan trọng lên quyết định lựa chọn của sinh viên. Đặc biệt từ kết quả kiểm định cho thấy: yếu tố Đăng ký nguyện vọng là biến trung gian tác động lớn đến quyết định lựa chọn cuối cùng của học sinh. Mặt khác, nghiên cứu cũng chỉ ra vai trò điều tiết của yếu tố điểm thi THPT quốc gia đến mối quan hệ giữa Nguyện vọng và Quyết định cuối cùng theo hướng điểm thi càng thể hiện rõ năng lực, gần với kỳ vọng và ít có yếu tố bất ngờ đối với học sinh thì học sinh càng có xu hướng tăng quyết định lựa chọn. Điều này phù hợp với thực tiễn tuyển sinh đại học tại Việt Nam khi yếu tố đăng ký nguyện vọng chỉ trở thành quyết định chính thức sau khi có kết quả thi THPT quốc gia. Đây cũng là điểm mới của nghiên cứu góp phần xây dựng được mô hình lý thuyết và đánh giá được thực tiễn quá trình lựa chọn trường đại học của sinh viên.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Nghiên cứu giải quyết được mục tiêu chính là tìm hiểu được các yếu tố và mức độ tác động đến quyết định lựa chọn trường đại học trực thuộc UBND tỉnh trong điều kiện mới có sự tham gia bởi những yếu tố trung gian là Đăng ký nguyện vọng và điểm thi THPT, tìm hiểu các thuận lợi và khó khăn của các trường đại học để từ đó định hướng các giải pháp nâng cao hiệu quả đối với các trường. Bên cạnh đó, nghiên cứu vẫn tiếp tục khẳng định vai trò của các yếu tố bên trong và bên ngoài đến quyết định chọn trường của sinh viên; điều này ngụ ý các giải pháp định hướng đa dạng hóa các ngành đào tạo phù hợp với thực tiễn phát triển của địa phương, tạo bản sắc và sự khác biệt, gắn đào tạo với việc làm sau khi tốt

nghiệp và nâng cao chất lượng đào tạo. Các trường cần nỗ lực hơn nữa để tăng cường tương tác, kết nối và quảng bá chương trình đào tạo, hình ảnh thương hiệu nhằm đạt hiệu quả hơn trong quá trình thu hút sinh viên, đảm bảo tính cạnh tranh trong điều kiện tuyển sinh hiện nay. Mặc dù đạt được mục tiêu đề ra, nghiên cứu còn hạn chế trong việc nghiên cứu và khảo sát trường hợp nên việc áp dụng cho tổng thể các trường sẽ có những khó khăn; cỡ mẫu, đối tượng khảo sát còn hạn chế và chưa đánh giá sự tác động của các yếu tố thuộc về môi trường vĩ mô đến quyết định lựa chọn; vì vậy các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng phạm vi và quy mô nghiên cứu để đảm bảo giải thích tốt hơn quyết định lựa chọn, từ đó gợi ý giải pháp hiệu quả hơn cho các trường đại học trực thuộc UBND tỉnh quản lý cũng như các nhà hoạch định chính sách địa phương trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Dương Đức Hùng (2011), Vai trò của các trường đại học địa phương trong việc phục vụ kinh tế địa phương, *Tạp chí Giáo dục*, số 260, kỳ 2, tr.22-24.
- [2] Lê Quang Hiếu (2014), Dùng Marketing hỗn hợp dịch vụ đánh giá thực trạng các trường đại học địa phương, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 24.
- [3] Lê Quang Hiếu (2015), Các công cụ marketing dịch vụ giáo dục đại học của trường đại học địa phương tại Việt Nam, *Luận án Tiến sĩ Marketing*, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
- [4] Nguyễn Minh Hà (2011), *Các yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn Trường Đại học Mở thành phố Hồ Chí Minh*, Đề tài nghiên cứu khoa học Trường Đại học Mở thành phố Hồ Chí Minh.
- [5] Trần Thị Ngọc Mai, Nguyễn Thị Thu Hương, Đỗ Thùy Linh (2018), Các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn chương trình cử nhân Học viện Ngân hàng của người học, *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, Số 193 - tháng 6, tr.65-75.
- [6] Trần Văn Quý, Cao Hào Thi (2009), Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của học sinh trung học phổ thông, *Tạp chí phát triển Khoa học và Công nghệ* (số 15), Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
- [7] Avery, C., and Hoxby, C.M. (2004), Do and should financial aid packages affect students' college choices? In C.M. Hoxby (ed.), *College Choices: The Economics of Where to Go, When to Go, and How to Pay for It*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 239-302.
- [8] Catsiapis, G. (1987), A model of educational investment decisions. *Review of Economics and Statistics*, Vol 69:33-41.
- [9] Chapman D. W (1981), A model of student college choice, *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490-505.
- [10] DesJardins và Toutkoushian (2005), Are students really rational, The development of rational thought and its application to student choice, *Higher Education: Handbook of Theory and Research*, vol. 20, 191-240, Springer, Printed in Great Britain.
- [11] Joseph Sia Kee Ming (2010), Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework, *International Journal of Business and Social Science*, 1(3), p.53-58.
- [12] Kallio, R. E. (1995), Factors influencing the college choice decisions of graduate students. *Research in Higher Education*, 36(1), p.109-124.

- [13] Migin M. W., Falahat M., Yajid M. S. A. and Khatibi A. (2015), Impacts of Institutional Characteristics on International Students' Choice of Private Higher Education Institutions in Malaysia, *Canadian Center of Science and Education. Higher Education Studies*, Vol. 5, p. 31-42.
- [14] Perna, L. W. (2006), Understanding the relationship between information about college prices and financial aid and students' college-related behaviors. *American Behavioral Scientist*, 49(12), p.1620-1635.
- [15] Slovin, E. (1960), Slovin's Formula for Sampling Technique. <https://prudencexd.weebly.com/>
- [16] Terenzini, P.T., Cabrera, A.F., and Bernal, E.M. (2001), Swimming Against the Tide: The Poor in American Higher Education. Report, No.1. *New York, NY: College Entrance Examination Board.*

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO CHOOSE A UNIVERSITY UNDER THE MANAGEMENT OF THE PROVINCIAL PEOPLE COMMITTEE: THE CASE STUDY OF HONG DUC UNIVERSITY

Le Thi Thanh Thuy, Le Do Thu Phuong

ABSTRACT

The purpose of the study is to find out the influence of factors on the decision to choose a university under the management of the Provincial People's Committee. The study uses secondary data to describe the characteristics of universities under the management of the Provincial People's Committee and primary data through a case study of students of Hong Duc University under the management of People Committee of Thanh Hoa Province to test the relationships of the proposed factors in the research model. Through 388 surveys from students in 10 faculties, factors belonging to students, Training, Facilities, Costs, Promotion and Regional Factor have positive relationships with students' Registration. In particular, the test results show that Registration is the intermediate variable that has a great impact on the final Decision in choosing a university by students. The study also shows the moderating role of the factor of Graduation Exam Score in the relationship between Registration and Decision. The research results and implications for the solution are important in contributing to the consolidation of theory and practice in the current situation of university enrolment in Vietnam.

Keywords: *Decision, choice, university, provincial People's committee, Hong Duc University.*

* Ngày nộp bài: 8/10/2021; Ngày gửi phản biện: 8/10/2021; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

* Bài báo này là kết quả nghiên cứu từ đề tài cấp cơ sở, mã số đề tài ĐT-2020-07 của Trường Đại học Hồng Đức

NĂNG LỰC CẠNH TRANH VỀ NGUYÊN LIỆU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP KHAI THÁC VÀ XUẤT KHẨU ĐÁ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ THANH HOÁ

Đào Thu Trà¹, Bùi Thị Phúc²

TÓM TẮT

Bài viết nghiên cứu năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá ở thành phố Thanh Hoá dựa trên việc so sánh với các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu tại 2 huyện Yên Định và Ngọc Lặc. Các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá có lợi thế cạnh tranh về chất lượng sản phẩm, thị trường tiêu thụ và cơ hội xuất khẩu nhưng đang trong quá trình chuyển hướng sang khai thác nguyên liệu tại các huyện khác trong tỉnh do nguồn khai thác đang bị thu hẹp, chi phí vận chuyển lớn do các mỏ khai thác không tập trung. Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá thành phố Thanh Hoá: Xin cấp phép các mỏ đá có khoảng cách trên địa bàn các huyện lân cận thành phố như Đông Sơn, Hà Trung, Bỉm Sơn; Nâng cao trình độ nguồn nhân lực; Nâng cấp công nghệ khai thác và thay thế một số loại đá thô sang đá xuất khẩu.

Từ khoá: *Cạnh tranh, năng lực cạnh tranh, nghề đá, tài nguyên, xuất khẩu đá.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Nghề chế tác đá là nghề truyền thống từ lâu đời được coi là một trong những làng nghề thủ công lâu đời nhất ở Việt Nam [8]. Ban đầu, sản phẩm đá được chế tác là những sản phẩm thủ công, đơn sơ phục vụ cho sinh hoạt hàng ngày như chày đá, cối đá, cối giã lúa... đẽo bằng tay. Đến nay thành phố Thanh Hoá đã trở thành trung tâm chế tác và sản xuất đá của tỉnh cũng như của cả nước. Tuy nhiên, để bảo vệ các khu vực khai thác đá làm di tích quốc gia, nhiều mỏ đá trên địa bàn thành phố Thanh Hoá đã cấm khai thác, các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá phải chuyển hướng sang khai thác các mỏ đá tại các địa phương khác. Trong khi nguyên liệu đá được khai thác từ mỏ là yếu tố quyết định đến chất lượng đá, tạo ra sự cạnh tranh cho doanh nghiệp thì việc chuyển vùng khai thác ra xa sẽ gây khó khăn trong khai thác và vận chuyển của các doanh nghiệp, ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh tổng thể của họ.

Hiện nay tỉnh Thanh Hoá có hơn 200 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khai thác, gia công và xuất khẩu đá tự nhiên. Tất cả các doanh nghiệp này phân bố đều trên địa bàn thành phố Thanh Hoá và các huyện Yên Định, Hà Trung, Cẩm Thủy. Mức độ cạnh tranh trong ngành là rất lớn do mỗi huyện lại có một lợi thế khác nhau trong ngành. Việc phân tích năng lực cạnh tranh của chính mình và các đối thủ giúp cho các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Thanh Hoá có chiến lược phát triển phù hợp để ngày càng mở rộng thị trường, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và nâng cao vị thế của mình trong ngành khai thác và xuất khẩu đá tự nhiên.

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

² Học viên Cao học lớp K13 chuyên ngành Quản trị Kinh doanh, khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Hồng Đức

2. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: là năng lực cạnh tranh về nguyên liệu cho các doanh nghiệp khai thác và sản xuất tham gia xuất khẩu đá (gọi chung là doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá) có địa chỉ đăng ký kinh doanh tại thành phố Thanh Hoá, tỉnh Thanh Hoá.

Phạm vi không gian: Phân tích, đánh giá năng lực cạnh tranh về nguyên liệu của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá có địa chỉ đăng ký kinh doanh tại thành phố Thanh Hoá, tỉnh Thanh Hoá. Các doanh nghiệp này có thể có mỏ đá khai thác tại thành phố Thanh Hoá hoặc có mỏ khai thác tại các huyện khác trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá.

Phạm vi thời gian: thời gian được chọn để nghiên cứu là từ năm 2019 đến năm 2021.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập số liệu: Thu thập số liệu thứ cấp thu thập được thông qua tài liệu, sách báo, tạp chí, truyền thông, báo cáo tài chính, hoạt động kinh doanh, báo cáo thường niên từ các phòng ban của doanh nghiệp, Hiệp hội xuất khẩu đá Thanh Hoá, và các cơ quan, đơn vị có liên quan.

Phương pháp xử lý số liệu: Số liệu sau khi thu thập được tổng hợp và tính toán, xử lý bằng phần mềm Word, Excel... Với phạm vi là các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá, các số liệu được tổng hợp bằng cách cộng dồn số liệu tất cả các doanh nghiệp tham gia khai thác và xuất khẩu đá trên địa bàn sau đó tính các chỉ tiêu liên quan như mức bình quân...

Phương pháp phân tích: Phương pháp phân tích được sử dụng gồm phương pháp tổng hợp, so sánh các chỉ tiêu để đánh giá năng lực cạnh tranh về nguyên liệu của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Tổng quan nghiên cứu năng lực cạnh tranh của ngành đá

Micheal E. Porter trong cuốn Chiến lược cạnh tranh nhận định: Để có thể cạnh tranh với các đối thủ cùng ngành trên thị trường, các doanh nghiệp cần có năng lực cạnh tranh. Khi đó, doanh nghiệp cần khai thác, huy động, quản lý và sử dụng một cách hiệu quả các nguồn lực giới hạn như nhân lực, vật lực (công nghệ, tài chính...), tài lực (thương hiệu, mạng lưới phân phối, hiệu quả sản xuất...) để tạo ra năng suất và chất lượng sản phẩm, dịch vụ cao hơn so với đối thủ cạnh tranh, từ đó chiếm lĩnh thị phần lớn, tạo ra thu nhập và lợi nhuận cao, đảm bảo cho doanh nghiệp tồn tại, tăng trưởng và phát triển bền vững.

Thảo Lê (2021) trong nghiên cứu “Phân tích thị trường ngành và đối thủ cạnh tranh trong thị trường khai thác đá tự nhiên”, Cũng như các ngành khác, năng lực cạnh tranh ngành đá có thể được đánh giá dựa trên các chỉ tiêu về nguồn nhân lực; về công nghệ; về năng lực tài chính; về sản phẩm; về thương hiệu; về mạng lưới phân phối và thị trường tiêu thụ; về thị phần và khả năng chiếm lĩnh thị trường và về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp [6]. Nếu như nguồn nhân lực hoặc công nghệ thường là yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh

cho doanh nghiệp ở các ngành khác, thì với ngành đá, quyền khai thác mỏ (nguyên liệu đầu vào cho các doanh nghiệp) là yếu tố quan trọng nhất, quyết định chất lượng sản phẩm mà chất lượng sản phẩm lại quyết định năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

3.2. Tổng quan ngành khai thác và xuất khẩu đá tại tỉnh Thanh Hoá

Các loại đá được khai thác và xuất khẩu chủ yếu gồm đá granit, đá marble, đá vôi... trong đó đá marble được đánh giá là loại đá có chất lượng tốt, có lợi thế cạnh tranh hơn so với các loại đá khác.

Với lợi thế nguồn nguyên liệu, trữ lượng mỏ trên toàn tỉnh còn phong phú, cơ hội tìm kiếm lợi nhuận cao (tỷ suất lợi nhuận ngành đá thường trên 20%) [5] nên số lượng doanh nghiệp không ngừng tăng lên mặc dù gia nhập ngành đá cần lượng vốn đầu tư lớn và điều kiện gia nhập ngày càng khó khăn (do quy định của Nhà nước trong việc bảo vệ tài nguyên không tái tạo).

Bảng 1. Số doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá phân theo quy mô và loại hình doanh nghiệp

| Số doanh nghiệp | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 | 2020 so với 2019 | 2021 so với 2020 |
|---|----------|----------|----------|------------------|------------------|
| Tổng số doanh nghiệp | 76 | 78 | 83 | 2 | 5 |
| <i>Phân theo quy mô</i> | | | | | |
| Quy mô nhỏ và siêu | 69 | 71 | 76 | 2 | 5 |
| Quy mô vừa | 6 | 6 | 6 | 0 | 0 |
| Quy mô lớn | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| <i>Phân theo loại hình doanh nghiệp</i> | | | | | |
| Công ty cổ phần | 16 | 18 | 18 | 2 | 0 |
| Công ty trách nhiệm hữu hạn | 59 | 59 | 64 | 0 | 5 |
| Hợp tác xã | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |

Nguồn: Hiệp hội đá Thanh Hoá năm 2019, 2020, 2021

Về quy mô: Số lượng các doanh nghiệp có quy mô vừa và lớn không thay đổi trong cả giai đoạn 2019 - 2021. Doanh nghiệp đá có quy mô nhỏ và siêu nhỏ tham gia hoạt động xuất khẩu tăng nhẹ lên thành 76, chiếm 91,57% tổng số doanh nghiệp (Bảng 1). Nhìn chung, cơ cấu về quy mô của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá không có nhiều biến động.

Về loại hình doanh nghiệp: Các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá trên địa bàn tỉnh Thanh Hoá đăng ký theo 02 loại hình là công ty cổ phần và công ty TNHH, trong đó các doanh nghiệp thuộc loại hình công ty TNHH chiếm khoảng 75% đến 83% tổng số doanh nghiệp tham gia xuất khẩu. Cho đến hết năm 2021, trên toàn tỉnh không có doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá thuộc doanh nghiệp Nhà nước, doanh nghiệp nước ngoài, doanh nghiệp hợp danh.

3.3. Năng lực cạnh tranh về nguyên liệu của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá

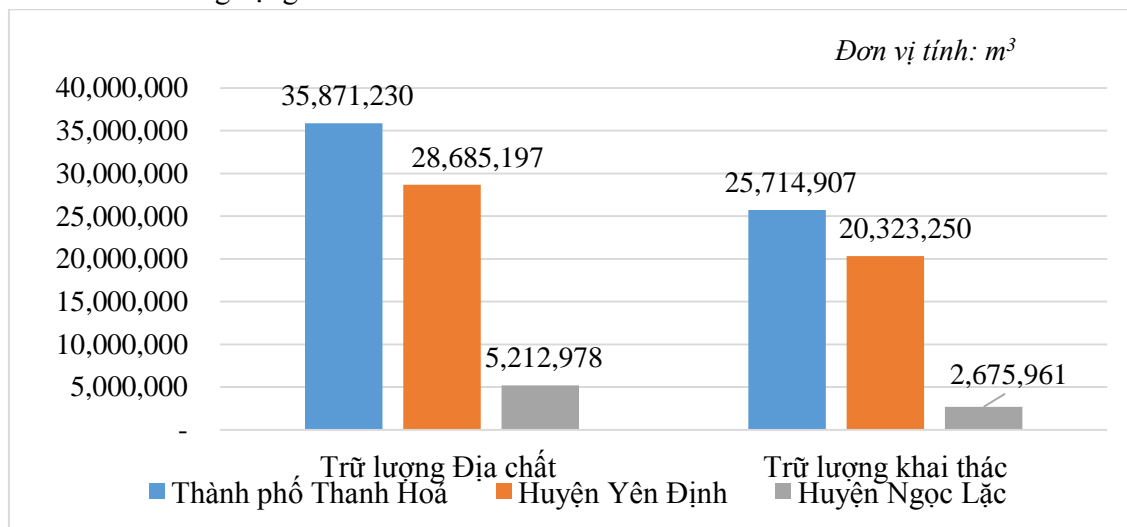
Chất lượng đá xuất khẩu của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá

Chất lượng đá tại các mỏ khai thác là yếu tố quan trọng nhất quyết định chất lượng thành phẩm, giá bán, doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp. Đá là sản phẩm khai thác hoàn toàn

từ tự nhiên, là tài nguyên không tái tạo, lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp được quyết định phần lớn dựa trên lợi thế về nguồn tài nguyên đá mà doanh nghiệp được phép khai thác.

Tại Việt Nam, có nhiều công trình lớn sử dụng đá tự nhiên khai thác trên địa bàn thành phố Thanh Hoá để xây dựng, các công trình này mang ý nghĩa lịch sử lớn, không chỉ nổi tiếng trong nước mà có những công trình được các tổ chức thế giới ghi nhận như Thành Nhà Hồ, Lăng Chủ tịch Hồ Chí Minh, Văn Miếu Quốc Tử Giám, Nhà thờ Đá Phát Diệm, Khu di tích lịch sử Lam Kinh... Đây là bằng chứng hết sức tin cậy để khách hàng tin tưởng vào chất lượng đá của các doanh nghiệp thành phố Thanh Hoá.

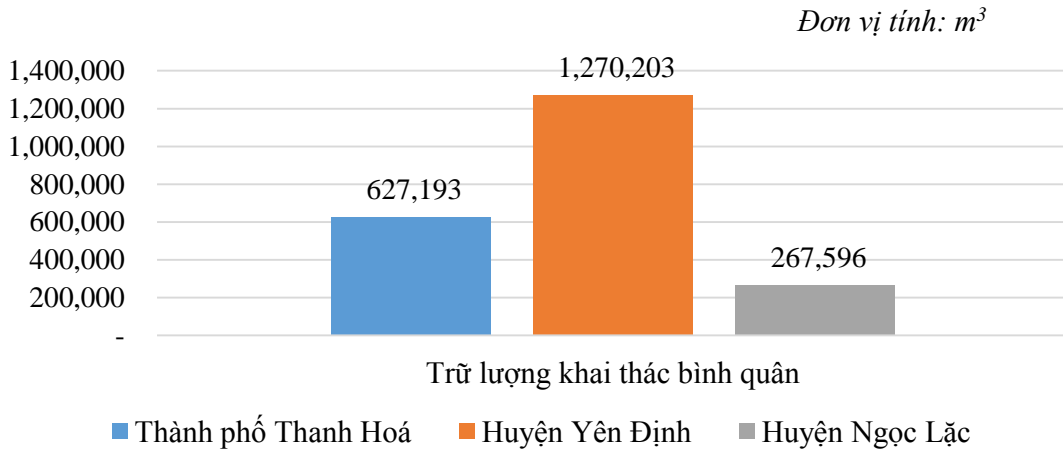
Thị trường Châu Âu chiếm hơn 70% kim ngạch xuất khẩu đá của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá. Các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là đá bó vỉa, đá lát đường, đá lát vườn, đá lát các công trình có mặt bằng lớn như quảng trường, khu vui chơi công cộng...



Biểu đồ 1. Trữ lượng các mỏ đá được cấp phép khai thác của doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá năm 2021

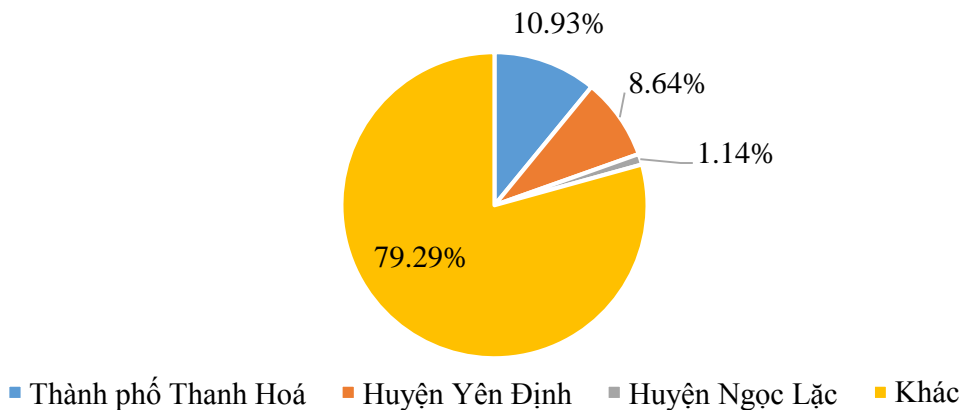
Trữ lượng khai thác bình quân mỗi doanh nghiệp tại Thanh Hoá bằng 0,49 lần trữ lượng khai thác bình quân của các doanh nghiệp tại huyện Yên Định và gấp 2,34 lần các doanh nghiệp tại huyện Ngọc Lặc (Biểu đồ 2). Qua đó có thể thấy, các mỏ đá được cấp phép khai thác cho các doanh nghiệp tại huyện Yên Định có trữ lượng khai thác lớn hơn các doanh nghiệp tại thành phố Thanh Hoá và huyện Ngọc Lặc. Nguyên nhân các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại huyện Yên Định có trữ lượng khai thác bình quân cao vượt so với các doanh nghiệp tại thành phố Thanh Hoá và huyện Ngọc Lặc là do một số doanh nghiệp tại huyện Yên Định được cấp phép khai thác mỏ có trữ lượng rất lớn. 3 mỏ đá lớn nhất (Đều thuộc xã Yên Lâm, huyện Yên Định) được cấp phép khai thác cho các doanh nghiệp tại huyện Yên Định có trữ lượng khai thác lần lượt là 7.725.288 m³; 3.499.681 m³ và 3.177.943 m³. Trong khi 3 mỏ đá lớn nhất được cấp phép khai thác cho các doanh nghiệp tại thành phố Thanh Hoá có trữ lượng khai thác lần lượt là 3.550.486 m³. Ba mỏ đá lớn nhất được cấp phép khai thác cho các doanh nghiệp tại huyện Ngọc Lặc có trữ lượng khai thác lần lượt là 780.000 m³.

Biểu đồ 2 cho thấy rõ hơn về mức chênh lệch về trữ lượng khai thác bình quân các mỏ đá của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá giữa ba địa phương. Theo đó, các doanh nghiệp tại thành phố Thanh Hoá không có lợi thế về nguồn nguyên liệu so với các doanh nghiệp tại huyện Yên Định.



Biểu đồ 2. So sánh trữ lượng khai thác bình quân của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá năm 2021

Số liệu ở biểu đồ 3 cho thấy tỷ lệ trữ lượng khai thác của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá còn chiếm tỉ lệ khiêm tốn so với các doanh nghiệp khai thác và sản xuất đá nói chung trên toàn tỉnh. Nếu so sánh với số doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá thì thị phần mỏ của các doanh nghiệp tại thành phố Thanh Hoá không cao. Trữ lượng không còn nhiều, chính quyền thành phố hạn chế tối đa việc khai thác đá để bảo tồn các di tích quốc gia nên các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá đã chuyển hướng khai thác sang các địa phương khác trong tỉnh như huyện Yên Định (có 15 mỏ), huyện Ngọc Lặc (13 mỏ), Thị xã Nghi Sơn (5 mỏ), Đông Sơn (3 mỏ), Vĩnh Lộc (3 mỏ), Nông Cống (1 mỏ), Triệu Sơn (1 mỏ). Các mỏ tại huyện Yên Định vừa có chất lượng đá tốt mà trữ lượng lại cao hơn các huyện khác. Mặc dù Hà Trung là huyện có nhiều mỏ đá, tuy nhiên chất lượng đá không đạt tiêu chuẩn xuất khẩu nên các doanh nghiệp không khai thác đá xuất khẩu tại địa phương này.



Biểu đồ 3. Thị phần khai thác mỏ của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá năm 2021

Từ những phân tích trên cho thấy, các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá có lợi thế cạnh tranh vì chất lượng đá tự nhiên của Thanh Hoá nhưng bất lợi về số lượng khai thác. Sự bất lợi này thể hiện ở trữ lượng khai thác bình quân bị hạn chế so với các đối thủ cạnh tranh ở địa phương khác trong tỉnh. Thêm vào đó, khi các mỏ khai thác xa, chi phí vận chuyển lớn, đóng góp cho địa phương cao hơn làm tăng giá thành sản phẩm, giảm năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp.

3.4. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh về nguyên liệu của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá

Tỉnh Thanh Hoá có chủ trương hạn chế cấp phép khai thác mới đối với các mỏ đá ốp lát, quy hoạch lại vùng khai thác, tập trung vào các vùng khai thác có công suất lớn [2] [3]. Khi đó, những doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh mới có khả năng phát triển một cách bền vững.

Thứ nhất, tối ưu hoá hiệu quả sử dụng nguyên liệu trong khai thác và sản xuất. Khi nguồn lực hạn chế thì việc sử dụng hiệu quả nguồn lực là giải pháp tối ưu. Các doanh nghiệp cần đầu tư công nghệ hiện đại trong khai thác và sản xuất. Để giảm thiểu đá vỡ và rủi ro không chỉ trong khai thác mà còn cả trong sản xuất, các doanh nghiệp phải đầu tư công nghệ cắt dây kim cương. Mặc dù tốn kém về chi phí nhưng hiệu quả cao, ít gây ô nhiễm môi trường và có tính bền vững.

Thứ hai, nghiên cứu chế tạo ra các sản phẩm thay thế đá tự nhiên trong xây dựng đáp ứng đủ tiêu chuẩn xuất khẩu. Đây không chỉ là nhiệm vụ của các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá tại thành phố Thanh Hoá mà còn là nhiệm vụ của cả tỉnh, cả nước.

Thứ tư, nâng cao công nghệ thăm dò và khai thác hơn nữa, vừa đảm bảo khai thác an toàn vừa nâng cao trữ lượng khai thác đối với từng mỏ. Khi tăng được trữ lượng khai thác, các doanh nghiệp tại thành phố Thanh Hoá sẽ có lợi thế hơn các đối thủ cạnh tranh.

Thứ năm, tăng cường sự liên kết giữa các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Thanh Hoá trong xuất khẩu đá. Phát triển và nâng cao vai trò của Hội xuất khẩu đá thành phố Thanh Hoá, để Hội vừa là cầu nối vừa là đơn vị hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong toàn bộ quá trình từ khai thác, sản xuất đến xuất khẩu ra thị trường quốc tế.

4. KẾT LUẬN

Ngành đá ở thành phố Thanh Hoá có nhiều lợi thế cạnh tranh, song vẫn còn tồn tại những hạn chế nhất định. Việc đánh giá đúng năng lực cạnh tranh giúp các doanh nghiệp có giải pháp phù hợp phát huy thế mạnh, hạn chế điểm yếu, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp trong thời gian tới như: Xin cấp phép các mỏ đá có khoảng cách trên địa bàn các huyện lân cận thành phố như Đông Sơn, Hà Trung, Bim Sơn; Nâng cao trình độ nguồn nhân lực; Nâng cấp công nghệ khai thác và thay thế một số loại đá thô sang đá xuất khẩu sẽ giúp cho các doanh nghiệp khai thác và xuất khẩu đá trên địa bàn thành phố Thanh Hoá nâng cao được năng lực cạnh tranh, giữ vững vị thế của mình trong đấu trường khu vực và thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Chính phủ (2012), *Nghị quyết số 05/NQ-Cp ngày 29 tháng 2 năm 2012 về việc điều chỉnh địa giới hành chính các huyện Hoàng Hóa, Thiệu Hóa, Đông Sơn và Quảng Xương để mở rộng địa giới hành chính thành phố Thanh Hóa và thành lập các phường thuộc thành phố Thanh Hóa, tỉnh Thanh Hóa, Hà Nội.*

- [2] Ủy ban nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2022), *Quyết định Số 467/QĐ-UBND ngày 27 tháng 1 năm 2022 phê duyệt Đề án phát triển vật liệu xây dựng tỉnh Thanh Hóa thời kỳ 2021-2030, định hướng đến năm 204, Thanh Hóa.*
- [3] Ủy ban nhân dân tỉnh Thanh Hóa (2021), *Quyết định Số 2324/QĐ-UBND ngày 3 tháng 7 năm 2017 Phê duyệt quy hoạch phát triển vật liệu xây dựng tỉnh Thanh Hóa đến 2025, định hướng đến năm 2035, Thanh Hóa.*
- [4] Sở kế hoạch và đầu tư tỉnh Thanh Hoá (2021), *Tổng hợp ngành vật liệu xây dựng tỉnh Thanh Hoá năm 2021, Thanh Hoá.*
- [5] Hiệp hội đá Thanh Hoá (2019, 2020, 2021), *Báo cáo Tổng kết công tác xuất khẩu đá năm 2019, 2020, 2021 Thanh Hoá.*
- [6] Ngô Kim Thành (2018), *Giáo trình Quản trị chiến lược*, Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
- [7] Thảo Lê (2021), *Những ông tổ nghề chế tác đá xứ Thanh*, <https://baothanhhoa.vn/van-hoa-giai-tri/nhung-ong-to-nghe-che-tac-da-xu-thanh/131742.htm> (Ngày truy cập 4/2022).
- [8] *Địa chí Thanh Hoá tập 1 (2020)*, Nxb. Văn hoá Thông tin, Hà Nội.

THE COMPETITIVENESS OF RAW MATERIALS OF STONE MINING AND EXPORTING ENTERPRISES IN THANH HOA CITY

Dao Thu Tra, Bui Thi Phuc

ABSTRACT

The article studies the competitiveness of the stone industry in Thanh Hoa city based on the comparison two of districts of Yen Dinh and Ngoc Lac. Stone mining and exporting enterprises in Thanh Hoa city have competitive advantages in terms of product quality, consumption markets and export opportunities, however, in the process of shifting to exploiting raw materials in the districts, in the province due to the shrinking mining resources, high transportation costs due to non-centralized mining. The solution to improve the competitiveness of stone mining and exporting enterprises in Thanh Hoa city is: Getting permission for quarries located in near districts of the city, such as Dong Son, Ha Trung, and Bim Son; Improving the level of human resources; Upgrading mining technology and replacing some types of raw stone with export stone.

Keywords: *Competition, competitiveness, stone industry, resources, stone export, Thanh Hoa city.*

* Ngày nộp bài: 7/6/2022; Ngày gửi phản biện: 8/6/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ BĂNG RỘNG CỐ ĐỊNH CỦA VNPT TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

Vương Hữu Tuấn¹, Trịnh Thị Thu Huyền², Lê Thị Lan³

TÓM TẮT

Thanh Hóa là một tỉnh có diện tích lớn và dân số đông (thứ 3 cả nước) vì vậy là một thị trường hấp dẫn cho các dịch vụ viễn thông - công nghệ thông tin. Trong bối cảnh chuyển đổi số và dịch bệnh Covid-19 hiện nay thì triển vọng phát triển dịch vụ này càng rõ ràng hơn. Tuy nhiên sự cạnh tranh gay gắt của các doanh nghiệp viễn thông cũng buộc VNPT Thanh Hóa phải quan tâm hơn nữa đến công tác phát triển thị trường cho dịch vụ này. Bài viết này sẽ đánh giá thực trạng phát triển thị trường cho dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa theo các chỉ tiêu, từ đó đề xuất các nhóm giải pháp nhằm phát triển thị trường cho dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Từ khóa: *Phát triển thị trường, dịch vụ băng rộng cố định, VNPT Thanh Hóa.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong tình hình dịch bệnh Covid-19 còn diễn biến phức tạp trên thế giới, năm vừa qua ngành Viễn thông vẫn phát triển, đồng thời phục vụ tốt công tác điều hành chống dịch của Thủ tướng Chính phủ, hệ thống giao ban trực tuyến giữa Bộ Y tế và các bệnh viện có liên quan. Tuy nhiên trong xu hướng bão hòa các dịch vụ viễn thông, cũng như sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ cạnh tranh trực tiếp, những năm gần đây thị phần và tốc độ tăng trưởng các dịch vụ có xu hướng giảm, đặc biệt là doanh thu từ dịch vụ di động (dịch vụ chính của đơn vị) giảm dần đặt ra yêu cầu phải tăng cường phát triển các dịch vụ khác của đơn vị. Triển vọng phát triển các dịch vụ băng rộng cố định vẫn còn nhưng tốc độ tăng trưởng cũng còn thấp. Mặt khác, Thanh Hóa là tỉnh đông dân, đây là thị trường hấp dẫn của các nhà mạng, thực tế các doanh nghiệp viễn thông đang cạnh tranh gay gắt để giành thị phần. Vì vậy, việc nghiên cứu giải pháp để phát triển thị trường dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn tỉnh Thanh là cần thiết.

2. GIỚI THIỆU VỀ VNPT THANH HÓA

VNPT Thanh Hóa được thành lập theo Quyết định số 687/QĐ-TCCB/HĐQT ngày 06/12/2015 của Hội đồng quản trị Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT). VNPT Thanh Hóa là đơn vị kinh tế trực thuộc hạch toán phụ thuộc Công ty mẹ - Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam. VNPT Thanh Hóa có chức năng, nhiệm vụ: Tổ chức, xây dựng, quản lý, vận hành, khai thác mạng lưới Bưu chính Viễn thông - Công nghệ thông tin (BCVT-CNTT) để kinh doanh và phục vụ. Đảm bảo thông tin liên lạc phục vụ sự lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy đảng, chính quyền; đáp ứng mọi nhu cầu thông tin của xã hội.

¹ Học viên cao học Lớp K13 chuyên ngành Quản trị kinh doanh, khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Hồng Đức

² Phòng Kế hoạch Tài chính, Trường Đại học Hồng Đức

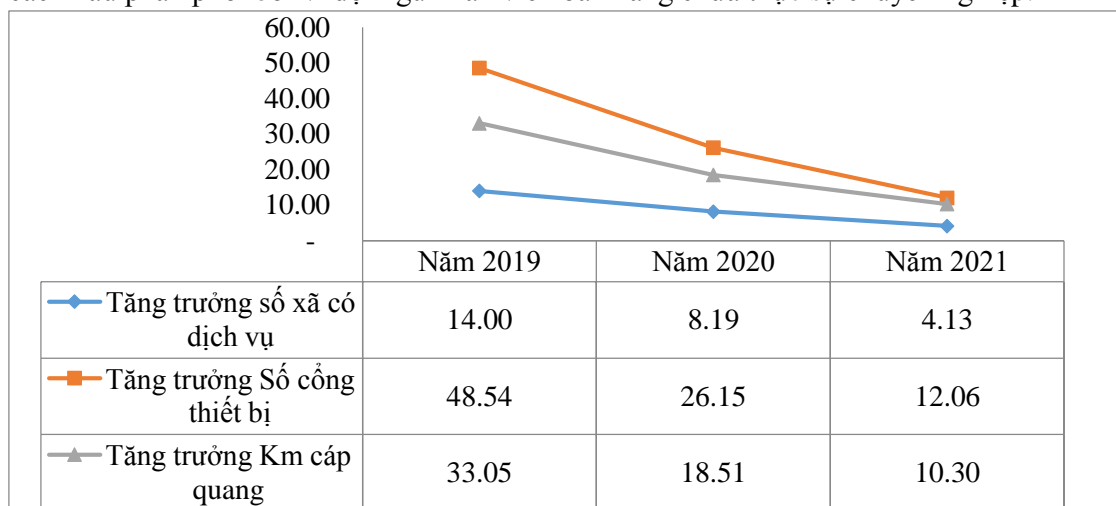
³ Khoa Kinh tế - Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; Email: lethilan@hdu.edu.vn

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng phát triển thị trường dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

3.1.1. Phát triển thị trường theo địa bàn tiêu thụ

Hiện nay VNPT đã phát triển thị trường trên toàn bộ 27 huyện thị trong tỉnh. Tuy nhiên vẫn còn một số xã miền núi, vùng sâu, vùng xa chưa phủ sóng hết. Giai đoạn 2020-2025 đơn vị phân đấu phủ sóng 100% các xã. Các huyện thị trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa đều được bố trí các trung tâm kinh doanh đặt trên địa bàn huyện. Với hệ thống phân phối rộng khắp đã tạo cho VNPT Thanh Hóa một thế mạnh trong phát triển thị trường. Tuy nhiên, những ưu thế đó còn chưa được phát huy hết thông qua việc nâng cao chất lượng phục vụ ở các khâu phân phối bởi vì đội ngũ nhân viên bán hàng chưa thực sự chuyên nghiệp.



Nguồn: Trung tâm kinh doanh, VNPT Thanh Hóa

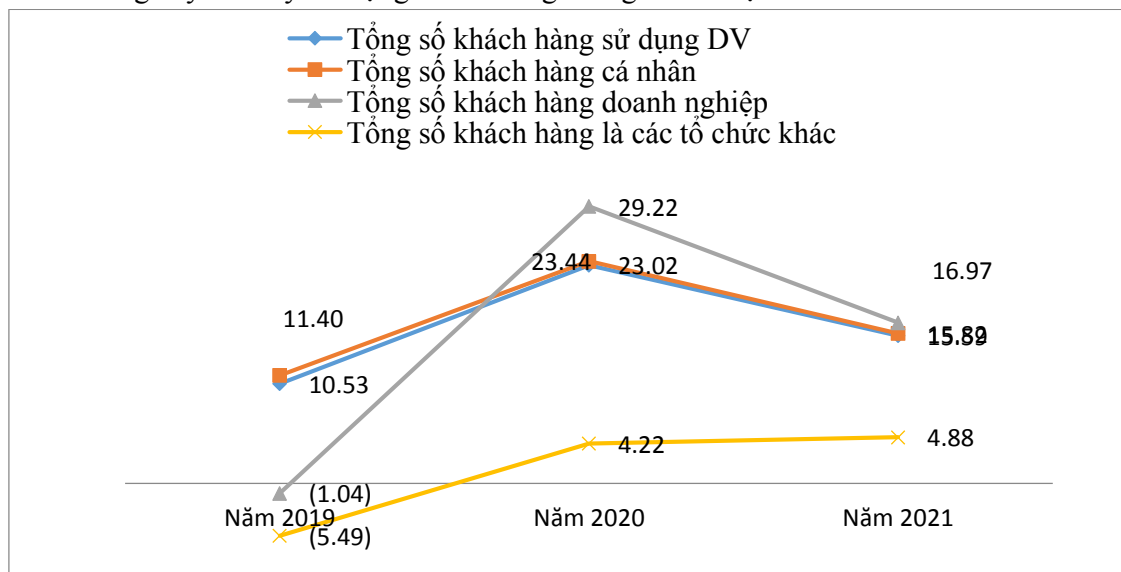
Biểu đồ 1. Tốc độ tăng trưởng theo địa bàn

Theo biểu đồ 1 cho thấy tốc độ tăng trưởng về phát triển thị trường theo địa bàn giai đoạn 2019 - 2021 khá cao (4,13-14%). Tuy nhiên tốc độ tăng trưởng có xu hướng giảm dần. Điều này được lý giải là các địa bàn cơ bản đã được bao phủ với tỷ lệ trên 98% nên những địa bàn xã phát triển mới là rất khó khăn. Nhưng xét về tốc độ tăng trưởng số công thiết bị đầu vào (12,6 - 48,54%) và tốc độ tăng trưởng số km cáp quang (10,30 - 33,05%) thì lại cao hơn tốc độ tăng trưởng địa bàn rất nhiều. Điều đó cho thấy VNPT Thanh Hóa rất quan tâm đến phát triển thị trường theo địa bàn cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ để giữ chân khách hàng.

3.1.2. Phát triển thị trường theo chỉ tiêu số lượng khách hàng

Tính đến tháng 8/2021, theo website World Population Review thì dân số tỉnh Thanh Hóa đạt khoảng 3.690.022 người, vì vậy, đây là thị trường triển vọng cho việc phát triển của VNPT. Trong giai đoạn 2019 - 2021 các dịch vụ băng rộng cố định cũng đã tương đối bão hòa tuy nhiên tốc độ tăng trưởng về khách hàng sử dụng dịch vụ của VNPT Thanh Hóa vẫn tăng trưởng tốt từ 10,53-23%.

Số lượng khách hàng cá nhân chiếm tỷ lệ lớn và có xu hướng tăng trưởng tốt (10,53-23,02%). Khách hàng tổ chức (doanh nghiệp và các tổ chức) có xu hướng tăng chậm. Thậm chí năm 2019 còn giảm. Hai năm gần đây tốc độ tăng trưởng đối với khách hàng tổ chức đã tăng trưởng dương. Điều này cho thấy VNPT Thanh Hóa đã rất quan tâm đến phát triển khách hàng này. Vì đây là lượng khách hàng tương đối ổn định và doanh thu cao.



Nguồn: Trung tâm kinh doanh, VNPT Thanh Hóa

Biểu đồ 2. Tốc độ phát triển thị trường theo khách hàng giai đoạn

3.1.3. Thực trạng phát triển thị trường theo chỉ tiêu doanh thu

Với dịch vụ băng rộng cố định tốc độ tăng trưởng tương đối ổn định trong giai đoạn 2019-2021 với tốc độ tăng trưởng doanh thu từ 11,14% - 12,61%. Doanh thu của dịch vụ băng rộng cố định chiếm hơn 1/3 tổng doanh thu của đơn vị và tỷ lệ này liên tục tăng lên.

Bảng 1. Phát triển thị trường dịch vụ băng rộng cố định theo doanh thu

Đơn vị tính: Triệu đồng

| TT | Tên chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 | Tăng trưởng 2020/2019 (%) | Tăng trưởng 2021/2019 (%) |
|----|-----------------------|----------|----------|----------|---------------------------|---------------------------|
| 1 | DV Internet băng rộng | 311.012 | 345.656 | 389.259 | 11,14 | 12,61 |
| 2 | Tỷ lệ % doanh thu | 32,24 | 34,26 | 35,26 | 6,27 | 2,92 |

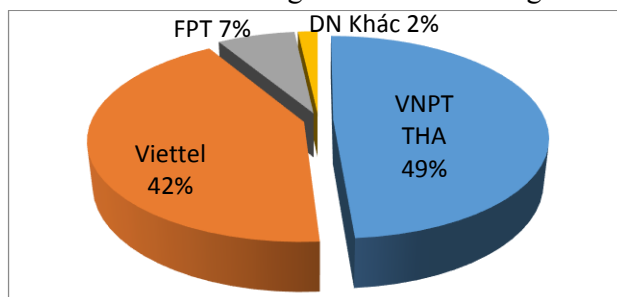
Nguồn: Trung tâm kinh doanh, VNPT Thanh Hóa

3.1.4. Thực trạng phát triển thị trường theo chỉ tiêu thị phần

Thị phần một số dịch vụ VT-CNTT trên nền tảng internet của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa như sau:

Đối với dịch vụ băng rộng cố định. Hiện nay thị phần của VNPT đang ở vị thế tốt. Tuy nhiên cũng đang đối mặt với nguy cơ đánh mất thị phần vì các đối thủ cạnh tranh khá

mạnh như Viettel và FPT. Đặc biệt mảng các dịch vụ phát triển trên nền tảng băng rộng cố định như truyền hình thì sự cạnh tranh càng gay gắt. VNPT muốn phát triển thị phần cần phải có rất nhiều các chính sách thu hút và giữ chân khách hàng.

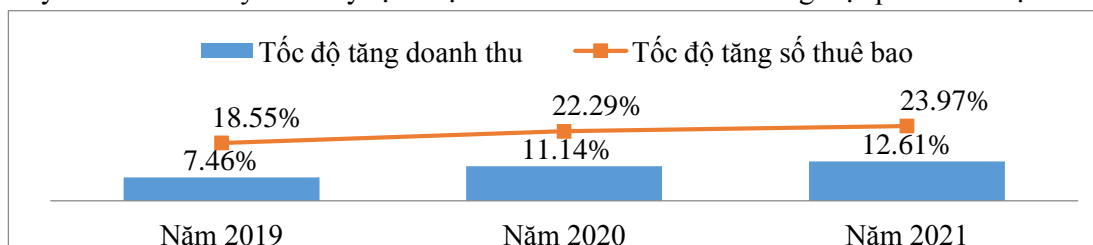


Nguồn: Sở Thông tin và Truyền thông Thanh Hóa; Trung tâm kinh doanh VNPT Thanh Hóa

Đồ thị 3. Thị phần băng rộng cố định tại thị trường Thanh Hóa

3.1.5. Thực trạng phát triển thị trường theo chỉ tiêu số lượng thuê bao

Mặc dù tốc độ tăng doanh thu của dịch vụ băng rộng cố định không cao chỉ khoảng 10% (7,46% - 12,61%), nhưng tốc độ tăng số thuê bao rất cao khoảng 20% (18,55% - 23,97%). Lý do là do sự giảm doanh thu trên sản phẩm sự thay đổi của công nghệ và sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường nên doanh nghiệp luôn phải giảm giá các dịch vụ và tăng cường các hoạt động khuyến mãi. Điều này cho thấy sự nỗ lực của VNPT Thanh Hóa trong việc phát triển thị trường.



Nguồn: Trung tâm kinh doanh, VNPT Thanh Hóa

Đồ thị 4. Tốc độ tăng trưởng doanh thu và tốc độ tăng trưởng số thuê bao của dịch vụ băng rộng cố định

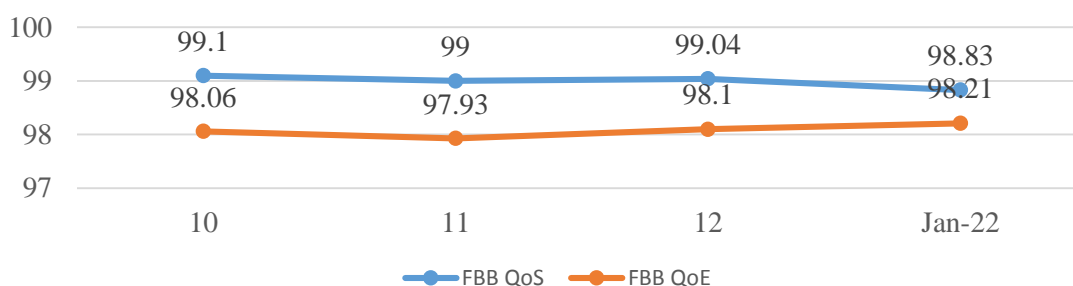
3.1.6. Thực trạng phát triển theo các chỉ tiêu về chất lượng dịch vụ

Để phát triển thị trường, VNPT không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ trên nhiều mặt, trong đó chất lượng xử lý dịch vụ cũng là yếu tố quan trọng, cốt lõi trong giữ và phát triển dịch vụ. VNPT Thanh Hóa có đội ngũ lao động nhiều kinh nghiệm, nắm bắt tốt về mạng lưới, kỹ thuật, đồng thời ứng dụng CNTT trong quản trị mạng lưới (như phần mềm quản lý mạng cáp CABMAN, kiểm tra chất lượng mạng cáp dịch vụ Aline Test,...) giúp cho nhân viên nắm chính xác mạng lưới để xử lý dịch vụ cũng như phát triển dịch vụ một cách tốt và hiệu quả nhất.

Sơ so sánh tương quan về chỉ số QoS luôn lớn hơn QoE điều này cho thấy đơn vị cần chú trọng hơn về công tác chăm sóc khách hàng để tăng mức độ hài lòng trải nghiệm của khách hàng.

Bảng 2. Ma trận SWOT cho dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

|  | Cơ hội (O) O1. Xu hướng chuyển đổi số luôn gắn với dịch vụ băng rộng O2. Dịch bệnh Covid nên các tổ chức, cá nhân chuyển sang xu hướng làm việc trực tuyến O3. Tăng trưởng kinh tế cao O4. Xu hướng phát triển các KCN và chung cư cao ốc cần nhu cầu về hạ tầng viễn thông O5. Xu hướng giảm giá cước và thiết bị đầu cuối tạo cơ hội cho nhiều người sử dụng. | Nguy cơ (T) T1. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp phát triển rất mạnh T2. Sự thay đổi về công nghệ đòi hỏi sự đầu tư lớn cho cơ sở hạ tầng. T3. Áp lực giảm giá để cạnh tranh T4. Nhu cầu và đòi hỏi của khách hàng ngày càng cao |
|--|---|---|
| Điểm mạnh (S) S1. Sản phẩm đa dạng S2. Kênh bán hàng rộng khắp 27 huyện thị S3. Có kinh nghiệm về thị trường S4. Công nghệ hiện đại, cung cấp dịch vụ chất lượng cao, đa dạng. S5. Thế mạnh về dịch vụ công trực tuyến và dịch vụ cho các chung cư cao ốc (CCCO) | SO1: Phát triển các dịch vụ phù hợp với bối cảnh dịch bệnh Covid (hành chính công trực tuyến, đào tạo trực tuyến...) SO2: Đầu tư phát triển, đa dạng hoá các loại hình dịch vụ, nâng cao chất lượng dịch vụ SO3: Phát triển dịch vụ mới SO4: Mở rộng hợp tác với các doanh nghiệp SO5: Phát triển các dịch vụ cho KCN, CCCO | ST1: Hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước đẩy mạnh công tác nghiên cứu, phát công nghệ cao ST2: Đa dạng hoá sản phẩm ST3: Duy trì và đẩy mạnh công tác chăm sóc khách hàng, tăng cường các hoạt động quảng cáo, xúc tiến thương mại. ST4: Thực hiện phân loại đối tượng khách hàng để xây dựng gói dịch vụ với giá cước phù hợp |
| Điểm yếu (W) W1. Một số gói cước chưa cạnh tranh W2. Chính sách bán hàng chưa thực sự hấp dẫn W3. Kênh online chưa hiệu quả W4. Chất lượng dịch vụ chưa ổn định W5. Đội ngũ bán hàng chưa thực sự năng động | WO1: Thúc đẩy hoạt động bán hàng online WO2: Tăng thêm số trạm thiết bị nhằm giảm chi phí đầu tư mạng lưới và nâng cao chất lượng dịch vụ WO3: Phát triển nguồn nhân lực đặc biệt là nhân sự kinh doanh có chất lượng cao WO4: Phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng WO5: Tổ chức lại bộ máy theo hướng gọn nhẹ, chuyên sâu, tăng năng suất lao động | WT1: Đầu tư phát triển công nghệ, nâng cao chất lượng dịch vụ, giảm giá cước sẵn sàng cho cạnh tranh WT2: Bám sát khách hàng để giữ thị phần trước sự tấn công của đối thủ cạnh tranh trực tiếp WT3: Đẩy mạnh công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực |



Nguồn: Phòng Kỹ thuật-Đầu tư, VNPT Thanh Hóa

Đồ thị 5. Chỉ số chất lượng dịch vụ Fiber (FBB QoS-QoE)

3.2. Đánh giá chung về thực trạng phát triển thị trường dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

3.2.1. Những kết quả đạt được

Hoạt động phát triển thị trường dịch vụ băng rộng cố định của VNPT Thanh Hóa thời gian qua đã đạt được các kết quả như: Tổng doanh thu các dịch vụ vượt kế hoạch được giao; Doanh thu các dịch vụ băng rộng tăng trưởng tốt (khoảng 10%) và vượt kế hoạch; Tổng số thuê bao dịch vụ băng rộng cố định tăng khoảng 20%; Phát triển thị trường theo địa lý khá tốt, đã cơ bản bao phủ được các địa bàn của địa phương; Chất lượng dịch vụ không ngừng tăng lên, tốc độ đường truyền trung bình tăng và sự hài lòng của khách hàng ở mức độ cao.

3.2.2. Các tồn tại, hạn chế

Bên cạnh kết quả đạt được, VNPT Thanh Hóa đang còn một số hạn chế sau: Thị phần của doanh nghiệp có nguy cơ giảm xuống; Doanh thu bình quân trên khách hàng giảm; Công tác trải nghiệm khách hàng đã được quan tâm triển khai, nhưng mức độ cải thiện vẫn còn hạn chế, chưa đáp ứng yêu cầu; Hệ thống kênh bán hàng hiệu quả chưa cao, tỷ lệ bán hàng qua kênh online còn thấp; Công tác cập nhật thông tin và phối hợp tuyên truyền giữa doanh nghiệp viễn thông và các cơ quan quản lý nhà nước chưa thường xuyên, hiệu quả chưa cao.

3.3. Một số nhóm giải pháp nhằm phát triển thị trường dịch vụ băng rộng cố định của VNPT tại thị trường Thanh Hóa

3.3.1. Nhóm giải pháp về phát triển các sản phẩm dịch vụ phù hợp với bối cảnh chuyển đổi số và dịch bệnh hiện nay

Tiếp tục triển khai thực hiện công tác số hóa, ứng dụng triệt để phần mềm điều hành sản xuất kinh doanh vào quá trình điều hành, sản xuất; tăng cường kiểm soát, chuẩn hóa số liệu mạng lưới nhằm giúp nâng cao chất lượng, hiệu quả lao động trong công tác xử lý, phát triển và điều hành, hoạch định chính sách.

Chiếm lĩnh nền tảng kết nối, chia sẻ dữ liệu, số hóa và an toàn bảo mật: IOC chính quyền, giáo dục, y tế, App số hóa cá nhân (VNPT Pay, vnEdu Connect, Teacher,...); Chiếm lĩnh nền tảng quản trị của SOE, SME để bán chéo các dịch vụ VT-CNTT truyền thống:

VNPT iSEO, VNPT BMIS, eCSS (phần mềm dành cho HTX điện, nước), phần mềm kế toán doanh nghiệp VNPT As me.

Thực hiện tốt chủ trương thí điểm chuyển đổi số tại các xã, hướng tới việc nhân rộng mô hình, thực hiện chuyển đổi số khối Chính quyền theo cả 2 hướng bottom-up và top-down.

Thiết lập, duy trì, củng cố mối quan hệ với các khách hàng, đối tác lớn; đặc biệt là các Sở, ngành và UBND các huyện, thị xã, thành phố, tỉnh để tập trung vào các dự án theo kế hoạch, định hướng phát triển ứng dụng CNTT đến năm 2025, tầm nhìn đến 2030 của UBND tỉnh Thanh Hóa.

3.3.2. Nhóm giải pháp duy trì khách hàng nhằm giữ thị phần đối với dịch vụ băng rộng và phát triển các sản phẩm trên nền tảng internet

Phân nhóm thị trường tại các địa bàn chi tiết đến thôn/phố là tấn công hay phòng thủ để xây dựng các chính sách kinh doanh, cơ chế điều hành kinh doanh phù hợp cho từng địa bàn. Bám sát tình hình thị trường để điều chỉnh chính sách giá cước linh hoạt, các gói cước combo, gói nhiều tháng... nhằm tăng tính cạnh tranh không chỉ về giá mà còn về tiện ích cho khách hàng.

Đẩy mạnh phát triển khách hàng MyTV trên tập khách hàng FiberVNN dùng riêng bằng chính sách mời khách hàng dùng thử dịch vụ nhằm phát triển dịch vụ, giảm khách hàng rời mạng. Tiếp tục đẩy mạnh triển khai phát triển gói cước Home Combo trên tập khách hàng hiện hữu và khách hàng mới.

Tìm kiếm để mở rộng kênh bán hàng các dịch vụ băng rộng và MyTV (ngoài kênh bán hàng trực tiếp) cụ thể nhóm kênh siêu thị, cửa hàng điện máy, cửa hàng bán tivi, camera.

3.3.3. Nhóm giải pháp truyền thông quảng bá thương hiệu băng rộng cố định của VNPT

Ứng dụng Digital marketing để nâng cao hiệu quả, tối ưu hóa chi phí truyền thông, quảng bá và phù hợp với xu thế sử dụng của khách hàng, tăng tỷ trọng chi phí truyền thông cho truyền thông online.

Tập trung xây dựng phương án và phát triển kênh Zalo OA của địa bàn nhằm tăng cường quảng bá sản phẩm đến khách hàng mục tiêu, chăm sóc khách hàng hiện có, tiến tới giảm biên nhận thanh toán in giấy.

Tiếp tục rà soát triển khai quảng bá nhận diện thương hiệu tại điểm bán lẻ, điểm ủy quyền, các điểm giao dịch và tại các điểm công cộng.

Tiếp tục phối hợp với các cơ quan truyền thông trên địa bàn tỉnh, tham gia tài trợ, tổ chức các sự kiện nhằm quảng bá hình ảnh cũng như bán hàng.

3.3.4. Tiếp tục hoàn thiện hạ tầng viễn thông nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ

Ứng dụng CNTT trong việc quản lý, giám sát nhà trạm.

Triển khai đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng di động đã được quy hoạch năm 2021.

Tập trung triển khai các dự án thuộc chương trình cơ sở hạ tầng mạng di động, chương trình mạng truy nhập Băng rộng cố định, khu Công nghiệp đô thị để đảm bảo năng lực và chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

Tăng cường công tác quản trị, kiểm soát, thử nghiệm và ứng dụng các giải pháp để tối ưu các nguồn chi phí OPEX, đặc biệt là đối với các chi phí chiếm tỷ trọng lớn như điện, nhiên liệu, thuê cơ sở hạ tầng...

Rà soát, điều chỉnh lại các hệ số KPI về lĩnh vực kỹ thuật, bám sát yêu cầu của Tập đoàn, đồng thời theo hướng thực tiễn. Xây dựng mới các quy trình, tối ưu quy trình hiện có nhằm tăng cường khả năng phối hợp của các đơn vị, góp phần cải thiện hiệu suất lao động.

3.3.5. Hoàn thiện cơ chế tính lương và các chính sách nâng cao chất lượng dịch vụ

Đổi mới phương pháp phân rã kế hoạch sản xuất kinh doanh đến các địa bàn cấp 2/cấp 3 ngay từ đầu năm; thực hiện phân vùng các địa bàn cấp 2/cấp 3 thành 4 nhóm địa bàn trên cơ sở sử dụng hai tiêu chí “Quan trọng” và “Cấp thiết” của dự án B6 để xác định mục tiêu kế hoạch;

Xây dựng giải pháp, cơ chế, chính sách cho từng nhóm địa bàn/ từng địa bàn, ưu tiên địa bàn trọng điểm, địa bàn VNPT chiếm thị phần thấp để thúc đẩy phát triển; Quản trị kế hoạch chi phí theo hướng cân đối, sử dụng tối ưu nguồn chi phí được Tập đoàn/Tổng Công ty giao.

Tổ chức sắp xếp lại lực lượng thu cước theo định hướng là Đại lý vừa phát triển, chăm sóc khách hàng vừa thu cước; lực lượng thu cước phải đáp ứng được các yêu cầu về sử dụng công nghệ trong thu cước.

4. KẾT LUẬN

Để phát triển thị trường thì chất lượng phục vụ cao giúp doanh nghiệp giữ chân các khách hàng cũ và tạo ra nhiều khách hàng chung thủy và thu hút thêm nhiều khách hàng mới. Vì vậy đối với các doanh nghiệp viễn thông hiện nay việc nâng cao chất lượng dịch vụ là yếu tố đầu tiên cần quan tâm để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

Giai đoạn 2019 - 2021, VNPT - Thanh Hóa đã triển khai nhiều giải pháp tích cực, với tinh thần quyết tâm cao, tận dụng cơ hội, phát huy các khả năng và nguồn lực, đặc biệt là nguồn lực nội lực, thích nghi nhanh với sự chuyển hướng đổi sang mô hình mới, cũng như sự hội nhập, thay đổi công nghệ, chính sách và thị trường; xây dựng hiệu quả công tác liên kết, hợp tác phát triển; phối hợp chặt chẽ, hiệu quả giữa Kinh doanh - Kỹ thuật; đặc biệt, đẩy mạnh hệ thống kênh bán hàng nhằm thúc đẩy phát triển kinh doanh. Phát huy ưu điểm của mô hình tổ chức mới, tuy nhiên chưa có công cụ quản trị rõ ràng để phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng cá nhân, người lao động, là thước đo kết quả lao động hàng ngày, hàng tuần của cá nhân, do đó kết quả lao động và hiệu quả chưa cao, chưa đáp ứng được với tiềm năng của thị trường và kỳ vọng của lãnh đạo doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ thông tin và Truyền thông (2020), *Sách trắng công nghệ thông tin và truyền thông*, Nxb. Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.
- [2] Lê Xuân Lương (2019), *Nghiên cứu năng lực cạnh tranh của VNPT Thanh Hóa*, Luận văn Thạc sĩ Trường Đại học Hồng Đức.

- [3] Trang thông tin điện tử của Tổng cục thống kê (2021), *Hướng đi nào cho các doanh nghiệp viễn thông khi dịch vụ viễn thông truyền thống đã bão hòa?*, huong-di-nao-cho-cac-doanh-nghiep-vien-thong-khi-dich-vu-vien-thong-truyen-thong-da-bao-hoa/
- [4] Trang website của FPT (2021), *Xu hướng chuyển đổi số trong ngành viễn thông*, <https://digital.fpt.com.vn/xu-huong-chuyen-doi-so-trong-nganh-vien-thong/>
- [5] Trang web của VNPT (2020), *VNPT tiếp tục khẳng định năng lực cung cấp hạ tầng, dịch vụ ICT*, <https://vnpt.com.vn/tin-tuc/vnpt-tiep-tuc-khang-dinh-nang-luc-cung-cap-ha-tang-dich-vu-ict.html>
- [6] VNPT Thanh Hóa Hóa (2019, 2020, 2021), *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm, phương hướng nhiệm vụ năm tiếp theo*.

SOLUTIONS TO DEVELOP THE MARKET FOR FIXED BROADBAND SERVICES OF VNPT IN THE AREA OF THANH HOA PROVINCE

Vuong Huu Tuan, Trinh Thi Thu Huyen, Le Thi Lan

ABSTRACT

Thanh Hoa is a province with a large area and a large population (3rd in the country), so this is an attractive market for telecommunications and information technology businesses. In the context of digital transformation and the current COVID epidemic, the prospect of developing this service is even clearer. However, the fierce competition of telecommunications businesses also forced VNPT Thanh Hoa to pay more attention to market development for this service. This article will evaluate the current situation of market development for VNPT's fixed broadband services in Thanh Hoa province based on the criteria, thereby proposing solutions to develop the market for fixed broadband services by VNPT in Thanh Hoa province.

Keywords: *Market development, fixed broadband services, VNPT Thanh Hoa.*

** Ngày nộp bài: 28/2/2022; Ngày gửi phản biện: 28/2/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022*

THU NHẬP TỪ HỖ TRỢ TIỀN MẶT/HIỆN VẬT TỪ CON CÁI CỦA NGƯỜI CAO TUỔI VIỆT NAM THEO GIỚI TÍNH - ỨNG DỤNG MÔ HÌNH PROBIT PHÂN TÍCH NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG

Lê Thanh Tùng¹

TÓM TẮT

Ngày nay, tỷ lệ mô hình gia đình truyền thống đang có xu hướng giảm đi, tức là con cháu ưa thích cuộc sống tự lập hơn, do đó không sống cùng cha mẹ, ông bà, người già cũng sống độc lập. Tuy nhiên, khi tuổi cao sức khỏe giảm sút, nhu cầu chăm sóc sức khỏe tăng lên, nhu cầu tài chính của người già cần đảm bảo. dưới đây là kết quả phân tích nhân tố ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ bằng tiền mặt hoặc hiện vật từ con cái cho cha mẹ là người cao tuổi (NCT) ở Việt Nam theo giới tính.

Từ khóa: Người cao tuổi, nhận hỗ trợ từ con cái, Việt Nam.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo Florence Bonnet, Uma Rani and Marianne Furrer (2016), thu nhập của người cao tuổi có thể từ nhiều nguồn: thu nhập từ lao động (tiền lương, tiền thưởng và từ tự sản xuất kinh doanh); các khoản tiền chuyển tiền xã hội (lương hưu, bảo hiểm thất nghiệp và trợ cấp xã hội); từ các khoản chuyển cá nhân (bao gồm các khoản chia sẻ của những người trong gia đình (tiền mặt hoặc hiện vật)); thu nhập từ các nguồn khác (đề cập đến lãi, cổ tức, lợi nhuận..) và tài sản (là lợi tức thu được cho thuê tài sản, đất đai, tài sản khác). Tuy nhiên, bài báo chỉ phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến thu nhập từ các khoản chuyển cá nhân (hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái) cho người cao tuổi Việt Nam.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Sử dụng số liệu từ điều tra: Điều tra Quốc gia về Người cao tuổi Việt Nam (VNAS) năm 2011, để ước nghiên cứu. Bài báo vận dụng mô hình Probit để phân tích nhân tố ảnh hưởng đến thu nhập từ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của người cao tuổi Việt Nam.

Mô hình Probit do Goldberger (1964) đề xuất với giả thiết rằng: Y sẽ nhận giá trị 0 và 1 tùy thuộc vào độ thỏa dụng I được xác định bởi các biến độc lập, độ thỏa dụng càng lớn thì xác suất để $Y=1$ càng lớn. Giả sử độ thỏa dụng của I được xác định như sau: $I = \beta_0 + \beta_1 X_i$ (với X_i là các biến độc lập). Khi đó tồn tại một mức giới hạn độ thỏa dụng I^* để: $Y = 1$ nếu $I > I^*$, $Y = 0$ nếu $I < I^*$. Do I^* không quan sát được, giả thiết $I^* = I + u$ (trong đó u là yếu tố ngẫu nhiên của mô hình). Khi đó $I_i^* = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i$

Giả thiết u có phân bố $N(0,1)$. Khi đó ta có thể ước lượng được:

$$p_i = P(Y=1/X_i) = P(I^* < I) = F(\beta_0 + \beta_1 X_i)$$

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

Trong đó: F là hàm phân bố xác suất tích lũy của u.

$$F(I_i = \beta_0 + \beta_1 X_i) = \int_{-\infty}^{\beta_0 + \beta_1 X_{1i}} \frac{1}{(2\pi)^{1/2}} \exp\left(-\frac{t^2}{2}\right) dt$$

Cũng giống như mô hình Logit, mô hình Probit không nghiên cứu ảnh hưởng trực tiếp của các biến độc lập X_k đối với Y mà xem xét ảnh hưởng của X_k đến xác suất để Y nhận giá trị bằng 1 hay kỳ vọng của Y.

Ảnh hưởng của X_k đến p_i được tính như sau:

$$\frac{\partial p_i}{\partial X_k} = \frac{1}{(2\pi)^{1/2}} \exp\left(-\frac{(X_i\beta)^2}{2}\right) \beta_k$$

Trong thực tế, các mô hình logit và probit cho các kết quả tương tự. Sự lựa chọn giữa chúng phụ thuộc vào sự sẵn có của phần mềm và sự dễ dàng trong việc giải thích kết quả.

Biến phụ thuộc: NCT nhận hỗ trợ tiền mặt/ hiện vật từ con cái hay không, trường hợp này biến phụ thuộc cũng nhận hai giá trị 0 và 1.

Biến độc lập: giới tính, tuổi, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân, tình trạng sức khỏe, tham gia lao động, khu vực sống, hoàn cảnh sống, tham gia hoạt động xã hội, lương hưu/phúc lợi xã hội.

Sử dụng phần mềm STATA 12 làm sạch số liệu và ước lượng nhân tố ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt hay hiện vật từ con cái của NCT Việt Nam.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Kết quả ước lượng số liệu VNAS 2011, cho bảng số liệu sau:

Bảng 1. Kết quả ước lượng của mô hình propit về nhân tố ảnh hưởng đến nhận hỗ trợ bằng tiền mặt/hiện vật từ con cái của NCT theo giới tính

| Biến số | Nam | Nữ |
|---|------------|------------|
| Yếu tố nhân khẩu học | | |
| Nhóm tuổi | | |
| 60-69 (nhóm tham chiếu) | - | - |
| 70-79 | 0,0504 | 0,0156 |
| ≥80 | 0,0911** | 0,0144** |
| Trình độ học vấn | | |
| Dưới THPT (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Trên THPT | 0,0035 | 0,0383 |
| Tình trạng hôn nhân | | |
| Chưa từng kết hôn, khác (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có vợ/chồng | 0,2977*** | 0,4689*** |
| Goá/ly thân, ly dị | 0,3237*** | 0,4430*** |
| Tình trạng sức khỏe | | |
| Tốt (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Yếu | 0,1114** | 0,003** |
| Làm việc | | |
| Không làm (tham chiếu) | - | - |
| Đang làm việc | -0,1035*** | -0,0756*** |

| | | |
|--|----------|-----------|
| Yếu tố gia đình | | |
| Khu vực sống | | |
| Nông thôn (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Thành thị | -0,0067 | 0,0444* |
| Hộ nghèo | | |
| Nghèo (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Không nghèo | 0,0304 | -0,0072 |
| Hoàn cảnh sống | | |
| Sống một mình (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Sống cùng vợ/chồng | 0,0829 | 0,0769* |
| Sống cùng con cháu | 0,1239 | 0,1849*** |
| Yếu tố xã hội và cộng đồng | | |
| Tham gia hoạt động xã hội | | |
| Không (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | 0,0258 | -0,0035 |
| Vị thế NCT trong cộng đồng | | |
| Không (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | -0,0494 | -0,0436 |
| ASXH và hiểu biết quyền lợi dành cho NCT | | |
| Lương hưu, phúc lợi xã hội | | |
| Không có (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | -0,605** | -0,662*** |
| Bảo hiểm y tế | | |
| Không có (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | 0,0230 | 0,0132 |
| Kiến thức về quyền lợi giành cho NCT | | |
| Không có (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | 0,0022 | 0,0613** |

***, **, * tương ứng với mức ý nghĩa 1%, 5%, 10%

Nguồn: tính toán từ số liệu điều tra Người cao tuổi Việt Nam (VNAS) 2011

Ảnh hưởng của nhóm yếu tố nhân khẩu học

Khi tuổi càng cao, xác suất nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của NCT càng lớn, ở cả hai mô hình, nhóm tuổi từ 80 trở lên với hệ số hồi quy ước lượng có dấu dương, thể hiện xác suất nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái cao hơn nhóm 60 - 69 tuổi, với mức ý nghĩa thống kê 5%, tuy nhiên nhóm 70 - 79 tuổi hệ số ước lượng không có ý nghĩa thống kê. Như vậy, tuổi cũng có ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ từ con cái, nhưng trên 80 tuổi thực sự ảnh hưởng. Điều này cũng trùng với kết luận của Paulo Murad Saad (2000), tuổi có tác động tích cực đến xác suất nhận hỗ trợ vật chất từ con cái với ý nghĩa thống kê 1%.

Trình độ học vấn không có ảnh hưởng đến xác suất nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái vì hệ số ước lượng thu được trên mô hình cho nam và mô hình cho nữ đều không có ý nghĩa thống kê. Kết quả ước lượng, không cho kết luận như nghiên cứu của Saad về trường hợp NCT của Braxin, trình độ học vấn có ảnh hưởng ngược chiều đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tài chính từ con cái, với mức ý nghĩa 5%.

Kết quả ước lượng trên cả hai mô hình cho thấy, tình trạng hôn nhân có ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ bằng tiền mặt/hiện vật từ con cái đối với cả nam giới cao tuổi và nữ giới cao tuổi, với mức ý nghĩa thống kê 1%. Điều này cũng trùng với kết quả nghiên cứu của Yean-Ju Lee & Zhenyu Xiao (1998), tình trạng hôn nhân có ảnh hưởng tích cực đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tài chính từ con cái của NCT Trung Quốc với mức ý nghĩa thống kê 1%.

Tỷ lệ NCT có tình trạng sức khỏe yếu nhận hỗ trợ từ con cái về tiền mặt/hiện vật nhiều hơn người có sức khỏe tốt đối với cả nam giới và nữ giới, có mức ý nghĩa thống kê 5% trên cả hai mô hình. Kết quả này cùng với kết luận của Ha Trong Nguyen và cộng sự (2012) về sự hỗ trợ tài chính từ con cái cho cha mẹ đặc biệt là đối người cha, những người có sức khỏe yếu. Điều này thể hiện hỗ trợ từ con cái là nguồn thu nhập khá quan trọng cho sức khỏe tuổi già. Tuy nhiên kết quả nghiên cứu của Fang Cai và cộng sự (2005) về NCT khu vực đô thị Trung Quốc lại ngược lại, với nhận định sự hỗ trợ có ảnh hưởng đến tỷ lệ nợ quá hạn trong việc hoàn trả bảo hiểm y tế của người già, hàm ý sự hỗ trợ của người cao tuổi có ảnh hưởng tích cực đến người có sức khỏe yếu, tuy nhiên kết quả nghiên cứu của Fang Cai không có ý nghĩa thống kê.

Cũng giống với các kết quả nghiên cứu của Ha Trong Nguyen, Yean-Ju Lee & Zhenyu Xiao, Paulo Murad Saad, tỷ lệ người già đang tham gia làm việc hay có thu nhập từ việc làm nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái thấp hơn nhóm không làm việc, với mức ý nghĩa thống kê 1%. Điều này cũng hoàn toàn phù hợp với thực tiễn, khi sức khỏe yếu, tuổi càng cao thì khả năng tham gia làm việc của NCT hạn chế, do đó phải nhận hỗ trợ từ con cái nhiều hơn. Nên nếu khi đang có thu nhập từ việc làm người già hoàn toàn có khả năng độc lập về tài chính, sẽ hạn chế nhận hỗ trợ từ con cái.

Ảnh hưởng của nhóm yếu tố gia đình

Khu vực sống của người già có ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của họ. Kết quả nghiên cứu cho thấy nữ giới cao tuổi sống ở thành thị có tỷ lệ nhận hỗ trợ cao hơn so với sống ở nông thôn, vì hệ số ước lượng mang dấu dương và có ý nghĩa thống kê 10%, điều này có thể do điều kiện sống ở khu vực thành thị thì con cái của những NCT này cũng có điều kiện kinh tế hơn để hỗ trợ cho mẹ mình. Tuy nhiên kết quả nghiên cứu trên mô hình nam giới lại cho ngược lại vì hệ số ước lượng mang dấu âm, nhưng không có ý nghĩa thống kê.

Hoàn cảnh gia đình của người cao tuổi thuộc diện hộ nghèo hay không nghèo không có ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái đối với cả nam giới và nữ giới cao tuổi, vì hệ số ước lượng không có ý nghĩa thống kê.

Hoàn cảnh sống, về mặt lý thuyết kỳ vọng rằng người cao tuổi sống cùng con cháu sẽ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật nhiều hơn người sống một mình. Kết quả ước lượng cho thấy nữ giới cao tuổi sống cùng con cháu có tỷ lệ nhận hỗ trợ từ con cái nhiều hơn phụ nữ sống một mình, với mức ý nghĩa 1%, điều này cũng tương đồng với kết luận trong nghiên cứu của Fang Cai về trường hợp NCT ở khu vực đô thị của Trung Quốc. Tuy nhiên, đối với mô hình ước lượng cho nam hệ số ước lượng không có ý nghĩa thống kê.

Ảnh hưởng của nhóm yếu tố xã hội và cộng đồng

Người cao tuổi có tham gia hoạt động xã hội về mặt lý thuyết kỳ vọng rằng có ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái. Người cao tuổi có tham gia hoạt động xã hội sẽ nhận hỗ trợ từ con cái ít hơn nhóm không tham gia hoạt động xã hội. Nhưng kết quả ước lượng trên cả hai mô hình nam giới và nữ giới cao tuổi lại không có ý nghĩa về mặt thống kê.

NCT có vị thế trong cộng đồng, thể hiện người già được chăm sóc, tôn trọng, được đề cao vai trò, con cháu thường xuyên hỏi ý kiến ... xác suất nhận hỗ trợ từ con cái nhiều hơn. Kết quả ước lượng trên hai mô hình thu được hệ số có dấu âm, nhưng không có ý nghĩa thống kê.

Lương hưu, phúc lợi xã hội thực sự có ảnh hưởng đến tỷ lệ NCT nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con. Theo quan niệm, người già khi có lương hưu, phúc lợi xã hội để đảm bảo cuộc sống sẽ độc lập cuộc sống nên tỷ lệ nhận hỗ trợ từ con cái sẽ giảm đi. Kết quả ước lượng trên cả hai mô hình cho hệ số âm, thể hiện nam giới và nữ giới cao tuổi đã có lương hưu, phúc lợi xã hội sẽ có tỷ lệ nhận hỗ trợ từ con cái ít hơn nhóm không có, với mức ý nghĩa thống kê 5% cho mô hình nam giới, 1% cho mô hình nữ giới.

Bảo hiểm y tế, người già có bảo hiểm y tế có thể có tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái thấp hơn khi không có bảo hiểm. Tuy nhiên kết quả ước lượng trên hai mô hình có hệ số dương, nhưng cũng không có ý nghĩa thống kê.

Người già có kiến thức về quyền lợi dành cho NCT có tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái cao hơn nhóm không có kiến thức. Nhưng hệ số ước lượng cho mô hình nam giới cao tuổi không có ý nghĩa thống kê, trên mô hình nữ giới có hệ số dương và có mức ý nghĩa thống kê 5%, như vậy kiến thức về quyền lợi dành cho NCT có ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ từ con đối với nữ giới.

Bảng 2. Kết quả tác động biên của các biến số tới đến nhận hỗ trợ bằng tiền mặt/hiện vật từ con cái của NCT theo giới tính

| Biến số | Nam | Nữ |
|---|-----------|-----------|
| Yếu tố nhân khẩu học | | |
| Nhóm tuổi | | |
| 60-69 (nhóm tham chiếu) | - | - |
| 70-79 | 0,0395 | 0,0220 |
| ≥80 | 0,0643** | 0,0202** |
| Trình độ học vấn | | |
| Dưới THPT (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Trên THPT | 0,0021 | 0,0414 |
| Tình trạng hôn nhân | | |
| Chưa từng kết hôn, khác (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có vợ/chồng | 0,3434*** | 0,3602*** |
| Goá/ly thân, ly dị | 0,2208*** | 0,3991*** |
| Tình trạng sức khỏe | | |
| Tốt (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Yếu | 0,1056*** | 0,0127** |

| | | |
|--|-------------|------------|
| Làm việc | | |
| Không làm (tham chiếu) | - | - |
| Đang làm việc | - 0,0904*** | -0,0877*** |
| Yếu tố gia đình | | |
| Khu vực sống | | |
| Nông thôn (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Thành thị | 0,0173 | 0,0417* |
| Hộ nghèo | | |
| Nghèo (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Không nghèo | 0,0261 | 0,0170 |
| Hoàn cảnh sống | | |
| Sống một mình (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Sống cùng vợ/chồng | 0,0666 | 0,1442*** |
| Sống cùng con cháu | 0,1251 | 0,3124*** |
| Yếu tố xã hội và cộng đồng | | |
| Tham gia hoạt động xã hội | | |
| Không (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | 0,0213 | 0,0105 |
| Vị thế NCT trong cộng đồng | | |
| Không (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | -0,0828 | -0,0090 |
| ASXH và hiểu biết quyền lợi dành cho NCT | | |
| Lương hưu, phúc lợi xã hội | | |
| Không có (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | - 0,0032** | - 0,0253** |
| Bảo hiểm y tế | | |
| Không có (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | 0,0220 | 0,0283 |
| Kiến thức về quyền lợi giành cho NCT | | |
| Không có (nhóm tham chiếu) | - | - |
| Có | -0,0236 | 0,0486** |

***, **, * tương ứng với mức ý nghĩa 1%, 5%, 10%

Nguồn: tính toán từ số liệu điều tra Người cao tuổi Việt Nam (VNAS) 2011

Tác động biên của nhóm yếu tố nhân khẩu học

Nam giới và nữ giới khi tuổi càng cao thì xác suất nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái càng tăng, đối với nhóm trên 80 tuổi có tỷ lệ nhận hỗ trợ cao hơn nhóm 60 - 69 tuổi: nam giới là 6,43%, nữ giới là 2,02%, với mức ý nghĩa thống kê 5%.

Tỷ lệ NCT nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái, đối với nhóm có vợ/chồng cao hơn nhóm chưa từng kết hôn, khác (nam giới: 34,34%; nữ giới 36,02%), nhóm góa/ly thân, ly dị cao hơn nhóm chưa từng kết hôn 22,08% đối với nam giới, 39,91% đối với nữ giới, với mức ý nghĩa thống kê 1% trên cả hai mô hình.

Tình trạng sức khỏe thực sự ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của người già. Nam giới có tình trạng sức khỏe yếu có tỷ lệ nhận hỗ trợ từ con cái cao hơn nhóm có sức khỏe tốt 10,56%, với mức ý nghĩa thống kê 1%. Nữ giới tỷ lệ cao hơn

1,27% với mức ý nghĩa thống kê 5%. Điều này thể hiện hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái là một nguồn thu nhập quan trọng đảm bảo hạn chế rủi ro về sức khỏe cho người già.

Người cao tuổi đang làm việc, tức là họ đã chủ động được nguồn thu nhập cho cuộc sống, chính vì vậy nam giới cao tuổi đang làm việc có tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật thấp hơn nhóm không làm việc 9,04%, nữ giới là 8,77%, với mức ý nghĩa thống kê 1%.

Tác động biên của nhóm yếu tố gia đình

Nữ giới cao tuổi sống ở khu vực thành thị có tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái cao hơn khu vực nông thôn 4,17% với mức ý nghĩa thống kê 10%, ước lượng cho nam giới không có ý nghĩa thống kê.

Tỷ lệ nhận nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật của, nữ giới cao tuổi sống cùng chồng cao hơn nữ giới sống một mình 14,42%; nữ giới sống cùng con cháu 31,24% với mức ý nghĩa thống kê 1%. Tuy nhiên ước lượng cho mô hình nam giới hệ số ước lượng thu được không có ý nghĩa thống kê.

Tác động biên của nhóm yếu tố xã hội và cộng đồng

Tham gia hoạt động xã hội và vị thế NCT trong cộng đồng không có ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của NCT, vì hệ số ước lượng không có ý nghĩa thống kê trên cả hai mô hình nam giới và nữ giới cao tuổi.

Tác động biên của nhóm yếu tố ASXH và hiểu biết quyền lợi dành cho NCT

Lương hưu, phúc lợi xã hội thực sự ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của NCT, nhóm cao tuổi có lương hưu, phúc lợi xã hội tỷ lệ nhận hỗ trợ từ con cái thấp hơn nhóm không có lương hưu, phúc lợi 0,32% đối với nam, 2,53% đối với nữ, với mức ý nghĩa thống kê 5%.

Nữ giới cao tuổi có kiến thức về quyền lợi dành cho NCT có tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái cao hơn nhóm không có 4,86% với mức ý nghĩa 5%. Ước lượng trên mô hình nam giới hệ số ước lượng không có ý nghĩa về mặt thống kê.

4. KẾT LUẬN

Tuổi ở nhóm trên 80 tuổi, tình trạng hôn nhân, tình trạng sức khỏe, lương hưu, phúc lợi xã hội thực sự ảnh hưởng đến sự nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của người cao tuổi đối với cả nam giới và nữ giới. Sống ở thành thị hay nông thôn, hoàn cảnh sống (sống cùng vợ/chồng, sống cùng con cháu, sống một mình), có kiến thức về quyền lợi dành cho NCT có ảnh hưởng đến tỷ lệ nhận hỗ trợ tiền mặt/hiện vật từ con cái của người cao tuổi là nữ giới, với nam giới hệ số ước lượng tương ứng với các biến không có ý nghĩa về mặt thống kê.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Abila Mehio - Sibai, May A. Beydoun, Rania A. Tohme (2008), *Living arrangements of ever - married older Lebanese women: is living with married children Advantageous?*, Cross Cult Gerontol 24:5 - 17.
- [2] Bui, T. C., S. A. Truong, D. Goodkind, J. Knodel, and J. Friedman (1999), *Vietnamese Older people amidst Transformations of Social Welfare Policy*, Population Studies Center (PSC) Research Report No. 99-436. Ann Arbor, MI: University of Michigan.

- [3] Bùi Thế Cường, Trương Sĩ Ánh, Daniel Goodkind (1998), *Sắp xếp đời sống gia đình ở người Việt cao tuổi: Một so sánh giữa hai vùng đất nước*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, Kỷ yếu hội thảo Quốc tế Việt Nam học lần 1- 4.
- [4] Charles R. Pieret (2006), *The 'sandwich generation': women caring for parents and children*.
- [5] Gassman Franziska and Christina Behrendt (2006), *Cash Benefits in Low-income Countries: Simulating the Effects on Poverty Reduction for Senegal and Tanzania*, Discussion Paper 15, Social Security Department, International Labor Office (ILO). Geneva: ILO.
- [6] Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam (VWU) (2012), *Viện Nghiên cứu Y xã hội học (ISMS) và công ty nghiên cứu và Tư vấn Đông Dương (IRC): Kết quả điều tra Quốc gia về Người cao tuổi Việt Nam*, tổ chức ngày 04/05/2012.
- [7] Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam (2004), *Thực trạng đời sống và tham gia hội phụ nữ của phụ nữ cao tuổi Việt Nam*.
- [8] UNFPA (2011), *Già hóa dân số ở Việt Nam: Thực trạng, dự báo và các vấn đề chính sách*, Hà Nội: UNFPA.
- [9] Yean-Ju Lee, Zhenyu Xiao (1998), Children's support for elderly parents in urban and rural China: Results from a national survey, *Journal of Cross-Cultural Gerontology*, 13:39-62.

INCOME FROM CASH/IN-KIND SUPPORT FROM CHILDREN OF THE ELDERLY IN VIETNAM BY GENDER - PROPIT MODEL APPLICATION ANALYSIS INFLUENTIAL FACTORS

Le Thanh Tung

ABSTRACT

Today, the proportion of traditional family models is tended to decrease, which means that the children and grandchildren prefer an independent life, so they do not live with their parents, grandparents, the elderly also live independently. However, when the elderly's health declines, the need for health care increases, the financial needs of the elderly need to be ensured. Below are the results of factor analysis affecting the rate of receiving support in cash or in kind from children to elderly parents in Vietnam by gender.

Keywords: *Elderly people, receiving support from their children, Vietnam.*

** Ngày nộp bài: 12/11/2021; Ngày gửi phản biện: 12/11/2021; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022*

NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI KHU NGHỈ DƯỠNG FLAMINGO ĐẠI LÃI

Nguyễn Thị Thanh Xuân¹, Nguyễn Văn Qui²

TÓM TẮT

Mục tiêu của bài nghiên cứu này là đánh giá sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải, Vĩnh Phúc. Nghiên cứu sử dụng các phương pháp định tính và định lượng để đánh giá nhận định của 190 du khách với 6 nhân tố đánh giá sự hài lòng. Kết quả phân tích dữ liệu với 190 mẫu khảo sát cho thấy những nhận định tích cực từ du khách đối với các khía cạnh chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải, tuy nhiên cũng còn những hạn chế nhất định trong cung cấp dịch vụ của khu nghỉ dưỡng, đặc biệt là trong giai đoạn dịch Covid-19 bùng phát tại Việt Nam. Từ kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất một số các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải trong thời gian tới.

Từ khóa: *Chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, khu nghỉ dưỡng, Flamingo Đại Lải.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải - Thuộc Flamingo Group với 25 năm hình thành và phát triển, là Tập đoàn hàng đầu tại Việt Nam tiên phong trong 4 lĩnh vực: Bất động sản, Dịch vụ nghỉ dưỡng, Du lịch lữ hành và Quy hoạch kiến trúc. Flamingo Đại Lải luôn đề cao chất lượng dịch vụ lên hàng đầu, liên tục tư duy đổi mới, sáng tạo, tạo ra những sản phẩm mới, sản phẩm xuất sắc, dịch vụ xuất sắc, chú trọng bảo vệ môi trường, thiên nhiên, hướng tới nâng cao chất lượng cuộc sống, thỏa mãn nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí, tái tạo năng lượng sống của con người nhằm đem đến cho khách hàng không gian sống lý tưởng, thân thiện, có giá trị và hữu ích cho cộng đồng. Tuy nhiên để phát huy và khai thác triệt để những mục tiêu thể mạnh đó thì cần phải có lực lượng nhân sự cốt lõi và cơ sở vật chất đáp ứng được nhu cầu của đa số khách hàng, và đặc biệt là không ngừng cải tiến chất lượng dịch vụ thỏa mãn nhu cầu cao cấp của khách hàng mục tiêu là yếu tố sống còn của bất kỳ điểm đến kinh doanh dịch vụ nghỉ dưỡng nào. Bài viết đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải, từ đó, đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải trong thời gian tới.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết về du lịch nghỉ dưỡng và sự hài lòng của khách hàng

Du lịch gắn với các khu resort thường là dạng du lịch nghỉ dưỡng nhằm hướng đến mục đích hưởng thụ, thoát khỏi sự bí bách, giải tỏa căng thẳng. Điểm đến của hình thức du lịch này

¹ Khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Hồng Đức; Email: nguyenthithanhxuan@hdu.edu.vn

² Học viên Cao học Lớp K14 chuyên ngành QTKD, khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Hồng Đức

thường là những nơi có khí hậu tốt, không khí trong lành và sở hữu vẻ đẹp thiên nhiên còn có phần hoang sơ. Du lịch nghỉ dưỡng được xem là hình thức trải nghiệm vô cùng hữu ích và chất lượng bởi giúp con người thoát khỏi mệt mỏi, lo toan và phục hồi sức khỏe, tinh thần (Nguyễn Văn Mạnh, Hoàng Thị Lan Hương, 2013). Tâm lý của khách du lịch đến với các khu resort cao cấp là thể hiện sự thỏa mãn về sở thích, cuộc sống của mình, họ có đủ khả năng chi trả cho mọi hoạt động nghỉ dưỡng xa xỉ hay việc trải nghiệm chất lượng dịch vụ theo tiêu chuẩn quốc tế. Điều đó cho thấy du khách sẽ chú trọng việc đánh giá chất lượng phục vụ tại các khu resort cao cấp này, xem có xứng đáng với số tiền và thời gian mà họ bỏ ra (Phí Hải Long, 2019).

Nghiên cứu của Akaba (2006) điều tra khảo sát kỳ vọng về chất lượng dịch vụ của khách hàng đối với khu nghỉ dưỡng trên cơ sở sử dụng mô hình SERVQUAL, từ đó xác định 5 khía cạnh chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng là: sự hữu hình, sự thỏa đáng trong cung cấp dịch vụ, sự thấu hiểu và quan tâm, sự đảm bảo và sự tiện lợi. Trong khi đó, nghiên cứu của Ahelalat và cộng sự (2017) khảo sát dữ liệu từ 212 khách du lịch đã có trải nghiệm ăn uống ở Jordan và đưa ra kết quả phân tích cho thấy cả khía cạnh chức năng và khía cạnh cá nhân của hành vi dịch vụ có thể giải thích cho sự hài lòng của khách hàng, với sự đóng góp của khía cạnh cá nhân cao hơn khía cạnh chức năng. Trải qua bốn đợt bùng phát dịch Covid-19 tại Việt Nam, hành vi và nhu cầu của khách du lịch cũng thay đổi một phần nào. Thay vì quan tâm đến giá cả của các dịch vụ thì thứ được ưu tiên hiện nay hơn hết chính là đảm bảo an toàn cho bản thân, tránh được tối đa những rủi ro trong khi tận hưởng dịch vụ du lịch ở các địa điểm du lịch và việc lựa chọn các khu nghỉ dưỡng, resort cao cấp để tận hưởng trọn vẹn chuyến đi cũng như đảm bảo an toàn trong công tác phòng dịch đang được rất nhiều người du lịch quan tâm và sử dụng (Trường Bách, 2021).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Trong điều tra tìm hiểu các thành phần chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến mức hài lòng của khách hàng tại khu du lịch Flamingo Đại Lải, nghiên cứu tiến hành điều tra khảo sát ý kiến của 250 khách hàng. Số lượng mẫu điều tra được lựa chọn dựa theo phương pháp xác định mẫu tối thiểu của Hair và cộng sự (2014). Số lượng phiếu hỏi thu được là 199 phiếu, sau khi kiểm tra, số phiếu hỏi phù hợp và hợp lệ đưa vào phân tích là 190 phiếu. Các thang đo sử dụng trong nghiên cứu được kế thừa từ các nghiên cứu trước với sự điều chỉnh, bổ sung biến quan sát phù hợp với ý kiến của các chuyên gia. Thang đo đánh giá mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ trong nghiên cứu này bao gồm 6 thành phần: Chất lượng cơ sở hạ tầng lưu trú; Chất lượng dịch vụ ẩm thực; Chất lượng dịch vụ bổ sung, Thái độ ứng xử và năng lực phục vụ của nhân viên; Khí hậu, cảnh quan, môi trường và Mức độ an toàn, an ninh được đo lường bởi 28 biến quan sát. Phần mềm Excel được sử dụng để phân tích thống kê và mô tả dữ liệu.

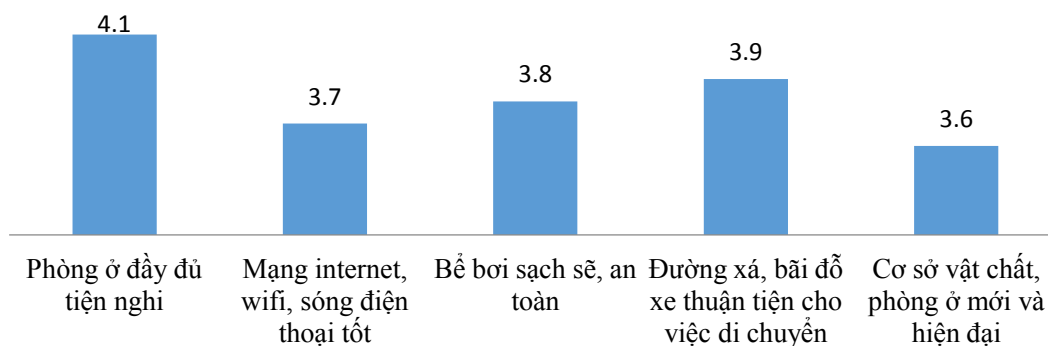
3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Đánh giá chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải

3.1.1. Về dịch vụ lưu trú

Dịch vụ lưu trú và cơ sở hạ tầng của khu du lịch Flamingo Đại Lải được đánh giá bởi khách du lịch với nhiều mức độ đa dạng khác nhau.

Khách hàng đánh giá cao nhất yếu tố “phòng ở đầy đủ tiện nghi” ở mức trung bình 4.1 điểm. Điều này được minh chứng bởi các thiết bị, tiện nghi được bố trí trong 02 phân khu ở là các khu vila và nhà cao tầng là rất đầy đủ. Trong vila khách có phòng ngủ, phòng khách, phòng vệ sinh, bếp nấu ăn và các trang thiết bị như bàn ghế sofa, tủ quần áo, máy lạnh, tủ lạnh, bếp, đồ gia dụng bếp, bàn là, máy sấy, tivi,... phù hợp với khách nghỉ dưỡng theo đoàn nhỏ hoặc gia đình. Đối với nhà cao tầng, các trang thiết bị cũng được trang bị đủ các nhu cầu tối thiểu du lịch của khách (ngoại trừ bếp và đồ nấu ăn).



Biểu đồ 1. Biểu đồ đánh giá của khách hàng về chất lượng cơ sở hạ tầng lưu trú

Nhận định về “đường xá, bãi đỗ xe thuận tiện, bể bơi an toàn, sạch sẽ” được đánh giá ở mức hài lòng từ 3.8 - 3.9 điểm. Chỉ có 2 nhận định “mạng wifi và sóng điện thoại” và “cơ sở vật chất phòng ở mới và hiện đại” được đánh giá thấp nhất ở mức 3.6 - 3.7 điểm. Điều này được lý giải là do khu du lịch Flamingo Đại Lải resort nằm xung quanh nhiều khu vực núi và rừng nên sóng điện thoại cũng không được ổn định. Mặt khác, do khu Vila đã được xây dựng trong thời gian dài nên cũng có những phản hồi của khách về sự xuống cấp của một số trang thiết bị hoặc nếu đã được resort cải tạo sửa chữa, thay thế lại bị tình trạng không đồng bộ. Một số Vila theo kiến trúc cũ với 1 đến 2 phòng ngủ là ít và cũng không còn phù hợp với nhu cầu của một nhóm khách nhỏ hoặc gia đình đi nghỉ dưỡng như hiện nay. Khu cao tầng là khu mới xây dựng sau nên chất lượng cơ sở hạ tầng lưu trú ít gặp phải phản nản của khách hơn. Do nằm ở khu vực cao gần đồi núi và rừng nên trang thiết bị và không khí thường ẩm ướt hơn, điều này dẫn đến một số khách không hài lòng và khó thích nghi với điều kiện tự nhiên như vậy.

3.1.2. Về dịch vụ ẩm thực

Khách hàng đến với Flamingo Đại Lải resort ngoài dịch vụ lưu trú còn được trải nghiệm ẩm thực phong phú với hơn 10 nhà hàng sang trọng, mang đến cho thực khách những tinh hoa ẩm thực địa phương và các ẩm thực đặc sắc của một số món mang phong cách phương Tây.

Nhận định về “Thực phẩm được chế biến trình bày hấp dẫn, đẹp mắt” được nhận định ở mức giá trị trung bình cao (Điểm trung bình = 4.1). Do là các nhà hàng trong khu vực dịch vụ ẩm thực của resort thuê các đầu bếp với kinh nghiệm lâu năm và được đào tạo bài bản,

đã từng làm việc cho các nhà hàng, khu du lịch cao cấp nên cách thức trình bày món ăn và chế biến được chú trọng, điều này rất làm hài lòng khách hàng. Các nhận định về độ tươi ngon, giá cả và quy trình phục vụ chuyên nghiệp đều không gặp phải nhận định bất lợi từ phía khách hàng. Tuy nhiên nhận định “thực phẩm, món ăn đa dạng, phong phú” nhận đánh giá ở mức điểm thấp, điểm trung bình = 3.5. Điều này là do đặc thù của khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải resort nằm ở khu vực rừng núi, đặc thù địa phương tỉnh Vĩnh Phúc lại không có biển nên resort có nhiều hạn chế về mức độ đa dạng, đặc biệt là đồ hải sản. Kiến trúc nhà hàng bamboo cũng ít chỗ ngồi dẫn đến đôi khi resort còn nhận được các than phiền của khách hàng về việc thiếu chỗ ngồi, trong khi các nhà hàng lại ở khoảng cách không gần dẫn đến khách hàng gặp bất lợi trong việc di chuyển và lựa chọn chỗ ngồi.

3.1.3. Về dịch vụ bổ sung

Không chỉ đơn thuần là một khu nghỉ dưỡng 5 sao, Flamingo Đại Lải còn có nhiều các hoạt động vui chơi, giải trí hấp dẫn dành cho khách lưu trú tại khách sạn và cho cả những khách tham quan trong ngày.

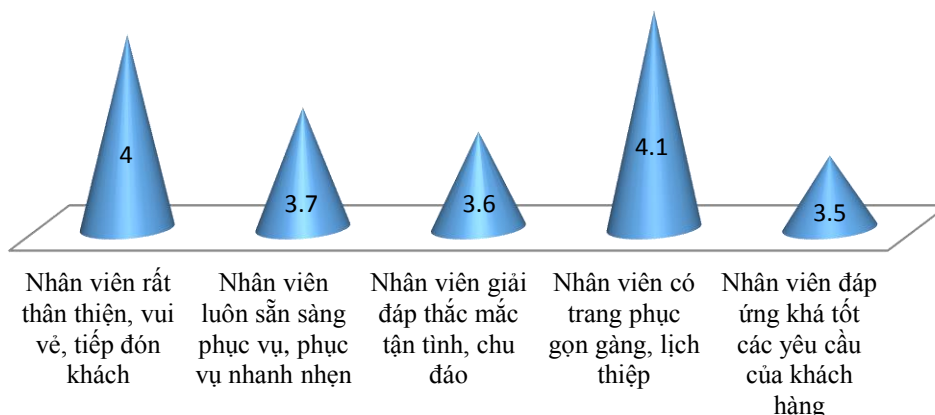
Bảng1. Tổng hợp đánh giá của khách hàng các nhận định về dịch vụ bổ sung

| TT | Chỉ tiêu | Điểm trung bình |
|----|--|-----------------|
| 1 | Các dịch vụ thể thao, vui chơi giải trí đa dạng và phong phú | 3.7 |
| 2 | Tổ chức các trò chơi và hoạt động bổ sung đa dạng, phù hợp | 3.7 |
| 3 | Các dịch vụ được tổ chức một cách bài bản, chuyên nghiệp | 3.7 |
| 4 | Giá cả các dịch vụ hợp lý | 3.8 |
| 5 | Chất lượng các trang thiết bị vui chơi giải trí tốt | 3.5 |
| | Điểm trung bình | 3.68 |

Về các dịch vụ vui chơi giải trí, các nhận định của khách hàng về việc tổ chức các dịch vụ một cách bài bản, chuyên nghiệp, sự đa dạng và phong phú của dịch vụ ở mức tương đương nhau, điểm trung bình = 3.7. Tuy nhiên, nhận định về “chất lượng các thiết bị vui chơi giải trí” còn bị khách hàng đánh giá thấp ở mức trung bình với điểm trung bình = 3.5 điểm. Điều này là do trên thực tiễn, một số máy Games của công ty được nhập từ Trung Quốc nên dẫn đến chất lượng hạn chế, nhiều máy gặp phải tình trạng lỗi liên tục và không được sửa chữa và khắc phục kịp thời. Số lượng máy lỗi hỏng nhiều và liên tục dẫn đến không đủ phục vụ cho nhu cầu vui chơi giải trí của khách hàng.

3.1.4. Về thái độ ứng xử và năng lực phục vụ của nhân viên

Khách hàng đánh giá cao sự thân thiện nhiệt tình và niềm nở đón tiếp của nhân viên. Nhận thức được tầm quan trọng của nhân viên lễ tân và đón tiếp khách thường là bộ mặt và lấy được cảm tình đầu tiên từ phía khách hàng nên đối với nhóm nhân viên này thường được khu nghỉ dưỡng chọn lọc kỹ và có sự đào tạo và hướng dẫn chuyên nghiệp. Tất cả nhân viên trong khu nghỉ dưỡng đều được yêu cầu mặc đồng phục khi làm việc nên tạo ra một cái nhìn thiện cảm về sự chuyên nghiệp và đồng bộ. Nhận định “nhân viên có trang phục gọn gàng, lịch thiệp” do vậy được đánh giá ở mức độ trung bình cao nhất, điểm trung bình = 4.1 trong thang đo.



Biểu đồ 2. Biểu đồ đánh giá của khách hàng các nhận định về nhân viên

Tuy nhiên, các nhận định “nhân viên giải đáp thắc mắc tận tình chu đáo” và “nhân viên đáp ứng khá tốt nhu cầu của khách hàng” được đánh giá ở mức chưa cao với điểm trung bình = 3.5 - 3.6 điểm. Những yếu tố này xuất hiện chỉ trong giai đoạn gần đây khi công ty định biên lại lao động và cắt giảm nhiều nhân sự trong giai đoạn hạn chế về hoạt động và tài chính trong đại dịch Covid-19 nên nhiều thời điểm hoạt động bình thường trở lại, khu nghỉ dưỡng bị động trong việc bố trí đủ lượng nhân viên làm việc. Số lượng lao động nhiều thời điểm thừa nhưng sau thời điểm cắt giảm lại trở nên thiếu dẫn đến đi cùng với nó là chất lượng phục vụ khách hàng bị giảm sút và không đạt được yêu cầu của khách hàng. Số lượng các than phiền trên thực tế chiếm khoảng 2% số phản hồi khen chê. Mặc dù tỷ lệ phần trăm này không lớn nhưng vẫn là những điểm mà khu nghỉ dưỡng cần lưu ý, tránh để xảy ra những vụ việc đáng tiếc ảnh hưởng đến uy tín và thương hiệu của khu nghỉ dưỡng do sự không hài lòng của khách hàng. Khu nghỉ dưỡng do vậy cần phải có các phương án chủ động hơn về lao động trong giai đoạn dịch bệnh để tránh tiếp tục xảy ra tình trạng như vậy mà vẫn đảm bảo được yếu tố hiệu quả về chi phí trong hoạt động kinh doanh.

3.1.5. Về khí hậu, cảnh quan, môi trường xung quanh khu nghỉ dưỡng

Cảnh quan khu resort thường có cảnh quan tự nhiên và cảnh quan nhân tạo. Mục đích chính của thiết kế cảnh quan tại Flamingo Đại Lải là tạo nên sự cân bằng của khu vực tự nhiên với khu vực được xây dựng, cảnh quan cũng phụ thuộc vào môi trường cũng như yếu tố con người. Đối với yếu tố này, khách hàng nhận định Flamingo Đại Lải Resort có không gian sinh thái đẹp, rộng rãi với kiến trúc và sự đa dạng, độc đáo của các phong cảnh. Cảnh quan xung quanh được phối hợp hài hòa và giữ được nét tự nhiên, mức đánh giá trung bình, điểm trung bình = 4.0. Tuy nhiên, các nhận định về khí hậu thoáng mát, sạch sẽ chưa thực sự làm hài lòng khách hàng. Điều này có thể lý giải là do điều kiện thời tiết ở khu vực resort có nhiều thời điểm rất ẩm ướt và khó chịu do gần khu vực rừng và điều kiện thời tiết đặc trưng của khu vực. Các than phiền về việc đa dạng hóa các điểm tham quan thường chiếm khoảng 4% số phản hồi của khách hàng.

Bảng 2. Nhận định của khách hàng về khí hậu, cảnh quan, môi trường xung quanh

| TT | Chỉ tiêu | Điểm trung bình |
|----|---|-----------------|
| 1 | Không gian sinh thái đẹp, rộng rãi. | 4.2 |
| 2 | Khí hậu thoáng mát, sạch sẽ | 3.7 |
| 3 | Phong cảnh đa dạng, độc đáo | 4.0 |
| 4 | Có nhiều điểm tham quan hấp dẫn | 3.6 |
| 5 | Cảnh quan xung quanh phối hợp hài hòa giữ được nét tự nhiên | 4.0 |
| | Điểm trung bình | 3.90 |

Trong thời gian đại dịch Covid-19, do khu nghỉ dưỡng buộc phải cắt giảm và cho tạm nghỉ việc với nhiều lao động do tiết kiệm thắt chặt chi phí ảnh hưởng từ việc sụt giảm doanh thu dẫn đến nhiều khu vực, cảnh quan trong khu nghỉ dưỡng không được chăm sóc quan tâm thường xuyên. Nhiều khu vực cây xanh không được thường xuyên chăm tĩa và tưới nước dẫn đến tình trạng héo và thiếu sức sống. Các loại cây tiểu cảnh, bồn hoa do không được chăm sóc cẩn thận nên cũng không còn giữ được vẻ đẹp đa màu sắc và tươi xanh như trước. Đây là một hạn chế mà khu nghỉ dưỡng cần phải khắc phục để tránh những phản hồi và hình ảnh cũng như cảm nhận thiếu tích cực về khu nghỉ dưỡng từ phía khách hàng.

3.1.6. Về mức độ an toàn, an ninh

Khu Resort nghỉ dưỡng là nơi hướng đến sự nghỉ ngơi, nghỉ dưỡng cho khách hàng. Ở đó ngoài cảnh quan, ẩm thực, hoạt động vui chơi thì yếu tố an toàn cho du khách cũng rất quan trọng. Để đảm bảo an ninh trật tự, an toàn cho du khách, đặc biệt trong giai đoạn dịch bệnh Covid - 19, Ban lãnh đạo khu Resort Flamingo Đại Lải sử dụng dịch vụ bảo vệ chuyên nghiệp với hệ thống an ninh đảm bảo cho khách hàng và tài sản của khách hàng.

Bảng 3. Nhận định của khách du lịch về mức độ an toàn, an ninh

| TT | Chỉ tiêu | Điểm trung bình |
|----|--|-----------------|
| 1 | Hệ thống an ninh đảm bảo cho khách hàng và tài sản | 4.0 |
| 2 | Hệ thống phòng tránh cháy nổ được trang bị đầy đủ | 4.2 |
| 3 | Khu nghỉ dưỡng quan tâm đến việc phòng chống dịch bệnh và thực hiện nghiêm túc các quy định, quy trình phòng dịch cho khách hàng đến và sử dụng dịch vụ. | 4.3 |
| | Điểm trung bình | 4.16 |

Ban quản lý khu nghỉ dưỡng rất quan tâm đến việc phòng chống dịch bệnh và thực hiện nghiêm túc các quy định, quy trình phòng dịch cho khách hàng đến và sử dụng dịch vụ. Khu nghỉ dưỡng có quy trình phòng dịch chuẩn theo quy định của cơ quan chức năng và trang bị đầy đủ các máy sát khuẩn, phun khử khuẩn. Flamingo Đại Lải còn làm việc với các cơ quan chức năng để ưu tiên tiêm chủng vaccin cho cán bộ công nhân viên trong khu du lịch. Đến nay, toàn bộ cán bộ nhân viên làm việc trong khu nghỉ dưỡng đều đã tiêm 3 mũi vaccin đầy đủ và rất sớm so với quy định. Ngoài ra, khu nghỉ dưỡng cũng hợp đồng với Trung tâm kiểm soát bệnh tật tỉnh Vĩnh Phúc để thực hiện chương trình test định kỳ theo

nhóm nhân viên vào các giai đoạn dịch bệnh cao điểm. Chính vì vậy, đến nay, sau hai năm dịch bùng phát tại Việt Nam, khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải chưa để xảy ra một đợt dịch bùng phát nào bên trong khu nghỉ dưỡng. Đây là một kết quả đáng ghi nhận của ban lãnh đạo và nhân viên khu nghỉ dưỡng trong việc đảm bảo an toàn về sức khỏe và an toàn cho toàn bộ nhân viên, người lao động và du khách khi đến đây.

3.1.7. Sự hài lòng của khách hàng

Nhìn chung khách hàng khá hài lòng với chất lượng dịch vụ của khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải. Mức độ trung bình đánh giá của thang đo ở mức trung bình = 3.82 điểm.

3.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tại Khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải

3.2.1. Các yếu tố khách quan

Ngành du lịch nói chung và du lịch tại Khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải đã và đang bị ảnh hưởng trực tiếp bởi các đợt dịch Covid-19 trên toàn thế giới và Việt Nam và tác động của nó còn có thể xa hơn nữa. Vì vậy, vấn đề phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ du khách, bảo đảm an toàn cho du khách trong thời gian lưu trú tại các khu du lịch nghỉ dưỡng để tránh các nguy cơ về phòng, chống dịch bệnh... càng trở thành yêu cầu cấp bách khiến khu du lịch nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải phải quan tâm trong các chiến lược hoạt động của mình. Thích ứng với xu thế mới này vừa là thách thức vừa là cơ hội để có xu hướng mới trong phát triển ngành du lịch và vực dậy sau đại dịch Covid-19.

3.2.2. Các yếu tố chủ quan

Một bộ phận cán bộ công nhân viên mới được tuyển dụng còn chưa quen với tác phong làm việc của khu resort, kém sự nhạy bén trong công việc, tốc độ hoàn thành công việc chậm, sự tinh tế trong giao tiếp còn hạn chế.

Trong công tác quản lý, còn bị động trước những diễn biến của dịch bệnh Covid-19 dẫn đến việc cắt giảm nhân sự quá mức và làm thiếu hụt nhân sự tạm thời khi hoạt động của khu nghỉ dưỡng quay trở lại.

Các chương trình, chiến lược quảng bá của khu nghỉ dưỡng còn hạn chế và chưa đa dạng, dẫn đến chưa thu hút được đa dạng khách hàng đến với khu nghỉ dưỡng.

Chưa tạo được bản sắc riêng trong dịch vụ ẩm thực của khu nghỉ dưỡng, việc kết nối du lịch với cộng đồng địa phương và các doanh nghiệp du lịch còn hạn chế.

3.3. Một số giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách du lịch tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải trong thời gian tới

Nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp, góp phần tăng sức hút của Khu du lịch Flamingo Đại Lải, trong thời gian tới, theo tác giả cần thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất, hoàn thiện cơ sở hạ tầng khu nghỉ dưỡng

Đầu tư, xây dựng thêm một số khu nhà sinh hoạt, nhà chòi, mái che để tăng không gian sinh hoạt tập thể và đa dạng hóa các lựa chọn nghỉ ngơi cho du khách, đặc biệt là đối với khách đi theo đoàn để không làm ảnh hưởng đến các khu nhà nghỉ riêng biệt. Thường

xuyên mua bổ sung và thay mới các vật dụng, trang thiết bị qua sử dụng nhiều lần hoặc đã cũ như khăn dùng cho dịch vụ lưu trú, rèm cửa nhà tắm, thau chậu, các vật dụng trong nhà vệ sinh, các loại bàn ghế tại các khu vực phục vụ nhằm góp phần tạo cho du khách cảm giác sạch sẽ, an toàn và thoải mái.

Duy trì liên tục hệ thống mạng wifi cũng như các phương tiện liên lạc khác tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải với mức chất lượng cao nhất nhằm đáp ứng nhu cầu truy cập thông tin và liên hệ của khách du lịch mọi lúc mọi nơi.

Thứ hai, cải thiện chất lượng dịch vụ ẩm thực

Flamingo Đại Lải cần tạo ra những yếu tố văn hóa ẩm thực mang bản sắc riêng của địa phương để những bản sắc này được giới thiệu đến với du khách, quảng bá, tuyên truyền trong nước và khách quốc tế nhằm thu hút du khách đến không chỉ mục đích nghỉ dưỡng mà còn thưởng thức văn hóa ẩm thực bản địa; cần đưa ra những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong phát triển du lịch tại khu nghỉ dưỡng.

Thứ ba, nâng cao chất lượng dịch vụ bổ sung

Đẩy nhanh tiến độ đầu tư phát triển quy mô để sớm hoàn thiện các hạng mục công trình vui chơi, giải trí trong khuôn viên khu du lịch. Đảm bảo mọi hoạt động tôn tạo và xây dựng thêm tại khu nghỉ dưỡng phải được quy hoạch bài bản, được bố trí tại các khu vực hợp lý và không làm phá vỡ kiến trúc chung của toàn bộ khu du lịch. Kiểm tra hệ thống máy móc trang thiết bị trong khu vui chơi giải trí định kỳ, thường xuyên để đảm bảo chất lượng và sự hài lòng của khách hàng.

Thứ tư, nâng cao chất lượng nhân viên

Xây dựng quy trình tuyển dụng cán bộ nhân viên một cách khoa học, chính xác hợp lý nhằm tuyển dụng được cán bộ nhân viên có trình độ và phù hợp với yêu cầu công việc.

Định kỳ tổ chức các khóa đào tạo nhằm nâng cao nghiệp vụ phục vụ khách hàng trong nội bộ doanh nghiệp, nhất là các khu vực cung ứng các dịch vụ trung tâm như: lễ tân, nhà hàng, spa, vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe...

Thường xuyên mở các lớp tập huấn, rèn luyện kỹ năng giao tiếp và nghiệp vụ xử lý tình huống trong hoạt động phục vụ khách hàng cho toàn bộ nhân viên tại khu nghỉ dưỡng

Tăng cường tinh thần trách nhiệm và tính chuyên nghiệp của nhân viên trong công việc, nâng cao thái độ thân thiện và nhiệt tình trong giao tiếp ứng xử cũng như sự sẵn sàng phục vụ du khách và đáp ứng nhu cầu chính đáng của họ trong mọi thời điểm.

Có chính sách thu hút, tuyển dụng và bồi dưỡng thêm nhân viên phục vụ và cán bộ quản lý có thể sử dụng tốt các ngoại ngữ nhằm phục vụ cho công tác phiên dịch cũng như nắm bắt tốt hơn nhu cầu của các du khách đến từ các quốc gia khác nhau mà làm việc tại tỉnh Vĩnh Phúc và các khách du lịch quốc tế.

Thứ năm, cải thiện điều kiện môi trường

Bố trí nhân viên chuyên trách việc theo dõi và thay nước trong hồ bơi, chăm sóc cây cối và thường xuyên dọn dẹp để đảm bảo cho khách du lịch luôn được cảm thấy sạch sẽ và thoải

mái. Tiếp tục trồng thêm cây xanh dọc các lối đi, trong khuôn viên khu nghỉ dưỡng kết hợp sử dụng hệ thống phun tưới nước để chăm sóc cây và tạo không khí trong lành, thoáng đãng.

Tăng cường sử dụng các vật liệu và nguồn năng lượng từ thiên nhiên trong xây dựng cũng như trong hoạt động cung ứng sản phẩm, dịch vụ và cải thiện cảnh quan tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải. Tăng cường nhân viên làm công tác vệ sinh, tạp vụ tại các khu vực dọc hành lang và lối đi.

Đẩy mạnh công tác truyền thông, định hướng, nâng cao nhận thức của xã hội, cộng đồng, nhân viên và khách hàng về trách nhiệm bảo vệ môi trường du lịch tại Đại Lải nói chung và trong khu nghỉ dưỡng nói riêng; xây dựng phong cách ứng xử văn minh thân thiện với du khách, giữ gìn vệ sinh môi trường...

Thứ sáu, nâng cao điều kiện an toàn, an ninh

Trong công tác quản lý cần thắt chặt kiểm soát tài sản, thiết bị của khu du lịch và khách hàng đề phòng kẻ gian, phối hợp các vị trí đảm bảo mục tiêu an toàn. Kiểm tra hiện trạng hệ thống cửa phòng, hệ thống kỹ thuật, hệ thống an toàn phòng cháy chữa cháy của khu nghỉ dưỡng thường xuyên và đúng quy định. Để làm được điều này, khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải cần sử dụng các nhân viên bảo vệ được đào tạo nghiệp vụ bảo vệ chuyên nghiệp, được cấp chứng chỉ nghiệp vụ bảo vệ, chứng chỉ phòng cháy chữa cháy và giấy phép sử dụng công cụ hỗ trợ. Ngoài ra, cần phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng như trung tâm kiểm soát dịch bệnh, công an, vệ sinh an toàn thực phẩm,... để kiểm tra thường xuyên các vấn đề có thể phát sinh đảm bảo tính an toàn của khu nghỉ dưỡng.

4. KẾT LUẬN

Nhìn chung, du khách khá hài lòng với chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải với giá trị trung bình các thang đo đều lớn hơn 3.5. Bên cạnh đó, nghiên cứu đã cho thấy có 2 nhóm nhân tố chính có tác động đến sự giảm hài lòng của du khách là các yếu tố bên ngoài với sự tác động mạnh mẽ của dịch Covid-19 đến toàn ngành du lịch trong và ngoài nước và các yếu tố thuộc về khu nghỉ dưỡng như các yếu tố về cơ sở vật chất, khả năng phục vụ của nhân viên. Đây là cơ sở mấu chốt để ban lãnh đạo khu nghỉ dưỡng xác định mức độ quan trọng của từng yếu tố nhằm ưu tiên đầu tư, phát triển các điểm mạnh, tận dụng cơ hội, cải thiện chất lượng dịch vụ nhằm đem đến sự hài lòng cao nhất, trong điều kiện các nguồn lực là có hạn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch - Tổng cục Du lịch, *Giáo trình Bồi dưỡng Nghiệp vụ cho Thuyết minh viên Du lịch*, <https://xemtailieu.net/tai-lieu/giao-trinh-boi-duong-nghiep-vu-cho-thuyet-minh-vien-du-lich-652.html>
- [2] Hair và cộng sự (2014), *Multivariate Data Analysis*, Pearson, New Jersey.
- [3] Nguyễn Văn Mạnh, Hoàng Thị Lan Hương (2013), *Giáo trình quản trị kinh doanh khách sạn*, Nxb. Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

- [4] Phí Hải Long (2019), Đánh giá sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu nghỉ dưỡng MIA Nha Trang, *Can Tho University Journal Science*, tập 55(3), p. 167, doi: 10.22144/ctu.jvn.2019.089.
- [5] Tường Bách (2021), Nghỉ dưỡng cao cấp: Xu hướng du lịch hậu Covid-19, *VnEconomy*, <https://vneconomy.vn/nghi-duong-cao-cap-xu-huong-du-lich-hau-covid-19.htm> (accessed Dec. 11, 2021).
- [6] Akbaba A. (2006), Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey, *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), p.170-192.

IMPROVING CUSTOMER SATISFACTION AT FLAMINGO DAI LAI RESORT

Nguyen Thi Thanh Xuan, Nguyen Van Qui

ABSTRACT

The objective of this study is to assess the satisfaction of tourists with service quality at Flamingo Dai Lai resort, Vinh Phuc province. The study uses qualitative and quantitative methods to evaluate visitors' perceptions. The results of data analysis with 190 survey samples show that visitors have positive comments about service quality aspects at Flamingo Dai Lai resort, but there are also certain limitations in service provision of the resort, especially during the Covid-19 outbreak in Vietnam. From the research results, the article proposes some solutions to improve service quality at Flamingo Dai Lai resort in the near future.

Keywords: *Service quality, satisfaction, resort, Flamingo Dai Lai.*

* Ngày nộp bài: 6/6/2022; Ngày gửi phản biện: 22/6/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

ĐÁNH GIÁ TRÌNH ĐỘ PHÁT TRIỂN KINH TẾ - XÃ HỘI HUYỆN NGA SƠN, TỈNH THANH HÓA

Lê Hữu Khuê¹, Dương Thị Thanh²

TÓM TẮT

Vận dụng quan niệm và phương pháp đánh giá trình độ phát triển kinh tế-xã hội các lãnh thổ nhỏ, nhóm nghiên cứu đã đề xuất 16 tiêu chí để đánh giá đánh giá trình độ phát triển kinh tế - xã hội cấp huyện và vận dụng để đánh giá trình độ phát triển kinh tế - xã hội huyện Nga Sơn, tỉnh Thanh Hóa. Kết quả đến năm 2021, huyện Nga Sơn đạt 146,8/230 điểm, nghĩa là gần 2/3 mục tiêu phấn đấu của huyện vào năm 2030. Các tác giả đã đề xuất một số giải pháp để Nga Sơn có thể đạt được mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội đặt ra cho năm 2030, nhất là tập trung vào các tiêu chí số 1,3, 5, 7, 8 và 14.

Từ khóa: *Đánh giá, trình độ phát triển, kinh tế - xã hội, huyện Nga Sơn.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đánh giá tình hình phát triển kinh tế - xã hội (KTXH) cấp huyện hàng năm là một việc làm thường xuyên. Tuy nhiên việc đánh giá này chủ yếu dựa vào chuẩn đánh giá là các chỉ tiêu kế hoạch, nên không thể biết được trình độ phát triển KTXH của huyện đang ở giai đoạn nào của sự phát triển và bao giờ đạt được mục tiêu đặt ra. Mặt khác tất cả các huyện, trong đó có Nga Sơn, cho đến nay chưa có quy hoạch tổng thể phát triển KTXH đến năm 2030 để thực hiện mục tiêu “đến năm 2030 Thanh Hóa trở thành tỉnh công nghiệp và Việt Nam đến năm 2035 “Hướng tới Thịnh vượng, Sáng tạo, Công bằng và Dân chủ” [1]. Nghiên cứu của chúng tôi với mục đích là lựa chọn các tiêu chí và đánh giá trình độ phát triển KTXH cấp huyện và áp dụng cho huyện Nga Sơn, tỉnh Thanh Hóa.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Một số quan niệm

Phát triển kinh tế là quá trình lớn lên, tăng tiến mọi mặt của nền kinh tế. Nó bao gồm sự tăng trưởng kinh tế, đồng thời có sự hoàn chỉnh về mặt cơ cấu, thể chế kinh tế, chất lượng cuộc sống [12].

Phát triển kinh tế huyện là quá trình thay đổi nền kinh tế ở huyện ở những giai đoạn này so với giai đoạn trước đó, tốt hơn về cơ cấu, nhiều hơn về giá trị, tốt hơn về chất lượng. Theo quan điểm của nền kinh tế mở hiện nay, phát triển kinh tế huyện là tạo ra sức cạnh tranh tốt hơn của các chủ thể kinh tế ở huyện, tạo ra môi trường thuận lợi hơn cho khu vực kinh tế tư nhân, phát triển, phù hợp với tín hiệu của thị trường và bền vững [4].

¹ Trường Đại học Hồng Đức; Email: lehuukhue@hdu.edu.vn

² Học viên Cao học Lớp K14 chuyên ngành Địa lý học, khoa Khoa học Xã hội, Trường Đại học Hồng Đức

Trình độ phát triển kinh tế-xã hội của một lãnh thổ là mức độ đạt được tính đến một mốc thời gian nhất định so với mục tiêu hoặc chuẩn phát triển kinh tế - xã hội mà lãnh thổ đó hướng tới [12].

Đánh giá trình độ phát triển kinh tế-xã hội của một huyện là đánh giá mức độ đạt được của huyện so với mục tiêu hoặc chuẩn KTXH mà huyện hướng tới. Trong trường hợp này là chuẩn/mục tiêu của huyện đạt được vào năm 2030.

2.2. Lựa chọn tiêu chí và chuẩn đánh giá trình độ phát triển KTXH cấp huyện

Căn cứ để đề xuất tiêu chí

Quan niệm và bản chất phát triển KTXH lãnh thổ trên thế giới và Việt Nam hiện nay.

Tham khảo các chỉ số thống kê cấp tỉnh, huyện, xã của Việt Nam năm 2016 [5], Ngân hàng thế giới (WB) năm 2018 [14] và Lê Văn Trường năm 2019 [11].

Nội dung và tác động của cách mạng công nghiệp 4.0.

Điều kiện thực tế của địa phương. Đảng bộ, chính quyền và nhân dân Thanh Hóa có khát vọng phát triển rất mạnh mẽ, phấn đấu đến năm 2025 Thanh Hóa nằm trong nhóm các tỉnh dẫn đầu cả nước - một cực tăng trưởng mới, cùng với Hà Nội, Hải Phòng và Quảng Ninh tạo thành tứ giác phát triển ở phía Bắc của Tổ quốc; đến năm 2030 trở thành tỉnh công nghiệp hiện đại, người dân có mức sống cao hơn bình quân cả nước. Đến năm 2045, Thanh Hóa là tỉnh giàu đẹp, văn minh và hiện đại; tỉnh phát triển toàn diện và kiểu mẫu của cả nước [7]. Tập đoàn BCG (Hoa Kỳ) cũng khuyến cáo tỉnh Thanh Hóa nói riêng và Việt Nam nói chung cần có những biện pháp mạnh, nâng cao khả năng và trình độ kỹ thuật, để thu hút và giữ lại các đầu tư nước ngoài trên [1].

Điều kiện thực tế của Nga Sơn hiện nay là huyện nhiều tiềm năng phát triển, tuy đã đạt chuẩn huyện nông thôn mới năm 2019, nhưng điểm xuất phát vẫn còn thấp, cơ sở hạ tầng còn nghèo và chưa có quy hoạch tổng thể phát triển KTXH đến năm 2030.

Lựa chọn tiêu chí đánh giá trình độ phát triển KTXH huyện. Trong nghiên cứu này chúng tôi chọn 16 tiêu chí cứng và một số tiêu chí mềm. Các tiêu chí cứng là những tiêu chí bắt buộc. Các tiêu chí mềm là những tiêu chí tham khảo, bổ sung và có thể thay thế tiêu chí cứng trong điều kiện không thể thu thập được tiêu chí cứng. 16 tiêu chí cứng được chia làm 3 nhóm.

Nhóm tiêu chí về kinh tế gồm 6 chỉ số: Quy mô GRRDP, Tốc độ tăng trưởng GRDP trung bình hàng năm (%); Thu nhập bình quân đầu người; Tỷ trọng ngành nông nghiệp trong GRDP của huyện, Thu ngân sách Nhà nước trên địa bàn; Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp huyện.

Nhóm tiêu chí về xã hội gồm 7 chỉ số: Tỷ lệ đô thị hóa; Tỷ lệ xã đạt tiêu chuẩn xã nông thôn mới kiểu mẫu; Tỷ trọng lao động đang làm việc trong ngành nông nghiệp so với tổng lao động đang làm việc trên địa bàn huyện Tỷ lệ lao động đang làm việc đã qua đào tạo (có chứng chỉ, bằng cấp); Chỉ số phát triển con người (HDI); Tỷ lệ hộ nghèo; Số bác sĩ trên 1 vạn dân.

Nhóm tiêu chí về môi trường gồm 3 chỉ số: Tỷ lệ diện tích đất lâm nghiệp có rừng so với tổng diện tích đất lâm nghiệp của huyện; Tỷ lệ dân số được sử dụng nước hợp vệ sinh. Tỷ trọng chất thải (công nghiệp, sinh hoạt, y tế,) được xử lý, tái chế (%).

Các tiêu chí mềm: Tùy theo khả năng, điều kiện của từng huyện, ở giai đoạn có thể tổ chức điều tra, khảo sát thu thập thông tin để tính toán bổ sung thêm các tiêu chí sau: Số thuê

bao Internet/dân số; Tỷ trọng ngành công nghiệp chế tác trong GRDP; Hệ số bất bình đẳng về thu nhập (GINI); Tỷ lệ chất thải (rắn, lỏng, khí, sinh hoạt, công nghiệp, y tế) được xử lý; Tỷ lệ chất thải rắn thông thường được xử lý đạt tiêu chuẩn; Tỷ lệ chất thải nguy hại được xử lý đạt tiêu chuẩn; Tỷ lệ chất thải y tế được xử lý đạt tiêu chuẩn [9], [11].

Giá trị cần đạt của từng tiêu chí cứng vào năm 2030. Mức chuẩn phát triển KTXH huyện ít nhất bằng mức chuẩn phát triển KTXH của tỉnh. Trong nghiên cứu này chúng tôi xây dựng mức chuẩn của Nga Sơn tương đương với các chỉ tiêu phân đầu của Thanh Hóa vào năm 2030 [9] và điều chỉnh cho phù hợp với đặc điểm của huyện đồng bằng ven biển. Nếu đạt được mức chuẩn dưới đây thì cho mỗi tiêu chí đạt điểm tối đa là 10 điểm (chưa nhân trọng số).

Bảng 1. Tiêu chí áp dụng để đánh giá trình độ phát triển KTXH cấp huyện áp dụng cho huyện Nga Sơn tỉnh Thanh Hóa

| TT | Tiêu chí | Giá trị cần đạt vào năm 2030 |
|----|---|------------------------------|
| | <i>Tiêu chí kinh tế</i> | |
| 1 | GRDP giá hiện hành | ≥ 25.000 tỷ đồng |
| 2 | Tốc độ tăng GRDP hàng năm | $\geq 18\%$ |
| 3 | Thu nhập bình quân đầu người | ≥ 100 triệu đồng |
| 4 | Tỷ trọng NLTS trong GRDP của huyện | $\leq 10\%$ |
| 5 | Thu ngân sách NN trên địa bàn | ≥ 8.000 tỷ đồng |
| 6 | Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp huyện | bậc 1, 2 hoặc 3 |
| | <i>Tiêu chí xã hội</i> | |
| 7 | Tỷ lệ dân số đô thị | $\geq 30\%$ |
| 8 | Tỷ lệ xã đạt chuẩn xã Nông thôn mới kiểu mẫu | $\geq 70\%$ |
| 9 | Tỷ trọng lao động đang làm việc trong NLT | $\leq 30\%$ |
| 10 | Tỷ lệ lao động đang làm việc đã qua đào tạo | $\geq 70\%$ |
| 11 | Chỉ số phát triển con người (HDI) | $\geq 0,800$ |
| 12 | Tỷ lệ hộ nghèo | $\leq 1\%$ |
| 13 | Số bác sĩ trên 1 vạn dân | ≥ 10 |
| | <i>Tiêu chí môi trường</i> | |
| 14 | Tỷ lệ đất LN có rừng khép tán trong tổng diện tích đất LN | 100% |
| 15 | Tỷ lệ dân số được sử dụng nước sạch | 100% |
| 16 | Tỷ trọng chất thải được xử lý, tái chế | $\geq 95\%$ |

2.3. Phương pháp và tài liệu phục vụ đánh giá

Thang điểm và trọng số. Chúng tôi sử dụng thang điểm 10 cho từng tiêu chí. Về trọng số: các tiêu chí 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15 và 16 là những tiêu chí quan trọng nên có trọng số 1; các tiêu chí 1, 2, 4, 5 và 11 là những tiêu chí rất quan trọng nên có trọng số 2. Riêng tiêu chí 3 là tiêu chí đặc biệt quan trọng nên có trọng số là 3. Tổng điểm tối đa đạt được là $(10 \text{ TC} \times 1 \times 10) + (5 \text{ TC} \times 2 \times 10) + (1 \text{ TC} \times 3 \times 10) = 230$. Trong đó, tổng điểm của các chỉ số kinh tế là 110, các chỉ số xã hội là 90 và các chỉ số về môi trường là 30.

Phương pháp đánh giá. Đối với các tiêu chí 1, 2, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12 và 13 được tính theo tỷ lệ phần trăm (%) trong bộ tiêu chí cơ bản phát triển KTXH của huyện đến năm 2030. Việc tính điểm của từng tiêu chí tại một thời điểm căn cứ vào kết quả đạt được của tiêu chí tại thời điểm đó so với giá trị cần đạt của tiêu chí. Điểm của các tiêu chí này được tính như sau: Kết quả thực hiện tiêu chí thứ i của huyện x \times 100 \times trọng số (1, 2 hoặc 3) rồi quy về thang điểm 10.

Riêng ba tiêu chí 4, 6 và 12 có tương quan nghịch với kết quả thực hiện được áp dụng các cách tính sau:

Số điểm của tiêu chí 4 (tỷ trọng giá trị tăng thêm ngành nông nghiệp so với tổng giá trị tăng thêm dưới 20%) được tính theo công thức $[100 - (VA \text{ nông nghiệp}/VA \text{ toàn huyện } N) \times 100] / 90 \times [2]$ (trọng số là 2). Sau đó quy về thang điểm 10. Khi đạt dưới $\leq 10\%$ thì đều là 10 điểm.

Số điểm của tiêu chí 6 (chỉ số năng lực cạnh tranh cấp huyện - DCCI) có tương quan nghịch với thứ bậc đạt được. Bậc càng cao, điểm số càng lớn. Điểm đánh giá được tính theo công thức $[(\text{Tổng số đơn vị xếp loại} - \text{số thứ bậc của đơn vị}) / \text{tổng số đơn vị xếp loại}]$.

Số điểm của tiêu chí 9 (tỷ lệ lao động đang làm việc trong nông nghiệp so với tổng số lao động đang làm việc trên địa bàn huyện dưới 20%) được tính theo công thức $[100 - (\text{Lao động NN}/\text{Tổng số lao động})/80] \times 1$. Sau đó quy về thang điểm 10. Khi đạt $\leq 20\%$ thì đều là 10 điểm.

Số điểm của tiêu chí 12 (tỷ lệ hộ nghèo dưới 1%) được tính theo công thức $(100 - \text{Tỷ lệ hộ nghèo})/99$. Sau đó quy về thang điểm 10. Khi đạt dưới 1,0% thì đều là 10 điểm.

Tài liệu phục vụ đánh giá trình độ phát triển KTXH huyện Nga Sơn bao gồm: Báo cáo tổng kết hàng năm, 5 năm, 10 năm về thực hiện các kế hoạch phát triển KTXH của UBND huyện; Số liệu thống kê của Chi cục thống kê huyện Nga Sơn và Cục thống kê tỉnh Thanh Hóa; Các tài liệu thống kê chuyên đề, các báo cáo tổng kết hàng năm, 5 năm, 10 năm của các sở, ban, ngành tỉnh Thanh Hóa; Kết quả nghiên cứu về Nga Sơn của các tác giả đã công bố.

2.4. Kết quả đánh giá trình độ phát triển KTXH huyện Nga Sơn

Khái quát chung về Nga Sơn. Huyện Nga Sơn về phía Đông Bắc tỉnh Thanh Hóa, có diện tích tự nhiên 157,8 km², dân số năm 2021 là 143.600 người. Nga Sơn là nơi hội tụ nhiều lợi thế để phát triển các ngành kinh tế công nghiệp, thương mại, du lịch, nông nghiệp công nghệ cao, đặc biệt là các ngành kinh tế biển, có lợi thế vị trí nằm ở cửa ngõ phía Đông Bắc của Thanh Hóa với 2 hành lang kinh tế là hành lang ven biển và hành lang Đông Bắc. Hơn 10 năm trở lại đây Nga Sơn đã đạt được nhiều thành tựu trong phát triển KTXH: tốc độ tăng trưởng KT hàng năm luôn trên 10%, cơ cấu KT chuyển dịch theo hướng tích cực, đời sống nhân dân từng bước được cải thiện. Năm 2020, GRDP của Nga Sơn chiếm 1,73% GRDP của Thanh Hóa (đứng thứ 15/27 đơn vị cấp huyện của Thanh Hóa), có mật độ kinh tế là 61 tỷ đồng/km² (cao hơn trung bình của Thanh Hóa 3 lần). Nga Sơn chiếm 0,63% tổng đầu tư FDI và 3,2% tổng trị giá hàng xuất khẩu của tỉnh [6]. Tuy nhiên, hiện nay sự phát triển KT của huyện Nga Sơn vẫn còn bộc lộ nhiều bất cập, hạn chế: Tốc độ tăng trưởng KT còn chậm, nền KT chủ yếu dựa vào sản xuất NLTS; nhiều thế mạnh về tự nhiên chưa được phát huy;

Kết cấu hạ tầng KTXH còn yếu và thiếu đồng bộ; Đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân còn nhiều khó khăn, nhất là vùng ven biển... Đây là những vấn đề cần được đánh giá và sớm có giải pháp khắc phục.

Kết quả đánh giá trình độ phát triển KTXH huyện Nga Sơn giai đoạn 2010 - 2021

Đến cuối năm 2010, điểm đánh giá Nga Sơn về kinh tế đạt 34,4/120 điểm, về xã hội đạt 35,4/80 điểm và về môi trường đạt 14,2/30 điểm và tổng đạt 84,0/230 điểm, nghĩa là trình độ phát triển KTXH Nga Sơn năm 2010 mới chỉ bằng 1/3 mức chuẩn của năm 2030.

Đến năm 2015, điểm đánh giá về kinh tế đạt 43,2/120 điểm, về xã hội đạt 43,6/80 điểm và về môi trường đạt 19,2/30 điểm và tổng đạt 106,0/230 điểm, nghĩa là trình độ phát triển KTXH Nga Sơn năm 2015 gần 1/2 mức chuẩn của năm 2030.

Vào năm 2020, điểm đánh giá về kinh tế đạt 54,3/120 điểm, về xã hội đạt 51,2/80 điểm và về môi trường đạt 21,8/30 điểm và tổng đạt 127,3/230 điểm, nghĩa là trình độ phát triển KTXH Nga Sơn năm 2015 bằng 55,3% mức chuẩn chung của năm 2030. Đây là năm chịu thiệt hại nặng của đại dịch Covid-19.

Kết thúc năm 2021, điểm đánh giá về kinh tế của huyện Nga Sơn đạt 69,6/120 điểm, về xã hội đạt 55,2/80 điểm và môi trường đạt 22,0/30 điểm và tổng điểm đạt 146,8/230 điểm, bằng 63,8% mức chuẩn chung của năm 2030. Như vậy kinh tế Nga Sơn đã phục hồi rất nhanh sau đại dịch Covid 19.

Bảng 2. Tổng hợp đánh giá trình độ phát triển KTXH huyện Nga Sơn

| TT | Tiêu chí | Trọng số và điểm | Năm 2010 | | Năm 2015 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|----|--|------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | | | Giá trị thực tế | Điểm đạt được | Giá trị thực tế | Điểm đạt được | Giá trị thực tế | Điểm đạt được | Giá trị thực tế | Điểm đạt được |
| | <i>Tiêu chí kinh tế</i> | 120 | | 34,4 | | 43,2 | | 54,3 | | 69,6 |
| 1 | GRDP ≥ 25 nghìn tỷ VND | 2(20) | 4,83 | 3,8 | 7,8 | 6,2 | 12,0 | 9,6 | 12,4 | 9,9 |
| 2 | Tốc độ tăng GRDP ≥ 18% | 2 (20) | 8,5 | 9,4 | 9,0 | 10,0 | 10,2 | 10,1 | 13,5 | 15,0 |
| 3 | Thu nhập BQ đầu người ≥ 100 triệu đồng | 3 (30) | 10,8 | 3,2 | 25,2 | 7,6 | 45,5 | 13,7 | 49,1 | 14,7 |
| 4 | Tỷ trọng NLTS trong GRDP của huyện ≤ 10% | 2 (20) | 30,2 | 15,5 | 29,6 | 15,6 | 26,6 | 16,3 | 26,5 | 16,3 |
| 5 | Thu ngân sách NN ≥ 8.000 tỷ đồng | 2 (20) | 513,3 | 2,5 | 757,9 | 3,8 | 910,4 | 4,6 | 1.143 | 5,7 |
| 6 | Chỉ số DCCI cấp huyện | 1 (10) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 8,0 |
| | <i>Tiêu chí xã hội</i> | 80 | | 35,4 | | 43,6 | | 51,2 | | 55,2 |
| 7 | Tỷ lệ dân số đô thị ≥ 30% | 1 (10) | 10,5 | 3,5 | 11 | 3,6 | 11,5 | 3,8 | 11,8 | 3,9 |
| 8 | Tỷ lệ xã đạt chuẩn xã NTM kiểu mẫu ≥ 15% | 1 (10) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 xã | 0,6 |
| 9 | Tỷ trọng lao động làm việc trong NLT ≤ 20% | 1 (10) | 58,3 | 5,2 | 42,7 | 7,1 | 29,6 | 8,8 | 25,9 | 9,2 |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|--------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 10 | Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo $\geq 70\%$ | 1 (10) | 42 | 6,0 | 62 | 8,8 | 70 | 10 | 73 | 10 |
| 11 | HDI) $\geq 0,800$ | 2 (20) | 0,635 | 15,8 | 0,662 | 16,5 | 0,694 | 17,3 | 0,696 | 17,4 |
| 12 | Tỷ lệ hộ nghèo $\leq 1\%$ | 1 (10) | 10,9 | 0,9 | 9,34 | 1,6 | 5,7 | 4,3 | 3,02 | 7,0 |
| 13 | Số bác sĩ chuyên khoa I, II/1 vạn dân: ≥ 10 | 1 (10) | 4,0 | 4,0 | 6,0 | 6,0 | 7,0 | 7,0 | 7,1 | 7,1 |
| | <i>Tiêu chí môi trường</i> | 30 | | 14,2 | | 19,2 | | 21,8 | | 22,0 |
| 14 | Tỷ lệ DT đất LN có rừng khép tán DT đất LN $\geq 100\%$ | 1 (10) | 1,59 | 1,6 | 1,59 | 1,6 | 2,47 | 2,5 | 2,47 | 2,5 |
| 15 | Tỷ lệ dân số được sử dụng nước sạch $\geq 100\%$ | 1 (10) | 63,5 | 6,3 | 97 | 9,7 | 99,7 | 9,9 | 100 | 10,0 |
| 16 | Tỷ lệ chất thải được xử lý, tái chế $\geq 95\%$ | 1 (10) | 60 | 6,3 | 75 | 7,9 | 90,1 | 9,4 | 90,3 | 9,5 |
| | Tổng cộng | 230 | | 84,0 | | 106,0 | | 127,3 | | 146,8 |

Nguồn: Tiêu chí (1), (2), (3), (4), (5), (7), (8) (12), (16): UBND huyện Nga Sơn; Tiêu chí (9): Sở Thông tin và Truyền thông Thanh Hóa; Tiêu chí (10): Cục Thống kê tỉnh Thanh Hóa; Tiêu chí (11): Ước lượng của các tác giả; Tiêu chí (13): Sở Y tế Thanh Hóa; Tiêu chí (14): Sở Tài nguyên và Môi trường Thanh Hóa; Tiêu chí (6) UBND tỉnh Thanh Hóa

Đáng chú ý là các chỉ tiêu về kinh tế còn đạt mức thấp như quy mô GRDP, Thu nhập bình quân đầu người, Thu ngân sách trên địa bàn, tỷ trọng các ngành phi nông nghiệp... Một số chỉ tiêu xã hội như tỷ lệ dân số đô thị, chỉ số HDI,... cũng chưa cao. So với mục tiêu phấn đấu đến năm 2030, Nga Sơn mới đạt gần 2/3. Nguyên nhân của thực trạng trên là: trong những năm qua, cũng như cả nước, Thanh Hóa và Nga Sơn chịu tác động, ảnh hưởng tiêu cực của nền kinh tế thế giới và khu vực, gần đây chịu tác động mạnh của Đại dịch Covid 19. Nga Sơn còn thiếu những chủ trương, chính sách mang tính đột phá để phát triển công nghiệp và dịch vụ; Cải cách hành chính đạt kết quả chưa cao; Huyện chưa có quy hoạch xây dựng các khu công nghệ cao; Thiếu chính sách khả thi để thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước; Nguồn lao động chất lượng cao còn rất thiếu; Chưa động viên được các nguồn lực nhất là nguồn lực của người dân để tập trung đẩy mạnh công nghiệp hóa và hiện đại hóa huyện; Tốc độ đổi mới, ứng dụng công nghệ 4.0 còn hạn chế.

2.5. Đề xuất giải pháp triển KTXH huyện Nga Sơn đến năm 2030

Đẩy nhanh quá trình phát triển KTXH của một lãnh thổ bao gồm các hoạt động, các quá trình làm cho KTXH của lãnh thổ đó tăng lên một lượng điểm nhất định sau một khoảng thời gian nhất định. Trình độ phát triển KTXH của Nga Sơn năm 2021 mới đạt 2/3 mục tiêu đặt ra cho năm 2030. Đặc biệt, các tiêu chí 1,3, 5, 7, 8, 14 đạt được còn rất thấp. Chỉ còn hơn 8 năm nữa để Nga Sơn đạt mục tiêu đặt ra. Vì vậy Nga Sơn cần thực hiện các giải pháp sau đây:

Nâng cao năng lực quản trị của chính quyền cấp huyện xã, xây dựng chính quyền cấp huyện, xã đổi mới và sáng tạo; Xây dựng môi trường đầu tư, kinh doanh thông thoáng để thu hút ngày càng nhiều doanh nhân đầu tư vào địa bàn Nga Sơn, nhất là thu hút đầu tư FDI;

Tạo đột phá về chất lượng và cơ cấu sản phẩm công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ và du lịch. Tạo sản phẩm đạt tiêu chuẩn của thị trường Châu Âu, Bắc Mỹ và Châu Á - Thái Bình Dương để phục vụ xuất khẩu; Phát triển ngành công nghiệp chế biến hàm lượng công nghệ cao; hình thành các khu chế tác các sản phẩm mang thương hiệu đặc trưng của Nga Sơn;

Thực hiện hiệu quả khâu đột phá về phát triển du lịch, ưu tiên các dự án nhằm giữ chân khách đến khu du lịch tâm linh, sinh thái và di tích lịch sử hàng năm; Xây dựng nền nông nghiệp sạch, nông nghiệp công nghệ cao; Phát triển mạnh kinh tế biển.

Đầu tư kết cấu hạ tầng, nhất là hạ tầng đô thị; đẩy nhanh tốc độ ứng dụng cách mạng công nghiệp 4.0;

Tập trung phát triển nguồn nhân lực; giải quyết tốt các vấn đề về lao động, việc làm, giảm nghèo, an sinh xã hội; triển khai đồng bộ các giải pháp về bảo vệ sức khỏe nhân dân, về dân số và phát triển; Đẩy mạnh, xây dựng văn hóa, con người phù hợp và đáp ứng yêu cầu nâng cao trình độ công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đồng thời mang đậm đặc trưng văn hóa Nga Sơn;

Tăng cường quản lý, sử dụng có hiệu quả nguồn tài nguyên đất, nước, khoáng sản; chủ động xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện ứng phó với biến đổi khí hậu, nhất là những khu vực có nguy cơ cao về sạt lở đất, vùng thoát lũ, đảm bảo an toàn cho sản xuất và đời sống của nhân dân;

3. KẾT LUẬN

Phát triển là xu thế tất yếu, là khát vọng của mọi quốc gia, địa phương và lãnh thổ. Bộ tiêu chí đánh giá trình độ phát triển KTXH của huyện gồm 16 tiêu chí cứng và một số tiêu chí mềm đã phản ánh một cách khách quan, khoa học, toàn diện quá trình và khát vọng phát triển KTXH của các huyện. Đến năm 2031, trình độ phát triển KTXH của huyện Nga Sơn mới đạt 2/3 mục tiêu đặt ra vào năm 2030. Để sớm hoàn thành mục tiêu phát triển đặt ra vào năm 2030, Nga Sơn cần phải thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó các giải pháp có tính chất đột phá là thực hiện tốt các tiêu chí 1,3, 5, 7, 8 và 14.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Boston Consulting Group (2017), *Báo cáo rà soát, cập nhật, quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội huyện Thanh Hóa đến năm 2020, quy hoạch giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2040*.
- [2] Bộ Chính trị (2020), *Nghị quyết số 58-NQ/TW, ngày 5-8-2020 về xây dựng và phát triển tỉnh Thanh Hoá đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
- [3] Bộ Kế hoạch và Đầu tư - Ngân hàng thế giới (2016), *Việt Nam 2035 - Hướng tới thịnh vượng, sáng tạo công bằng và dân chủ*.
- [4] Đỗ Kim Chung (2010), Một số vấn đề lý luận về phát triển kinh tế huyện, *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội, 8(1), Tr.149-156.
- [5] Thủ tướng Chính phủ (2016), *Quyết định Số 54/2016/QĐ-TTg ngày 19-12-2016 Ban hành hệ thống chỉ tiêu thống kê cấp tỉnh, cấp huyện, cấp xã*.

- [6] Lê Hữu Khuê, Nguyễn Thị Lan (2022), Xác định các cực tăng trưởng trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hồng Đức*, Số 58.
- [7] HĐND tỉnh Thanh Hóa (2022), *Nghị quyết số 268/NQ-H ĐND ngày 13/7/2022 về Thông qua Quy hoạch tỉnh Thanh Hóa thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2045.*
- [8] UBND huyện Nga Sơn (2021), *Báo cáo đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ kinh tế-xã hội năm 2021 và Kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội năm 2021.*
- [9] UBND huyện Nga Sơn (2020), *Báo cáo Tổng kết 10 năm thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng Nông thôn mới giai đoạn 2010-2020; Phương hướng, nhiệm vụ giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030. BC số 41/UBND ngày 10-02-2020.*
- [10] UBND huyện Nga Sơn, *Số liệu thống kê kinh tế-xã hội các năm 2010 - 2021.*
- [11] 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, Tr.114-124.
- [12] <http://bachkhoatoanthu.vass.gov.vn>.
- [13] WB (2018), *World Development Indicators.*

EVALUATING THE LEVEL OF SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT OF NGA SON DISTRICT, THANH HOA PROVINCE

Le Huu Khue, Duong Thi Thanh

Applying the concept and method of assessing the level of socio-economic development of small territories, the research team proposed 16 criteria to evaluate the level of socio-economic development at the district levels. These criteria were also applied to assess the level of socio-economic development of Nga Son district, Thanh Hoa province. As a result, by 2021, Nga Son district will reach 146.8/230 points, which means it will obtain nearly two-thirds of the district's goal by 2030. The authors have proposed a number of solutions for Nga Son to achieve socio-economic development goals set for 2030, especially focusing on criteria No. 1, 3, 5, 7, 8 and 14.

Keyword: *Evaluating, level of Development, Socio-economy, Nga Son district.*

* Ngày nộp bài: 15/10/2022; Ngày gửi phản biện: 15/10/2022; Ngày duyệt đăng: 31/10/2022

**HONG DUC UNIVERSITY
JOURNAL OF SCIENCE**

No 60 (8 - 2022)

CONTENT

| | | | |
|----|---|--|----|
| 1 | <i>Bui Van Dung Hoang Thang Hop Le Van Chau</i> | National and international experiences in planning to build smart coastal urban areas and lessons for Sam Son city, Thanh Hoa province | 5 |
| 2 | <i>Le Huy Chinh Hoang Vu Thao</i> | Solutions to develop Agricultural Cooperatives in Nga Son district, Thanh Hoa province | 12 |
| 3 | <i>Le Thi Dam Trinh Thi Phan</i> | Developing supermarket network in Thanh Hoa province - Opportunities and challenges | 20 |
| 4 | <i>Duong Thi Hien Tran Duc Thanh</i> | Uncovering conflicts between residents and tourism enterprises in Pu Luong natural reserve: A study from local's perception | 29 |
| 5 | <i>Le Quang Hieu Hoang Trung Kien</i> | Thanh Hoa agriculture and rural development investment and construction project management unit | 37 |
| 6 | <i>Le Thi Hong Tran Thi Lan Huong</i> | Improving career skills for accounting students to meet the output standard of education program | 44 |
| 7 | <i>Mai Thi Hong</i> | Relationship between the training service quality and students satisfaction in Hong Duc University | 52 |
| 8 | <i>Nguyen Thi Loan Nguyen Thi Huyen Hoang Duy Xuyen</i> | Perfecting human resource management at drug addiction treatment facility No.1 | 61 |
| 9 | <i>Mai Thi Lan</i> | From Ho Chi Minh' thought on science, engineering and technology to the view of the communist party of Vietnam | 71 |
| 10 | <i>Le Thi Thuy Linh</i> | Real situation of e-commerce development in Thanh Hoa province | 78 |
| 11 | <i>Lai Duc Loc Le Hoang Ba Huyen</i> | Solutions to motivate employees at Thanh Hoa Agricultural institute | 85 |

| | | | |
|----|---|--|-----|
| 12 | <i>Nguyen Thi Nga</i> | Factors affecting lending activities at the bank for social policies in Cam Thuy district, Thanh Hoa province | 95 |
| 13 | <i>Uong Thi Nga</i> | FDI attraction at Thanh Hoa province from the perspective of enterprise support service | 105 |
| 14 | <i>Uong Thi Nga</i> | Factors affecting the attraction of tourists to Quang Xuong district, Thanh Hoa province | 113 |
| 15 | <i>Le Thi Nuong</i> | Factors affecting customer satisfaction at Vinmart+ convenience stores in Thanh Hoa city | 121 |
| 16 | <i>Nguyen Thi Thanh Tran Thi Lan Huong</i> | Application of environmental cost management accounting in ceramic tile manufacturing company in Thanh Hoa province | 133 |
| 17 | <i>Le Thi Thanh Thuy Le Do Thu Phuong</i> | Factors affecting the decision to choose a university under the management of the provincial people committee: the case study of Hong Duc University | 140 |
| 18 | <i>Dao Thu Tra Bui Thi Phuc</i> | The competitiveness of raw materials of stone mining and exporting enterprises in Thanh Hoa city | 149 |
| 19 | <i>Vuong Huu Tuan Trinh Thi Thuy Huyen Le Thi Lan</i> | Solutions to develop the market for fixed broadband services of VNPT in the area of Thanh Hoa province | 156 |
| 20 | <i>Le Thanh Tung</i> | Studying the factors which improving the work of Hong Duc University's lecturers | 165 |
| 21 | <i>Nguyen Thi Thanh Xuan Nguyen Van Qui</i> | Improving customer satisfaction at Flamingo Dai Lai resort | 173 |
| 22 | <i>Le Huu Khue Duong Thi Thanh</i> | Evaluating the level of socioeconomic development of Nga Son district, Thanh Hoa province | 183 |