MỤC LỤC

TÀI CHÍNH VĨ MÔ

3. Ảnh hưởng của chính sách tiền tệ đối với lạm phát và tăng trưởng kinh tế

Dương Việt Nam - CQ58/22.01CLC

7. Những khó khăn và giải pháp trong việc quản lý thuế đối với hoạt động chuyển nhượng bất động sản tại thành phố Bắc Ninh

Tống Thị Ngọc Tâm - CQ58/22.03CLC

11. Triển khai mô hình hải quan số ở Việt Nam

Phạm Thị Hồng Ngọc - CQ58/11.06

TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP

15. Ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo đến nghề nghiệp kiểm toán độc lập trong tương lai

Đỗ Ngọc Huyền - CQ57/21.10

19. Thách thức đối với ngành F&B tại Việt Nam trong thời điểm suy thoái kinh tế toàn cầu

Nguyễn Chung Hiếu - CQ58/11.04CLC; Ngô Thị Ngọc Hà - CQ59/09.02CLC

23. Văn hóa doanh nghiệp và nhân tố cấu thành trong thời đại công nghệ số

Đinh Anh Quân - CQ60/10.21

26. Giải pháp nâng cao kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ

Đinh Phan Thu Hằng - CQ57/02.01

29. Chiến dịch marketing của TikTok

Phạm Huyền Trang - CQ57/08.01

32. Understand about audit quality and its impact to various aspects of business environment

Quách Đình Nghiên - CQ58/11.02CLC; Nguyễn Khánh Linh - CQ58/11.04CLC

CÁC VẤN ĐỀ KINH TẾ

37. Phát triển dịch vụ internet banking ở Việt Nam hiện nay

Lê Thị Quỳnh Trang - CQ59/11.03CLC; Nguyễn Hoàng Thục Anh CQ59/21.08CLC

42. Giải pháp phát triển lĩnh vực kế toán, kiểm toán ở Việt Nam trong thời kỳ hội nhập

Nguyễn Thị Vân Khánh - CQ57/01.03

45. Affiliate marketing và tiềm năng ứng dụng tại Việt Nam trong bối cảnh Cách mạng công nghệ 4.0

Hậu Bùi Bảo Ngọc - CQ57/21.03CLC

48. Nông sản Việt Nam trên sàn thương mại điện tử: Cơ hội và thách thức

Nguyễn Bạch Dương - CQ59/21.10CLC; Trần Ngọc Diệp - CQ60/21.05CLC

51. Ứng dụng blockchain trong logistics

Dương Quang Huy - CQ58/11.07; Phạm Thị Hồng Ngọc - CQ58/11.06

55. Xu hướng của ngành kế toán, kiểm toán trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0

Nguyễn Thị Vân Khánh - CQ57/01.03

TÀI CHÍNH QUỐC TẾ

59. Quản lý quỹ bảo hiểm thất nghiệp ở một số nước trên thế giới và kinh nghiệm cho Việt Nam

Nguyễn Nhật Huyền - CQ58/11.02CLC

64. International experiences in developing the fisheries industry and lessons for Vietnam

Giang Thị Diệp - CQ57/31.01

68. Xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU tăng mạnh nhờ Hiệp định EVFTA

Triệu Khánh Huyền - CQ57/05.03

THÔNG TIN SỰ KIỆN

72. Sự bùng nổ của ChatGPT trong thời gian gần đây

Đỗ Thị Huế - CQ58/05.01

76. Con đường vững chắc để đi đến thành công đối với sinh viên khởi nghiệp

Lê Doãn Minh Hiển - CQ59/22.03CLC; Đinh Thái Ninh - CQ59/22.04CLC

THỂ LỆ GỬI BÀI

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

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

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

Bài viết và ý kiến trao đổi xin gửi về:

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

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

Ảnh hưởng của chính sách tiền tệ đối với lạm phát và tăng trưởng kinh tế

Dương Việt Nam - CQ58/22.01CLC

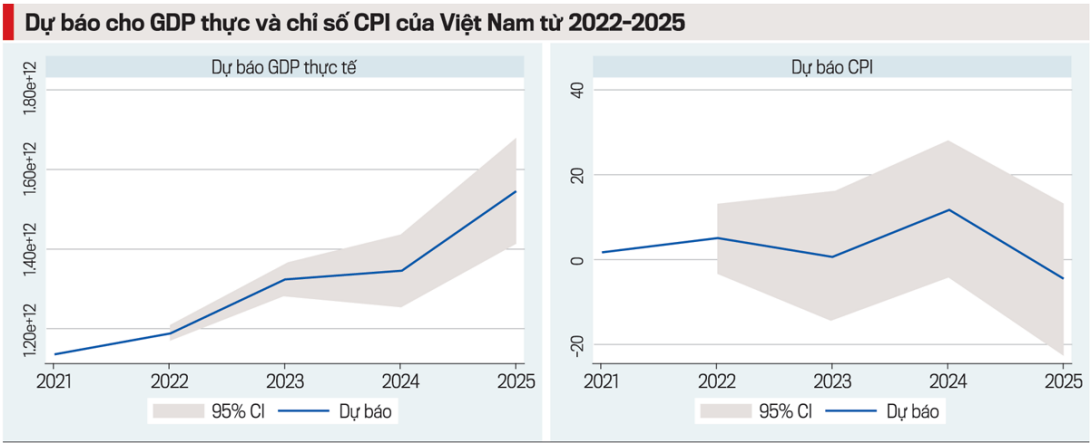
Chính sách tiền tệ có ảnh hưởng lớn đến sự ổn định của lạm phát và phát triển kinh tế của một quốc gia. Nếu chính sách tiền tệ được thiết kế và thực hiện đúng cách, nó có thể giúp kiểm soát lạm phát và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, nếu không được thực hiện một cách hiệu quả, nó có thể gây ra nhiều tác động tiêu cực đến nền kinh tế, bao gồm tăng cao lạm phát, suy giảm giá trị của đơn vị tiền tệ, giảm sức mua của người dân và doanh nghiệp, cũng như gây khó khăn cho việc kế hoạch tài chính của chính phủ. Chính vì vậy, việc nắm bắt những tác động của chính sách tiền tệ đối với lạm phát và tăng trưởng kinh tế có ý nghĩa thiết thực.

Thực trạng của chính sách tiền tệ đối với lạm phát và tăng trưởng kinh tế

Vào thời điểm cuối năm 2021 và đầu năm 2022, lạm phát lên cao nhất 40 năm gần đây. Các ngân hàng trung ương đều phải chuyển đổi chính sách tiền tệ. Từ nới lỏng chuyển sang thắt chặt chính sách tiền tệ để kiểm soát lạm phát. Thậm chí, FED đã tăng 4 lần lãi suất với mức tăng 0,75 điểm phần trăm mỗi lần. Trong khi đó, ở quá khứ hầu như Fed chỉ tăng 0,25 điểm phần trăm mỗi lần. Mặt bằng lãi suất toàn cầu bị đẩy lên rất cao làm cho đồng USD tăng giá lên mức cao nhất trong vòng 20 năm trở lại đây. Riêng trong năm 2021, chỉ số DXY đo sức mạnh đồng USD tăng tới 21%.

Dựa vào dự báo của mô hình dưới đây cùng với các diễn biến khó lường của kinh tế vĩ mô toàn cầu trong năm 2023, theo các nhà nghiên cứu, mức độ tăng trưởng GDP thực và lạm phát của Việt Nam sẽ ở mức lần lượt là 7% và 4,1% cho năm 2023. Lạm phát của Việt Nam có khả năng đạt đỉnh vào năm 2024 và sau đó sẽ giảm mạnh trong năm 2025. Về tăng trưởng kinh tế thì đồ thị dự báo cho thấy là xu hướng tăng trưởng kinh tế sẽ tiếp tục được duy trì tốt trong giai đoạn 2023-2025.

Điều này tạo nên áp lực khủng khiếp lên chính sách tiền tệ, không chỉ của Việt Nam mà tất cả lên các nước mới nổi. Theo các nhà phân tích, rất khó tránh được nguy cơ suy thoái kinh tế trong một chu kỳ thắt chặt tiền tệ mạnh mẽ, đặc biệt là khi lạm phát tăng một phần là do các yếu tố nằm ngoài tầm kiểm soát của FED, chẳng hạn như cuộc xung đột ở Ukraine và biện pháp phong tỏa để phòng chống dịch Covid-19 ở Trung Quốc.



Ảnh hưởng của chính sách tiền tệ đối với lạm phát

Chính sách tiền tệ của một quốc gia có thể ảnh hưởng đến mức độ lạm phát thông qua việc điều chỉnh lãi suất và cung tiền tệ. Việc tăng lãi suất thường làm giảm chi tiêu tiêu dùng và đầu tư của các doanh nghiệp, từ đó làm giảm áp lực tăng giá cả. Trong khi đó, việc giảm lãi suất và tăng cung tiền tệ có thể thúc đẩy sự tiêu dùng và đầu tư, tuy nhiên nếu không kiểm soát tốt có thể dẫn đến lạm phát. Ngoài ra, chính sách tiền tệ cũng có thể ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái, đặc biệt là khi quốc gia có chính sách tăng cung tiền tệ và giảm lãi suất. Tỷ giá hối đoái có thể ảnh hưởng đến giá nhập khẩu và giá xuất khẩu, từ đó làm tăng hoặc giảm giá cả.

Theo dự báo của các nhà nghiên cứu từ Fed, tỷ lệ lạm phát vào năm 2023 (6,4%) sẽ giảm nhiệt hơn so với năm 2022 (9,5%) nhưng vẫn ở mức cao hơn rất nhiều so với các năm trước đó (3-3,5%). Nguyên nhân chủ yếu đến từ chi phí tăng cao của các loại hàng hóa cơ bản của nền kinh tế như dầu thô, nguyên liệu sản xuất công nghiệp và thực phẩm. Giá dầu dự báo vào năm 2023 vẫn ở mức cao xấp xỉ 90 USD/thùng và chỉ giảm dần sau năm 2024. Giá nguyên liệu sản xuất và thực phẩm được dự báo sẽ giảm trong năm 2023 nhưng mức giảm chỉ ở mức thấp so với đà tăng trước đó trong các năm 2021 và 2022.

Tóm lại, chính sách tiền tệ có tác động đáng kể đến mức độ lạm phát trong nền kinh tế. Việc điều chỉnh lãi suất và cung tiền tệ cần được thực hiện một cách cân nhắc để tránh tình trạng lạm phát và ổn định giá cả trong nền kinh tế.

Ảnh hưởng của chính sách tiền tệ đối với tăng trưởng kinh tế

Thứ nhất, chi phí trả nợ cao hơn. Khi lãi suất tăng, người đi vay phải trả nhiều tiền hơn để thanh toán khoản tín dụng và các ngân hàng trở nên khắt khe hơn trong việc cung cấp khoản vay. Điều này đặt ra thách thức cho các công ty và làm chậm quá trình mở rộng kinh doanh sản xuất.

Thứ hai, áp lực đối với thị trường tài chính. Các chỉ số chứng khoán đã giảm trong những tuần gần đây, do lo ngại tốc độ tăng trưởng kinh tế chậm lại có nghĩa là người tiêu dùng sẽ giữ tiền mặt thay vì chi tiêu nhiều hơn, làm giảm thu nhập doanh nghiệp trong khi chi phí đi vay lại tăng lên.

Thứ ba, dựa vào cơ sở lý thuyết, nhiều nghiên cứu đã được thực hiện để kiểm định và đánh giá tác động của chính sách tiền tệ đến tăng trưởng kinh tế. Các nghiên cứu thực nghiệm này đã công bố nhiều kết quả khác nhau.

Kết quả nghiên cứu của Sean, M. (2019) cho thấy, các biến đại diện cho chính sách tiền tệ gồm cung tiền, lạm phát và tỷ giá có mối tương quan dương với tăng trưởng kinh tế tại Campuchia. Đối với biến lãi suất, kết quả kiểm định thể hiện mối tương quan ngược chiều với tăng trưởng kinh tế.

Nghiên cứu kiểm định tác động của chính sách tiền tệ đến tăng trưởng kinh tế tại Nigeria của tác giả Sulaiman (2014) đã ghi nhận về mối liên hệ giữa lãi suất, tỷ giá và tăng trưởng kinh tế, trong khi hệ số dự trữ tiền mặt và cung tiền có tác động không đáng kể và mối quan hệ này chỉ có một chiều, không có sự tác động ngược lại của GDP đến các biến số của chính sách tiền tệ.

Cùng đối tượng nghiên cứu là Nigeria, nghiên cứu của Nwoko (2016) thực hiện kiểm định "Mức độ hiệu quả trong việc sử dụng chính sách tiền tệ của Nigeria để kích thích tăng trưởng kinh tế" từ giai đoạn 1990 - 2011. Tác giả đã sử dụng mô hình hồi quy bội và phương pháp OLS để phân tích sự ảnh hưởng của mức cung tiền, giá trung bình, lãi suất và lực lượng lao động đối với GDP. Kết quả nghiên cứu cho thấy, chính sách tiền tệ có hiệu quả trong việc điều chỉnh tỷ lệ thất nghiệp, giá cả, sản lượng đầu ra và tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế. Cụ thể là mức giá trung bình và lực lượng lao động có tác động mạnh đến GDP và cung tiền có tác động đến GDP, lãi suất có tác động âm nhưng không đáng kể đến GDP.

Kết quả thu được cho thấy, lãi suất, tín dụng trong nước và cán cân thương mại có tác động cùng chiều đến tăng trưởng kinh tế trong dài hạn. Trong khi đó, cung tiền, lạm phát và tỷ giá hối đoái có tác động ngược chiều. Bên cạnh đó, thông qua việc sử dụng phương pháp phân tích chuỗi thời gian, một phát hiện mới của nghiên cứu cho thấy, tăng trưởng kinh tế trong quá khứ có tác động đến tăng trưởng kinh tế hiện tại trong ngắn hạn với độ trễ là 1 kỳ (1 năm). Từ các nghiên cứu thực nghiệm có thể thấy rằng, có nhiều kết quả thu thập khác nhau về mối quan hệ giữa chính sách tiền tệ và tăng trưởng kinh tế, cũng như xu hướng tác động của từng biến.

Giải pháp của chính sách tiền tệ đối với lạm phát và tăng trưởng kinh tế

Thứ nhất, Ngân hàng Nhà nước sẽ tiếp tục bám sát các Nghị quyết của Đảng, Quốc hội, Chính phủ, chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, đồng thời theo dõi sát diễn biến, tình hình kinh tế thế giới, trong nước để điều hành thận trọng, linh hoạt, đồng bộ các công cụ chính sách tiền tệ, phối hợp chặt chẽ với chính sách tài khóa và các chính sách kinh tế vĩ mô khác nhằm góp phần kiểm soát lạm phát khoảng 4,5%, ổn định kinh tế vĩ mô, bảo đảm các cân đối lớn của nền kinh tế.

Thứ hai, điều hành tăng trưởng tín dụng hợp lý phù hợp với diễn biến kinh tế vĩ mô, góp phần kiểm soát lạm phát, hỗ trợ phục hồi và tăng trưởng kinh tế; tập trung vốn vào các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, nhất là các lĩnh vực ưu tiên; kiểm soát tín dụng vào lĩnh vực rủi ro, nâng cao chất lượng tín dụng.

Thứ ba, từng bước giảm bội chi ngân sách theo hướng Chính phủ chỉ đầu tư các công trình cơ sở hạ tầng trọng điểm liên quan đến quốc kế dân sinh, khuyến khích khu vực kinh tế tư nhân tham gia đầu tư các công trình xây dựng cơ sở hạ tầng thông qua hình thức đối tác công tư (PPP).

Thứ tư, về bảo đảm an toàn hoạt động ngân hàng, xử lý nợ xấu, trong thời gian tới, NHNN tiếp tục đẩy mạnh các giải pháp về cơ cấu lại và xử lý nợ xấu, đặc biệt là sau khi Đề án cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng và xử lý nợ xấu giai đoạn 2021 - 2025 được các cấp có thẩm quyền phê duyệt, trọng tâm là tiếp tục chấn chỉnh, cơ cấu lại các TCTD yếu kém để lành mạnh hóa, nâng cao năng lực tài chính cả về quy mô và chất lượng, hiệu quả, bảo đảm an toàn hệ thống, đẩy mạnh xử lý nợ xấu nhằm tạo điều kiện cho các TCTD lành mạnh hóa tình hình hoạt động, nâng cao chất lượng tín dụng, năng lực tài chính và bảo đảm an toàn hệ thống các TCTD

Thứ năm, tiếp tục triển khai các giải pháp thúc đẩy chuyển đổi số hoạt động ngân hàng để áp dụng các mô hình kinh doanh mới và cung ứng các sản phẩm, dịch vụ công nghệ tiện ích, an toàn đáp ứng nhu cầu của người dân, doanh nghiệp; bảo đảm an ninh, an toàn hệ thống công nghệ thông tin trong ngành ngân hàng, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của khách hàng...

Tài liệu tham khảo:

https://mof.gov.vn

https://www.gso.gov.vn

Sean, M. (2019), The Impact of Monetary Policy on Economic Growth in Cambodia: Bayesian Approach. Journal of Management, Economics, and Industrial Organization, 16-34;

https://special.nhandan.vn/dieu-hanh-chinh-sach-tien-te-nam-2023/index.html

Những khó khăn và giải pháp trong việc quản lý thuế đối với hoạt động chuyển nhượng bất động sản tại thành phố Bắc Ninh

Tống Thị Ngọc Tâm - CQ58/22.03CLC

Thuế là khoản thu chủ yếu của Ngân sách Nhà nước, giúp tăng trưởng phát triển kinh tế - xã hội của người dân, thúc đẩy nguồn nhân lực, hiệu suất làm việc tăng lên. Đảm bảo công bằng xã hội thông qua điều tiết phần chênh lệch thu nhập giữa người giàu và người nghèo. Bằng cách trợ cấp hoặc cung cấp hàng hóa công cộng. Trong đó, thuế chuyển nhượng bất động sản là loại thuế trực thu, thu trực tiếp vào các hoạt động, các giao dịch bất động sản, có phạm vi ảnh hưởng sâu rộng, áp dụng đối với nhiều đối tượng, tác động nhiều mặt về kinh tế - chính trị - xã hội, bởi lẽ bất động sản bao gồm: đất đai - là tài sản quan trọng nhất của quốc gia. Đất đai và nhà cửa có một thị trường dành riêng cho chúng - thị trường bất động sản. Hiện nay, dân số ngày càng tăng cao kéo theo nhu cầu về đất ở và nhà ở cũng tăng cao, điều này kéo theo nhu cầu chuyển nhượng bất động sản cũng gia tăng. Bởi lẽ, "tấc đất là tấc vàng" nên việc quản lý thuế đang phải đối mặt với áp lực của nhiệm vụ thu thuế cộng với sự gia tăng về số lượng, quy mô người nộp thuế trong khi nguồn quản lý thuế có hạn. Thực tiễn trong những năm qua, lợi dụng kẽ hở của chính sách tình trạng mua bán, chuyển nhượng bất động sản hai giá (*giá chuyển nhượng thực tế cao nhưng ghi trong hợp đồng chuyển nhượng giá thấp*) để trốn thuế diễn ra khá phổ biến ở các tỉnh thành trên cả nước, gây thất thu không nhỏ cho ngân sách nhà nước. Hầu hết các hợp đồng chuyển nhượng bất động sản đều có giá trị thực tế cao nhưng đa phần các bên tham gia đều thỏa thuận ghi giá trong hợp đồng chuyển nhượng thấp hơn rất nhiều hoặc chỉ bằng giá quy định của Ủy ban nhân dân tỉnh dẫn đến việc kê khai không đúng giá trị thực tế, gây khó khăn trong việc tính thuế, làm giảm số thuế phải nộp. Trong những năm gần đây với sự phát triển nhanh chóng của nền kinh tế, thì quá trình đô thị hóa tại thành phố Bắc Ninh diễn ra với tốc độ khá cao, nhu cầu sử dụng đất của người dân ngày càng tăng cao, thị trường bất động sản ngày càng sôi động và phát triển đi cùng với đó là nhu cầu về việc mua bán, chuyển nhượng quyền sử dụng đất, tài sản gắn liền với đất diễn ra ngày càng sôi động với số lượng giao dịch lớn, tiềm ẩn nhiều rủi ro, thất thu thuế từ lĩnh vực này cũng sẽ tăng lên. Do đó, tăng cường quản lý thuế chuyển nhượng bất động sản là việc làm hết sức cần thiết để tăng thu ngân sách nhà nước trên địa bàn.

Thực trạng quản lý thuế đối với hoạt động chuyển nhượng bất động sản

Theo quy định pháp luật thuế hiện hành, thuế thu nhập cá nhân đối với thu nhập từ chuyển nhượng bất động sản được xác định như là Giá chuyển nhượng x Thuế suất 2%. Cụ thể, giá chuyển nhượng được quy định tại Điều 17, Thông tư số 92/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính như sau: "Giá chuyển nhượng đối với chuyển nhượng quyền sử dụng đất không có công trình xây dựng trên đất là giá ghi trên hợp đồng chuyển nhượng tại thời điểm chuyển nhượng. Trường hợp trên hợp đồng chuyển nhượng không ghi giá hoặc giá trên hợp đồng chuyển nhượng thấp hơn giá đất do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quy định tại thời điểm chuyển nhượng thì giá chuyển nhượng được xác định theo bảng giá đất do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quy định tại thời điểm chuyển nhượng…". Lợi dụng quy định này, người nộp thuế có thể kê khai trên các hồ sơ chuyển nhượng không đúng giá trị thực tế làm giảm số thuế phải nộp.

Để giảm thiểu tình trạng này, Chi cục thuế thành phố Bắc Ninh đã có công văn số 828/CCT-TTTBTK ngày 11/3/2022 đề nghị các ngành phối hợp chống thất thu thuế trong hoạt động chuyển nhượng bất động sản. Sau 6 tháng triển khai việc tuyên truyền, hướng dẫn người dân và doanh nghiệp khi kê khai trên hợp đồng công chứng giá chuyển nhượng kê khai đúng giá thực tế mua bán để làm căn cứ tính thuế theo quy định của pháp luật, cũng là bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người nộp thuế khi xảy ra tranh chấp, Chi cục thuế thành phố Bắc ninh đã đạt được những kết quả khá tích cực, cụ thể: tăng thu cho Ngân sách Nhà nước được 56,7 tỷ đồng tiền thuế thu nhập cá nhân và lệ phí trước bạ, trong đó:

Qua công tác tuyên truyền, giải thích, vận động đấu tranh đã có 905 trường hợp tự kê khai điều chỉnh tăng giá trị chuyển nhượng, làm tăng thu 29,7 tỷ đồng tiền thuế thu nhập cá nhân và lệ phí trước bạ.

Thông qua việc tuyên truyền của cơ quan thuế đã tạo sự tác động lan tỏa đến ý thức của người dân tự giác kê khai tăng giá trị trên các hợp đồng chuyển nhượng, theo thống kê đã có 1.025 trường hợp đã ghi giá trên hợp đồng tăng so với giá Ủy ban nhân dân tỉnh là 1,116 tỷ đồng, tương ứng tăng 27 tỷ đồng tiền thuế thu nhập cá nhân và lệ phí trước bạ.

Bảng 1. Số thu của một số sắc thuế chuyển nhượng bất động sản

	Thu nhập cá nhân	**Lệ phí trước bạ**
2021	108,3 tỷ đồng	33,9 tỷ đồng
2022	127 tỷ đồng	42,7 tỷ đồng

Nguồn: Chi cục Thuế thành phố Bắc Ninh

Từ số liệu trên ta thấy số thu của các sắc thuế chuyển nhượng bất động sản đều tăng lên vào năm 2022, cụ thể: thuế thu nhập cá nhân tăng 17% và lệ phí trước bạ tăng 26% so với năm trước.

Với những kết quả trên Chi cục thuế thành phố Bắc Ninh, tập thể cán bộ công chức đội tuyên truyền hỗ trợ trước bạ và thu khác, cán bộ công chức trực tiếp tham gia công tác tuyên truyền đấu tranh chống thất thu thuế đối với hoạt động kinh doanh chuyển nhượng bất động sản được Cục thuế tỉnh Bắc Ninh, Ủy ban nhân dân thành phố ghi nhân và tặng bằng khen.

Những thách thức, khó khăn trong quản lý thuế với hoạt động chuyển nhượng bất động sản

Một là, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của công chức thuế còn hạn chế. Do việc không được đào tạo chuyên sâu về bất động sản mà chỉ được đào tạo về tài chính, cho nên nhận thức của một số công chức thuế về chuyển nhượng bất động sản còn hạn chế, chưa cập nhật đầy đủ các kiến thức, kinh nghiệm mới để theo kịp sự phát triển của nền kinh tế, sẽ dẫn tới sự yếu kém trong công tác tuyên truyền, phổ biến chính sách thuế đến mọi người dân, đồng thời dẫn đến những sai phạm trong quá trình quản lý thu thuế; tính thuế, quyết toán thuế…

Hai là, sự phối hợp của các ngành các cấp với cơ quan Thuế trong công tác quản lý thuế, trong việc tuyên truyền pháp luật thuế, tạo điều kiện thuận lợi cho người nộp thuế, xử lý các sai phạm pháp luật về thuế… theo quy định của Luật Quản lý thuế có lúc, có nơi chưa thường xuyên, chặt chẽ, làm giảm hiệu quả của công tác quản lý thuế.

Ba là, tính tuân thủ của người nộp thuế còn thấp, từ việc kê khai hồ sơ khai thuế cho đến việc nộp thuế. Người nộp thuế hoặc vô tình, hoặc do cố ý mà còn chưa chấp hành pháp luật thuế, trốn thuế, lậu thế.

Bốn là, công nghệ thông tin áp dụng vào công tác quản lý còn hạn chế, chương trình phần mền quản lý còn bị chia tách, chưa tích hợp được nhiều loại thuế vào, cập nhật những chính sách mới vào chương trình còn chậm so với thực tế, nhiều tình huống phát sinh thực tế mà chương trình phần mền của cơ quan thuế chưa thể xử lý được, gây khó khăn cho công tác quản lý thuế chuyển nhượng bất động sản.

Năm là, thiếu cơ sở dữ liệu về giá mang tính pháp lý để áp giá khi đấu tranh, trong khi đó thủ tục ấn định thuế quá phức tạp, thiếu tính khả thi, nguyên do cơ quan thuế không có chức năng điều tra nên việc thu thập thông tin làm căn cứ ấn định thuế gặp nhiều khó khăn.

Một số kiến nghị, giải pháp đề xuất cho quản lý thuế

Thứ nhất, hoàn thiện bộ máy và tăng cường hiệu lực hoạt động của Chi cục trong công tác quản lý thuế chuyển nhượng bất động sản. Chi cục thuế thành phố Bắc Ninh cần phân định rõ chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn của mỗi Đội thuế trong Chi cục thuế, để không bị chồng chéo trong quản lý. Đội Tuyên truyền hỗ trợ thì thực hiện nhiệm vụ chính là giải đáp thắc mắc về chính sách thuế chuyển nhượng bất động sản,

Đội thuế Thu nhập cá nhân và lệ phí trước bạ thực hiện nhiệm vụ đôn đốc thu nộp vào ngân sách các loại thuế chuyển nhượng bất động sản, Đội Kê khai - Kế toán - Tin học thực hiện lập bộ, in thông báo thuế và quản lý thông tin về người nộp thuế do người nộp thuế tự khai tự nộp lên Chi cục thuế. Ngoài ra cần có sự phối hợp giữa các Đội, có như vậy thông tin mới xuyên suốt và hiệu quả quản lý thuế chuyển nhượng bất động sản mới cao.

Thứ hai, nâng cao phẩm chất đạo đức và trình độ chuyên môn về bất động sản của đội ngũ cán bộ công chức thuế. Bởi vì để công tác quản lý thu thuế chuyển nhượng bất động sản được thực hiện tốt thì con người luôn là trung tâm, là yếu tố quan trọng nhất việc giáo dục, rèn luyện phẩm chất đạo đức của công chức thuế là vô cùng cần thiết và quan trọng. Do đặc thù công việc thường xuyên phải giải quyết vấn đề lợi ích kinh tế giữa đối tượng nộp thuế và nhà nước, để thực hiện hành vi gian lận thuế được trót lọt, không bị phát hiện, người nộp thuế có thể mua chuộc, cám dỗ, san sẻ lợi ích vật chất cho công thuế. Vì vậy, nếu bản lĩnh, phẩm chất đạo đức công chức thuế không tốt sẽ dẫn đến vi phạm pháp luật hoặc thiếu tinh thần trách nhiệm để lọt hành vi vi phạm pháp luật, gây thất thu Ngân sách nhà nước.

Thứ ba, tăng cường phối hợp với các Ủy ban nhân dân các cấp, các cơ quan đơn vị có liên quan trong việc tuyên truyền sâu rộng đến người dân trên địa bàn hiểu rõ hơn về chính sách pháp luật thuế, đặc biệt là chính sách liên quan đến hoạt động chuyển nhượng bất động sản; cơ quan tiếp nhận hồ sơ theo cơ chế một cửa liên thông có trách nhiệm tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật và hướng dẫn người dân thực hiện kê khai đúng giá chuyển nhượng thực tế khi đi làm các thủ tục về đất đai.

Thứ tư, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ tin học vào quản lý thuế chuyển nhượng bất động sản, cụ thể: phối hợp kết nối mạng thông tin thu nộp thuế giữa các cơ quan: Thuế, Hải quan, Kho bạc, Tài chính và các cơ quan khác có liên quan; Nâng cấp và mở rộng hệ thống mạng và hạ tầng kỹ thuật công nghệ thông tin toàn ngành thuế theo công nghệ mới, đã thực hiện quản lý hệ thống thông suốt, đảm bảo sẵn sàng và an toàn cho hệ thống thông tin toàn ngành Thuế.

Thứ năm, tiếp tục tham mưu Ủy ban nhân nhân tỉnh chỉ đạo các ngành nhanh chóng xây dựng giá đất, hệ số điều chỉnh sát với giá giao dịch thực tế trên thị trường; Xây dựng cơ sở dữ liệu giá giao dịch bất động sản để công khai tạo thuận lợi cho người nộp thuế.

Tài liệu tham khảo:

Các báo cáo của Chi cục thành phố.

Thông tư số 92/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính ngày 15/6/2015

https://infina.vn/blog/thue-la-gi/

https://bacninh.gov.vn/news/-/details/20182/chong-that-thu-thue-trong-hoat-ong-kinh-doanh-chuyen-nhuong-bat-ong-san-39905326

https://bacninh.gdt.gov.vn/wps/portal

Triển khai mô hình hải quan số ở Việt Nam

Phạm Thị Hồng Ngọc - CQ58/11.06

Với vai trò "người gác cửa nền kinh tế", thời gian qua ngành Hải quan đã không ngừng nỗ lực thực hiện tốt công tác quản lý nhà nước về hoạt động hải quan, đảm bảo dòng chảy thương mại, thu ngân sách nhà nước, đấu tranh chống buôn lậu, bảo vệ chủ quyền, lợi ích quốc gia. Trong giai đoạn tới, với mục đích góp phần xây dựng Chính phủ điện tử ở Việt Nam và Chiến lược phát triển hải quan đến năm 2030, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 628/QĐ-TTg ngày 20/05/2022 nhằm số hoá hoạt động hải quan, triển khai hải quan xanh. Mục tiêu là xây dựng Hải quan Việt Nam chính quy, hiện đại, ngang tầm hải quan các nước phát triển trên thế giới. Theo kế hoạch chuyển đổi số ngành Hải quan đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, tất cả mọi người dân có thể thực hiện thủ tục hải quan mọi lúc - mọi nơi - trên mọi phương tiện.

Theo Tổ chức Hải quan thế giới (WCO), *"Hải quan số có nghĩa là sử dụng các hệ thống kỹ thuật số để thu nhập và bảo vệ thuế hải quan, để kiểm soát luồng hàng hóa, con người, phương tiện vận chuyển và tiền bạc, đồng thời bảo đảm thương mại xuyên biên giới khỏi tội phạm, bao gồm cả khủng bố quốc tế tiếp tục đứng đầu trên toàn cầu"*.

Việc triển khai mô hình hải quan số đem lại lợi ích to lớn, như:

Đối với ngành Hải quan, hải quan số sẽ giúp đổi mới căn bản, toàn diện, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước, nâng cao năng suất lao động của cán bộ công chức; cải thiện môi trường kinh doanh, tạo thuận lợi, giảm chi phí cho người dân, doanh nghiệp trong quá trình làm thủ tục hải quan. Đặc biệt, việc chuyển đổi số tự động, linh hoạt, xử lý thông tin kịp thời và nhanh chóng giúp cho việc thực hiện thủ tục hải quan được thực hiện hoàn toàn trên môi trường số, mọi lúc, mọi nơi, mọi phương tiện thông qua hệ thống công nghệ thông tin (CNTT) và nguồn dữ liệu lớn với sự hỗ trợ mạnh mẽ của các công nghệ mới như: Trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data)...

Đối với doanh nghiệp, việc thực hiện hải quan số mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp như (i) Thời gian thông quan hàng hóa nhanh chóng, giảm chi phí logistics, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp; (ii) Tạo thuận lợi cho doanh nghiệp trong quá trình làm thủ tục, cho phép doanh nghiệp khai báo và thực hiện thủ tục hải quan mọi lúc, mọi nơi, trên mọi phương tiện; (iii) Nâng cao tính minh bạch, phòng chống tham nhũng, doanh nghiệp dễ dàng theo dõi tiến trình xử lý của các cơ quan quản lý nhà nước trong chuỗi cung ứng.

Đối với các bộ, ngành và các bên liên quan, hải quan số góp phần nâng cao năng lực quản lý, nâng cao hiệu quả và tính minh bạch trong quản lý của các bộ, ngành, thúc đẩy hình thành Chính phủ điện tử, Chính phủ số ở Việt Nam. Các bộ, ngành cùng với cơ quan hải quan nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với các lô hàng xuất khẩu, nhập khẩu trong quá trình làm thủ tục hải quan, thông quan và sau khi thông quan...

Thực trạng triển khai mô hình hải quan số ở Việt Nam hiện nay

Theo đánh giá, giai đoạn 2011-2020, thực hiện Chiến lược phát triển Hải quan tới năm 2020, ngành Hải quan đã đạt được những thành tựu tích cực, tạo ra bước phát triển đột phá cho Hải quan Việt Nam, đưa cơ quan Hải quan trở thành một trong những đơn vị đi đầu về cải cách thủ tục hành chính, ứng dụng công nghệ thông tin và đổi mới phương thức quản lý. Nhờ đó, rút ngắn thời gian thông quan và chi phí thực hiện thủ tục hải quan, tạo thuận lợi cho hoạt động thương mại quốc tế, góp phần quan trọng nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về hải quan. Một số thành tựu nổi bật, như sau:

Ngành Hải quan đã xây dựng hệ thống chính sách pháp luật hải quan đầy đủ, hoàn thiện theo hướng hiện đại, đồng bộ, tuân thủ chủ trương cải cách thủ tục hành chính và các chuẩn mực, cam kết quốc tế. Luật Hải quan số 54/2014/QH13 và các văn bản hướng dẫn thi hành đã đặt nền tảng cho việc đổi mới toàn diện hoạt động hải quan, tạo cơ sở pháp lý để thực hiện phương pháp quản lý hải quan hiện đại theo nguyên tắc áp dụng quản lý rủi ro trong toàn bộ hoạt động kiểm tra, giám sát hải quan, hướng tới quản lý doanh nghiệp, phù hợp với yêu cầu mục tiêu chung của cải cách nền hành chính quốc gia; đảm bảo đúng định hướng của Đảng và Nhà nước, tính thống nhất, toàn vẹn trong hệ thống pháp luật quốc gia.

Thủ tục hải quan được đơn giản hóa, hài hòa hóa, các chế độ quản lý hải quan được chuẩn hóa phù hợp với Công ước Kyoto (là Công ước quốc tế về hài hoà và đơn giản hoá thủ tục hải quan) sửa đổi; hệ thống xác định trước giá trị hải quan, phân loại hàng hóa và xuất xứ hàng hóa đã được xây dựng và phát triển phù hợp với hướng dẫn của Tổ chức Hải quan thế giới; phương thức thực hiện thủ tục hải quan được thay đổi căn bản, chuyển từ phương thức thủ công sang phương thức điện tử, thủ tục hải quan điện tử.

Công tác quản lý rủi ro đã được áp dụng trong các hoạt động nghiệp vụ hải quan. Theo đó, ngành Hải quan đã thực hiện kiểm tra, giám sát, kiểm soát bằng hệ thống camera, seal định vị, máy soi container, hệ thống tàu, thuyền công suất lớn, hiện đại... Các biện pháp, kỹ thuật nghiệp vụ quản lý rủi ro ngày càng được chú trọng, từng bước phát triển có chiều sâu, được triển khai đồng bộ, thống nhất, đảm bảo vai trò xử lý phân luồng thông suốt 24/7, đáp ứng yêu cầu cho việc tự động hóa, điện tử hóa thủ tục hải quan.

Công tác kiểm tra sau thông quan đã được triển khai mạnh mẽ, từng bước đáp ứng yêu cầu chuyển từ tiền kiểm sang hậu kiểm theo hướng chuẩn mực.

Công tác quản lý thuế đã đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế, khuyến khích phát triển sản xuất kinh doanh, xuất khẩu, cải thiện môi trường kinh doanh, tăng năng lực cạnh tranh quốc gia, thực hiện đầy đủ các cam kết quốc tế về cắt giảm thuế quan, sử dụng hàng rào kỹ thuật, tuân thủ đầy đủ các Hiệp định, Công ước quốc tế… về áp dụng phán quyết trước trong hoạt động hải quan.

Công tác chống buôn lậu, gian lận thương mại, vận chuyển trái phép hàng hóa qua biên giới được triển khai đồng bộ, quản lý chặt chẽ các địa bàn trọng điểm, góp phần bảo đảm an ninh, an toàn hàng hóa ra vào biên giới, tạo điều kiện cạnh tranh bình đẳng cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

Đặc biệt, việc ứng dụng công nghệ thông tin đã có bước tiến nhảy vọt. Ngành Hải quan đã xây dựng hệ thống công nghệ thông tin hiện đại, cốt lõi là hệ thống thông quan điện tử tự động VNACCS/VCIS và áp dụng vận hành thành công các hệ thống e-Manifest (trao đổi thông tin trước khi hàng đến), e-Payments (thanh toán thuế điện tử), e-C/O, e-Permits (thực hiện qua Cơ chế một cửa quốc gia và Cơ chế một cửa ASEAN), VASSCM (giám sát tự động). Cụ thể như việc triển khai Hệ thống VASSCM thông qua việc kết nối, trao đổi thông tin với doanh nghiệp kinh doanh cảng, sân bay, kho bãi, địa điểm chịu sự giám sát hải quan đã đánh dấu bước triển khai mạnh mẽ công tác giám sát theo quy định của Luật Hải quan; làm thay đổi căn bản phương thức giám sát thủ công sang điện tử, nhằm tăng cường vai trò, trách nhiệm của doanh nghiệp kinh doanh cảng, sân bay, kho bãi, địa điểm chịu sự giám sát hải quan.

Ngoài ra, việc đẩy mạnh và tăng cường mối quan hệ đối tác Hải quan - Doanh nghiệp ngày càng đi vào thực chất, góp phần giám sát thực thi pháp luật và hợp tác nâng cao hiệu quả quản lý hải quan.

Bên cạnh những kết quả đạt được, trong quá trình triển khai mô hình vẫn còn gặp nhiều thách thức như:

Một là, mạng lưới các cơ quan triển khai, ứng dụng hải quan số của Hải quan Việt Nam còn kém hiệu quả, hoạt động manh mún, đầu tư chưa xứng tầm với tiềm năng. Hệ thống dịch vụ khoa học và công nghệ đáp ứng hải quan số còn yếu về cơ sở hạ tầng và năng lực cung ứng, chưa đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế. Hơn nữa, tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 khiến Hải quan Việt Nam đứng trước yêu cầu thay đổi cách tiếp cận của người dân đối với Chính phủ, đặc biệt là Chính phủ số và lĩnh vực Hải quan số. Quá trình này kéo theo áp lực và thách thức đối với các nhà lập pháp, giám đốc điều hành và cơ quan tư pháp trong việc thích ứng với môi trường mới.

Hai là, hệ thống CNTT hiện nay chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu quản lý nhà nước về hải quan trong điều kiện trong nước và quốc tế có nhiều thay đổi, khắc phục một số lĩnh vực quản lý nhà nước về hải quan chưa ứng dụng hết CNTT và tự động hóa như thanh tra, kiểm tra, miễn hoàn thuế ..., nhất là đáp ứng yêu cầu của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, cần xây dựng lại hệ thống CNTT, thay thế bằng hệ thống CNTT mới.

Ba là, hải quan số đòi hỏi nguồn nhân lực chất lượng cao. Trong khi đó, hiện nay, với nguồn lực quốc gia hạn chế, Hải quan Việt Nam khó có thể cạnh tranh với thế giới trong thị trường giáo dục ngày càng năng động. Ngân sách nhà nước đầu tư cho khoa học và công nghệ thấp. Bình quân, khoản đầu tư này với kinh phí khoảng 1,4-1,85% tổng chi NSNN, chiếm 0,4 đến 0,6% GDP. Sự tồn tại của các dịch vụ giáo dục kém chất lượng đã ảnh hưởng không nhỏ đến nền giáo dục Việt Nam. Sự mâu thuẫn giữa nhu cầu học tập của nhân dân và yêu cầu nâng cao chất lượng giáo dục ngày càng cao, trong khi khả năng phát triển kinh tế - xã hội của ngành giáo dục và trình độ phát triển kinh tế - xã hội của đất nước còn hạn chế…

Giải pháp tăng cường triển khai mô hình hải quan số ở Việt Nam

Thứ nhất, cơ quan Hải quan xác định mục tiêu và kế hoạch đồng bộ các giải pháp hướng đến mục tiêu hải quan phi giấy tờ trong năm 2022 và xây dựng thành công hải quan số, hải quan thông minh trong những năm tiếp theo.

Thứ hai, xây dựng nền tảng Hải quan số dựa trên ứng dụng dữ liệu lớn (big data); hướng tới kết nối với các bên thông qua việc chia sẻ dữ liệu và các nền tảng số hóa để tạo các dịch vụ Hải quan số; ứng dụng tối đa các công nghệ mới của cuộc cách mạng 4.0 để chủ động phấn đấu là đơn vị đi đầu trong kế hoạch chung về chuyển đổi số của Chính phủ, phấn đấu trở thành cơ quan Hải quan số hàng đầu trên thế giới trong giai đoạn 2026-2030.

Thứ ba, tăng cường cải thiện môi trường pháp lý; hoàn thiện, nâng cao chất lượng hạ tầng số; phát triển các nền tảng về CNTT; Phát triển cơ sở dữ liệu; Phát triển các ứng dụng, dịch vụ; Bảo đảm an toàn thông tin; Phát triển nguồn nhân lực...

Thứ tư, đẩy mạnh công tác truyền thông, nâng cao nhận thức, kỹ năng số, tăng cường tương tác với người dân, doanh nghiệp; đẩy mạnh việc nghiên cứu và làm chủ các công nghệ then chốt của Cách mạng công nghiệp 4.0; thu hút nguồn lực công nghệ thông tin; giải pháp về mặt tài chính.

Thứ năm, tăng cường phối hợp với các cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức có liên quan để thực hiện hiệu quả triển khai ứng dụng CNTT trong lĩnh vực hải quan; thường xuyên, định kỳ kiểm tra, đánh giá tình hình triển khai chuyển đổi số và những vấn đề còn tồn tại để có các giải pháp điều chỉnh kịp thời.

Tài liệu tham khảo:

Gia Linh (2022), "Chiến lược phát triển Hải quan đến năm 2030 - Hướng tới mô hình hải quan số, hải quan xanh", Tạp chí con số sự kiện;

Thái Bình (2022), "Mô hình Hải quan thông minh trong Kế hoạch chuyển đổi số hải quan", Hải quan Online (Tạp chí của Tổng cục Hải quan);

Hoài Thu (2022), "Ngành Hải quan hướng tới Mô hình Hải quan thông minh", Cổng Thông tin Điện tử Bộ Tài chính, website: https://mof.gov.vn;

Minh Phương (2023), "Hải quan Việt Nam: Chuyển đổi số tạo nền tảng hướng tới chính quy, hiện đại", Báo Điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam.

Ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo đến nghề nghiệp kiểm toán độc lập trong tương lai

Đỗ Ngọc Huyền - CQ57/21.10

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, nhất là sự phát triển mạnh mẽ của Cách mạng công nghiệp 4.0, việc ứng dụng công nghệ thông tin ngày càng cần thiết. Với tiềm năng vô cùng lớn đó, công nghệ số nói riêng và Artificial Intelligence nói chung càng nhận được sự quan tâm. AI có thể tự động hoá các hệ thống phán đoán cũng như các hệ thống cần có sự can thiệp của con người. Chính vì yếu tố này đã đem đến cho nghề kiểm toán trong tương lai một làn gió mới, một hướng phát triển tích cực. Tuy nhiên, việc áp dụng rộng rãi Artificial Intelligence trong kinh doanh và kế toán vẫn còn ở giai đoạn đầu. Do xuất phát từ nhiều hạn chế như cơ sở vật chất và đặc biệt là sự tiếp nhận. Những người ủng hộ cuộc cách mạng Artificial Intelligence coi sự phát triển này là một bước tiến và sẵn sàng đón nhận những thách thức mới trong tương lai, nhưng những người phản đối lại coi đó là một bước lùi vì nhiều kế toán, kiểm toán viên sẽ không thích nghi được với môi trường kinh doanh mới này và sẽ tụt lại phía sau.

Một số nghiên cứu tập trung vào cách Artificial Intelligence đang được sử dụng trong kiểm toán. Chẳng hạn, Schulenberg (2007) đã điều tra cách Artificial Intelligence đang được sử dụng trong kiểm toán thông qua "Kiểm toán nhận thức". Kiểm toán nhận thức là một quy trình vi tính hóa sử dụng Artificial Intelligence để giúp kiểm toán viên tìm ra các lỗi và vấn đề trong báo cáo tài chính. IBM đã tạo ra phương pháp kiểm toán nhận thức, sử dụng các thuật toán máy học để hỗ trợ kiểm toán viên xác định các lỗi và điểm bất thường trong báo cáo tài chính (Schulenberg 2007). Một nghiên cứu khác (Gentner và cộng sự 2018) xác nhận rằng Artificial Intelligence đang được sử dụng trong kiểm toán để giúp kiểm toán viên tìm ra các lỗi và vấn đề trong báo cáo tài chính nhanh hơn. Nó cũng đang được sử dụng để giúp kiểm toán viên xác định các mẫu trong dữ liệu và đưa ra dự đoán hoặc quyết định. Chassignol và cộng sự. (2018) tập trung vào việc sử dụng Artificial Intelligence để giúp kiểm toán viên xác định và ngăn chặn gian lận. Artificial Intelligence có thể được sử dụng để xác định các mẫu trong dữ liệu có thể cho thấy gian lận đang diễn ra. Điều này sau đó có thể được sử dụng để điều tra thêm vấn đề và bắt giữ những người chịu trách nhiệm. Artificial Intelligence có tiềm năng to lớn để cải thiện quy trình kiểm toán tổng thể, vì nó có thể tăng tốc quá trình lên rất nhiều và giúp đảm bảo rằng các cuộc kiểm toán được thực

hiện chính xác và hiệu quả. Khi Artificial Intelligence tiếp tục phát triển, vai trò của nó trong kiểm toán có thể sẽ càng trở nên quan trọng hơn.

Tại Việt Nam, việc ứng dụng Artificial Intelligence thông qua sử dụng phần mềm kế toán đã giúp công việc kế toán trở nên dễ dàng, nhanh chóng, kịp thời và là công cụ không thể thiếu trong quản lý doanh nghiệp. Việc xây dựng các trung tâm dữ liệu lớn, giúp cho việc phân tích và quản lý dữ liệu trong lĩnh vực kế toán ngày càng có nhiều thuận lợi. Việc thu thập thông tin, xử lý thông tin, cung cấp thông tin, lưu trữ và bảo quản chứng từ, thông tin kế toán được giải quyết với sự hỗ trợ của công nghệ đám mây giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí. Công nghệ này có thể xử lý một lượng lớn dữ liệu và cũng có thể thực hiện đồng thời nhiều tác vụ để đạt được kết quả mong muốn. Bên cạnh những lợi ích, việc tiếp cận công nghệ mới là khó khăn không nhỏ đối với các công ty Việt Nam nói chung và đội ngũ kế toán nói riêng. Tại Việt Nam, số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm hơn 90%. Đầu tư vốn để nâng cấp công nghệ và đào tạo đội ngũ kế toán là vấn đề cần cân nhắc khi các doanh nghiệp vẫn đang cân đối giữa số vốn bỏ ra và hiệu quả mang lại khi quy mô chưa thực sự lớn. Ngoài ra, việc đầu tư vào công nghệ để trở thành công cụ đắc lực cho công tác kế toán và điều hành doanh nghiệp là điều không thể thực hiện ngay được. Ngoài ra, các công ty không thể đơn giản đưa vào một đội ngũ kế toán mới am hiểu công nghệ thay cho đội ngũ hiện tại, họ cần được đào tạo để nâng cao hiểu biết về cách vận hành hệ thống công nghệ.

Định hướng vận dụng trí tuệ nhân tạo vào các tác vụ kiểm toán báo cáo tài chính

Tại Hội nghị triển khai công tác năm 2021 do Kiểm toán Nhà nước (KTNN) tổ chức, Tổng KTNN đã báo cáo về một số hoạt động của KTNN trong năm vừa qua, một trong các hoạt động đáng chú ý là KTNN đã tập trung vào việc phát triển, mở rộng việc ứng dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo trong hoạt động kiểm toán. Điển hình như là nghiên cứu và phát triển 18 phần mềm phục vụ, hỗ trợ hoạt động kiểm toán của kiểm toán viên như là: phần mềm nhật ký điện tử online kiểm soát hoạt động của các kiểm toán viên từ xa, phần mềm tổng hợp kết quả kiểm toán, phần mềm kiểm toán đầu tư xây dựng cơ bản, xây dựng trung tâm dữ liệu để thực hiện thu thập thông tin các đơn vị kiểm toán\. Như vậy, có thể thấy KTNN đã đề cao giá trị hữu ích của công nghệ thông tin, AI trong việc giám sát và kiểm toán hoạt đông tài chính của một đơn vị.

Bên cạnh đó tại nghiên cứu của KPMG (2014), AI được sử dụng bởi các kiểm toán viên trong hoạt động kiểm toán báo cáo tài chính theo ba khía cạnh: tự động số, phân tích dự đoán và phân tích nhận thức.

• Tự động số: cho phép khai thác thông tin hiệu quả từ hệ thống của công ty để đánh giá các tập dữ liệu lớn hơn và tiến hành phân tích chi tiết hơn các bằng chứng

cơ bản. Điều này hỗ trợ kiểm toán viên khả năng đánh giá rủi ro kiểm soát, xác định các giao dịch duy nhất và xác định dữ liệu chính xác hoặc các bất thường.

• Phân tích dự đoán: Sử dụng dữ liệu được thu thập trong cuộc kiểm toán và kết hợp nó với phân tích dữ liệu ngành hoặc thị trường giúp hiểu sâu hơn và chắc chắn hơn về các rủi ro kinh doanh tiềm ẩn. Điều này có thể thực hiện được bằng công nghệ robot và máy học.

• Phân tích nhận thức: Về cơ bản, sẽ ảnh hưởng đến cách thông tin được kiểm toán thế nào, bằng cách cho phép phân tích khối lượng lớn dữ liệu có cấu trúc và dữ liệu phi cấu trúc, do đó, kiểm toán viên đào sâu vào thông tin tài chính để kiểm toán chi tiết và toàn diện hơn.

Ngoài ra, ứng dụng công nghệ AI đến quy trình thực hiện kiểm toán so với kiểm toán truyền thống có nhiều điểm khác biệt. Điển hình như là trong việc lập hồ sơ kiểm toán (HSKT). HSKT đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý và đảm bảo đến chất lượng của cuộc kiểm toán. Kiểm toán viên (KTV) cần ghi chép đầy đủ, chính xác, làm cơ sở cho các phát hiện, ý kiến và đề xuất của họ trong HSKT.

Ở các công ty kiểm toán Việt Nam hiện nay, HSKT thường được ghi chép thủ công hoặc lập trên các phần mềm văn phòng và lưu giữ chúng trên mạng máy tính nội bộ của công ty. Tuy nhiên, theo D.Zitting (2014) với việc áp dụng quy trình truyền thống vào việc lập HSKT vẫn còn tồn tại nhiều nhược điểm:

• HSKT không ghi chép đầy đủ các nội dung kiểm toán cần thiết;

• Dễ xảy ra sai sót do các KTV có thể tạo ra nhiều phiên bản khác nhau của cùng một tài liệu, dẫn đến việc cập nhật, chia sẻ các phiên bản HSKT lỗi hoặc không cập nhật;

• Khó khăn trong việc kiểm soát quyền tiếp cận đến các HSKT;

• Khi khối lượng công việc tăng lên, đặc biệt là với các cuộc kiểm toán lớn, thì việc lập giấy tờ kiểm toán truyền thống như vậy khiến cho việc ghi chép các hồ sơ còn khá rời rạc, khó quản lý và ảnh hưởng nhất định tới chất lượng kiểm toán.

Để giải quyết những hạn chế trên, một trong những giải pháp tối ưu đối với các KTV là sử dụng các phần mềm lập HSKT chuyên nghiệp. Các phần mền này không chỉ hỗ trợ việc lập HSKT mà còn trợ giúp cho việc quản lý công việc kiểm toán. Các phần mềm này có thể tích hợp các bước và các thủ tục kiểm toán cần thực hiện và được xây dựng phù hợp. Ngoài ra, những phần mềm kiểm toán này rất ưu việt, có nhiều chức năng khác nhau như chức năng đánh dấu những giấy tờ làm việc chưa được hoàn thành, các giấy tờ chưa được soát xét, hoặc đánh dấu các giấy tờ cần các cấp phê duyệt khác nhau như giám đốc hay trưởng phòng kiểm toán.

Giải pháp thúc đẩy áp dụng trí tuệ nhân tạo trong kiểm toán độc lập

Thứ nhất, cần có những biện pháp quyết liệt để thực hiện trong bối cảnh lĩnh vực kế toán, kiểm toán của Việt Nam chưa theo kịp được với xu hướng mới, trong đó cần chú trọng việc xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ tương ứng. Sự phát triển của hệ thống kết cấu hạ tầng internet sẽ đặt ra những giới hạn cho việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán. Đây là bài toán nan giải của lĩnh vực kế toán, kiểm toán, do việc đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng số không phải là việc có thể tiến hành nhanh, trong khi việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào lĩnh vực kế toán, kiểm toán sẽ diễn ra rất nhanh chóng.

Thứ hai, chú trọng an toàn, bảo mật thông tin gắn với an ninh mạng trước sự đe dọa tấn công của tội phạm mạng. Các nguy cơ bị mất cắp các dữ liệu thông tin kế toán, kiểm toán là rất hiện hữu trong môi trường mạng. Đây là một nguy cơ lớn mà các kế toán, kiểm toán cần nhận thức được và chuẩn bị cho những vấn đề có thể xảy ra khi ứng dụng các công nghệ mới. Do vậy, cần chú trọng xây dựng hệ thống an ninh mạng, đảm bảo bảo mật cao thông tin dữ liệu kế toán, kiểm toán.

Thứ ba, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng những thay đổi trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán. Dưới sự tác động của CMCN 4.0, các dữ liệu về hồ sơ, giấy tờ kế toán sẽ dần được chuyển sang dạng số hóa, làm cho các kế toán, kiểm toán viên với những kỹ năng thông thường khó có thể nắm bắt được sự đa dạng về loại hình và hình thức giao dịch số. Các xu hướng mới trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán cũng đặt ra yêu cầu phát triển mới các nhóm kỹ năng cần thiết cho các kế toán và kiểm toán viên. Bên cạnh những kiến thức chuyên môn sâu về nghiệp vụ kế toán, kiểm toán, các kế toán, kiểm toán viên trong tương lai cũng cần các kỹ năng và kiến thức về luật pháp, công nghệ thông tin, truyền thông và quản lý.

Thứ tư, tăng cường, mở rộng các hoạt động hợp tác quốc tế. Tăng cường mối quan hệ, tranh thủ sự giúp đỡ của các tổ chức nghề nghiệp quốc tế về kế toán, kiểm toán và các tổ chức phi chính phủ trong việc nghiên cứu, trao đổi kinh nghiệm về kế toán, kiểm toán và trong việc hỗ trợ các dự án đổi mới mô hình quản lý nghề nghiệp kế toán, kiểm toán, cũng như các kỹ thuật chuyên môn nghiệp vụ gắn với ứng dụng thành tựu CMCN 4.0 vào hoạt động.

Tài liệu tham khảo:

Vân Anh, h. T., & Anh, p. T. (2020). Trí tuệ nhân tạo và nghề kế toán trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Journal of Science and Technology-IUH, 46(04).

Chassignol, Maud, Aleksandr Khoroshavin, Alexandra Klimova, and Anna Bilyatdinova. 2018. Artificial Intelligence trends in education: A narrative overview. Procedia Computer Science 136: 16-24.

Gentner, Daniel, Birgit Stelzer, Bujar Ramosaj, and Leo Brecht. 2018. Strategic foresight of future b2b customer opportunities through machine learning. Technology Innovation Management Review 8: 5-17.

Gotthardt, M., Koivulaakso, D., Paksoy, O., Saramo, C., Martikainen, M., & Lehner, O. (2020). Current state and challenges in the implementation of smart robotic process automation in accounting and auditing. ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives.

Schulenberg, Jennifer L. 2007. Analysing police decision-making: Assessing the application of a mixed-method/mixed-model research design. International Journal of Social Research Methodology 10: 99-119.

Thách thức đối với ngành F&B tại Việt Nam trong thời điểm suy thoái kinh tế toàn cầu

Nguyễn Chung Hiếu - CQ58/11.04CLC
Ngô Thị Ngọc Hà - CQ59/09.02CLC

Thực trạng của ngành F&B tại Việt Nam hiện nay

Ngành dịch vụ nhà hàng và quầy uống (viết tắt là F&B) là một ngành chuyên cung cấp các dịch vụ liên quan đến ẩm thực, nhà hàng, ăn uống đến cho khách hàng khi có nhu cầu. Một năm hậu Covid-19, thị trường ngành F&B dần hồi phục với dự báo doanh thu vào mức 898 tỷ USD vào năm 2022, lực lượng lao động cũng tương ứng tăng thêm 400.000 việc làm, nâng tổng số việc làm trong ngành lên 14,9 triệu người. Tại Việt Nam, ngành F&B năm qua với doanh thu lĩnh vực dịch vụ lưu trú, ăn uống năm nay ước đạt 430.900 tỷ đồng, tăng 54,7% so với năm 2021. Dù vậy, sang năm 2023, ngành một lần nữa đối mặt với thử thách suy thoái kinh tế toàn cầu. Dưới đây là một số thực trạng của ngành F&B tại Việt Nam sau đại dịch:

Thứ nhất, *sau đại dịch ngành F&B tại Việt Nam đã ổn định và đang trên đà phát triển mạnh mẽ.* Theo báo cáo của công ty nghiên cứu thị trường BMI, Việt Nam là một trong những thị trường F&B hấp dẫn nhất trên toàn cầu. F&B được biết đã đóng góp 15,8% vào tổng GDP (năm 2022). Tổng chi tiêu cho thực phẩm và đồ uống chiếm tỷ trọng cao nhất với khoảng 35% chi tiêu với con số trung bình lên đến 360 USD/tháng. Đây được đánh giá là con số cao so với các quốc gia trong khu vực ASEAN. Ngành F&B Việt Nam sẽ còn tăng trưởng hơn nữa trong tương lai. Các doanh nghiệp cũng cho thấy động thái đầu tư kích cầu, song song đón đầu những xu hướng mới. Đơn cử, "ông lớn" trong ngành là Golden Gate đặt mục tiêu doanh thu hợp nhất 2022 tăng gấp đôi lên 7.002 tỷ đồng. Lợi nhuận sau thuế kỳ vọng đạt 375 tỷ đồng, trong khi năm 2021 thua lỗ đến 431 tỷ đồng. Golden Gate cũng công bố chiến lược nâng tổng số nhà hàng từ khoảng 400 nhà hàng hiện tại (tại cuối tháng 3/2022) lên con số trên 1.000 trong vài năm tới, hướng tới doanh thu 1 tỷ USD. Golden Gate là chủ quản các chuỗi Kichi Kichi, iSushi, Gogi House, Sumo BBQ, Cowboy Jack's, Vuvuzela…

Thứ hai, *các xu hướng phát triển của ngành F&B sau đại dịch.* Các xu hướng này bắt nguồn từ những sự thay đổi của các doanh nghiệp F&B nhằm thích nghi với tình hình khó khăn do đại dịch Covid-19 gây ra. Trong số đó có 3 xu hướng rất đáng

chú ý và có thể là những xu hướng phát triển chính của ngành F&B tại Việt Nam sau đại dịch. Đầu tiên là giao hàng tận nơi. Có thể nói đây sẽ là một trong những xu hướng "dẫn đầu" ngành F&B trong thời gian tới do sự tiện lợi mà nó mang lại cho khách hàng. Tiếp theo là thương mại điện tử, thanh toán không dùng tiền mặt và phân phối đa kênh. Khách hàng đã quá quen thuộc với việc đặt đồ ăn qua những ứng dụng giao đồ ăn phổ biến như Grab Food, Baemin, ShopeeFood,... bởi sự tiện lợi trong giao dịch và những ưu đãi hấp dẫn mà hình thức này mang lại.

***Thứ ba**, chi phí đầu vào tăng cao do sự đứt gãy của chuỗi cung ứng.* Theo nhiều nghiên cứu, bộ phận logistics và phân phối chiếm hơn 90% tác động đến ngành F&B. Và khi một số vùng kinh tế trọng điểm của nước ta buộc phải thực hiện giãn cách xã hội đã kéo theo sự đứt gãy nguồn lao động, nguyên vật liệu và cả chuỗi cung ứng khiến cho ngành F&B gặp nhiều khó khăn. Việc mở cửa trở lại không đồng đều giữa các nước sau dịch, thêm vào đó là cuộc xung đột giữa Nga và Ukraine đã khiến cho chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt gãy, gây ùn ứ hàng hóa tại các cảng biển lớn trên thế giới. Điều này khiến cho các doanh nghiệp F&B đối mặt với những khó khăn về nguồn cung nguyên liệu và chi phí tăng cao

***Thứ tư**, việc các doanh nghiệp F&B đã trở nên nhạy bén và linh hoạt trong phương pháp kinh doanh nhằm thích nghi với các khó khăn của thị trường và thói quen tiêu dùng của khách hàng.* Mặt bằng kinh doanh và những sản phẩm "mang đi" là hai trong số những sự thay đổi lớn trong phương pháp kinh doanh của các doanh nghiệp F&B. Sau thời gian dịch bệnh diễn ra, các doanh nghiệp F&B có xu hướng giảm số lượng cửa hàng, thuê mặt bằng trong ngõ để cắt giảm chi phí. Đồng thời, cung cấp thêm các sản phẩm và dịch vụ theo hướng "mang đi", nhằm mang đến sự tiện lợi tối đa cho khách hàng nhưng vẫn tối ưu được tình hình tài chính của doanh nghiệp.

**** Thách thức đối với ngành F&B tại Việt Nam hiện nay***

Thứ nhất, giá hàng hóa đầu vào duy trì ở mức cao và áp lực biên lợi nhuận của các công ty F&B, ít nhất đến hết quý I năm 2023. Trước thực trạng chuỗi cung ứng bị đứt gãy sau đại dịch cộng với tình hình lạm phát đang diễn ra tại hầu hết các quốc gia trên toàn thế giới khiến cho ngành F&B tại Việt Nam gặp khó trong việc đảm bảo về giá thành và tìm được nguồn cung nguyên liệu đầu vào. Điều này đã làm tăng thêm chi phí của doanh nghiệp, tạo áp lực lên mức biên lợi nhuận mà các công ty F&B cần phải tạo ra để có thể duy trì được hoạt động của doanh nghiệp mình. Tình trạng này sẽ kéo dài ít nhất đến hết quý II năm 2022 và còn có thể kéo dài đến tận cuối năm nay nếu như tình hình lạm phát và sự gián đoạn chuỗi cung ứng không được cải thiện trong thời gian tới.

Thứ hai, bài toán tuyển dụng nhân lực. Trong tình hình suy thoái kinh tế toàn cầu như hiện nay, các doanh nghiệp F&B vẫn phải chịu chi phí để duy trì cửa hàng, chi phí mặt bằng, chi phí nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị, chi phí nhân sự,....đều đặn mỗi ngày. Một trong những điều doanh nghiệp lo ngại nhất là về vấn đề nhân sự, chiếm tới 99,1% doanh nghiệp được khảo sát. Chất lượng nhân sự của ngành F&B tại Việt Nam không đảm bảo, thiếu chuyên nghiệp, chi phí lương tăng cao, điều này khiến không ít nhà hàng, quán cà phê, trà sữa,… đành phải cắt giảm nhân sự, cắt giảm giờ làm, để gánh vác và khắc phục phần nào khó khăn về mặt tài chính. Chưa kể, phía doanh nghiệp sử dụng lao động cũng hiếm khi đóng bảo hiểm xã hội, triển khai chính sách lương tháng 13 và các phúc lợi khác. Điều này dẫn đến sức hấp dẫn công việc ngành này ngày càng suy giảm trong vài năm trở lại đây.

Thứ ba, đối với ngành F&B tại Việt Nam luôn cần một lượng vốn lớn để bắt đầu và duy trì việc kinh doanh. Bởi ngành F&B là ngành có sự cạnh tranh vô cùng khốc liệt và để duy trì sự phát triển các thương hiệu trong ngành luôn phải chạy đua không ngừng về chất lượng và hình ảnh, tạo ra những sản phẩm phù hợp với xu hướng tiêu dùng và hầu bao của khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ. Thời điểm kinh tế suy thoái toàn cầu khiến việc tiếp cận với nguồn vốn của các doanh nghiệp gặp rất nhiều khó khăn. Chính điều này khiến ngành F&B Việt Nam khó có thể phát triển hết tiềm năng mà thị trường này mang lại.

**** Cơ hội đối với ngành F&B tại Việt Nam hiện nay***

Thứ nhất thị trường ngành F&B tại Việt Nam vô cùng lớn và tiềm năng, sức mua của người tiêu dùng ngày càng tăng. Theo báo cáo số liệu công ty nghiên cứu thị trường BMI, Việt Nam là một trong những quốc gia có thị trường F&B hấp dẫn nhất trên toàn cầu. Ngành F&B đã đóng góp 15,8% vào GDP quốc gia. Chi tiêu cho thực phẩm và đồ uống chiếm tỷ trọng khoảng 35% tổng chi tiêu hàng tháng của người tiêu dùng. Hoạt động kinh doanh ẩm thực diễn ra rất sôi động với mức chi tiêu trung bình của người dân cho ngành dịch vụ ăn uống là 361 USD/tháng, cao hơn các quốc gia như Indonesia, Thái Lan, Philippines, Malaysia. Việt Nam được dự đoán sẽ nằm trong top 3 quốc gia châu Á về phát triển ngành F&B nhờ nhu cầu hưởng thụ, trải nghiệm của người tiêu dùng ngày càng cao cũng như sự gia tăng của các hộ gia đình trung lưu.

Thứ hai là ứng dụng thương mại điện tử, công nghệ số và phân phối đa kênh khiến cho ngành F&B thuận lợi hơn trong khâu buôn bán và phát triển trong khâu thanh toán tiện lợi hơn. Covid-19 đã buộc gần 70% doanh nghiệp F&B tại Việt Nam phải tập trung vào chuyển đổi số để tồn tại và phát triển. Hơn nữa, ứng dụng công nghệ

cũng hỗ trợ các doanh nghiệp F&B trong việc xây dựng thương hiệu trực tiếp. Các công ty thực phẩm, đồ uống cũng đẩy mạnh hoạt động đầu tư đổi mới hệ thống phân phối, điều chỉnh tỷ trọng giữa kênh thương mại truyền thống và kênh hiện đại. Họ phát triển các ứng dụng để nâng cao trải nghiệm của khách hàng khi mua sắm và đổi mới thiết kế bao bì, xây dựng thương hiệu sinh thái và phát triển dòng sản phẩm. Đây là lý do tại sao người tiêu dùng hiện đang mong đợi trải nghiệm kỹ thuật số liền mạch và đa kênh hơn trong tương tác của họ với các doanh nghiệp, bao gồm cả những doanh nghiệp trong lĩnh vực F&B.

Thứ ba là việc Nhà nước đưa ra các chính sách kích cầu du lịch, thu hút du khách. Trải qua khoảng thời gian dài lao đao vì đại dịch, nhiều doanh nghiệp ngành F&B sau thời gian khó khăn đứng trước cơ hội phát triển lớn. Việc Nhà nước đưa ra các chính sách kích cầu du lịch, thu hút du khách giúp cho ngành F&B có lượng khách mới vô cùng dồi dào, bùng nổ, có xu hướng phát triển lớn. Không chỉ lượng khách nước ngoài đến du lịch, hiện nay khách du lịch trong nước cũng tăng đột biến, việc nắm bắt được được nguồn khách hàng này sẽ tạo cho ngành F&B tương lai phát triển hứa hẹn.

Thứ tư là xu hướng tiêu dùng "Nhanh - Gọn - Tiện Lợi". Vì Việt Nam có lượng dân số trẻ khá lớn, một phần do lối sống cũng như tính chất về công việc của họ, vậy nên việc lựa chọn ăn uống bên ngoài và dịch vụ giao đồ ăn tận nơi khá được ưa chuộng. Đây được coi như một cơ hội khá lớn cho những doanh nghiệp F&B có thể thu hút khách hàng nhằm gia tăng doanh số. Việc thay đổi mô hình và hình thức kinh doanh theo xu hướng tiêu dùng "Nhanh - Gọn - Tiện lợi" có thể giúp các Doanh nghiệp F&B đơn giản hóa và mô hình hóa cách thức phục vụ, có thể mở theo mô hình chuỗi để mở rộng phạm vi của thương hiệu. Do vậy xu hướng tiêu dùng mới sẽ là cơ hội phát triển lớn của ngành F&B.

Tài liệu tham khảo:

An Linh. (2022, 01 06). Năm 2021, hơn 2,2 triệu người "bỏ phố về quê" do dịch Covid-19. Retrieved from https://dantri.com.vn/an-sinh/nam-2021-hon-22-trieu-nguoi-bo-pho-ve-que-do-dich-covid19-20220106170535626.htm

Băng Hảo. (2021, 09 21). Covid-19 tạo ra những xu hướng F&B nào? Retrieved from https://vneconomy.vn/covid-19-tao-ra-nhung-xu-huong-fb-nao.htm

Minh Hoàng. (2022, 04 28). Phương án giảm áp lực tài chính cho doanh nghiệp F&B. Retrieved from https://thitruongtaichinhtiente.vn/phuong-an-giam-ap-luc-tai-chinh-cho-doanh-nghiep-f-b-40422.html

Thanh Thương. (2021, 11 02). Hàng quán ở TP.HCM thiếu nhân viên trầm trọng sau dịch. Retrieved from https://zingnews.vn/hang-quan-o-tphcm-thieu-nhan-vien-tram-trong-sau-dich-post1274346.html

Văn hóa doanh nghiệp và nhân tố cấu thành trong thời đại công nghệ số

Đinh Anh Quân - CQ60/10.21

Trong những năm qua, tình hình thế giới, khu vực có những diễn biến phức tạp, khó lường. Đặc biệt, sự bùng nổ, lây lan nhanh chóng của đại dịch Covid-19 đã tác động, ảnh hưởng nghiêm trọng đến tình hình phát triển kinh tế - xã hội của các quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên, cũng trong bối cảnh dịch bệnh diễn biến phức tạp, nhiều doanh nghiệp đã không ngừng đổi mới sáng tạo, có nhiều cách làm hay, hiệu quả, vừa đảm bảo sản xuất kinh doanh. Lý giải về nguyên nhân tạo nên sức mạnh của doanh nghiệp, nhất là trong bối cảnh dịch bệnh đầy khó khăn, thử thách nhưng vẫn trụ vững và phát triển ổn định, nhiều chuyên gia, nhà nghiên cứu cho rằng đó là doanh nghiệp đã xây dựng, kiến tạo được những giá trị văn hóa mang tính truyền thống, vững bền, được các thế hệ lãnh đạo doanh nghiệp và toàn thể cán bộ, công nhân viên, người lao động kiên trì, quyết tâm thực hiện, theo đuổi. Những giá trị văn hóa tốt đẹp của doanh nghiệp thể hiện qua mục tiêu, triết lý kinh doanh; ở chất lượng, thương hiệu sản phẩm; ở những cam kết, trách nhiệm của doanh nghiệp với khát vọng, mong muốn mang tới những điều tốt đẹp cho cộng đồng, xã hội; ở những hoạt động thiện nguyện, gìn giữ và bảo vệ môi trường... Những giá trị, hành động đẹp, mang tính nhân văn, vì cộng đồng của doanh nghiệp đã truyền đi những thông điệp, những cảm hứng tích cực, nhận được sự quan tâm, chia sẻ của công nhân, người lao động và sự ủng hộ, tin tưởng của người tiêu dùng.

Văn hóa doanh nghiệp ngày nay đang dần đóng vai trò then chốt trong cạnh tranh bởi lẽ, khác với công nghệ kỹ thuật, văn hoá doanh nghiệp rất khó "sao chép" được toàn bộ, nó sẽ tạo nên những nét riêng, sức hấp dẫn cho doanh nghiệp. Không chỉ vậy, nếu doanh nghiệp xây dựng và duy trì một văn hóa tích cực thì sẽ tạo ra môi trường làm việc giúp cho nhân viên phát huy tối đa các năng lực cá nhân, được kích thích, động viên nhiều nhất tại nơi làm việc và trung thành, tận tâm. Theo Chow-et-al (2001), văn hóa doanh nghiệp có ảnh hưởng đến các kết quả mong đợi được xem xét trên khía cạnh tổ chức và cá nhân như sự cam kết, lòng trung thành, lý do rời bỏ tổ chức và sự thỏa mãn công việc.

Chính vì vậy, văn hoá doanh nghiệp (VHDN) là bao gồm tất cả những thái độ, niềm tin, giá trị văn hoá được xây dựng trong quá trình phát triển và tồn tại của doanh nghiệp. Văn hoá doanh nghiệp cũng chính là tài sản vô hình của doanh nghiệp.

Lợi ích văn hoá doanh nghiệp mang lại

- Tăng cường sự gắn bó người lao động.

- Tạo sự phát triển bền vững.

- Giúp phân biệt bản sắc của từng doanh nghiệp.

- Văn hóa doanh nghiệp có thể chiếm 20-30% hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Tầm quan trọng văn hóa doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp tạo động lực làm việc giúp nhân viên thấy rõ mục tiêu, định hướng và bản chất công việc mình làm. Văn hóa doanh nghiệp còn tạo ra các mối quan hệ tốt đẹp giữa các nhân viên và một môi trường làm việc thoải mái, lành mạnh. Văn hóa doanh nghiệp phù hợp giúp nhân viên có cảm giác mình làm công việc có ý nghĩa hãnh diện vì là một thành viên của doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp giúp điều phối và kiểm soát hành vi các nhân bản các câu chuyện, truyền thuyết; các chuẩn mực, thủ tục, quy trình, quy tắc...

Dùng quy chế để tạo văn hóa, dùng văn hóa để thực thi quy chế, quản lý công ty bằng quy chế dẫn đến mọi người phải tuân theo như thế, mang tính bắt buộc, quản lý công ty bằng văn hóa sẽ tạo cho người lao động niềm tin và tự nguyện tuân thủ. Nó giống như quyền lực cứng và quyền lực mềm. Một khi công ty có một văn hóa mạnh, phù hợp với mục tiêu và chiến lược dài hạn mà doanh nghiệp đã đề ra thì tạo ra niềm tự hào của nhân viên về doanh nghiệp, từ đó mọi người luôn sống, phấn đấu hết mình vì mục tiêu chung của doanh nghiệp một cách tự nguyện, giúp cho lãnh đạo dễ dàng hơn trong công việc quản lý công ty, giúp nhân viên thoải mái và chủ động hơn trong việc định hướng cách nghĩ và cách làm của mình.

Chính vì vậy, có thể nói rằng văn hoá như một chất keo kết dính các thành viên trong tổ chức, để giúp việc quản lý tổ chức bằng cách đưa ra những chuẩn mực để hướng các thành viên nên nói gì và làm gì, văn hoá tạo ra như một cơ chế khẳng định mục tiêu của tổ chức, hướng dẫn và uốn nắn những hành vi ứng xử của các thành viên trong tổ chức.

Văn hóa doanh nghiệp tạo ra lợi thế cạnh tranh là giá trị vô hình giúp khách hàng đối tác phân biệt các công ty với nhau, tổng hợp các yếu tố gắn kết, điều phối, kiểm soát, tạo động lực... Làm tăng hiệu quả hoạt động và tạo sự khác biệt trên thị trường. Hiệu quả và sự khác biệt sẽ giúp doanh nghiệp cạnh tranh tốt trên thị trường.

Các nhân tố cấu thành văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số

Văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số đang trở thành một yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp thành công và cạnh tranh trong môi trường kinh doanh hiện đại. Có một số đặc điểm chung của văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số như sau:

Đổi mới và sáng tạo: Doanh nghiệp cần khuyến khích tinh thần đổi mới và sáng tạo trong mọi hoạt động kinh doanh. Điều này bao gồm khả năng chủ động thích nghi với các công nghệ mới, tìm kiếm cơ hội mới, đưa ra ý tưởng mới và thử nghiệm các giải pháp kỹ thuật số để cải thiện hiệu quả công việc.

Tư duy số: Văn hóa doanh nghiệp cần khuyến khích tư duy số, đặt công nghệ thông tin vào trung tâm các hoạt động kinh doanh. Các nhân viên cần được đào tạo và trang bị các kỹ năng số hóa để có thể hiểu và sử dụng hiệu quả công nghệ số, từ việc thu thập và phân tích dữ liệu đến việc sử dụng các công cụ kỹ thuật số trong công việc hàng ngày.

Không gian làm việc linh hoạt: Văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số thường khuyến khích không gian làm việc linh hoạt, cho phép nhân viên có thể làm việc từ xa, sử dụng công nghệ để giao tiếp và làm việc hiệu quả. Điều này đồng nghĩa với việc công nghệ số được tích hợp vào quy trình làm việc hàng ngày, từ việc chia sẻ tài liệu trực tuyến đến việc sử dụng các công cụ hợp tác trực tuyến để thúc đẩy sự đồng đội và đổi mới.

Tập trung vào khách hàng: Khách hàng luôn đóng vai trò trung tâm trong văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số. Doanh nghiệp cần sử dụng công nghệ số để tăng cường tương tác với khách hàng, đáp ứng nhu cầu của họ và cải thiện trải nghiệm khách hàng. Công nghệ số có thể được sử dụng trong việc tiếp cận, tương tác, hỗ trợ và giao dịch với khách hàng thông qua các kênh trực tuyến như website, ứng dụng di động, mạng xã hội, email hay chatbot. Đồng thời, công nghệ số cũng cho phép doanh nghiệp thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng để hiểu rõ hơn về hành vi, nhu cầu và mong đợi của khách hàng, từ đó đưa ra các giải pháp kinh doanh đáp ứng tốt nhất.

Thúc đẩy tinh thần hợp tác và đổi mới: Văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số cần khuyến khích tinh thần hợp tác và đổi mới trong tổ chức. Công nghệ số thường đòi hỏi sự hợp tác giữa các bộ phận và nhân viên trong doanh nghiệp để đạt được những kết quả tốt nhất. Đồng thời, văn hóa doanh nghiệp cần khuyến khích tinh thần đổi mới, khả năng thích nghi và học tập liên tục trong bối cảnh công nghệ số liên tục thay đổi và phát triển.

Giá trị và đạo đức kinh doanh: Văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số cần tôn trọng giá trị và đạo đức kinh doanh. Công nghệ số được sử dụng để mang lại giá trị cho khách hàng và cộng đồng, đồng thời đảm bảo hoạt động kinh doanh đúng đạo đức, tuân thủ quy định pháp luật và đảm bảo an toàn thông tin cho khách hàng.

Tính linh hoạt và thích nghi: Văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số cần có tính linh hoạt và khả năng thích nghi nhanh chóng với sự thay đổi của công nghệ và thị trường. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải luôn sẵn sàng thay đổi, nâng cấp công nghệ, cải tiến quy trình kinh doanh để đáp ứng với sự biến đổi của thị trường và các yêu cầu của khách hàng.

Tóm lại, văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số là một sự kết hợp giữa tính đổi mới, tư duy số, khách hàng tập trung, hợp tác, giá trị và đạo đức kinh doanh, linh hoạt và thích nghi. Đây là những nhân tố cấu thành quan trọng của văn hóa doanh nghiệp trong thời đại công nghệ số. Công nghệ số đang thay đổi cách thức hoạt động của doanh nghiệp và yêu cầu sự thích ứng và đổi mới để tồn tại và phát triển trong môi trường kinh doanh ngày càng cạnh tranh. Công nghệ số cũng đem lại nhiều cơ hội và tiềm năng phát triển, đặc biệt trong việc tạo lập mối quan hệ với khách hàng, nâng cao hiệu quả hoạt động và tạo ra giá trị cạnh tranh.

Tài liệu tham khảo:

Đỗ Thụy Lan Hương (2018) "Ảnh hưởng của văn hóa công ty đến sự cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên làm việc trong các doanh nghiệp của thành phố Hồ Chí Minh".

Dương Quốc Thắng (2019)" Xây dựng văn hóa doanh nghiệp với triết lý phương đông" TP. Thái Nguyên: NXB Đại học Thái Nguyên

https://luatvietnam.vn/doanh-nghiep/van-hoa-doanh-nghiep-561-29250-article.html

https://nhansudoanhnghiep.com/yeu-to-cau-thanh-va-chien-luoc-xay-dung-van-hoa-doanh-nghiep/

Giải pháp nâng cao kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ

Đinh Phan Thu Hằng - CQ57/02.01

Hiện nay, tình trạng phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ là một vấn đề phổ biến ở Việt Nam. Việc này không chỉ gây ra những vấn đề về an toàn giao thông, môi trường và hạ tầng giao thông, mà còn gây ra nhiều khó khăn cho cả người lái xe và các cơ quan chức năng trong việc kiểm soát và quản lý.

Phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ là những phương tiện vận chuyển hàng hóa mà trọng lượng hoặc kích thước vượt quá giới hạn quy định tại các quy chuẩn kỹ thuật, pháp luật về giao thông đường bộ. Trọng lượng và kích thước quá tải đối với phương tiện vận chuyển hàng hóa có thể khác nhau tùy theo từng quốc gia, khu vực hoặc loại phương tiện. Tuy nhiên, đối với Việt Nam, theo quy định tại văn bản số 30/VBHN-BGTVT, phương tiện vận chuyển hàng hóa được coi là quá tải nếu trọng lượng toàn bộ của phương tiện, hàng hóa và số người trên xe vượt quá trọng lượng tối đa được quy định. Đối với phương tiện vận chuyển hàng hóa quá khổ, kích thước của phương tiện hoặc hàng hóa vượt quá kích thước tối đa được quy định theo quy chuẩn kỹ thuật và pháp luật liên quan.

Tình trạng phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ diễn ra phức tạp

Việc sử dụng phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ sẽ gây ra nhiều nguy hiểm cho an toàn giao thông, ảnh hưởng đến cơ sở hạ tầng giao thông và môi trường. Do đó, việc kiểm soát và xử lý các trường hợp vi phạm liên quan đến phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ là rất quan trọng. Theo Báo cáo Tình trạng và Giải pháp kiểm soát tải trọng xe tải tại Việt Nam do Bộ Giao thông vận tải công bố vào năm 2020, số lượng vi phạm liên quan đến xe quá tải và quá khổ tại Việt Nam vẫn còn khá cao. Cụ thể:

- Năm 2019: Tổng số vụ vi phạm liên quan đến tải trọng xe tải là 361.348 vụ, trong đó có 13.965 vụ vi phạm về quá tải xe tải và 46.802 vụ vi phạm về quá khổ xe tải.

- Năm 2020: Tổng số vụ vi phạm liên quan đến tải trọng xe tải là 348.861 vụ, trong đó có 14.203 vụ vi phạm về quá tải xe tải và 47.641 vụ vi phạm về quá khổ xe tải.

- Đặc biệt, trong đợt ra quân cao điểm kiểm tra, xử lý các hành vi vi phạm trật tự an toàn giao thông của Cục Cảnh sát giao thông từ ngày 20/6-20/7/2022, lực lượng cảnh sát giao thông đã xử lý 13.210 trường hợp; phạt tiền 64 tỷ 379 triệu đồng.

Trong đó có 7.107 trường hợp chở hàng quá trọng tải (chiếm 65,5%); 1.856 phương tiện quá khổ giới hạn (chiếm 17,1%); 1.883 trường hợp tự ý cải tạo phương tiện (chiếm 14,4%); tạm giữ hơn 350 phương tiện, tước gần 5.400 giấy phép lái xe.

Điều này cho thấy tình trạng quá tải, quá khổ của xe tải tại Việt Nam vẫn đang diễn ra phức tạp và có chiều hướng ngày càng gia tăng. Tại nhiều địa phương hiện nay, việc kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ vẫn còn chưa được thực hiện đầy đủ và hiệu quả. Một số nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng này bao gồm: Thiếu nhân lực và thiếu kinh phí để kiểm soát và xử lý các trường hợp vi phạm liên quan đến phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ; Thiếu sự hợp tác và tương tác giữa các cơ quan chức năng, doanh nghiệp vận tải và người lái xe; Thông tin về quy định và tiêu chuẩn kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ không được công khai và phổ biến đầy đủ; Nhiều doanh nghiệp vận tải không tuân thủ quy định và tiêu chuẩn kiểm soát và thường chọn cách vi phạm để tối đa hoá lợi nhuận.

Những nguy cơ tiềm ẩn phía sau những chuyến hàng quá khổ, quá tải

Kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ là rất quan trọng vì tình trạng này có thể gây ra nhiều vấn đề liên quan đến an toàn giao thông, môi trường và hạ tầng giao thông, bao gồm:

An toàn giao thông: Phương tiện quá tải, quá khổ có thể làm tăng nguy cơ tai nạn giao thông do hệ thống phanh không đủ mạnh để dừng xe trong thời gian ngắn, hoặc không có đủ khả năng kiểm soát hướng đi và tốc độ. Ngoài ra, phương tiện quá tải, quá khổ có thể gây ra tình trạng lấn chiếm đường, gây cản trở cho các phương tiện khác trên đường, đặc biệt là trong các tuyến đường hẹp và đông đúc.

Môi trường: Việc sử dụng phương tiện quá tải, quá khổ có thể gây ra tiếng ồn, ô nhiễm không khí, gây tổn thương đến đất đai, các công trình xây dựng và cảnh quan tự nhiên. Việc kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ giúp giảm thiểu tác động đến môi trường, bảo vệ sức khỏe cộng đồng.

Hạ tầng giao thông: Phương tiện quá tải, quá khổ có thể gây ra hư hỏng đường bộ, cầu đường, gây ảnh hưởng đến sự an toàn của tuyến đường. Việc kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ giúp duy trì và bảo vệ hạ tầng giao thông, từ đó giúp cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân.

Vì vậy, việc kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ là cần thiết để đảm bảo an toàn giao thông, bảo vệ môi trường và duy trì hạ tầng giao thông.

Đề xuất giải pháp kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ

Việc kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ là một vấn đề quan trọng để đảm bảo an toàn giao thông, giảm thiểu tai nạn và hạn chế tác động đến hạ tầng giao thông. Dưới đây là một số đề xuất giải pháp để kiểm soát tình trạng này:

Một là, thực hiện kiểm tra chặt chẽ trên các tuyến đường. Các cơ quan chức năng cần tăng cường kiểm tra trên các tuyến đường, đặc biệt là các tuyến đường có nguy cơ cao về an toàn giao thông và hạ tầng yếu. Kiểm tra nên được thực hiện bằng cách sử dụng các trạm cân, máy móc kiểm tra tải trọng và các biện pháp kiểm tra khác để phát hiện ra các phương tiện quá tải, quá khổ.

Hai là, áp dụng các biện pháp trừng phạt. Việc áp dụng các biện pháp trừng phạt mạnh mẽ như xử phạt, tịch thu phương tiện, cấm hoạt động với thời gian nhất định sẽ làm tăng tính răn đe và đáng sợ đối với các chủ xe vận tải vi phạm quy định về tải trọng.

Ba là, tăng cường giám sát bằng công nghệ. Sử dụng các công nghệ hiện đại như camera giám sát, hệ thống định vị GPS, các thiết bị cảm biến tải trọng và kết nối IoT để giám sát chính xác việc vận chuyển hàng hóa của các phương tiện. Từ đó, người quản lý vận hành có thể nắm được thông tin về tình trạng tải trọng và tiến hành xử lý kịp thời các trường hợp vi phạm.

Bốn là, tăng cường quản lý và giám sát chặt chẽ các đơn vị vận chuyển. Các đơn vị vận chuyển hàng hóa cần phải tuân thủ các quy định về tải trọng và quy định về an toàn giao thông. Các cơ quan chức năng cần tăng cường giám sát và quản lý chặt chẽ các đơn vị vận chuyển, đảm bảo rằng các đơn vị này tuân thủ đúng quy định và đảm bảo an toàn giao thông.

Năm là, tăng cường quản lý và giám sát chặt chẽ các đơn vị vận chuyển. Các đơn vị vận chuyển hàng hóa cần phải tuân thủ các quy định về tải trọng và quy định về an toàn giao thông. Các cơ quan chức năng cần tăng cường giám sát và quản lý chặt chẽ các đơn vị vận chuyển, đảm bảo rằng các đơn vị này tuân thủ đúng quy định và đảm bảo an toàn giao thông.

Sáu là, tăng cường giáo dục và tư vấn. Các cơ quan chức năng cần tăng cường giáo dục và tư vấn cho các chủ xe về tầm quan trọng của việc tuân thủ quy định về tải trọng, quy định của pháp luật giao thông để nâng cao ý thức tuân thủ của người tham gia giao thông.

Tóm lại, việc kiểm soát phương tiện vận chuyển hàng hóa quá tải, quá khổ là một vấn đề rất quan trọng để đảm bảo an toàn giao thông và hạ tầng giao thông. Các giải pháp để kiểm soát tình trạng này là kết hợp của nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm kiểm tra, trừng phạt, giám sát, giáo dục, quản lý đơn vị vận chuyển, đầu tư cơ sở hạ tầng và sử dụng phương tiện vận chuyển hiệu quả.

Tài liệu tham khảo:

Gia Chính (2022), "Hơn 7.100 xe quá tải bị phạt trong một tháng", Báo điện tử Tin nhanh Việt Nam

Bộ Giao thông vận tải (2020), "Báo cáo Tình trạng và Giải pháp kiểm soát tải trọng xe tải tại Việt Nam".

Chiến dịch marketing của TikTok

Phạm Huyền Trang - CQ57/08.01

TikTok là một ứng dụng cực kì phổ biến hiện nay trên thị trường, nhất là đối tượng thuộc thế hệ trẻ trung năng động. Với lượng phủ sóng từ những người của công chúng, các KOLs hàng đầu, đến những bạn nổi tiếng trong giới trẻ thì Tik Tok rất thành công với chiến lược của mình. Tại Việt Nam, với sức nóng của ứng dụng này thì Tik Tok được ưa chuộng nhất khi đứng đầu lượt tải tại cả Apple Store và Google Play… Thành công của Tik Tok không phải là may mắn và vô cớ, hãng đã có chiến lược Marketing cụ thể và hiệu quả. TikTok là nền tảng video âm nhạc và mạng xã hội của Trung Quốc được ra mắt vào năm 2017, dành cho các thị trường bên ngoài Trung Quốc bởi Trương Nhất Minh, người sáng lập của ByteDance. Nó được sử dụng để tạo các video ca nhạc ngắn, hát nhép, khiêu vũ, hài kịch và tài năng từ 3 giây đến 15 giây và các video lặp lại ngắn từ 3 đến 60 giây. ByteDance lần đầu tiên ra mắt Douyin cho thị trường Trung Quốc vào tháng 9 năm 2016. Sau đó, TikTok đã được ra mắt vào năm 2017 cho iOS và Android ở hầu hết các thị trường bên ngoài Trung Quốc đại lục; tuy nhiên, nó chỉ có sẵn trên toàn thế giới, bao gồm cả Hoa Kỳ, sau khi hợp nhất với Musical.ly vào ngày 2 tháng 8 năm 2018. Tính đến năm 2018, TikTok đã có mặt ở hơn 150 thị trường và bằng 75 ngôn ngữ. TikTok đã được tải xuống hơn 104 triệu lần trên App Store của Apple trong nửa đầu năm 2018, theo dữ liệu do Sensor Tower. Sau khi hợp nhất với musical.ly vào tháng 8, lượt tải xuống đã tăng lên và TikTok trở thành ứng dụng được tải xuống nhiều nhất ở Mỹ vào tháng 10 năm 2018, điều mà musical.ly đã từng làm trước đó. Vào tháng 2 năm 2019, TikTok, cùng với Douyin, đã đạt 1 tỷ lượt tải xuống trên toàn cầu, không bao gồm lượt cài đặt Android ở Trung Quốc. Vào năm 2019, các phương tiện truyền thông đã trích dẫn TikTok là ứng dụng di động được tải xuống nhiều thứ 7 trong thập kỷ, từ năm 2010 đến năm 2019. Nó cũng là ứng dụng được tải xuống nhiều nhất trên App Store của Apple trong năm 2018 và 2019, vượt qua Facebook, YouTube và Instagram.

Các chiến lược Marketing của TikTok

TikTok thấu hiểu tâm lý, sở thích của giới trẻ

Chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy rằng TikTok có rất nhiều tính năng để nắm bắt nhận thức của giới trẻ. Đặc biệt là xu hướng chỉ muốn lướt, muốn xem nhưng không muốn đọc. Do đó, các câu chuyện trên Tiktok đều được làm bằng video và âm thanh. Người dùng cũng có thể thỏa sức sáng tạo bằng cách sử dụng các hiệu ứng và nền âm nhạc hỗn hợp. Với ưu điểm này, TikTok đã chữa khỏi căn bệnh trên của giới trẻ.

Video trên TikTok có xu hướng ngắn nên người xem nhìn thấy ngay những điểm thú vị, hấp dẫn mà không cần phải chờ đợi lâu. Trào lưu Gen Z nói riêng trong giới trẻ hiện đang rất thịnh hành. Gen Z là những người yêu thích sự sáng tạo và muốn thể hiện cá tính riêng của mình trên mạng xã hội. Đó cũng là vì TikTok đã đáp ứng được nhu cầu này của Gen Z nên ứng dụng này nhanh chóng thu hút sự quan tâm của đông đảo Gen Z, giúp TikTok nhanh chóng trở thành ứng dụng cực kỳ nổi tiếng trên thị trường.

Đa kết nối người dùng

Người dùng TikTok có thể xem được rất nhiều video từ nhiều nơi khác nhau, nhiều người khác nhau dù giữa bạn không theo dõi hay kết bạn với họ. Những nội dung hay, sáng tạo đều sẽ được hiển thị trên tường, thậm chỉ là ở những quốc gia khác nhau. Không giống Facebook hay Instagram, nơi mà chúng ta chỉ được xem nội dung từ bạn bè. Điều này tạo nên sự khác biệt cho TikTok, khiến người dùng cảm thấy dễ dàng tiếp cận và khám phá nội dung sáng tạo quanh mình. Đồng thời, đây cũng là động lực khiến cho những người sáng tạo nội dung thu về nhiều lượt thích, chia sẻ và bình luận từ nhiều người dùng trên toàn thế giới.

Ứng dụng nền tảng công nghệ thông minh

Chiến lược Marketing của TikTok thành công một phần do việc cá nhân hoá người dùng. TikTok sở hữu cho mình một nền tảng công nghệ rất thông minh bằng việc sử dụng machine learning và những thuật toán, trí thông minh nhân tạo AI để xác định được nhu cầu, thói quen khi xem video.

TikTok đánh giá những hành vi xem trong quá khứ, đề xuất những video xuất hiện tiếp theo giúp tăng tỉ lệ giữ chân khách hàng và thích thú với những nội dung, video mà hãng mang đến. Sự cá nhân hoá người cùng của TikTok còn thể hiện ở việc hãng đã tối ưu hiển thị, chọn những tính năng, nhạc, hiệu ứng phù hợp với từng khu vực khác nhau trên thế giới. Tại châu Á, đặc biệt là Việt Nam hãng luôn tìm những "trend" phù hợp với thị hiếu của giới trẻ, những trào lưu hot của những người nổi tiếng hay những trào lưu hot được giới trả Việt quan tâm cũng được cập nhật với tốc độ nhanh chóng mặt.

Sử dụng người nổi tiếng trong các chiến dịch quảng bá

Chiến lược Marketing của TikTok nhận được sự yêu thích lớn từ phía người dùng nhờ việc sử dụng người nổi tiếng trong các chiến dịch của mình. Khi sử dụng những người nổi tiếng có sức ảnh hưởng tới công chúng để quảng bá hình ảnh của mình, tăng độ phủ của thương hiệu và kết quả là rất thành công với chiêu thức này. Nhưng không chỉ dừng lại ở những người nổi tiếng, TikTok còn tạo ra những video nổi tiếng thu hút khách hàng bằng chính những người dùng bình thường. Chiến lược Marketing đó của TikTok đã giúp hãng "bình dân hoá" phương thức truyền thông thông qua những người dùng bình thường. Nhờ lý do này, mà bất kể ai từ công nhân, mẹ bỉm sữa, học sinh cấp 3… đều có khả năng thực hiện một video độc đáo, lan toả.

Thành tựu trong chiến dịch marketing của TikTok

Lượng người dùng của TikTok phát triển bùng nổ. Chỉ trong một năm, số lượt cài đặt ứng dụng hàng tháng của TikTok tăng gần 4 lần, từ 20 triệu lên 75 triệu. Sau gần bốn năm sau ra mắt, tại Việt Nam ứng dụng này ngày càng trở nên phổ biến. Hiện TikTok đang có khoảng 800 triệu người dùng thực hàng tháng, theo Datareportal. TikTok cũng từng là ứng dụng dẫn đầu trong danh sách tải về nhiều nhất trên kho ứng dụng của Apple App Store. Ứng dụng thậm chí đã qua mặt những tên tuổi khác như YouTube, Instagram, và Facebook Messenger.

Độ tuổi của người dùng đa dạng. 41% người dùng TikTok ở độ tuổi từ 16 đến 24, theo số liệu từ Globalwebindex 2019. Mặc dù không còn quá mới trong giới trẻ trong khoảng hai năm trở lại đây nhưng TikTok vẫn xa lạ với nhóm người dùng lớn tuổi hơn. Điều này được lý giải đơn giản vì giao diện và cách thiết kế dành cho đối tượng người dùng trẻ. Trong đó, gần 50% người dùng TikTok ngoài Trung Quốc dưới 34 tuổi và 26% trong độ tuổi từ 18-24.

Những hạn chế và giải pháp

Tỷ lệ chuyển đổi thấp do người dùng quá trẻ. Việc có số lượng người dùng lớn và trẻ hoá - đang là điểm mạnh của Tiktok, nhưng nó cũng chính là "gót chân asin", vì người trẻ thường không có khả năng chi tiêu mạnh khiến tỷ lệ chuyển đổi kém. Thống kê năm 2021 cho thấy, 2/3 số người dùng Tiktok nằm trong độ tuổi dưới 24, trong đó người dùng từ 13-17 tuổi chiếm 27%, con số này với độ tuổi 18-24 tuổi là trên 40%. So với các nền tảng khác khi mà độ tuổi 18-35 chiếm tỷ trọng cao, các doanh nghiệp dễ đặt mục tiêu về chuyển đổi hơn, thậm chí kỳ vọng vào cả những chỉ số về doanh thu.

Nội dung đăng tải lên Tik Tok không được kiểm định trước khi đăng. Do đó, dẫn đến tình trạng có nhiều video bạo lực, tình dục, phản cảm… cũng được đăng tải. Dùng các chiêu trò "phản cảm" để có nhiều lượt yêu thích và chia sẻ. Dẫn đến tình trạng tâm lý bất ổn, thường xuyên ảo tưởng… Dẫn đến những mối nguy hiểm cho người xem đặc biệt là giới trẻ và trẻ em. Để giải quyết được vấn đề này hãng cần phải tập trung vào khâu kiểm định trước khi người dùng đăng tải nội dung.

Khả năng bị rò rỉ thông tin người dùng rất lớn. Tik Tok sử dụng các thuật toán để đoán định nhu cầu, mục đích của người dùng để cung cấp những sản phẩm dịch vụ. Hãng cần tập trung phát triển các thuật toán về an toàn người dùng nhằm bảo mật thông tin của người tham gia một cách triệt để.

Kết luận: Ứng dụng này có sức ảnh hưởng vô cùng lớn đến con người hiện đại. Với chiến lược Marketing hiệu quả, chỉ sau một thời gian Tik Tok nhanh chóng trở thành phần mềm "quốc dân" được yêu thích nhất hiện nay. Tuy nhiên những giải pháp nhằm giữ chân người dùng cần được TikTok chú ý và khắc phục hạn chế còn tồn tại để duy trì và phát triển bền vững trong bối cảnh thị trường cạnh tranh hiện nay.

Tài liệu tham khảo:

https://nhaquanly.vn/su-phat-trien-cua-tiktok-a1896.html
https://atosa.asia/chien-luoc-marketing-cua-tiktok/#ftoc-heading-3
https://vi.wikipedia.org/wiki/TikTok
https://marketingai.vn/cau-chuyen-marketing-cua-tik-tok/

Understand about audit quality and its impact to various aspects of business environment

Quách Đình Nghiên - CQ58/11.02CLC
Nguyễn Khánh Linh - CQ58/11.04CLC

The collapse of Enron and WorldCom in the beginning of 2000s and current issues related to integrity of auditing industry call for our better understanding on audit quality. This paper, thus, presents a review of academic research about the existing definitions of audit quality. The remains of the paper covers some aspects of the economy affected by audit quality.

Existing definitions of audit quality

Audit quality is a complicated topic and hard to achieve a converging definition. Despite more than two decades of research, there is currently no definition of audit quality that achieves recognition and consensus. One of the main reasons is that: The perception of audit quality can depend very much on whose eyes one looks through (Knechel *et al.,* 2013). This led to the difficulty in identifying a homogenous concept and resulting in numerous opinions offered by authorities and individuals about the definition of audit quality over the past 20 years.

From the beginning, DeAngelo L, (1981) describes audit quality as a result conditioned on the presence of specific attributes of auditors. The author divided the quality of audit into two components: (1) the likelihood that auditors can identify the errors and (2) their actions in response to the discovery (appropriate or not). However, (Knechel *et al.,* 2013) indicates some issues arise from this definition: (1) it has not reconciled with the risk model, which is used to guide the audit and reflect the auditor's perceptions and (2) there would be some deviations in the perception of market participants. The definition of Francis in 2004 share the view with DeAngelo L (1981) that audit quality can be conceptualized as a theoretical continuum spanning from very poor to very high audit... In the study of 2011, Francis emphasis and confirmed the importance of audit characteristics through breaking down the notion of audit quality in specific components. Specifically, the quality of audit can be defined through the quality of these stages: Audit inputs; Audit process; and Audit outcomes. This theoretical framework is widely accepted by many other academic literatures. For instance, (Y. S. Chen et al., 2008) argue the amount of traning hour in CPE can

improve the quality of audit (in the stage of audit input); Francis and Yu in (2009) and Choi *et al.* (2010) found that earning quality (reflected through level of abnormal accruals) is higher when the auditor is larger in both overall size and engagement office size, and also when the auditor has more industry expertise.

According to (Knechel *et al.*, 2013), all stakeholders including investors, debt holders, suppliers, customers, auditors, and regulators may have very different perspectives as to what forms audit quality. The user of financial reports may think that high audit quality indicates the absence of material misstatements. The auditor may define high quality of audit as satisfactorily completing all engagements required by the firm's audit methodology. The audit firm may assess a high-quality audit as one for which the work can be defended against challenge in an inspection or court of law. Finally, a regulator may view audit quality as one that is in compliance with professional standards (Knechel *et al.*, 2013). In short, the different perspectives of subjects will affect the way they define audit quality. Arguments in DeFond and Zhang (2014) suggest that audit quality is a continuous construct that assures financial reporting quality, with higher quality auditing reports provides greater assurance of high-quality financial reporting. The authors also defined audit quality at high level as greater assurance that the financial reporting faithfully reflect the firm's underlying economics, conditioned on its financial reporting system and innate characteristics. This view is consistent with the practitioner literature (e.g., Chan and Wong, 2002; Gul, Lynn and Tsui, 2002; Francis, 2004; Behn, Choi and Kang, 2008) Finally, some researchers define audit quality in terms of failure (Peecher & Piercey, 2008). However, in reality, there are relatively few cases of detectable audit failures (Francis, 2011). In sum, the definition highlights the significance of various aspects of audit quality. Each of them is deemed necessary for adequate measurement. However, in many situations, a widely accepted definition of audit quality is less important than agreeing on indicators of the construct that would be useful for users.

The importance of audit quality in the business environment

Capital market

The collapse of Enron and WorldCom in the beginning of 2000s and current issues related to integrity of the auditing industry call for our better understanding on the crucial of audit quality in aspects of economics.[1] Specifically, it plays a significant role in stabilizing the capital market, affects to the benefits of all stakeholders in the market and help to reduce the agency costs in businesses (Bedard et al., 2010; DeFond & Zhang, 2014; Francis, 2011; Robert Knechel et al., 2013). Audit quality can affect

[1]The current scandal of Luckin highlights,again, the important role of high-quality auditing services (https://fortune.com/2022/05/22/luckin-coffee-china-wall-street-listing-nasdaq-scandal-fraud-starbucks/)

the economic consequences of capital markets. Many studies argued that the investors value the quality of engagement partner (input of audit process) because this element can help them estimate the underlying firm value and reduce the information asymmetry between them and the firm (Dye, 1993; Titman & Trueman, 1986). Obviously, the equity market participants would prefer the earning informations audited by the high-quality engagement teams, thus, increase the earnings capitalized in the stock price of the audited company (Aobdia et al., 2015). Because the quality of the engagement partners matters to market participants, stock markets then would be react positively with the switch of the firm's partners from a low quality team to a higher quality team. Additionally, as the high quality engagement partners can alleviate the informational uncertainty associated with a new equity offering, they can also reduce the level of the IPO (Aobdia et al., 2015; Srikant M. Datar, 1991; Titman & Trueman, 1986). Finally, the quality of audit also valuable to debt market participants, (Blackwell et al., 1998) found that private firms with audited financial report have to pay lower interest rate on the debt than those with unaudited financial report. (Aobdia et al., 2015) further finds that firmed audited by high quality engagement partners are related with better debt contract conditions.

Wallman (1996) argue that without high quality audits, the capital market would be inefficient and the cost of capital higher. Similarly, (Monroe & Tan, 1997) alsoconclude "the quality of an audit can affect the reliability of audited financial information, which in turn plays an important role in capital market's". Audit quality is, therefore, fundamental in providing the confidence that capital market participants require and plays an important role in the effective allocation of economic resources.

Audited entities

Influencing to the corporate finance decisions: investment decisions, financing decisions, and dividend decision

About investment decisions, prior research suggests that financial statements play an important role in mitigating information asymmetries between managers, and shareholders (e.g., Bushman and Smith, 2001). Consistent with this premise, many research provides empirical evidence that higher quality of financial statements is associated with increased investment efficiency (e.g., Biddle, Hilary and Verdi, 2009; Chen *et al.*, 2011b; García Lara, García Osma and Penalva, 2016). High audit quality enhances the monitoring role by improving the quality of financial statements (Boubaker et al., 2018). It also minimizes information asymmetries between managers and shareholders, which, in turn, mitigates moral hazard problems and reduces adverse selection costs. Additionally, (Boubaker *et al.*, (2018) argued that audit quality can influence the investment efficiency of firms in another way, instead of impacting

directly on the quality of financial statements. For instance, an industry expert auditor has knowledge of not only specific client operations but also extensive knowledge about the operation of other firms in the same industry. This cross-firm knowledge of auditors could help managers make better investment decisions owing to increased knowledge about their industry. Moreover, in examining internal decision making, Biddle and Hilary (2006) and Verdi (2009) studied accruals and found that higher quality accounting enhances investment efficiency, while measures of accounting quality are negatively related to investment for firms prone to over-investment. McNichols and Stubben (2008)) also found that the manipulation of financial information (measured by the value of fixed assets investments) results in suboptimal investment decisions.

In the term of financing decisions, prior theoretical literature has long recognized that the informational asymmetries of available information between firms and external investors can affect companies' financing choice. For instance, Myers and Majluf (1984)) argued that adverse selection can lead companies to refuse issuing stock and rejecting potential projects. Hence, the financial statement plays a vital role in reducing these asymmetries, and their integrity is essential to well-functioning capital markets. Besides, the role of auditors is to reduce information asymmetry on accounting numbers, and to minimize the residual loss resulting from manager's opportunism in financial statements Adeyemi and Fagbemi (2010). In turn, high quality accounting disclosures verified by good audit reports would reduce information asymmetry between informed managers and uninformed suppliers of capital and thus affect a company's financing decisions (Ashbaugh-Skaife et al., 2006; Botosan & Plumlee, 2002; Chang et al., 2009). For instance, Chang, Dasgupta and Hikiry (2009) found that companies audited by large auditors are more likely to issue equity as opposed to debt and to have more equity in their capital structures. The authors also suggest that the debt ratios of companies audited by Big 6 firms are less affected by market conditions.

The last decisionis about the distributing dividend. Dividend policy is a significant concern of both financial managers in shareholding firms and outside investors. The role and the application of dividend policy are supported by different theories, such as signaling theory, trade-off theory, agency theory, transaction cost theory and pecking order theory. Deshmukh (2003)) stated that when other things are constant, the higher level of asymmetric information can be shown through low audit quality of financial statements, the lower dividends paid to stockholders. This is because of underinvestment according to pecking order theory. The results of Deshmukh (2005)) also cope with the pecking order theory that asymmetric information levels will become higher when the number of analysts following a

company is low, so dividend expense is not encouraged to restrain the problem of underinvestment. Additionally, Almutairi, Dunn and Skantz (2009) argued that audits are one way to reduce information asymmetry and associated agency costs. Since higher quality audits are more likely to detect and avoid accounting errors and misstatement than lower quality audits (in other word, higher quality audits should reduce information asymmetry more than lower quality audits). We can argue that the level of audit quality and dividend policy have a positive association. Besides, Mitton (2004) also found that firms audited by the big 5 accounting firms seem to pay more dividends to shareholders. Indeed, Allen, Bernardo and Welch (2000) proposed that dividend payment is a signal of a firm's quality, by that, the declaration of Mitton (2004) can be explained following that: The firm which increases the amount of dividends to shareholders often wants to prove its high quality.

References:

Adeyemi, S. B., & Fagbemi, T. O. (2010). Audit Quality, Corporate Governance and Firm Characteristics in Nigeria. International Journal of Business and Management, 5(5). www.ccsenet.org/ijbm

Bedard, J. C., Johnstone, K. M., & Smith, E. F. (2010). Audit Quality Indicators: A Status Update on Possible Public Disclosures and Insights from Audit Practice. https://doi.org/10.2308/ciia.2010.4.1.C12

Behn, B. K., Choi, J.-H., & Kang, T. (2008). Audit Quality and Properties of Analyst Earnings Forecasts. In THE ACCOUNTING REVIEW (Vol. 83, Issue 2).

Bushman, R. M., & Smith, A. J. (2001). Financial accounting information and corporate governance. Journal of Accounting and Economics, 32(1-3), 237-333. https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00027-1

Chan, D. K., & Wong, K. P. (2002). Scope of Auditors' Liability, Audit Quality, and Capital Investment. Review of Accounting Studies 2002 7:1, 7(1), 97-122. https://doi.org/10.1023/A:1017983614986

Chen, F., Hope, O. K., Li, Q., & Wang, X. (2011). Financial Reporting Quality and Investment Efficiency of Private Firms in Emerging Markets. The Accounting Review, 86(4), 1255-1288. https://doi.org/10.2308/ACCR-10040

Choi, J. H., Kim, C., Kim, J. B., & Zang, Y. (2010). Audit office size, audit quality, and audit pricing. Auditing, 29(1), 73-97. https://doi.org/10.2308/aud.2010.29.1.73

DeAngelo L. (1981). Auditor size and Audit Quality. Journal of Accounting and Economics , 3, 183-199.

DeFond, M., & Zhang, J. (2014). A review of archival auditing research. Journal of Accounting and Economics, 58(2-3), 275-326. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2014.09.002

Deshmukh, S. (2003). Dividend Initiations and Asymmetric Information: A Hazard Model. Financial Review, 38(3), 351-368. https://doi.org/10.1111/1540-6288.00050

Dye, R. A. (1993). Auditing standards, legal liability, and auditor wealth. Journal of Political Economy, 101(5), 887-914.

Francis, J. R. (2004). What do we know about audit quality? British Accounting Review, 36(4), 345-368. https://doi.org/10.1016/j.bar.2004.09.003

García Lara, J. M., García Osma, B., & Penalva, F. (2016). Accounting conservatism and firm investment efficiency. Journal of Accounting and Economics, 61(1), 221-238. https://doi.org/10.1016/J.JACCECO.2015.07.003

McNichols, M. F., & Stubben, S. R. (2008). Does earnings management affect firms' investment decisions? Accounting Review, 83(6), 1571-1603. https://doi.org/10.2308/ACCR.2008.83.6.1571

Mitton, T. (2004). Corporate governance and dividend policy in emerging markets. Emerging Markets Review, 5(4), 409-426. https://doi.org/10.1016/J.EMEMAR.2004.05.003

Peecher, M. E., & Piercey, M. D. (2008). Judging Audit Quality in Light of Adverse Outcomes: Evidence of Outcome Bias and Reverse Outcome Bias. Contemporary Accounting Research, 25(1), 243-274. https://doi.org/10.1506/CAR.25.1.10*

Robert Knechel, W., Krishnan, G. V., Pevzner, M., Shefchik, L. B., & Velury, U. K. (2013). Audit quality: Insights from the academic literature. Auditing, 32(SUPPL.1), 385-421. https://doi.org/10.2308/ajpt-50350

Srikant M. Datar, G. A. F. J. S. H. (1991). The role of audits and audit quaility in valuing new issues.

Titman, S., & Trueman, B. (1986). INFORMATION QUALITY AND THE VALUATION OF NEW ISSUES. In Journal of Accounting and Economics (Vol. 8).

Wallman, S. M. H. (1996). The future of accounting, Part III: Reliability and auditor independence. Accounting Horizons. https://www.proquest.com/openview/59796ca37756d0f2d3494acf9551bdd3/1?pq-origsite=gscholar&cbl=3330

Phát triển dịch vụ internet banking ở Việt Nam hiện nay

Lê Thị Quỳnh Trang - CQ59/11.03CLC
Nguyễn Hoàng Thục Anh CQ59/21.08CLC

Internet là một hệ thống thông tin toàn cầu có thể được truy cập công cộng gồm nhiều mạng máy tính được liên kết với nhau, kết nối hàng trăm triệu người dùng, họ truy cập vào mạng để lấy nhiều thông tin, giải trí, mua sắm…

Internet Banking (có thể hiểu là Ngân hàng Internet) là một dịch vụ mà các ngân hàng cung cấp cho khách hàng qua Internet để thực hiện việc truy vấn thông tin tài khoản, chuyển tiền, thanh toán hóa đơn, mở tài khoản trực tuyến… và nhiều tính năng khác nhau trên website của Ngân hàng tại bất kì điểm truy cập Internet nào và vào bất cứ thời điểm nào mà không cần phải đến các quầy giao dịch của ngân hàng.

Đặc điểm của dịch vụ Internet Banking: (1) Tính bảo mật - An ninh thông tin khi sử dụng Internet Banking; (2) Tính hiệu quả cao; (3) Tính thuận lợi và nhanh chóng; (4) Sự phụ thuộc vào công nghệ; (5) Mức độ rủi ro cao...

Phát triển dịch vụ Internet Banking là làm cho dịch vụ này trở nên phổ biến, thu hút nhiều người sử dụng và nhà cung cấp, nâng cao chất lượng dịch vụ được cung cấp, tăng tiện ích đến người sử dụng và lợi nhuận cho ngân hàng…

Phát triển dịch vụ Internet Banking là sự tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ Internet Banking và gia tăng tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ này trên tổng thu nhập của ngân hàng, nhằm nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ, bảo đảm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng dựa trên cơ sở kiểm soát rủi ro và gia tăng hiệu quả kinh doanh phù hợp với mục tiêu và chiến lược kinh doanh của ngân hàng qua từng thời kì

Tiêu chí đánh giá sự phát triển Internet Banking: Ứng dụng công nghệ số trong phát triển Internet Banking là phát triển từ dịch vụ truyền thống dựa trên nền tảng công nghệ số mở ra những kênh giao tiếp hiện đại giữa khách hàng và NHTM như ATM, POS, Home Banking, Phone Banking, Mobile banking, Internet Banking… Đây là sự phát triển tất yếu bởi cùng với sự phát triển của nền kinh tế hiện đại, năng động, nhu cầu của khách ngày càng cao và khắt khe hơn. Sự phát triển Internet Banking thông qua ứng dụng công nghệ số của NHTM được đánh giá bằng các chỉ tiêu sau:

(1) Tiêu chí định lượng: (i) Số lượng khách hàng và thị phần; (ii) Tăng trưởng số lượng của các dịch vụ ngân hàng thông qua ứng dụng công nghệ số; (iii) Số lượng các Internet Banking; (iv) Tỷ trọng lợi nhuận từ dịch vụ Internet Banking ứng dụng công nghệ số trên chi phí dịch vụ Internet Banking ứng dụng công nghệ số.

(2) Chỉ tiêu định tính: (i) Tính đa dạng của dịch vụ Internet Banking; (ii) Chất lượng dịch vụ Internet Banking

Như vậy, sự phát triển Internet Banking ứng dụng công nghệ số của NHTM được đánh giá qua các tiêu chí định tính và các tiêu chí định lượng. Sự phát triển của dịch vụ Internet Banking ứng dụng công nghệ số sẽ làm tăng uy tín thương hiệu của NHTM, tăng quy mô, tốc độ huy động vốn, chất lượng hoạt động … Từ đó, mục tiêu lợi nhuận của NHTM tăng lên, năng lực cạnh tranh của ngân hàng được nâng cao.

Nhân tố ảnh hưởng đến phát triển Internet Banking bao gồm: (1) Nhân tố khách quan: Môi trường pháp lý; Điều kiện công nghệ; Công nghệ bảo mật; Trình độ phát triển kinh tế - xã hội; Phong tục tập quán. (2) Nhân tố chủ quan: Chính sách của NHTM; Nguồn lực tài chính; Chất lượng nguồn nhân lực; Mạng lưới kênh phân phối; Năng lực quản trị rủi ro.

Trước sức ép của chuyển đổi số và hội nhập kinh tế, các NHTM Việt Nam nhận thấy tầm quan trọng của việc phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại, đặc biệt phát triển Internet Banking.

Có thể nói các NHTM Việt Nam đã khởi đầu khá tốt việc triển khai Internet Banking. Tùy phân đoạn thị trường mục tiêu của ngân hàng mình mà các ngân hàng tập trung phát triển dịch vụ phục vụ các doanh nghiệp hay đáp ứng nhu cầu của khách hàng cá nhân. Nếu bước đầu tập trung vào đối tượng là doanh nghiệp sẽ giúp cho ngân hàng giảm được nhiều chi phí về quản lý và rủi ro hơn là nếu tập trung vào đối tượng khách hàng cá nhân ngay từ bây giờ, bởi các doanh nghiệp thường có bộ phận chuyên trách về giao dịch qua Internet Banking, có sẵn kiến thức và ý thức hợp tác với ngân hàng nhằm tạo lợi ích cho cả 2 bên. Áp dụng và triển khai Internet Banking sẽ mang lại nhiều giá trị cho NH và khách hàng trong quá trình cung cấp các dịch vụ ngân hàng một cách hiệu quả, tiết kiệm nhiều chi phí về tài chính và thời gian.

Sự phát triển Internet Banking ở Việt Nam đang ở những bước khởi đầu, sự phát triển của nó là rất tiềm năng. Hiện tại, mức độ cung cấp các dịch vụ Internet Banking là rất khiêm tốn. Sự cạnh tranh về thị phần Internet Banking mới chỉ bắt đầu. Có thể nói rằng, Internet Banking ở Việt Nam mới chỉ vi tính hóa các dịch vụ truyền thống, nghĩa là mới chỉ cung cấp 1 vài dịch vụ đơn giản qua internet. Các dịch vụ Internet

Banking còn mới và hầu hết các khách hàng không chú ý tới chúng. Thêm vào đó các NHTM Việt Nam chưa chú trọng việc quảng bá các dịch vụ mới cũng như các kênh phân phối mới như Internet Banking và Mobile Banking.

Các dịch vụ Internet Banking do các ngân hàng Việt Nam cung cấp cho khách hàng mới chỉ dừng ở mức sơ khai, đơn giản và là những dịch vụ thuần túy, cơ bản như: Truy vấn số dư, sao kê giao dịch…. Một số NHTM như Vietcombank, Vietinbank, ACB, Eximbank… cung cấp dịch vụ Home Banking, theo đó khách hàng có thể thực hiện một số giao dịch giản đơn thông qua việc kết nối trực tiếp với Ngân hàng. Một vài Ngân hàng trong số đó cung cấp các tiện ích như chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, theo yêu cầu trong gói Home Banking tùy theo khả năng bảo mật. Thêm vào đó khách hàng có thể được cung cấp các thông tin về tài khoản và thông tin về các Ngân hàng khác thông qua điện thoại cố định từ VCB, ACB, Techcombank; và thông qua điện thoại di động từ NHTM Việt Nam, ACB và Techcombank. Các Ngân hàng khác chỉ cung cấp các thông tin về sản phẩm dịch vụ trên các Website và một vài đường link Internet Banking nhưng chưa vận hành.

Dịch vụ thanh toán điện tử qua Internet Banking rất ít các ngân hàng tại Việt Nam cung cấp cho khách hàng, nếu có cũng chỉ chiếm một phần rất nhỏ tỷ lệ khách hàng so với toàn bộ khách hàng của ngân hàng đó. Đây cũng là điều dễ hiểu bởi hiện nay ở Việt Nam, thanh toán điện tử qua Internet vẫn chưa phổ biến, các ngân hàng Việt Nam vẫn chưa có sự liên kết, hợp tác cần thiết. Vì vậy, các doanh nghiệp thương mại điện tử phải áp dụng nhiều phương thức thanh toán khác nhau, kể cả kết hợp với các phương thức truyền thống như thanh toán trực tiếp, thanh toán bằng chuyển tiền bưu điện, hoặc thanh toán qua thẻ ATM hay phát hành thẻ thanh toán trả trước.

Việc phát triển Internet Banking tại Việt Nam thời gian qua đã mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng, giúp khách hàng có thể thực hiện các giao dịch Ngân hàng mọi lúc mọi nơi.

Chất lượng các dịch vụ Internet Banking tại Việt Nam chưa được tốt lắm bởi cơ sở hạ tầng cho các giao dịch điện tử còn nghèo nàn với các lỗi kỹ thuật thường xuyên xảy ra. Việc sử dụng và xác nhận chữ ký điện tử chưa phổ biến bởi Chính phủ chưa thiết lập bộ phận kiểm soát và xác nhận chữ ký điện tử và chứng chỉ số. Tính bảo mật cho các dịch vụ này chưa được đảm bảo. Để giải quyết vấn đề này các NHTM Việt Nam đang trong quá trình mua các giải pháp Internet Banking từ các nhà cung cấp nước ngoài.

Hiện tại, hệ thống hạ tầng kĩ thuật của NHTM Việt Nam được đánh giá là hàng đầu tại Việt Nam. Mô hình ứng dụng IT hiện thời tại NHTM Việt Nam được chia ra thành các cấu phần nghiệp vụ ngân hàng cốt lõi (các cấu phần hỗ trợ và sản phẩm)

cũng như cấu phần tự động hoá văn phòng. Các cấu phần Nghiệp vụ Ngân hàng cốt lõi dùng hệ thống của Silverlake và Hệ thống này giao diện với các phần mềm khác thông qua các cổng giao tiếp. Hệ thống phần mềm Nghiệp vụ Ngân hàng lõi là một giải pháp tích hợp và NHTM Việt Nam vận hành trên cơ sở dữ liệu thông tin khách hàng tập trung.

Kết quả đạt được: Dịch vụ Internet Banking mới được cung cấp tại NHTM Việt Nam, tuy mới ở bước sơ khởi và các dịch vụ cung cấp còn mang tính giản đơn, là các dịch vụ cơ bản, tuy nhiên thời gian qua cũng đạt được một số kết quả đáng khính lệ.

Những hạn chế: Các dịch vụ cung cấp qua Internet Banking NHTM Việt Nam đã cung cấp cho khách hàng một số tiện ích, đạt được một số kết quả đáng khích lệ, tuy nhiên, việc cung cấp các dịch vụ qua Internet Banking còn có một số hạn chế: (i) Tính năng, tiện ích của dịch vụ chưa đa dạng, tiện ích dịch vụ còn giản đơn, chưa đáp ứng các nhu cầu của khách hàng, (ii) chất lượng dịch vụ cung cấp chưa cao, (iii) quy trình cung cấp dịch vụ, thủ tục đăng kí còn phức tạp, (iv) Công tác hỗ trợ khách hàng chưa được chú trọng, (v) các chương trình marketing sản phẩm dịch vụ chưa thực sự được chú trọng, (vi) Hạn chế về công nghệ...

Một số hạn chế trong việc phát triển các Internet Banking tại NHTM Việt Nam, có thể xuất phát từ các nguyên nhân cơ bản: (i) NHTM Việt Nam chưa có được một chiến lược công nghệ thông tin rõ ràng, (ii) Cơ chế phối hợp giữa các Bộ phận nghiên cứu sản phẩm (Ban nghiệp vụ), xây dựng chương trình phần mềm (TTCNTT, Ban Công nghệ), marketing sản phẩm (Ban nghiệp vụ), triển khai sản phẩm (chi nhánh) tại NHTM Việt Nam chưa thật chặt chẽ nhịp nhàng. Chưa có quy trình thống nhất về nghiên cứu triển khai sản phẩm dịch vụ trong toàn thệ thống. (iii) Thiếu thông tin tổng hợp để thực hiện hoạt động chăm sóc khách hàng, do vậy không thể đưa ra chính sách khách hàng hợp lý và hiệu quả. (iv) Nguồn kinh phí cho các dự án công nghệ còn hạn hẹp. (v) Công tác marketing chưa được quan tâm thích đáng, đặc biệt marketing các sản phẩm dịch vụ mới. (vi) Chất lượng nguồn nhân lực chưa cao.

Để phát triển Internet Banking hiện nay ở Việt Nam cần chú ý một số giải pháp:

Thứ nhất, hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin: Con đường duy nhất để phục vụ nhu cầu nền kinh tế đang chuyển đổi và phát triển là đổi mới công nghệ mà thực chất là ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thông tin vào hoạt động ngân hàng. Phát triển hệ thống công nghệ thông tin theo 3 mục tiêu cụ thể đó là: Tăng năng lực cung ứng các sản phẩm dịch vụ với chất lượng cao, hỗ trợ thông tin quản lý kinh doanh liên tục, kịp thời cho các cấp lãnh đạo, đảm bảo an toàn cho hệ thống khi vận hành.

Thứ hai, quản lý rủi ro, đảm bảo an ninh, an toàn: An ninh là sự phối hợp giữa các hệ thống, các chương trình ứng dụng và kiểm soát được người sử dụng để đảm bảo tính toàn vẹn, chính xác và bảo mật của các dữ liệu và các quy trình hoạt động. An ninh thực sự căn cứ vào sự phát triển và thực hiện các chính sách và biện pháp với quy trình bên trong ngân hàng, với giao tiếp giữa ngân hàng với các đối tác bên ngoài.

Thứ ba, nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm: Cùng với sự gia tăng mức độ cạnh tranh trên thị trường dịch vụ ngân hàng, khách hàng ngày càng có nhiều cơ hội hơn trong việc lựa chọn sản phẩm dịch vụ theo nhu cầu của mình, do đó mức độ trung thành của người tiêu dùng đối với ngân hàng cũng thay đổi theo chiều hướng giảm dần. Dưới sự tác động của công nghệ thông tin càng làm gia tăng khả năng lựa chọn sản phẩm của khách hàng. Vì vậy, cần có chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp với từng phân đoạn khách hàng để giữ được khách hàng sử dụng các dịch vụ của ngân hàng là một yếu tố hết sức quan trọng.

Thứ tư, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực: Nguồn nhân lực có chất lượng là yếu tố quan trọng cho sự phát triển hệ thống Internet Banking. Nếu không có đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm hỗ trợ, NHTM Việt Nam không thể triển khai thành công Internet Banking.

Thứ năm, tăng cường năng lực tài chính: Tăng cường năng lực tài chính được xem là một trong những giải pháp quan trọng nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM Việt Nam và là điều kiện giúp NHTM Việt Nam có thể cải tiến hệ thống công nghệ thông tin hiện tại, chủ động hơn trong việc đầu tư, mua sắm những cấu phần công nghệ quan trọng và cấp thiết, phục vụ cho phát triển các sản phẩm ngân hàng hiện đại.

Thứ sáu, đẩy mạnh marketing sản phẩm: Để hoạt động marketing được hiệu quả, bài bản, NHTM Việt Nam cần có phương án tạo dựng một bộ phận marketing chuyên nghiệp. Xây dựng các chiến lược Marketing cụ thể, Xây dựng chiến lược sản phẩm, chính sách giá, củng cố và phát triển kênh phân phối…

Tài liệu tham khảo:

Nghiêm Văn Bảy, (2012), Quản trị dịch vụ khác của Ngân hàng thương mại, NXB Tài chính 2012

PGS. TS. Đinh Xuân Hạng, TS Nghiêm Văn Bảy, (2014), Giáo trình Quản trị NHTM, NXB Tài chính 2014

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2019). Thông tư số 21/VBHN-NHNN - Quy định về an toàn, bảo mật cho việc cung cấp dịch vụ Ngân hàng trên Internet. Hà Nội.

Hà Minh Sơn (2018), Phát triển dịch vụ Ngân hàng hiện đại tại Ngân hàng thương mại Việt Nam, Đề tài NCKH cấp Học viện năm 2018.

Hà Minh Sơn, Nguyễn Thu Giang, Trần Hương Giang (2020), Điều kiện để phát triển kênh phân phối Internet Banking, Tạp chí nghiên cứu Tài chính kế toán tháng 4/2020.

Giải pháp phát triển lĩnh vực kế toán, kiểm toán ở Việt Nam trong thời kỳ hội nhập

Nguyễn Thị Vân Khánh - CQ57/01.03

Trong điều kiện kinh tế hội nhập quốc tế, việc cung cấp thông tin nhằm minh bạch các thị trường và nền kinh tế qua hoạt động kế toán, kiểm toán ngày càng quan trọng. Thực tiễn nghề nghiệp kế toán, kiểm toán cũng đang có những đổi mới liên tục. Trong bối cảnh đó, các chuẩn mực kế toán, kiểm toán Việt Nam cũng đang trong quá trình hoàn thiện và có những điều chỉnh tương ứng. Đội ngũ những người hành nghề kế toán, kiểm toán ở Việt Nam ngày càng phát triển về lượng và tiến bộ chất lượng

Thực trạng hoạt động kế toán, kiểm toán tại Việt Nam

Lĩnh vực kế toán, kiểm toán nói chung và thị trường dịch vụ kế toán kiểm toán Việt Nam nói riêng được hình thành từ những năm đầu của thập kỷ 1990 với sự ra đời của công ty kiểm toán độc lập đầu tiên. Sau gần 3 thập kỷ phát triển, lĩnh vực kế toán, kiểm toán Việt Nam đã đạt những thành tựu, bước phát triển quan trọng, đóng góp hiệu quả vào thành công chung của nền kinh tế đất nước.

Khuôn khổ pháp lý về kế toán, kiểm toán được tiếp tục hoàn thiện trên cơ sở vận dụng thông lệ quốc tế vào điều kiện cụ thể của Việt Nam. Đến nay, Việt Nam đã ban hành Luật Kế toán sửa đổi 2015, Luật Kiểm toán độc lập, các chuẩn mực kế toán doanh nghiệp (DN) và 5 chuẩn mực kế toán công... Nhờ đó, đã tạo ra môi trường pháp lý về kế toán kiểm toán đầy đủ và phù hợp; tạo điều kiện cho hoạt động kế toán kiểm toán phát triển; phục vụ đắc lực, hiệu quả cho các hoạt động kinh tế - tài chính của các DN, tổ chức, đơn vị kế toán…

Trong hoạt động quản lý nhà nước, vai trò và năng lực quản lý nhà nước về kế toán kiểm toán từng bước được nâng cao; công tác quản lý, giám sát hoạt động kế toán kiểm toán tiếp tục được đẩy mạnh; việc kiểm tra, giám sát tuân thủ pháp luật về kế toán kiểm toán được thực hiện với các giải pháp phù hợp, hiệu quả.

Thách thức đối với lĩnh vực kế toán, kiểm toán ở Việt Nam

Thứ nhất, sự vướng mắc trong việc áp dụng chuẩn mực kế toán, kiểm toán quốc tế.

Chuẩn mực Kế toán Việt Nam - VAS (gồm 26 chuẩn mực) mặc dù đã được xây dựng theo các chuẩn mực Kế toán quốc tế - IAS và phù hợp với đặc điểm nền kinh tế cũng như tình hình doanh nghiệp Việt Nam nhưng giữa VAS và IAS/IFRS (chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế) hiện nay vẫn còn một khoảng cách đáng kể, ảnh hưởng không

nhỏ đến quá trình hội nhập của kế toán, kiểm toán Việt Nam. Sự khác biệt lớn nhất giữa hai hệ thống này được biểu hiện cụ thể ở nhiều khoản mục trên báo cáo tài chính lập theo IFRS được đánh giá theo giá trị hợp lý hoặc giá trị có thể thu, nhưng lập theo VAS lại ghi theo giá gốc. Điều này làm cho giá trị tài sản và nợ phải trả của DN chưa phản ánh đúng như diễn biến thực tế của thị trường…

Thứ hai, sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán.

Thực tế cho thấy, đội ngũ kế toán và kiểm toán ở Việt Nam còn ít cả về số lượng đồng thời còn yếu về chuyên môn. Để khắc phục tình trạng này thì việc đào tạo kế toán, kiểm toán đã được quan tâm nhưng số lượng kế toán viên, kiểm toán viên đạt tiêu chuẩn chất lượng quốc tế, có đủ khả năng đáp ứng tiêu chuẩn làm việc trong môi trường cạnh tranh hiện nay vẫn còn là vấn đề đáng lo ngại.

Thứ ba, các kỹ năng mềm của kế toán viên, kiểm toán viên còn yếu.

Khảo sát của tổ chức tuyển dụng Navigos Search cho thấy, nhu cầu sử dụng ngôn ngữ quốc tế, khả năng làm việc nhóm, khả năng giao tiếp, lối tư duy phản biện - giải quyết vấn đề ngày càng được chú trọng. Tuy nhiên, người lao động trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán đã qua đào tạo của Việt Nam mặc dù được đánh giá là nhanh nhẹn, đáp ứng được nhu cầu… nhưng lại thiếu và yếu kỹ năng mềm như làm việc theo nhóm, ngoại ngữ, tư duy phản biện, tố chất tư vấn, tham mưu...

Thứ tư, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin bảo mật còn hạn chế.

Khảo sát thực tế cho thấy, kiến thức cũng như sự hiểu biết về trình độ ứng dụng công nghệ thông tin của các kế toán viên, kiểm toán viên hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế, chưa đồng đều. Công tác đào tạo mới chỉ dừng lại ở việc truyền thụ kiến thức nền, chưa chuyên sâu, nhất là đối với những kiến thức mang tính đặc thù công nghệ thông tin…

Một số giải pháp đề xuất

Để có thể triển khai hiệu quả các mục tiêu mà Chiến lược kế toán - kiểm toán đến năm 2030 đề ra, trong thời gian tới cần quan tâm giải quyết các vấn đề sau:

Về phía cơ quan quản lý

- Tiếp tục sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện các hành lang pháp lý đối với lĩnh vực kế toán kiểm toán như: Rà soát, đánh giá tình hình thực hiện Luật Kế toán và Luật Kiểm toán độc lập; nghiên cứu xây dựng Luật Kế toán, Luật Kiểm toán độc lập theo hướng bổ sung, sửa đổi hoặc thay thế cho các Luật hiện hành theo hướng tiếp cận thông lệ quốc tế, gắn với quá trình chuyển đổi số, phù hợp với điều kiện Việt Nam và khắc phục các tồn tại hiện nay, làm cơ sở tiếp tục xây dựng và hoàn thiện tiếp khung pháp lý về kế toán - kiểm toán...

- Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin đồng bộ, hiện đại, đáp ứng xu thế phát triển của xu thế chuyển đổi số trên toàn cầu. Trong đó, chú trọng xây dựng hệ thống an ninh mạng, đảm bảo bảo mật cao thông tin dữ liệu kế toán, kiểm toán.

- Tiếp tục đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán, không ngừng phát triển các thị trường dịch vụ kế toán, kiểm toán lành mạnh, bền vững. Đồng

thời, phát triển các hoạt động dịch vụ này theo xu hướng phát triển của các nước trong khu vực và quốc tế. Tăng cường tạo dựng, củng cố và mở rộng giao lưu nghề nghiệp trong các tổ chức nghề nghiệp, các DN kế toán kiểm toán hàng đầu thế giới...

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

- Áp dụng và thực hiện các chính sách, quy định pháp luật của Nhà nước về kế toán kiểm toán; Thực hiện nghiêm túc các yêu cầu cũng như các kết luận về thanh tra, kiểm tra của cơ quan quản lý.

- Đầu tư phát triển đội ngũ nhân viên hành nghề, am hiểu về chuyên môn và có khả năng hội nhập.

- Tăng cường đào tạo phát triển các kỹ năng mềm hiệu quả, hoạt động nhóm tích cực và sử dụng thành thạo công nghệ theo nhu cầu thị trường…

Về phía các cơ sở đào tạo

- Cần thay đổi trong quan điểm đào tạo. Đào tạo không xuất phát từ những gì mình có mà phải xuất phát từ đòi hỏi của thực tiễn, yêu cầu của thời đại công nghệ số.

- Chú trọng chương trình đào tạo chuyên ngành kế toán, kiểm toán phù hợp với xu thế phát triển của thế giới. Các cơ sở đào tạo nên rà soát lại chương trình đào tạo chuyên ngành kế toán, kiểm toán. Chương trình đào tạo phải được xây dựng đảm bảo đáp ứng yêu cầu hội nhập và giao thoa về chất lượng với chương trình của các nước tiên tiến trong khu vực và thế giới, phù hợp với chương trình đào tạo của các hội nghề nghiệp nhằm hướng đến sự thừa nhận lẫn nhau giữa các cơ sở đào tạo về chuyên môn và bằng cấp, chứng chỉ.

- Chuyển từ phương pháp giảng dạy truyền thống sang ứng dụng phương pháp giảng dạy tích cực. Phát triển việc dạy học theo hướng phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của người học, lấy người học làm trung tâm. Tổ chức đào tạo cần tập trung đào tạo các kỹ năng cần thiết như: Kỹ năng giao tiếp hiệu quả, làm việc ở nhiều nhóm khác nhau, kỹ năng tư duy phản biện và giải quyết vấn đề trên cơ sở tôn trọng đạo đức nghề nghiệp.

- Thiết lập mối quan hệ giữa cơ sở đào tạo với các doanh nghiệp trong và ngoài nước giúp cho hoạt động đào tạo và nghiên cứu được gắn kết, phù hợp với thời đại cuộc CMCN 4.0.

Về phía kế toán và kiểm toán viên

- Thường xuyên nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, cập nhật các kiến thức, các chuẩn mực kế toán để phục vụ cho hoạt động nghề nghiệp của mình.

- Trong cuộc CMCN 4.0, mỗi cá nhân hoạt động trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán cần ý thức được tầm quan trọng của công nghệ để ứng dụng nó cho phù hợp với xu thế, tiết kiệm nguồn nhân lực và đạt được hiệu quả trong công việc.

Tài liệu tham khảo:

Nguyễn Ly (2017), Cách mạng công nghiệp 4.0: Kiểm toán Nhà nước cần sẵn sàng trước những cơ hội và thách thức, Báo Kiểm toán;
Nguyễn Văn Bảo (2020), Cơ hội và thách thức đối với kế toán, kiểm toán Việt Nam trong bối cảnh mới, Tạp chí Tài chính;
Mai Ngọc Anh (2020), Phát triển thị trường dịch vụ kế toán, kiểm toán: Những vấn đề đặt ra, Tạp chí Tài chính.

Affiliate marketing và tiềm năng ứng dụng tại Việt Nam trong bối cảnh Cách mạng công nghệ 4.0

Hậu Bùi Bảo Ngọc - CQ57/21.03CLC

Đặt vấn đề

Việc ứng dụng các thành tựu khoa học công nghệ, internet ngày càng chiếm vai trò quan trọng trong cuộc sống con người. Sự phát triển của internet cùng với các nền tảng mạng xã hội đã kéo theo nhiều hình thức kinh doanh mới ra đời. Nền kinh tế truyền thống dịch chuyển sang nền kinh tế số. Hành vi của người tiêu dùng thay đổi khiến cho doanh nghiệp cũng cần đổi mới cách thức marketing, nhằm thích nghi với thị trường. Việt Nam là nước có dân số đông và tỷ lệ dân số trẻ rất cao. Tỷ lệ người dùng internet và thời gian sử dụng internet luôn ở mức cao, mở ra cơ hội tiếp cận và quảng bá tới nhiều người. Tuy nhiên, các báo cáo về tiềm năng ứng dụng của AM tại Việt Nam vẫn chưa được phổ biến. Bài viết này hy vọng cung cấp một bức tranh khái quát về AM, từ đó, có thể giúp đưa AM vào ứng dụng một cách hiệu quả nhất.

Affiliate marketing (AM) là mô hình quảng bá sản phẩm, trong đó các nhà phân phối dựa trên năng lực và sự hiểu biết của mình để thực hiện các chiến dịch marketing nhằm thu hút khách hàng, sử dụng dịch vụ của nhà cung cấp. Một cách hiểu đơn giản hơn "AM là hoạt động marketing có liên kết giữa Nhà cung cấp (Advertiser/ Merchant), Nhà phân phối (Affiliate/Publisher) và truyền thông, trong đó, các thông điệp truyền thông và xúc tiến bán hàng được các bên thực hiện bổ sung lẫn nhau để tăng hiệu quả bán hàng".

Ưu và nhược điểm của AM

Ưu điểm

Với nhà cung cấp, AM giúp họ tiếp cận một lượng lớn khách hàng tiềm năng mà không tốn quá nhiều chi phí quảng cáo, tiết kiệm thời gian tìm kiếm, giúp thương hiệu được hiển thị và nhận diện nhiều hơn. Nhà cung cấp chỉ phải trả tiền hoa hồng cho nhà phân phối khi khách truy cập trang web bán hàng và thực hiện một hành động cụ thể. Bên cạnh đó, với mô hình hoa hồng linh hoạt, mỗi nhà cung cấp khác nhau sẽ có những chính sách quy định khác nhau. Việc xem xét trả tiền hoa hồng có thể dựa trên nhiều yếu tố như: trả cho mỗi hành động nhấp chuột, đăng ký nhận bản tin, hoặc trả cho mỗi lần bán hàng thành công,... Nhà phân phối có thể tự do lựa chọn

nhà cung cấp phù hợp với mình nhất. Với khách hàng, họ không phải lái xe đến tận cửa hàng để mua sản phẩm hoặc tham gia các dịch vụ của nhà cung cấp dịch vụ. Đây chính là lợi thế của AM.

Nhược điểm

Đôi khi các quảng cáo sai sự thật, sử dụng bất hợp pháp tên thương mại, biểu tượng hoặc thương hiệu trên trang web của đơn vị liên kết có thể phá hủy danh tiếng của nhà cung cấp. Trường hợp khác, một số nhà cung cấp không trung thực có thể tự ý hủy bỏ các chương trình mà không cần thông báo cho đơn vị liên kết để không phải trả hoa hồng; hoặc họ có thể đánh lừa đơn vị liên kết bằng cách trả một mức phí hoa hồng cao, sau đó giảm tỉ lệ hoa hồng theo thời gian. Bên cạnh đó, cũng có một số cá nhân vô đạo đức đã chiếm đoạt các đường link affiliate và trong quá trình này, ăn cắp hoa hồng. Hành vi gian lận có thể xảy ra khi các đơn vị liên kết cố gắng đánh lừa hệ thống theo dõi hiệu suất của nhà sản xuất bằng việc đánh lừa người dùng internet truy cập vào trang web của người bán, dù họ không có ý định truy cập và mua. Từ đó, thu phí hoa hồng giới thiệu nhờ các khách hàng tiềm năng ảo này.

Một số thị trường Affiliate hiệu quả tại Việt Nam

Shopee

Shopee là nền tảng thương mại điện tử có nguồn gốc từ Singapore, ra mắt tại thị trường Việt Nam vào năm 2015. Nền tảng này cung cấp cho cả người mua và người bán trải nghiệm hình thức mua sắm trực tuyến trên web đơn giản, an toàn và nhanh chóng thông qua nhiều hình thức thanh toán đa dạng, uy tín cùng với những mức hỗ trợ hấp dẫn.

Tỷ lệ hoa hồng chương trình tiếp thị liên kết của Shopee Việt Nam vào khoảng 2,1% đến 7%.

Lazada

Lazada là một trong những nhà bán lẻ trực tuyến lớn nhất ở khu vực Đông Nam Á, cung cấp cho bạn khả năng tìm kiếm và nhận hoa hồng từ tất cả các loại sản phẩm chất lượng tốt nhất từ trang web của họ.

Tất cả các sản phẩm nằm trong chương trình tiếp thị liên kết của Lazada Việt Nam đều được đảm bảo, an toàn và nhanh chóng. Trong đó bạn có cơ hội nhận được mức hoa hồng lên đến 14% trên mỗi sản phẩm.

Tiki

Tiki là một doanh nghiệp có danh tiếng trên nền tảng thương mại điện tử tiêu dùng tại Việt Nam, được thành lập vào năm 2010 và là một trong những công ty bán lẻ phát triển nhanh nhất.

Tỷ lệ hoa hồng cho chương trình tiếp thị liên kết của Tiki Việt Nam nằm ở mức 7,92%.

Xu hướng & Giải pháp để phát triển thị trường thương mại điện tử

Affiliate Marketing với KOLs

Đây là hình thức Marketing khá phát triển hiện nay, đặc biệt là với những ngành bán lẻ. Doanh nghiệp thay vì phải chi trả một khoản lớn cho chiến dịch marketing thì giờ đây chỉ cần trả khoảng vài phần trăm doanh thu sản phẩm cho các KOLs mỗi khi có khách hàng tiếp cận được tới sản phẩm hoặc mua sản phẩm.

Thương mại điện tử qua mạng xã hội

Phương thức mua hàng qua Facebook, Instagram hay các trang mạng xã hội khác đã diễn ra khá phổ biến và quen thuộc với người dùng cũng như doanh nghiệp. Tuy nhiên, doanh nghiệp để có thể hoạt động hiệu quả nhất và dễ dàng kiểm soát đơn hàng thì đang dần chuyển sang xu hướng bán hàng đa kênh (Omnichannel) - cho phép liên kết mạng xã hội với website cửa hàng.

Tối ưu hóa vận hành và logistics

Bên cạnh sản phẩm và nền tảng bán hàng, doanh nghiệp ngày nay còn phải để ý đến cả dịch vụ và hiệu suất giao hàng, bởi đây là những yếu tố gián tiếp ảnh hưởng lớn tới trải nghiệm khách hàng. Để đảm bảo hoạt động logistics được diễn ra trơn tru, hiệu quả thì một chiến lược quản lý kho và xử lý đơn hàng đồng bộ là điều không thể thiếu.

Kết luận

Với tốc độ phát triển của CMCN 4.0 đã mở ra cơ hội lớn cho các hình thức marketing mới phát triển, trong đó có AM. Khi môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt, doanh nghiệp sẽ phải tìm các phương thức marketing mới để tối ưu hóa chi phí, AM chính là sự lựa chọn phù hợp cho các doanh nghiệp khi chỉ số ROI cao hơn nhiều so với các phương thức khác. Đồng thời với điều kiện thuận lợi là tốc độ phát triển nhanh chóng của các sàn thương mại điện tử, mạng xã hội và xu hướng influencer marketing, sẽ giúp AM có cơ hội tiếp cận với nhiều đối tượng khách hàng hơn. Đặc biệt, giới trẻ - tệp khách hàng tiềm năng được nhiều doanh nghiệp nhắm tới trong những năm gần đây có khả năng tiếp cận với AM cao và nhanh chóng.

Tài liệu tham khảo:

https://advertisingvietnam.com/affiliate-marketing-huong-di-day-tiem-nang-cho-doanh-nghiep-viet-p19253

https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/affiliate-marketing-va-tiem-nang-ung-dung-tai-viet-nam-trong-boi-canh-cach-mang-cong-nghe-40-86548.htm

Hồ Quế Hậu. (2019). Cách mạng công nghiệp 4.0 ở Việt Nam: Tiềm năng, rào cản và vai trò của Nhà nước. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 260,2-10.

Nông sản Việt Nam trên sàn thương mại điện tử: Cơ hội và thách thức

Nguyễn Bạch Dương - CQ59/21.10CLC
Trần Ngọc Diệp - CQ60/21.05CLC

Thực trạng nông sản Việt Nam trên sàn thương mại điện tử

Công nghệ ngày càng phát triển đã làm cho đời sống của con người được nâng cao hơn. Do đó, bên cạnh việc tiếp tục thực hiện các phương án tiêu thụ truyền thống như tiếp xúc các nhà tiêu thụ lớn đẩy mạnh tiêu thụ trong nước và các đối tác xuất khẩu lớn, các địa phương cũng rất chú trọng việc xúc tiến thương mại và bán hàng trên các sàn TMĐT như: Vỏ sò, Alibaba, Lazada, VN Post... để nông sản đi xa và nhanh đến tay người tiêu dùng hơn. Việc tiêu thụ các nông sản trên các sàn thương mại điện tử là một trong những hướng quan trọng để phát triển bền vững. Tuy nhiên, chúng ta cũng cần nhìn nhận rõ những cơ hội và thách thức để định hướng cho sự phát triển ấy.

Thời gian qua, các doanh nghiệp, hợp tác xã đã đẩy mạnh việc bán hàng qua các sàn thương mại điện tử, mở ra nhiều cơ hội cho sản phẩm Việt. Đối với nông sản Việt, đây là cơ hội vươn xa ra thị trường thế giới, chinh phục những thị trường khó tính.

Ngay từ những ngày đầu năm 2022 đến nay, nhiều địa phương như Bắc Kạn, Bắc Giang, Sơn La, Hưng Yên, Bình Định, Cần Thơ… đã ban hành kế hoạch, triển khai kết nối xúc tiến tiêu thụ nông sản trên sàn TMĐT lớn tại Việt Nam. Đặc biệt, trong những ngày này, khi mùa trái cây bắt đầu vào vụ, việc kích cầu nông sản Việt qua sàn TMĐT càng quan trọng hơn bởi việc tiêu thụ nhanh và nông sản tươi đến tay người tiêu dùng trong nước và quốc tế đều mau chóng, thuận tiện. Mới đây, Amazon Global Selling Việt Nam cũng công bố Báo cáo "Người bán hàng địa phương, khách tiêu dùng toàn cầu: Xu hướng xuất khẩu thông qua TMĐT Việt Nam". Báo cáo được thực hiện bởi AlphaBeta thông qua việc khảo sát 300+ DN siêu nhỏ, DN nhỏ và vừa Việt Nam.

Báo cáo cho thấy, doanh thu bán lẻ hàng hoá xuyên biên giới của Việt Nam ước tính tăng trưởng trên 20% mỗi năm, đạt 75,4 nghìn tỷ đồng trong năm 2021 và dự kiến đạt 256,1 nghìn tỷ đồng vào năm 2026. Báo cáo này nhận định, nếu coi "Thương mại điện tử B2C" như là một ngành hàng xuất khẩu (XK), đây sẽ là ngành XK thế mạnh đứng thứ 5 tại Việt Nam trong vòng 5 năm tới. 88% DN được khảo sát tại Việt Nam nhận định TMĐT rất quan trọng trong hoạt động XK của họ, đồng thời nhận định doanh số bán lẻ trực tuyến xuyên biên giới sẽ cao hơn doanh số bán lẻ online trong nước.

Ông Vũ Thế Tùng, Giám đốc phát triển kinh doanh của Alibaba.com Việt Nam cho biết, hiện có khoảng 2.000 DN Việt Nam tham gia bán hàng trên sàn Alibaba.com; trong đó có tới gần 40% là các đơn vị liên quan đến nông sản. Bình quân mỗi ngày một nhà cung cấp Việt Nam trong nhóm hàng nông sản, đặc biệt là nhóm hàng thủy hải sản, trái cây, thức uống, gia vị… có cơ hội tiếp xúc khoảng 15 người mua hàng tiềm năng, tức hơn 450 người mua mới mỗi tháng. Điều này cho thấy thị trường nông sản Việt Nam vô cùng tiềm năng và đầy dư địa phát triển. Các nhà cung cấp Việt trong lĩnh vực này có cơ hội rõ ràng để kết nối với khách hàng quốc tế và XK sang nhiều thị trường mới.

Những cơ hội phát triển nông sản trên các sàn thương mại điện tử

Thứ nhất, nhiều quốc gia trên thế giới đã áp dụng rộng rãi thúc đẩy và đưa những nông sản lên sàn thương mại điện tử nhằm phục vụ cho nhu cầu và đời sống xã hội rất hiệu quả. Nhờ vậy, Việt Nam có những cơ hội vươn ra thế giới, tiếp cận với những tiến bộ khoa học kĩ thuật trong việc thúc đẩy những nông sản lên sàn thương mại điện tử có những bước tiến sâu hơn và học hỏi được những kinh nghiệm phát triển của các quốc gia phát triển đi trước.

Thứ hai, trong khoảng 2 năm trở lại đây, tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đến nền kinh tế cũng như xã hội trở nên rõ rệt hơn ở Việt Nam. Theo báo cáo của Ngân hàng thế giới năm 2016, Việt Nam hiện đang được xếp ở nhóm nước đang trong giai đoạn quá độ của quá trình chuyển đổi số và cũng có vị trí cao hơn so với nhóm các nước thu nhập trung bình thấp. Nhờ vậy, Việt Nam có lợi thế cơ bản để phát triển nông sản đến các sàn thương mại điện tử, những phương thức bán hàng trực tuyến thông qua các nền tảng của Facebook, Lazada… Thực tế, có thể thấy nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam như vải thiều Thanh Hà, vải thiều Lục Ngạn, hành tím Vĩnh Châu (Sóc Trăng), khoai lang Nhật của tỉnh Vĩnh Long, mận Tam Hoa Bắc Hà hay bí xanh thơm của tỉnh Bắc Kạn... hiện đang được chào bán ở những vị trí ưu tiên trên những sàn thương mại điện tử có uy tín. Do đó, sàn thương mại điện tử đã và đang thực sự có tầm ảnh hưởng nhất định trong việc góp phần thúc đẩy tiêu thụ nông sản.

Thứ ba, hưởng ứng cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", thời gian qua nhiều người nông dân, các chủ nông sản đã phối hợp với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số cùng các đơn vị đối tác liên quan tổ chức nhiều chương trình kết nối thương mại điện tử và các hoạt động phát triển thị trường nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ nông dân, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm Việt. Trong đó có thể kể đến sự hỗ trợ của Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông. Ngày 19/5/2021, vải thiều Thanh Hà đã chính thức được mở bán ngay trên trang chủ với vị trí ưu tiên trên sàn TMĐT Vỏ Sò của Viettel Post - nền tảng TMĐT của Việt Nam thông qua "Gian hàng Việt trực tuyến". Trước đó, ngày 14/5, vải thiều Thanh Hà đã được mở bán trong "Gian hàng tỉnh Hải Dương trong khuôn khổ Chương trình cấp Quốc gia về xúc tiến thương mại" trên nền tảng Lazada.

Những thách thức trong phát triển nông sản trên các sàn thương mại điện tử

Thứ nhất, nhận thức của người nông dân và của doanh nghiệp còn hạn chế đối với phương thức kinh doanh qua TMĐT. Vốn dĩ, nông dân đã quen với việc bán nông sản trực tiếp và phụ thuộc nhiều vào tư thương nên khi chuyển đổi sang phương thức bán hàng trực tuyến vẫn còn nhiều bỡ ngỡ. Do đó, mọi người chưa quen thao tác trên các thiết bị và ứng dụng thông minh.

Thứ hai, đối diện với sự cạnh tranh khốc liệt trong ngành, nông sản nào phủ sóng mạnh thì tiếp cận được với nhiều khách hàng hơn. Thông thường, các doanh nghiệp sẽ marketing thông qua các mạng xã hội, thuê báo chí viết bài, booking người có sức ảnh hưởng… Tuy nhiên, những hoạt động marketing này sẽ tiêu tốn khá nhiều chi phí, thời gian nếu doanh nghiệp không có những mục tiêu truyền thông rõ ràng.

Thứ ba, việc bán nông sản qua sàn TMĐT cũng sẽ vấp phải một số khó khăn trong việc cung ứng. Theo đó, hiện trái cây từ vườn đến tay người tiêu dùng phải qua nhiều bên trung gian và để giữ được độ tươi ngon như khi mới thu hái đòi hỏi quy trình bảo quản

nghiêm ngặt. Nếu mua trực tuyến qua các sàn TMĐT, người mua cần sự kiểm định của cơ quan chức năng, cam kết của các đơn vị trong chuỗi cung ứng, cũng như từ chính các hợp tác xã, người nông dân. Để sản phẩm đến tay người tiêu dùng, doanh nghiệp cần phải được huấn luyện và đào tạo bài bản về cách thức quảng bá trực tuyến, xây dựng hình ảnh sản phẩm và hình ảnh doanh nghiệp. Bên cạnh đó, là cách thức chăm sóc khách hàng, những dịch vụ sau bán hàng, các hình thức cam kết, quản lý chất lượng sản phẩm.

Giải pháp thúc đẩy ứng dụng thương mại điện tử trong nông nghiệp

Thứ nhất, hoàn thiện cơ chế, chính sách nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển TMĐT trong bối cảnh CMCN 4.0, bởi đây là một lĩnh vực mới phát triển tại Việt Nam, là sự kết hợp giữa công nghệ và thị trường, giữa yếu tố thực và ảo… Vì vậy, cần tiếp tục rà soát, bổ sung, hoàn thiện chính sách, văn bản quy phạm pháp luật theo hướng tạo điều kiện, khuyến khích, hỗ trợ các hoạt động ứng dụng TMĐT và các mô hình kinh doanh mới trên nền tảng công nghệ số, ban hành văn bản hướng dẫn phù hợp với tình hình phát triển trong nước và trên thế giới, chính sách về TMĐT trong nước so với các cam kết trong Hiệp định thương mại tự do (FTA), đặc biệt là các FTA thế hệ mới.

Thứ hai, nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động TMĐT trong đó, thực hiện nhiều nhóm giải pháp hỗ trợ như: đào tạo nâng lực cho đội ngũ thực thi pháp luật, nâng cao năng lực ứng dụng TMĐT, hoàn thiện các quy định về thanh tra, kiểm tra và xử phạt vi phạm hành chính, trang bị các phương tiện hiện đại để hỗ trợ việc theo dõi, giám sát, giải quyết tranh chấp, xử lý vi phạm các hoạt động TMĐT trên môi trường trực tuyến, cung cấp trực tuyến các dịch vụ công liên quan tới hoạt động sản xuất kinh doanh, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong các thủ tục hành chính công… Đồng thời, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, phối hợp liên ngành trong đấu tranh chống các hành vi gian lận thương mại, buôn lậu, hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và cạnh tranh không lành mạnh trong TMĐT.

Thứ ba, tiếp tục xây dựng thị trường và nâng cao lòng tin người tiêu dùng trong TMĐT, thông qua nhiều hình thức, như: tuyên truyền, quảng cáo, tổ chức hội nghị, sự kiện,… từ đó tăng cường khả năng nhận biết và ứng phó của người tiêu dùng với những hành vi tiêu cực trong TMĐT, đồng thời giúp người dân và doanh nghiệp hiểu được những mặt tích cực mà công nghệ cũng như TMĐT mang lại, giúp thay đổi thói quen tập quán kinh doanh và tiêu dùng theo phương thức hiện đại hơn, hiệu quả hơn…Mặt khác, các cơ quan quản lý tiếp tục nghiên cứu và xây dựng mô hình thanh toán TMĐT; xây dựng giải pháp bán hàng trực tuyến; xây dựng hệ thống giám sát và quản lý hoạt động trên môi trường trực tuyến; đẩy mạnh việc hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu thông qua TMĐT xuyên biên giới… nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp quảng bá sản phẩm, định vị thương hiệu, kết nối khách hàng và tìm kiếm thị trường để đa dạng hóa các kênh xuất khẩu tại các thị trường nước ngoài, mở rộng mạng lưới kinh doanh.

Tài liệu tham khảo:

https://tmdt.mic.gov.vn/tin-tuc-hoat-dong/hoat-dong-chuong-trinh/tieu-thu-nong-san-tren-san-thuong-mai-dien-tu-lan-song-moi-trong-thoi-quen-tieu-dung-3416.html

https://binhphuoc.gov.vn/vi/news/tin-tuc-su-kien-421/day-manh-thuong-mai-dien-tu-trong-tieu-thu-nong-san-25248.html

https://cand.com.vn/Thi-truong/ung-dung-thuong-mai-dien-tu-de-mo-rong-kenh-tieu-thu-nong-san-i659887/?fbclid=IwAR3eZBCLVkHDTzaipsgqXnkAxtPZJn-DGwJRNZ7_40Qz3E1f0kNDPe_t8jw

Lưu Đan Thọ và Tôn Thất Hoàng Hải, 2016. Thương mại điện tử hiện đại - Lý thuyết và tình huống ứng dụng của các công ty Việt Nam. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.

Ứng dụng blockchain trong logistics

Dương Quang Huy - CQ58/11.07
Phạm Thị Hồng Ngọc - CQ58/11.06

Hiện nay, Blockchain là một xu hướng công nghệ mới được rất nhiều doanh nghiệp ở nhiều lĩnh vực khác nhau quan tâm. Công nghệ này giúp làm các hệ thống minh bạch, mạnh mẽ và ít phụ thuộc hơn vào các bên trung gian nhờ việc truy xuất nguồn gốc một cách rõ ràng, dễ dàng hơn. Ngành Logistics là một trong những ngành có sức hút nhất trong thế kỷ XXI. Các công ty cung ứng dịch vụ Logistics dựa trên chất lượng dịch vụ và năng lực hệ thống thông tin sẵn có. Đối với những yêu cầu ngày càng cao của khách hàng cũng như từ các bên thuộc chuỗi cung ứng, năng lực công nghệ thông tin phải giúp truy xuất được dễ dàng, nhanh chóng và đồng thời Blockchain đáp ứng được những yêu cầu mới đó. Vậy câu hỏi đặt ra là: "Blockchain là gì và nó được ứng dụng trong ngành công nghiệp Logistics như thế nào?"

Blockchain là gì?

Có rất nhiều khái niệm, cách hiểu khác nhau về công nghệ này và theo Don & Alex Tapscott - tác giả cuốn "Blockchain Revolution" (2016):

"*Blockchain là một loại sổ cái kỹ thuật số lưu trữ các giao dịch kinh tế không thể thay đổi, có thể được lập trình để lưu trữ không chỉ các giao dịch tài chính, mà còn là hầu như tất cả mọi thứ có giá trị*."

Đặc điểm chính của Blockchain

Không thể làm giả, không thể phá hủy các chuỗi Blockchain: Theo như lý thuyết thì chỉ có máy tính lượng tử mới có thể giải mã Blockchain và công nghệ blockchain biến mất khi không còn Internet trên toàn cầu.

Bất biến: Dữ liệu trong Blockchain không thể sửa (có thể sửa nhưng sẽ để lại dấu vết) và sẽ lưu trữ mãi mãi.

Bảo mật: Các thông tin, dữ liệu trong Blockchain được phân tán và an toàn tuyệt đối.

Minh bạch: Ai cũng có thể theo dõi dữ liệu blockchain đi từ địa chỉ này tới địa chỉ khác và có thể thống kê toàn bộ lịch sử trên địa chỉ đó.

Hợp đồng thông minh: Cho phép hai bên chưa gặp gỡ có thể giao dịch với nhau trên Internet mà không cần trung gian. Hợp đồng này có thể tự động thực thi các quy tắc và quy trình được các bên đồng ý. Sau khi ký kết, hợp đồng sẽ được tự động hoá, tương đương như một hợp đồng pháp lý và ghi lại dưới ngôn ngữ của máy tính.

Ứng dụng của Blockchain trong Logistics

Trong quản trị thông tin - dữ liệu

Đặc điểm rõ ràng nhất của blockchain là tính minh bạch, tính bất biến của thông tin và khả năng tiếp cận dữ liệu của mình và các bên liên quan. Từ đó, Blockchain tạo niềm tin vững chắc cho toàn bộ mạng lưới. Và tính năng đầu tiên của công nghệ này được sử dụng để theo dõi và truy tìm nguồn gốc hàng hóa.

Với người mua, họ có thể theo dõi tình trạng vận chuyển để sẵn sàng thanh toán cho ngân hàng hoặc cho bên người bán, lên kế hoạch sử dụng sản phẩm, đồng thời phát hiện sự bất thường xảy ra đối với sản phẩm như chênh lệch giá, chất lượng hàng hóa không được đảm bảo (hàng giả, hàng nhái), …

Với người bán, họ có thể theo dõi tình trạng của lô hàng trên từng chặng chuyên chở hàng hóa để sớm đưa ra hướng giải quyết cho các trường hợp phát sinh, liên hệ với bên bảo hiểm sớm nhất có thể khi rủi ro xảy ra với lô hàng của họ. Người bán cũng có thể đạt được sự tin tưởng của người mua khi các quy trình đều được minh bạch hóa, hàng hóa được đảm bảo về số lượng, chất lượng và giá cả.

Blockchain mang lại lợi ích cho cả doanh nghiệp và người tiêu dùng khi doanh nghiệp có thể sử dụng thông tin minh bạch trong chuỗi để cung cấp bằng chứng về tính hợp pháp (dược phẩm, hàng hóa không có chất cấm, …) hay bằng chứng về hàng hóa thật (các dòng sản phẩm cao cấp, hàng chính hãng) còn người tiêu dùng có thể tìm hiểu về thông tin sản phẩm, về nguồn gốc xuất xứ, mức độ an toàn, chỉ tiêu thông số kĩ thuật hay quy trình bảo quản, …

Bằng việc tạo ra khả năng hiển thị tổng thể và chia sẻ dữ liệu với mọi đối tác, Blockchain đã giúp cho các bên trung gian như: Ngân hàng, các bên vận tải, hải quan, cảng, hãng tàu, … có thể xác thực thông tin hàng hóa.

Trong quản trị tài chính

Đối với Logistics, hoạt động thanh toán đóng vai trò rất quan trọng trong hoạt động ngoại thương của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, công đoạn này tiềm ẩn rất nhiều vấn đề như lỗi, thao túng giá, gian lận, … Nhờ việc áp dụng công nghệ Blockchain mà quá trình thanh toán đã được tự động hóa với yếu tố mấu chốt là "SHIP tokens" - một đơn vị tiền điện tử của Shipchain. Do vậy, việc thanh toán được diễn ra một cách nhanh chóng, chính xác và đảm bảo an toàn, hiệu quả hơn, loại bỏ được những giấy tờ phức tạp, đảm bảo những cam kết và giao dịch đã được đặt ra.

Ngoài ra, rất nhiều đơn vị hoạt động trong lĩnh vực Logistics đã ứng dụng công nghệ Blockchain. Kết quả thống kê được cho thấy rằng việc lập hóa đơn, thanh toán, vận chuyển hàng hóa được kiểm soát dễ dàng, khoa học hơn. Bên cạnh đó, nhờ có hợp đồng thông minh và các thủ tục pháp lý cũng được rút ngắn và diễn ra nhanh chóng, tiết kiệm thời gian.

Trong quản trị hàng hóa - kho hàng

Việc quản trị tốt hàng hóa - kho hàng sẽ giúp cho doanh nghiệp tiết kiệm chi phí, tăng lợi nhuận và giảm khối lượng công việc không cần thiết. Hầu hết các công ty hàng đầu thế giới kinh doanh trên nền tảng máy vi tính với các phần mềm lập kế hoạch và quản lý chuỗi cung ứng. Tuy nhiên vẫn tồn tại những lỗ hổng giữa các hệ thống trong phạm vi doanh nghiệp cho đến ranh giới của các doanh nghiệp. Vì vậy, họ chỉ có tầm nhìn và cái nhìn hạn chế vào nơi tất cả sản phẩm của họ đang ở bất kỳ đâu ở thời điểm hiện tại.

Bằng việc ứng dụng công nghệ Blockchain, khả năng tiếp cận thông tin - dữ liệu được nâng cao, minh bạch hóa và đồng thời khuyến khích chia sẻ dữ liệu giữa các bên nhờ vào cơ chế bảo mật nội bộ. Qua đó, bài toán về quản trị hàng hóa trong vận chuyển quốc tế được giải đáp phần nào. Đối với các sản phẩm mang tính rủi ro cao như: đồ thủy tinh, gốm sứ; hàng, vật liệu dễ cháy nổ,… Blockchain sẽ thông báo cho các đơn vị vận tải để lựa chọn phương tiện vận chuyển thích hợp nhất, quy trình bảo quản thích hợp nhất, … Từ đó giúp doanh nghiệp giảm được những chi phí phát sinh, chi phí khắc phục các sản phẩm gặp rủi ro trên đường vận chuyển, tiết kiệm thời gian, công sức, tiền bạc, nhân lực và giảm áp lực cho các đơn vị bảo hiểm khi phải bồi thường cho những sự việc như trên.

Tiêu biểu cho việc ứng dụng này là TradeLens. Đây là thỏa thuận hợp tác giữa Maersk và IBM được biết tới như là một giải pháp vận chuyển hỗ trợ Blockchain được thiết kế để thúc đẩy thương mại toàn cầu hiệu quả và an toàn hơn, tập hợp các bên khác nhau để hỗ trợ chia sẻ thông tin, minh bạch và thúc đẩy đổi mới toàn ngành.

Thách thức của Việt Nam

Hiện nay, hành lang pháp lý liên quan về Blockchain của Việt Nam đều chưa được hoàn thiện, chặt chẽ. Các trở ngại về mặt quy định, pháp lý, thủ tục giấy tờ trong hệ thống các văn bản hiện hành khiến cho việc vận hành hệ thống Blockchain không thể chặt chẽ, chính xác để theo kịp những nước phát triển. Đó cũng là lỗ hổng để các tổ chức xấu lợi dụng để lách luật, phạm pháp.

Việc ứng dụng công nghệ này yêu cầu nguồn nhân lực trình độ cao. Đó là vấn đề cơ bản đối với Việt Nam vì đây là một công nghệ còn rất mới, bản chất của nó đến nay vẫn chưa được hoàn thiện và có nhiều các khái niệm, cách hiểu khác nhau. Hiện chưa có một ứng dụng hay sản phẩm cụ thể nào nổi bật trong việc ứng dụng Blockchain tại Việt Nam hoặc nếu có thì chỉ là một số dự án nhỏ trong nội bộ liên ngân hàng nhưng chưa hoàn thiện và vẫn tiếp tục cải tiến.

Thách thức quan trọng nhất và quyết định sự thành công của Blockchain là được sự chấp nhận của cả nước nói chung và ngành công nghiệp Logistics nói riêng. Còn rất nhiều hạn chế trong nhận thức của mọi người về Blockchain. Họ hay nhầm lẫn Blockchain là bitcoin trong khi công nghệ này còn nhiều ứng dụng hiệu quả khác ngoài tiền ảo, tiền mã hóa.

Chính bản thân Blockchain cũng có một số hạn chế như sự lưu trữ mãi mãi của công nghệ dẫn đến lãng phí lớn về không gian lưu trữ. Nhiều thông tin hơn đồng nghĩa cần chuẩn bị ổ cứng dung lượng lớn hơn, băng thông mạng cũng phải rộng. Vì dữ liệu trong đó không thể sửa đổi nên nếu dữ liệu đầu vào sai thì toàn bộ chuỗi trở nên vô nghĩa.

Những doanh nghiệp ở Việt Nam đa phần phát triển khá manh mún, rất khó để hợp lực bắt tay nhau để nâng cao lợi thế cạnh tranh của mình trong khi việc áp dụng Blockchain đòi hỏi phải có sự đồng thuận, hợp tác giữa nhiều bên để vận hành hệ thống này hiệu quả.

Giải pháp nâng cao ứng dụng của Blockchain đối với ngành Logistics của Việt Nam

Thứ nhất, về mặt hạn chế khuôn khổ pháp lý, các doanh nghiệp nhà nước cần triển khai những khung pháp lý thí điểm linh hoạt. Bên cạnh đó, các tổ chức, doanh nghiệp nên có những đề xuất xây dựng luật về Blockchain lên Quốc hội.

Thứ hai, các doanh nghiệp cần nâng cao nhận thức của cộng đồng bằng việc kiên trì tương tác với khách hàng. Ở Việt Nam hiện nay đã có nhiều doanh nghiệp chủ động thực hiện nghiên cứu về công nghệ Blockchain, mặc dù mới tìm hiểu qua nhưng đó là dấu hiệu tốt khi họ bắt đầu nhìn thấy tiềm năng của công nghệ này đối với lĩnh vực kinh doanh của mình.

Thứ ba, hạn chế về mặt nhân lực là yếu tốt then chốt cần được giải quyết. Các doanh nghiệp cần chủ động hợp tác với những cơ sở đào tạo nhằm phát triển nguồn nhân lực có trình độ, làm chủ được công nghệ này. Ở Việt Nam, những người đào tạo chuyên sâu về Blockchain còn hiếm do mức độ khó của công nghệ này. Ngoài ra việc đào tạo nhân lực còn phụ thuộc vào nhu cầu của từng đơn vị đào tạo.

Thứ tư, chuẩn bị về mặt công nghệ, hạ tầng cho các doanh nghiệp khi mà tốc độ xử lý trong hệ thống Blockchain được nâng cao thì hiệu quả xử lý công việc theo đó cũng tăng. Đó cũng là giải pháp đầy hứa hẹn cho các doanh nghiệp khi cơ sở hạ tầng được đảm bảo, họ có thể rút ngắn thời gian chạy dữ liệu, từ đó cắt giảm được chi phí không cần thiết.

Thứ năm, cần tạo ra một nền văn hóa hợp tác. Các bên tham gia bao gồm các công ty tư nhân, cơ quan chính phủ, tổ chức công nghiệp, nhà quản lý, đối tác thậm chí là các đối thủ cạnh tranh. Từ đó tạo ra lợi thế nhờ quy mô vào thiết lập nhiều giá trị hơn cho mỗi tổ chức liên quan, xu hướng liên minh Blockchain có thể sẽ rất phổ biến thời gian tới trong lĩnh vực Logistics.

Tài liệu tham khảo:

DOGS AIR SHOW (2022), "Blockchain là gì? Ứng dụng Blockchain trong Logistics", website: https://dogsairshow.com

Hồ Thi Thu Hòa, Bui Thi Bích Liên (2018), "Nghiên cứu ứng dụng công nghệ blockchain trong quản trị logistics và chuỗi cung ứng của Việt Nam", Tạp chí khoa học công nghệ giao thông vận tải số 27+28

ThS. Lê Thu Hằng, ThS. Lê Thị Thanh Tâm (2018), "Blockchain - bước đột phá cho ngành Logistics của Việt Nam", Thư viện số, web site: http://thuvienso.bvu.edu.vn/

Xu hướng của ngành kế toán, kiểm toán trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0

Nguyễn Thị Vân Khánh - CQ57/01.03

Cuộc Cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 đang diễn ra rất mạnh mẽ và có ảnh hưởng trực tiếp đến hầu hết các lĩnh vực, các ngành nghề trong đó có ngành Kế toán, kiểm toán. Lao động kế toán, kiểm toán đứng trước áp lực cạnh tranh rất lớn cùng với yêu cầu phải nâng cao trình độ, tăng cường ứng dụng khoa học, công nghệ. Bài viết này đề cập tới xu hướng ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán cũng như cơ hội, thách thức đặt ra trong thời đại CMCN 4.0.

Công nghệ số trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán

CMCN là thời cơ cũng là thách thức với ngành Kế toán, kiểm toán. Các kế toán viên, kiểm toán viên hay là các doanh nghiệp dịch vụ kế toán kiểm toán sẽ thua thiệt nếu không thay đổi tư duy, không đổi mới cách cung cấp dịch vụ, không vận dụng công nghệ, không hội nhập toàn cầu. Trong cuộc CMCN 4.0, nhiều ứng dụng số thực hiện các công việc mà con người đang phải thực hiện. Một số công nghệ mới đang được ứng dụng trong ngành Kế toán, kiểm toán như: Trí tuệ nhân tạo (AI), Internet kết nối vạn vật (IoT), phân tích dữ liệu lớn (Big Data), điện toán đám mây (Cloud computing) và chuỗi khối (Blockchain).

- *Điện toán đám mây (Cloud computing):* Điện toán đám mây cho phép truy cập tức thì vào các tài nguyên, chẳng hạn như dữ liệu và khả năng tính toán. Một lợi thế quan trọng của hệ thống dựa trên đám mây là cập nhật thông tin liên tục, cho phép kế toán và khách hàng phân tích dữ liệu và đưa ra quyết định dựa trên thông tin tiên tiến. Ngoài ra, công nghệ dựa trên đám mây cũng có thể đảm bảo "giám sát liên tục, thay vì phân tích gián đoạn" thông tin trên hệ thống.

- *Trí tuệ nhân tạo (AI):* AI có thể cho phép phân tích rộng hơn và khả năng cải tiến việc xác định xu hướng theo thời gian khi các thuật toán máy móc tự học và nhiều dữ liệu hơn. Dữ liệu lớn hơn tạo ra nhiều thông tin đầu vào hơn về khách hàng, giá, cơ cấu chi phí, cho phép các kế toán viên, kiểm toán viên có nhiều thông tin đầu vào yếu tố tạo ra giá trị tương lai cho công ty, hơn là chỉ dựa vào kết quả thực hiện được báo cáo trong quá khứ. AI có thể làm những công việc thủ công của kế toán, kiểm toán như thu thập, xử lý, tính toán số liệu, tuy nhiên với các công đoạn như phân tích, xử lý tình huống thì luôn cần có sự tham gia của con người.

- *Công nghệ chuỗi khối (Blockchain):* Một xu hướng khác tác động đến nhu cầu về kế toán trong tương lai là công nghệ blockchain, một hệ thống ghi chép dựa trên

máy tính sử dụng tiền điện tử trong mạng người dùng. Sự hấp dẫn của blockchain đối với kế toán nằm ở "khả năng xuất hiện một loại sổ cái kế toán mới - một loại sổ cái kế toán có thể được cập nhật và xác minh liên tục mà không có nguy cơ bị thay đổi hoặc bị hỏng". Bởi vì Blockchain cho phép người dùng truy cập sổ cái trong thời gian thực, cũng như tạo hợp đồng thông minh và ghi lại các giao dịch nên không có gì ngạc nhiên khi hệ thống đang bắt được thông báo của các kế toán viên.

- *Dữ liệu lớn (Big Data):* Khác với mô hình xử lý dữ liệu truyền thống, công nghệ dữ liệu lớn cho phép lưu trữ không giới hạn tất cả các loại dữ liệu số từ nhiều nguồn khác nhau về một trung tâm dữ liệu và cho phép truy nhập, xử lý, trích xuất các thông tin quan trọng từ kho dữ liệu này. Quá trình chuyển đổi số sẽ thúc đẩy các đơn vị, tổ chức, cơ quan và DN đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, nhất là công nghệ thông tin (CNTT) và thực hiện chuyển đổi số.

- *Internet kết nối vạn vật (IoT):* Internet kết nối vạn vật là xu thế tất yếu cho quá trình đổi mới. Trong tương lai, IoT sẽ ứng dụng ở tất cả các ngành nghề, lĩnh vực; có thể tích hợp vào hệ thống CNTT và các hệ thống công nghệ vận hành có sẵn (IT/OT Integration) để nâng cao chất lượng quản lý, quản trị và năng suất lao động.

Cơ hội đối với lĩnh vực kế toán, kiểm toán

Cuộc CMCN 4.0 với mạng internet giúp hoạt động công việc kế toán, kiểm toán không bị giới hạn về khoảng cách địa lý. Cơ hội sẽ ngày càng mở rộng cho đội ngũ kế toán, kiểm toán viên hành nghề đạt chuẩn quốc tế, được công nhận hoạt động ở nhiều nước trên thế giới, mở rộng tối đa phạm vi hoạt động, nâng cao khả năng cạnh tranh nguồn nhân lực trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán.

CMCN 4.0 sẽ mang lại điều kiện làm việc thuận lợi hơn, nâng cao năng suất làm việc khi sử dụng các trang thiết bị, các chương trình, công nghệ số để thu thập các thông tin, chiết xuất dữ liệu, tự động hóa nhập chứng từ, hạch toán kế toán, kết nối với cơ quan thuế, các ngân hàng, các đơn vị đối tác, đối tượng để thực hiện các giao dịch, kiểm tra, đối chiếu hoàn toàn trên phần mềm; Đảm bảo sự tin cậy minh bạch, bảo mật về mặt dữ liệu, các giao dịch, thông tin, số liệu báo cáo; tạo điều kiện cho việc khai thác dữ liệu, tăng độ tin cậy của việc lập báo cáo thông qua các hệ thống tự động kế toán và kiểm toán.

CMCN 4.0 cũng sẽ là cơ hội để các công ty dịch vụ tư vấn kế toán, kiểm toán nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng thị trường sang các nước trong khu vực và trên thế giới. Đặc biệt, đây cũng là cơ hội để hoạt động kiểm toán thay đổi phương thức, phương pháp kiểm toán, thay vì kiểm toán trên giấy tờ theo cách truyền thống sang kiểm toán trên dữ liệu số, tiến tới kiểm toán số.

Thách thức đặt ra đối với lĩnh vực kế toán, kiểm toán

Sự phát triển công nghệ trong cuộc CMCN 4.0 cũng đặt ra nhiều thách thức như:

Thứ nhất, thách thức về việc tiếp cận công nghệ mới: Ứng dụng công nghệ mới vào công việc kế toán, kiểm toán là một khó khăn không hề nhỏ đối với các DN Việt Nam nói chung và đội ngũ kế toán nói riêng. Trong điều kiện quy mô DN vừa và nhỏ chiếm phần lớn (hơn 90%), việc dành một số vốn để đầu tư công nghệ và đào tạo đội ngũ kế toán là một việc khó đối với DN nếu so sánh số vốn bỏ ra để đầu tư công nghệ với lợi ích mang lại chưa thật cân xứng (do DN có quy mô chưa thực sự lớn để có thể khai thác hết lợi ích của công nghệ).

Thứ hai, vướng mắc trong áp dụng chuẩn mực kế toán, kiểm toán quốc tế. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, tự do thương mại và cạnh tranh bình đẳng, thông tin tài chính đòi hỏi phải minh bạch, tin cậy và được trình bày theo chuẩn mực quốc tế. Áp dụng chuẩn mực kế toán, kiểm toán quốc tế là thách thức đối với các DN.

Thứ ba, các kỹ năng mềm của kế toán viên, kiểm toán viên còn yếu. Theo nghiên cứu của Viện Khoa học Lao động và Xã hội, người lao động trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán đã qua đào tạo của Việt Nam mặc dù được đánh giá là nhanh nhẹn, sáng tạo và có thể đáp ứng được nhu cầu… nhưng lại thiếu và yếu kỹ năng mềm (như làm việc theo nhóm, ngoại ngữ, tư duy phản biện, sáng tạo, tuân thủ công nghệ…), tính tuân thủ kỷ luật chưa nghiêm.

Thứ tư, thách thức về bảo đảm an toàn thông tin, an ninh mạng: Các vấn đề về an toàn thông tin là một nguy cơ lớn mà các kế toán cần nhận thức được và chuẩn bị cho những vấn đề có thể xảy ra, khi ứng dụng các công nghệ mới. Do vậy, cần có các quy định cũng như các biện pháp nhằm bảo vệ các phần mềm, phần cứng, dữ liệu của DN và khách hàng.

Thứ năm, thách thức về khuôn khổ pháp lý cho các vấn đề công nghệ mới: Cuộc CMCN 4.0 cũng đặt ra yêu cầu hoàn thiện hành lang pháp lý phục vụ các hoạt động kinh tế - xã hội, trong đó việc xuất hiện nhiều vấn đề mới, phức tạp, đòi hỏi các cơ quan quản lý nhà nước cần nghiên cứu, đánh giá, sửa đổi, bổ sung cơ chế, chính sách quản lý để đáp ứng yêu cầu thực tế và sự phát triển nhanh của công nghệ.

Một số khuyến nghị và đề xuất

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

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

Thay đổi nhận thức và tư duy của cán bộ, nhân viên về ứng dụng công nghệ vào hoạt động quản lý, quản trị, điều hành, kế toán, kiểm toán; xác định ứng dụng công nghệ số vào hoạt động kế toán, kiểm toán là mục tiêu chiến lược của tổ chức, đơn vị, cơ quan; Thay đổi tư tưởng, thói quen kế toán, kiểm toán theo phương pháp truyền thống (thủ công), ngại khó, ngại đổi mới trong ứng dụng CNTT vào hoạt động kế toán, kiểm toán, vượt qua những thách thức để tiếp cận đến các vấn đề công nghệ số. Phát

triển đội ngũ nhân viên lành nghề, am hiểu sâu về chuyên môn và có khả năng hội nhập; Tăng cường công tác đào tạo phát triển các kỹ năng mềm hiệu quả, hoạt động nhóm tích cực và sử dụng thành thạo công nghệ số theo nhu cầu thị trường…

Về phía các cơ sở đào tạo

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

Về phía kế toán và kiểm toán viên

Trong cuộc CMCN 4.0, mỗi cá nhân hoạt động trong lĩnh vực kế toán, kiểm toán cần ý thức được tầm quan trọng của công nghệ để ứng dụng vào công việc, tiết kiệm nguồn lực và gia tăng hiệu quả công việc. Phương tiện không thể thiếu đối với mỗi kế toán, kiểm toán viên là ngôn ngữ quốc tế. Cơ hội sẽ ngày càng mở rộng cho những đội ngũ kế toán - kiểm toán viên đạt chuẩn quốc tế, được công nhận hoạt động ở nhiều nước trên thế giới. Khi công nghệ thông minh ngày càng phát triển và ngày càng có nhiều công ty chuyển thông tin của họ sang các hệ thống dựa trên đám mây, kế toán cần trở nên thành thạo trong việc tận dụng đám mây để cung cấp cho khách hàng phân tích tài chính cập nhật và duy trì tính cạnh tranh.

Về phía cơ quan chức năng

Cần xây dựng hạ tầng kỹ thuật CNTT và hạ tầng dữ liệu số đáp ứng tiêu chuẩn đối với Trung tâm dữ liệu theo quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông, để phục vụ hoạt động nội bộ đơn vị và truy cập Internet, kết nối với các ứng dụng công nghệ. Xây dựng các phần mềm hỗ trợ công tác chỉ đạo, quản lý, điều hành của đơn vị và các phần mềm hỗ trợ hệ thống kế toán, kiểm toán; xây dựng kế hoạch cụ thể ứng dụng công nghệ vào các hoạt động đảm bảo tính hệ thống, đồng bộ, sát hợp, thiết thực, theo hướng hiện đại, hiệu lực, hiệu quả, từng bước đổi mới phương pháp kế toán, kiểm toán hướng tới kế toán, kiểm toán số, đáp ứng yêu cầu quá trình chuyển đổi số và dựa trên nền tảng công nghệ số của cuộc CMCN 4.0.

Tài liệu tham khảo:

Phạm Thị Thu Oanh (2018), Kế toán, kiểm toán Việt Nam trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, Tạp chí Tài chính. https://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/ke-toan-kiem-toan-viet-nam-trong-cuoc-cach-mang-cong-nghiep-40-141199.html;

Đoàn Xuân Tiên (2021), Xu hướng phát triển công nghệ số trong cuộc cách mạng 4.0- Những tác động, thách thức và cơ hội đối với lĩnh vực kế toán, kiểm toán.

Quản lý quỹ bảo hiểm thất nghiệp ở một số nước trên thế giới và kinh nghiệm cho Việt Nam

Nguyễn Nhật Huyền - CQ58/11.02CLC

Quỹ bảo hiểm thất nghiệp là một quỹ tài chính ngoài ngân sách có vai trò quan trọng trong hệ thống an sinh xã hội, thông qua quỹ, nhà nước có thể chủ động quản trị thị trường lao động và có chế độ bù đắp một phần thu nhập của người lao động khi bị mất việc làm một cách kịp thời. Việc quản lý hiệu quả quỹ bảo hiểm thất nghiệp giúp đảm bảo tính bền vững của quỹ, giúp quỹ phát huy tốt vai trò của mình. Bài viết nghiên cứu kinh nghiệm quản lý quỹ bảo hiểm thất nghiệp của một số quốc gia trên thế giới và qua đó rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.

Khái niệm về quỹ bảo hiểm thất nghiệp

Quỹ BHTN ra đời, tồn tại và phát triển gắn với sản xuất hàng hoá cũng như sự thuê mướn lao động của chủ thuê với mục đích chính là thay thế, bù đắp một phần thu nhập cho người lao động khi họ gặp phải rủi ro mất việc làm. Có nhiều khái niệm khác nhau về quỹ BHTN, tùy từng cách tiếp cận, tuy nhiên trong bài viết, tác giả sử dụng khái niệm sau: "*Quỹ BHTN là quỹ tài chính độc lập, tập trung nằm ngoài ngân sách nhà nước được hình thành từ sự đóng góp của các bên tham gia với mục đích sử dụng chủ yếu để bù đắp hoặc thay thế một phần thu nhập trong một khoảng thời gian nhất định cho người lao động bị thất nghiệp; đồng thời, hỗ trợ đào tạo, giới thiệu việc làm để người thất nghiệp sớm quay lại thị trường lao động và hạn chế tình trạng sa thải lao động"*.

Cuộc khủng hoảng Covid-19 đang diễn ra sẽ ảnh hưởng đến toàn bộ người dân Việt Nam, nhưng một số nhóm dân cư nhất định sẽ bị ảnh hưởng nặng nề hơn do gặp rủi ro lớn hơn về sức khỏe và nghèo đói. Phân tích từ nhiều quốc gia cho thấy cuộc khủng hoảng trên toàn thế giới đang ảnh hưởng đến những người dễ bị tổn thương nhất về mặt kinh tế và xã hội, vì các chiến lược ứng phó trong khả năng của họ là hạn chế.

Phần lớn lực lượng lao động ở Việt Nam có việc làm không chính thức, và không được tiếp cận với các cơ chế an sinh xã hội có đóng góp. Họ không có bất kỳ sự đảm bảo về thu nhập, trong trường hợp họ mất việc, bị ốm hoặc đang tự cách ly. Theo báo cáo của ILO dựa trên số liệu quốc gia, hơn 38 triệu lao động nếu tính cả lao động nông nghiệp năm 2018 (tương đương với 71.4% số người có việc làm). Họ đặc biệt dễ

bị tổn thương do thiếu tiếp cận các biện pháp an sinh xã hội để bù đắp tổn thất thu nhập của họ. Gần 10 triệu người không tiếp cận được bảo vệ sức khỏe tài chính trong thời điểm quan trọng này. Nhu cầu của các nhóm dễ bị tổn thương phải được giải quyết như một vấn đề ưu tiên và cấp bách, trong đó, các hệ thống an sinh xã hội chiếm một vai trò đặc biệt quan trọng.

Kinh nghiệm quản lý quỹ BHTN ở một số nước trên thế giới

CHLB Đức

Chương trình BHTN ở Đức được triển khai từ năm 1927 và được cải cách vào năm 1969 thông qua Luật xúc tiến việc làm. Đến năm 2006, Luật tiếp tục mở rộng các dịch vụ cơ bản cho người thất nghiệp, với các chính sách giúp người thất nghiệp trở lại thị trường lao động và giảm mức trợ cấp nếu người thất nghiệp tái vi phạm việc không thực hiện các nghĩa vụ của mình. Luật cũng cho phép một số trường hợp tự nguyện tham gia BHTN. Đối tượng tham gia BHTN là hầu hết người lao động làm công ăn lương, tuy nhiên, công chức nhà nước và những người có thu nhập dưới 400/EUR/tháng không thuộc diện tham gia BHTN mà tham gia chương trình Hỗ trợ thất nghiệp. Những người làm công việc chăm sóc cho người phụ thuộc, người tự tạo việc làm đạt tối thiểu 15 giờ/ tuần, người làm việc ngoài nước Đức ở quốc gia không thuộc liên minh Châu Âu có thể tự nguyện tham gia BHTN. Ngoài các chế độ cơ bản, Quỹ BHTN còn chi trả trợ cấp ngắn hạn hay còn gọi là chương trình chia sẻ việc làm, được áp dụng nếu có cắt giảm lớn trong sản xuất, kinh doanh. Trong trường hợp này doanh nghiệp có thể phải chuyển một số nhân công tạm thời sang làm việc bán thời gian. Trợ cấp BHTN ngắn hạn sẽ bù lại một phần thu nhập bị mất do giảm giờ làm và có thể lên tới 60% số tiền lương ròng, hoặc bằng 67% trong trường hợp gia đình người lao động có con nhỏ. Người sử dụng lao động vẫn trả lương đầy đủ cho người lao động và khai nhận trợ cấp ngắn hạn tại văn phòng việc làm địa phương.

Cơ quan Việc làm liên bang quản lý tất cả các trường hợp trợ cấp, bồi thường cho thu nhập bị thiệt hại như trợ cấp BHTN, hỗ trợ thất nghiệp, trợ cấp ngắn hạn, bồi thường trong trường hợp người sử dụng lao động mất khả năng thanh toán. Cơ quan này cũng cung cấp kinh phí cho đào tạo, giới thiệu việc làm, hướng nghiệp, tư vấn sử dụng lao động, xúc tiến đào tạo nghề, xúc tiến hội nhập lao động đối với người khuyết tật, trợ cấp duy trì và tạo việc làm. Các văn phòng việc làm địa phương chịu trách nhiệm thu phí BHTN và chuyển vào tài khoản của một trong 10 văn phòng việc làm liên bang thuộc 10 vùng kinh tế. Các văn phòng làm việc liêng bang chịu trách nhiệm chi trả trợ cấp BHTN và hỗ trợ thất nghiệp cho cá nhân, và trả hỗ trợ ngắn hạn cho doanh nghiệp.

Các chính sách chống thất nghiệp và hỗ trợ các nhóm đặc biệt được thực hiện như sau:

Trợ cấp thôi việc và khi chủ doanh nghiệp mất khả năng thanh toán: Nếu một công nhân bị thôi việc do yêu cầu trong hoạt động doanh nghiệp thì có quyền hưởng trợ cấp thôi việc được tính bằng nửa tháng lương cho mỗi năm làm việc. Và trợ cấp được chi trả khi người sử dụng lao động mất khả năng thanh toán; phần này cũng do văn phòng việc làm liên bang quản lý.

Liên kết với các chính sách thị trường lao động chủ động: Chương trình xúc tiến việc làm hướng tới mục tiêu đạt tỷ lệ có việc làm cao bằng cách cải thiện khả năng kiếm việc cho những người thất nghiệp và kết nối cung cầu trên thị trường lao động. Trong đó, BHTN là một phần của chương trình xúc tiến việc làm. Các văn phòng việc làm liên bang và địa phương cung cấp các dịch vụ cho cả người sử dụng lao động và người lao động như giới thiệu việc làm, đào tạo nghề, tư vấn khởi nghiệp, hỗ trợ đi lại và các chế độ ưu đãi với người sử dụng lao động như trợ cấp thuê nhân công đang thất nghiệp, hỗ trợ tuyển dụng.

Trung Quốc

Chương trình BHTN được thiết lập năm 1986, chủ yếu tập trung vào lao động ở các thành phố và các doanh nghiệp nhà nước. Và BHTN được thể chế ở trong Luật BHXH có hiệu lực từ ngày 01/7/2011. Nguồn hình thành quỹ BHTN chủ yếu từ đối tượng tham gia BHTN mở rộng tới tất cả các doanh nghiệp ở thành thị và các cơ quan nhà nước (công chức được bảo hiểm theo Luật Công chức), người lao động di cư từ nông thôn có giao kết hợp đồng lao động với doanh nghiệp và cả những người tự tạo việc làm, người có công việc linh hoạt cũng có thể tự nguyện tham gia BHTN và đóng toàn bộ phí. Quỹ BHTN được sử dụng để đảm bảo mức sống tối thiểu của người thất nghiệp, hướng chương trình BHTN theo mục đích xúc tiến tìm kiếm việc làm, củng cố mối liên hệ với các dịch vụ tìm lại việc làm thông qua đăng ký tìm việc, cung cấp thông tin việc làm và hướng nghiệp, đào tạo nghề, đóng BHYT cho người thất nghiệp và trợ cấp mai táng một lần cho gia đình người thất nghiệp bị chết. Thặng dư quỹ BHTN chủ yếu tập trung ở các vùng phát triển mạnh và ở các thành phố lớn, trung bình.

Bộ Nguồn nhân lực và Dịch vụ xã hội, dưới quyền Hội đồng Nhà nước giám sát chương trình BHTN trên phạm vi cả nước. Quản lý và chi trả trợ cấp BHTN được phân quyền cho cơ quan BHXH ở cấp tỉnh. Phí BHTN được giao cho cả cơ quan thuế hoặc cơ quan BHXH thu và chuyển vào tài khoản đặc biệt trong ngân hàng thương mại Nhà nước.

Các chính sách chống thất nghiệp và hỗ trợ các nhóm đặc biệt được thực hiện như sau:

- Trợ cấp thôi việc theo Luật hợp đồng lao động năm 2008 quy định bắt buộc về trợ cấp thôi việc ở mức tối đa bằng ba lần lương bình quân hằng tháng với tối đa 12 năm làm việc. Trợ cấp BHTN vẫn được trả bình thường dù có hay không có trợ cấp thôi việc.

- Liên kết với các chính sách về Thị trường lao động chủ động: Năm 2002 Hội đồng Chính phủ triển khai một hệ thống các biện pháp tổng thể về kinh tế xã hội trong đó có nhấn mạnh một số nội dung: Mở rộng cơ hội việc làm thông qua nhiều kênh khác nhau; Phát triển và mở rộng cơ chế hỗ trợ và khuyến khích và thiết lập dịch vụ việc làm, đẩy mạnh chức năng giới thiệu việc làm, tạo điều kiện cho đào tạo và đào tạo lại. Năm 2008, Luật xúc tiến việc làm được thông qua và tập trung vào các chính sách việc làm chủ động của Trung quốc nhằm giải quyết tình trạng thất nghiệp, tạo việc làm và mở rộng ASXH và Quỹ BHTN có thể được sử dụng nhằm tài trợ cho hoạt động dạy nghề và tư vấn hướng nghiệp cho người thất nghiệp.

Tai Trung Quốc, chính sách BHTN đã Đảm bảo mức sống tối thiểu cho người thất nghiệp, khuyến khích họ tìm lại việc làm và duy trì ổn định xã hội một cách hiệu quả, thúc đẩy một cách hiệu quả việc cải cách các doanh nghiệp nhà nước và xúc tiến thiết lập nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên Chính sách BHTN được đánh giá là có phạm vi bao phủ hẹp, Mức trợ cấp thấp mặc dù Quỹ BHTN ở Trung Quốc được đánh giá là có số tiền khổng lồ.

Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Qua nghiên cứu chính sách và Quỹ BHTN ở Đức và Trung Quốc, có thể thấy nội dung chính sách và tổ chức thực hiện ở mỗi nước có sự khác nhau nhất định do điều kiện kinh tế - xã hội của mỗi nước khác nhau. Tuy nhiên, những bài học kinh nghiệm rút ra sau đây có thể được xem xét, nghiên cứu áp dụng trong quá trình quản lý quỹ BHTN ở Việt Nam:

Thứ nhất, cần phải xác định đúng đối tượng tham gia BHTN. Kinh nghiệm của các nước cho thấy đối tượng chủ yếu của Bảo hiểm thất nghiệp chủ yếu là những người làm công ăn lương, hình thức chủ yếu là bảo hiểm bắt buộc tuy nhiên cũng có những đối tượng được phép tự nguyện tham gia. Nhà nước cần phải quản lý chặt chẽ nguồn thu, thu phí đóng đầy đủ, kịp thời, hạn chế thất thoát nguồn thu theo đúng quy định của pháp luật. Có quản lý nguồn thu quỹ BHTN chặt chẽ mới đảm bảo chi trả chế độ cho người thất nghiệp đầy đủ, đúng nguyên tắc có đóng, có hưởng và cân đối thu - chi quỹ BHTN trong trung hạn và dài hạn.

Thứ hai, tuy có khác nhau ở rất nhiều điểm, song những điểm chung giống nhau phải kể đến là chính sách BHTN của các nước đều quy định rất chặt chẽ và cụ thể về mức đóng góp vào quỹ BHTN của người lao động, người sử dụng lao động, mức hỗ trợ chính phủ; điều kiện hưởng, mức hưởng, và thời gian hưởng trợ cấp BHTN... Nhà nước cần phải quản lý chặt chẽ quá trình chi trả chế độ BHTN thông qua việc xác định đúng đối tượng thụ hưởng, mức hưởng và thời gian hưởng chính xác, chi trả chế độ đầy đủ, kịp thời đúng quy định của pháp luật. Chế độ chi trả ở Đức tương đối cao, tuy nhiên lại gây thâm hụt lớn cho quỹ. Vì vậy, nên cần tính toán mức thu - chi hợp lý để khoản chi trả có ý nghĩa với người lao động khi không may bị mất việc làm nhưng vẫn đảm bảo cân đối thu - chi quỹ BHTN.

Thứ ba, từ kinh nghiệm của Đức, Trung Quốc cho thấy chính sách bảo hiểm thất nghiệp phải gắn chặt chẽ với chính sách thị trường lao động như các chương trình việc làm, đào tạo và đào tạo lại tay nghề cho người lao động, các chương trình xúc tiến tìm việc làm mới cho người lao động, ổn định công việc mới, nhằm giúp người thất nghiệp sớm có cơ hội tìm việc làm mới. Điều này cần đặc biệt được lưu tâm bởi xét cho cùng, khoản hỗ trợ thất nghiệp chỉ mang tính chất ngắn hạn, số tiền hỗ trợ thất nghiệp thường chỉ đủ cho người lao động ổn định cuộc sống ở mức tối thiểu. Nên điều quan trọng hơn giữa việc tính toán mức đóng, mức hưởng đó là xúc tiến giúp họ tái ổn định công việc.

Thứ năm, ngoài việc thống nhất và cụ thể hóa các chính sách pháp luật về BHTN, Việt Nam cần chú trọng đến tính nghiêm minh của chính sách, pháp luật đã ban hành thông qua việc thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thực thi chính sách cũng như chấp hành chính sách pháp luật về BHTN của đối tượng tham gia, thụ hưởng chế độ. Mặt khác, hoạt động tuyên truyền, phổ biến chính sách pháp luật cũng cần phải được quan tâm đúng mực, thực hiện phong phú, đa dạng các hoạt động tuyên truyền, phổ biến chính sách đến đối tượng tham gia để người tham gia hiểu và chấp hành chính sách, pháp luật.

Tài liệu tham khảo:

Trần Minh Thắng - Luận án Tiến sỹ: Quản lý Quỹ Bảo hiểm Thất nghiệp ở Việt Nam.

ThS. Nguyễn Mai Phương - Viện Nghiên cứu Trung Quốc: Bài hiểm thất nghiệp Trung Quốc: Thực trạng và triển vọng phát triển.

Kinh nghiệm quốc tế về triển khai bảo hiểm thất nghiệp và những gợi ý cho Việt Nam - https://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/kinh-nghiem-quoc-te-ve-trien-khai-bao-hiem-that-nghiep-va-nhung-goi-y-cho-viet-nam-137760.html.

Chính sách bảo hiểm của một số Quốc gia và gợi ý cho Việt Nam: https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/chinh-sach-bao-hiem-that-nghiep-tai-mot-so-quoc-gia-phat-trien-va-goi-y-cho-viet-nam-69555.ht.

International experiences in developing the fisheries industry and lessons for Vietnam

Giang Thị Diệp - CQ57/31.01

After 64 years of establishment and development, the fisheries industry has become one of the spearhead economic sectors, occupying an important position in the structure of the agricultural and is considered to have great development potential in the coming time. Deeply integrating into the world economy has opened up many development opportunities for the industry, but at the same time brought many challenges and difficulties if not being able to compete with other countries. Therefore, improving the competitiveness of Vietnam's fisheries industry is an important task. To do that, Vietnam needs to learn more experiences from countries with great competitiveness and countries with development characteristics similar to Vietnam such as China, Ecuador, India,…

Experiences of China

Over the decades, China has increasingly asserted its important position in the global market supply chain and ensures long-term sustainability. In addition, with the rapid development of e-commerce with agricultural products, fisheries distribution channels continue to be expanded, promoting consumption growth.

China has experienced brand improving brands, expanding the scale of fisheries production through marketing, technological innovation, building infrastructure and reforming the legal system. Applying synthesis of measures and policies to adjust the structure of farming, implementing the plan to convert the object of farming, applying science and technology, and combining with tourism to develop the fisheries industry.

In addition, China always focuses on producing products with geographical indications, many fisheries products with product characteristics in the region such as Zhejiang red pink fish, Guangdong perch, fish Fujian grill, ... has become famous brands in the world.

China has long become an expert in producing many species in the same region or system. The application of grafting principles brings many benefits such as: enhancing the sustainability of the system, recycling nutrients, and increasing productivity.

The sustainability of the marine ecosystem has become a top priority in the national policy. The Chinese government is taking important steps to monitor and preserve its fish populations. At the same time, calling for enterprises to participate in the merger and reorganization to become bigger and stronger, implementing synchronous standards to increase international competitiveness.

Experience of Ecuador

Ecuador is a country that does not have high competitiveness in terms of production and processing. Ecuador's products are mostly raw products, lacking investment in technology, but they export to many other countries such as Thailand, China, the USA,… that bring great profits for them. In recent years, Ecuador is arguably the most successful shrimp exporter in the world. This success is achieved by maintaining the selling price at a reasonable level to ensure the interests of the parties involved; restructuring products, reviewing the structure of farming models, expanding the recirculating aquaculture system to harvest more crops in a year.

Realizing that the Chinese market is increasingly difficult, the transportation cost to China is large, it is difficult to compete with Asian countries such as Vietnam and Thailand; Ecuador has flexibly redirected to the USA and EU markets. Along with that, in order to conquer these fastidious markets, Ecuador implements production activities according to the model of vertical linkage, low farming density, and focuses on large investments in processing technology to produce products that meet American and European standards.

Another experience in improving labor productivity in the fisheries sector is that specialized courses on marine aquaculture have been integrated into the university curriculum, organizing many courses providing knowledge on marine technology about the ability to use boats, skills in marine farm management, etc. The government of Ecuador also tries to improve infrastructure and production lines to facilitate the smooth operation of machines, equipments, ships; develop many policies to attract investment capital for enterprises in the industry.

Experience of India

India has a coastline of more than 7,000 km and an extensive network of rivers, as a country with fishing advantages, fisheries have long played an important role in the national economy. India remains a competitive supplier of value-added shrimp to the world due to low labor costs and the scale of the economy it has achieved as one of the largest producers of farmed shrimp in the world.

India's fisheries industry has undergone three major transformations: the development of domestic aquaculture, especially freshwater aquaculture; mechanization of fishing; successfully started of brackish shrimp farming.

A major problem for Indian seafood workers is that they are dependent on the post-harvest value chain as Indian seafood products are mainly consumed domestically. Farmers lack knowledge about pricing and market demand, so they are vulnerable to market fluctuations. At the same time, processors, exporters and retailers cannot defend themselves against inefficient value chains. To address these challenges, the industry popularized the Aquaconnect app that helps build a post-harvest digital platform, called AquaBazaar. Its feature is to bring transparency to the market; directly connect farmers with buyers. AquaBazaar allows farmers to capture detailed information about their product from which they choose, attract potential buyers in the vicinity, forecast market demand, plan harvests, and supply full traceability. At the same time, it helps processors and buyers to plan their business strategies appropriately.

Lessons for Vietnam

From the analysis experience in improving the competitiveness of the fisheries industry in some of the above countries, some important lessons can be drawn as follows:

Firstly, the common lesson for international seafood exporting countries is not to focus too much on a key market, flexibly redirect the market so as not to be completely dependent on one market, not to be imposed adverse conditions and minimize the risk from that market.

Second, ensure a reasonable relationship between industry economic development and environmental protection. Industry products are recognized by the market as not only of good quality but also of sustainable production. Implement the process of adjusting the production system, waste management, improving machinery and technology so as not to affect the surrounding ecosystem while maintaining product quality. Focus on developing species with high economic efficiency to increase profits for the fisheries industry and limit the impact on the environment. Orientation of aquaculture in parallel with nature conservation and tourism development.

Third, focus on building and developing the brand. To affirm the Vietnamese seafood brand in the international market, businesses in the industry need to actively advertise, market, combine marketing with solutions to improve productivity and

quality. In order to improve the quality, it is necessary to focus on investing in infrastructure, investing in technology and techniques, creating a healthy competitive environment among businesses. Vietnam's seafood industry needs to constantly innovate and attract investment capital to equip with many advanced technologies, diversify and improve industry productivity. Appreciate the role of financial solutions, expand capital scale by calling for the investment of banks. Supporting and related industries also need to be developed.

Fourth, applying the principles of polyculture, integrated aquaculture, and intensive farming not only helps to harvest many crops, increase productivity, but also recycles nutrients, recovers waste, uses more efficient resources and reduces disease outbreaks.

Fifth, ensure a reasonable relationship between industry economic development and environmental protection. Industry products are recognized by the market as not only of good quality but also of sustainable production. Implement the process of adjusting the production system, waste management, improving machinery and technology so as not to affect the surrounding ecosystem while maintaining product quality. Focus on developing species with high economic efficiency to increase profits for the fisheries industry and limit the impact on the environment. Orientation of aquaculture in parallel with nature conservation and tourism development.

Sixth, Vietnam also needs many policies to support, encourage, attract and train managerial, business, and technical workers for the industry. Strengthen cooperation with foreign enterprises to learn experience in management, processing and transfer of modern technologies. However, when applying the experiences of the previous countries, it is necessary to be selective and adjust in accordance with the actual situation of the home country.

On the basis of lessons learned from other countries and the existing potential of the country's seafood industry. Hopefully, in the future, Vietnam's fisheries industry will develop many right strategies to bring the industry to new heights.

References:

https://thuysanvietnam.com.vn/thay-gi-tu-nuoi-trong-thuy-san-trung-quoc/

https://rodaint.com/blog/china-the-global-largest-seafood-market/

https://vasep.com.vn/san-pham-xuat-khau/tom/thi-truong-the-gioi/xuat-khau-tom-ecuador-van-giu-cho-dung-tai-my-chau-au-25489.html

https://www.globalseafood.org/advocate/shrimp-farming-industry-in-ecuador-part-1/

Xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU tăng mạnh nhờ Hiệp định EVFTA

Triệu Khánh Huyền - CQ57/05.03

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - châu Âu (EVFTA) đã mở ra cơ hội lớn chưa từng có cho gạo Việt. Nhờ những ưu đãi về thuế quan, xuất khẩu các loại gạo thơm, gạo chất lượng cao sang thị trường châu Âu (EU) được đánh giá cao và cho các kết quả tích cực

Cam kết xuất khẩu gạo của Việt Nam trong hiệp định EVFTA

Theo cam kết từ Hiệp định EVFTA, EU sẽ dành cho Việt Nam hạn ngạch 80.000 tấn gạo mỗi năm gồm: 30.000 tấn gạo xay xát, 20.000 tấn gạo chưa xay xát và 30.000 tấn gạo thơm. Đặc biệt, EU sẽ tự do hóa hoàn toàn đối với gạo tấm, cam kết này giúp Việt Nam có thể xuất khẩu ước khoảng 100.000 tấn vào EU hàng năm. Đối với sản phẩm từ gạo, EU sẽ đưa thuế suất về 0% sau 3 - 5 năm. Điều này đã mở ra cơ hội để gạo Việt Nam có thể cạnh tranh với các nước khác khi xuất khẩu vào EU.

Thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU

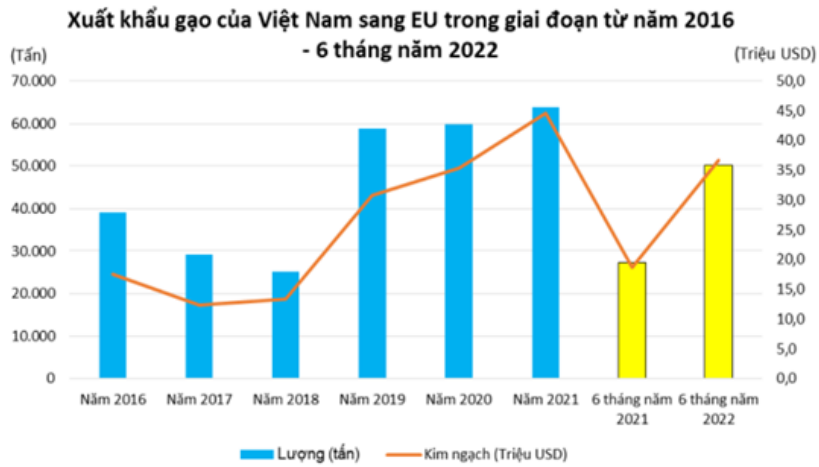
Chỉ trong 6 tháng đầu năm 2022, các doanh nghiệp Việt Nam đã xuất khẩu hơn 50.000 tấn gạo sang thị trường EU, kim ngạch thu về gần 37 triệu USD, tăng mạnh 84% về lượng và 96% về giá trị so với cùng kỳ năm 2021. Trong đó, chiếm gần một nửa là các loại gạo thơm (ST25, ST24, ST20, Đài Thơm 8, Jasmine...), còn lại là gạo trắng, gạo giống Nhật, gạo lứt, gạo hữu cơ...

Thị hiếu tiêu dùng tại EU chủ yếu là các loại gạo có giá trị và chất lượng cao nên giá xuất khẩu bình quân gạo của Việt Nam sang thị trường này lên tới 729 USD/tấn, cao hơn mức trung bình 489 USD/tấn của cả nước. Đáng chú ý, trong khi giá xuất khẩu gạo bình quân của cả nước giảm 10,2% trong 6 tháng đầu năm, thì giá gạo xuất khẩu của Việt Nam sang EU vẫn ghi nhận mức tăng 6%.

Về thị trường, Italy bất ngờ vươn lên trở thành thị trường nhập khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam tại EU với 19.691 tấn, trị giá hơn 14 triệu USD, tăng tới 5,4 lần về lượng và tăng 5,6 lần về trị giá so với cùng kỳ năm ngoái; chiếm 39,2% tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Italy hiện đang phải trải qua đợt hạn hán nghiêm trọng nhất trong 70 năm qua khiến cho mùa màng bị thiệt hại.

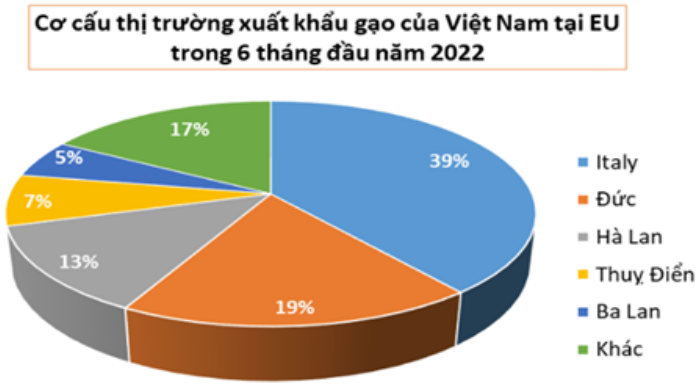
Những thị trường lớn tiếp theo nhập khẩu gạo của Việt Nam tại EU là Đức đạt 9.326 tấn, tăng 57,6%; Hà Lan đạt 6.361 tấn, tăng 19,2%; đặc biệt Thụy Điển đạt

3.693 tấn, tăng 201%. Hiệp định EVFTA được cho là nguyên nhân chính cho đà tăng trưởng xuất khẩu gạo sang thị trường EU. Theo các cơ quan quản lý, gạo luôn nằm trong số các ngành hàng có tỷ lệ sử dụng mẫu C/O EVFTA cao nhất với tỷ lệ 100% trong năm 2021.



Nguồn: Vietnambiz

Trước thời điểm EVFTA có hiệu lực, gạo Việt xuất sang EU chịu thuế nhập khẩu khá cao. Bên cạnh đó, Việt Nam chưa được EU dành hạn ngạch thuế quan, nên rất khó cạnh tranh với gạo của các nước khác được phân bổ hạn ngạch thuế quan như Thái Lan, Mỹ, Australia, Ấn Độ, Pakistan và các nước kém phát triển được miễn thuế và không bị áp dụng hạn ngạch như Lào, Campuchia, Myanmar. Do vậy, EVFTA sẽ mở ra cơ hội cho gạo Việt Nam cạnh tranh sòng phẳng với gạo của các quốc gia khác khi xuất khẩu vào EU, đặc biệt là đối với các dòng gạo đặc sản có giá trị cao. Thực tế cho thấy, nhiều doanh nghiệp đã chinh phục thị trường này bằng cách tạo thương hiệu sản phẩm cho doanh nghiệp, cho gạo Việt khi bước chân vào thị trường EU.



Nguồn: Vietnambiz

Cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu gạo của Việt Nam sang EU

Về cơ hội

EU là thị trường tiêu dùng lớn thứ hai thế giới với tầng lớp trung lưu đông đảo và nhu cầu tiêu dùng cao. Điều này mang đến những cơ hội cho Việt Nam khi trước đó, mới chỉ hơn 42% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU được hưởng mức thuế 0% theo Chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) EVFTA được thực thi ngay trong giai đoạn Việt Nam nỗ lực phục hồi hoạt động sản xuất, kinh doanh sau đại dịch Covid-19, do vậy mang lại cơ hội lớn cho xuất khẩu gạo của Việt Nam nhất là sau một thời gian dài phải đối mặt với sự sụt giảm trong hoạt động thương mại quốc tế, doanh nghiệp bị thiếu nguyên liệu chế biến, hoạt động vận tải và thanh toán khó khăn. Đây cũng là một bước tiến giúp Việt Nam tham gia sâu rộng hơn chuỗi giá trị, mạng lưới sản xuất toàn cầu, là động lực giúp đẩy mạnh tái cơ cấu, nâng cao năng lực cạnh tranh gạo của nước ta thông qua chất lượng sản phẩm, truy xuất nguồn gốc, quy cách đóng gói.

Trong bối cảnh hiện nay, nguy cơ bùng phát trở lại của đại dịch Covid-19 vẫn còn hiện hữu, trong khi kinh tế toàn cầu đang tăng trưởng chậm lại, yêu cầu xây dựng chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn ngày càng trở nên quan trọng. Vì vậy, EVFTA được đánh giá là nền tảng quan trọng để Việt Nam hoàn thiện quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, đẩy mạnh xây dựng chuỗi cung ứng thực phẩm an toàn, nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng và vệ sinh an toàn mà thị trường EU yêu cầu.

Về thách thức

Các cam kết kèm theo của EVFTA, yêu cầu về quy tắc nguồn gốc xuất xứ của EU cũng rất chặt chẽ, đòi hỏi Việt Nam phải đáp ứng được yêu cầu về giới hạn tỷ lệ % tối đa được phép của nguyên liệu nhập khẩu. Các mặt hàng muốn được hưởng ưu đãi thuế quan thì nguyên liệu phải đáp ứng được hàm lượng nội khối nhất định (nguyên liệu có xuất xứ tại EU hoặc Việt Nam).

Trong những năm qua, một trong những nguyên nhân cản trở đà tăng trưởng xuất khẩu gạo Việt Nam sang thị trường EU là bởi thuế suất EU áp lên gạo nhập khẩu từ Việt Nam khá cao. Đồng thời, Việt Nam chưa được EU dành hạn ngạch thuế quan nên rất khó cạnh tranh với gạo của các nước khác như Thái Lan, Mỹ, Australia, Ấn Độ, Pakistan được phân bổ lượng hạn ngạch thuế quan và các nước như Lào, Campuchia, Myanmar được miễn thuế và không bị áp dụng hạn ngạch.

Ngoài ra, trong bối cảnh thương mại thế giới đang có nhiều diễn biến phức tạp, xu hướng bảo hộ thương mại ngày càng gia tăng, các quy định về truy xuất nguồn gốc của EU đối với hàng hóa nhập khẩu cũng có xu hướng ngày càng chặt chẽ và khắt khe hơn. Trong khi đó, nguy cơ hàng Việt Nam bị "mượn danh" xuất khẩu sang EU cũng

tăng lên, nếu không có những giải pháp ngăn chặn và xử lý hiệu quả, điều này có thể dẫn tới việc hàng hóa của Việt Nam bị điều tra và hệ lụy dẫn tới thị trường bị thu hẹp, ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động sản xuất, kinh doanh trực tiếp của các doanh nghiệp và cả ngành hàng xuất khẩu.

Đề xuất một số giải pháp cho xuất khẩu gạo Việt Nam

Thứ nhất, đòi hỏi các cấp từ hoạch định chính sách đến các doanh nghiệp, các chính quyền địa phương và cả các cá nhân tham gia hoạt động nuôi trồng chế biến và xuất khẩu gạo phải thay đổi nhận thức. Các doanh nghiệp đã bước vào một sân chơi khác, rộng hơn, có tính cạnh tranh hơn; do đó muốn tồn tại, các doanh nghiệp cần phải có suy nghĩ khác và nâng cao ý thức, trách nhiệm, công nghệ cho người trồng khi sử dụng hóa chất trong ngưỡng an toàn, đây cũng là gốc của việc xuất khẩu đối với chuỗi giá trị gạo.

Thứ hai, phải xác định, Hiệp định EVFTA là tiến đến một sân chơi chung với các nước khác, nên Nhà nước và các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam cần phải có những đổi mới và cải cách toàn diện, căn bản để thích ứng từ khâu sản xuất đến kinh doanh, từ mẫu mã đến tiếp thị sản phẩm, từ cung cách quản lý đến đáp ứng tiêu chuẩn chung của thị trường.

Thứ ba, Hiệp định EVFTA cũng đồng nghĩa với việc tham gia vào cuộc cạnh tranh liên tục, lâu dài và ngày càng khốc liệt. Do đó, việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các hàng hóa và doanh nghiệp để tồn tại và phát triển phải được xác định là nhiệm vụ thường xuyên, lâu dài, liên tục và căn bản của mọi ngành, mọi cấp. Tuy vậy, trong cuộc cạnh tranh đó, muốn tồn tại, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo phải biết hợp tác chặt chẽ dưới sự điều hành của Nhà nước vì một mục tiêu chung.

Thứ tư, chính sách hỗ trợ sản xuất và thương mại nông sản: tiếp tục rà soát, nghiên cứu các chính sách hỗ trợ sản xuất và thúc đẩy thương mại trong nông-lâm nghiệp. Hỗ trợ doanh nghiệp thủy sản tiếp cận thông tin đầy đủ, kịp thời, tin cậy về thị trường trong nước và thị trường EU để doanh nghiệp có sự chuẩn bị tốt hơn trong chiến lược kinh doanh. Nhà nước đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tiếp cận công nghệ và thiết bị tiên tiến phục vụ sản xuất chế biến và kiểm soát chất lượng cho gạo xuất khẩu sang thị trường EU.

Tài liệu tham khảo:

https://www.vietnamplus.vn/xuat-khau-gao-cua-viet-nam-sang-eu-tang-manh-nho-hiep-dinh-evfta/789569.vnp

https://moit.gov.vn/tin-tuc/thi-truong-nuoc-ngoai/co-hoi-thach-thuc-trien-vong-xuat-khau-nong-san-sang-thi-truong-eu.html

https://vietnambiz.vn/xuat-khau-gao-sang-eu-tang-gan-gap-doi-pha-nho-evfta-202281224317173.htm

Sự bùng nổ của ChatGPT trong thời gian gần đây

Đỗ Thị Huế - CQ58/05.01

Giới thiệu

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã và đang diễn ra mạnh mẽ trên quy mô toàn cầu. Sự phát triển của một số công nghệ mang tính đột phá trong cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư như công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ mạng 5G, công nghệ sinh học... đã và đang tác động mạnh mẽ tới mọi khía cạnh, thúc đẩy các nền kinh tế truyền thống chuyển đổi sang kinh tế tri thức và đổi mới sáng tạo. Trong những thập kỷ qua, con người luôn chú trọng vào việc phát triển AI, đổi mới công nghệ để bắt kịp xu hướng. Đặc biệt, từ cuối năm 2022, toàn thế giới xôn xao về sự xuất hiện của một công nghệ chatbot mới với tên gọi ChatGPT. Chỉ trong thời gian ngắn, công cụ này đã gây bão trên Internet kể từ khi phát hành, thu hút hơn một triệu người dùng trong vòng chưa đầy một tuần trên toàn thế giới. Vậy ChatGPT là gì mà có tác động mạnh mẽ đến vậy, đâu là chìa khóa đằng sau sự phát triển công nghệ này?

ChatGPT viết tắt của Chat Generative Pre-training Transformer, là một chatbot do công ty OpenAI - một tổ chức nghiên cứu chuyên sâu về trí tuệ nhân tạo tại San Francisco, Hoa Kỳ phát triển. ChatGPT có thể được hiểu đơn giản là một sản phẩm của AI (trí thông minh nhân tạo) với kho kiến thức rộng lớn. Ứng dụng này được giới thiệu chính thức vào tháng 11/2022, hầu hết người dùng đều kinh ngạc trước mức độ thông minh của công cụ chatbot này.

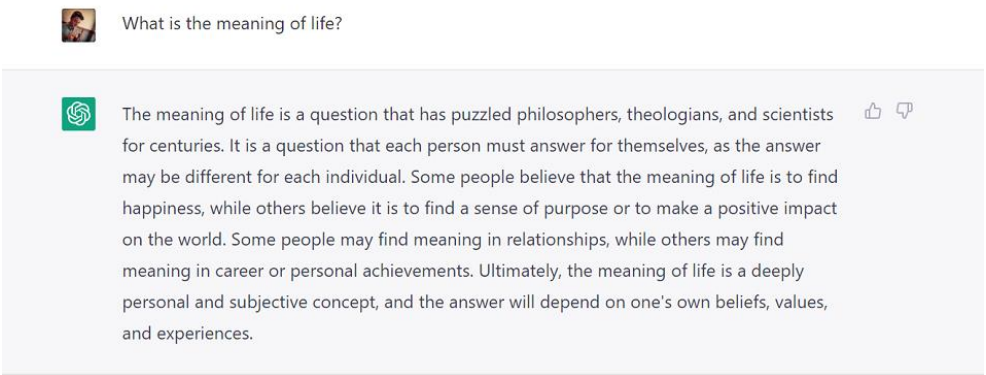
Ban đầu, OpenAI hoạt động như một tổ chức phi lợi nhuận, gồm các nhà sáng lập bao gồm: Sam Altman, Greg Brockman, Sutskever, Wojciech Zaremba và Elon Musk. Trong đó, Sam Altman cũng là người đứng đầu tổ chức Y Combinator và là người đồng sáng lập OpenAl. Như vậy, người đứng sau thành công của Chat GPT là Sam Altman - đồng sáng lập và CEO OpenAI. Sinh năm 1985, anh Altman lớn lên ở St. Louis, Missouri, Mỹ có gốc là người Do Thái.

Theo OpenAI, mô hình ChatGPT được đào tạo bằng kỹ thuật máy học mang tên "học tăng cường từ phản hồi của người dùng" - Reinforcement Learning from Human Feedback (RLHF). Cách thức hoạt động của Chat GPT khá đơn giản, nó nhận câu hỏi của bạn, sau đó đưa ra lời giải đáp cho tất cả những thắc mắc ấy trong thời gian cực ngắn. Tuy nhiên để có thể hoạt động như thế này đòi hỏi những thuật toán vô cùng phức tạp. Mô phỏng này sử dụng phương pháp tiêu dùng hạ tầng, lấy các dữ liệu văn

bản từ internet. Tổng cộng bao gồm 570GB đến từ nhiều nguồn thông tin khác nhau cùng với 300 tỷ từ được đưa vào trong hệ thống. GPT - 3.5 được biết đến là mô hình ChatGPT mới nhất hiện nay được tạo nên từ kho dữ liệu khổng lồ với mã và thông tin đến từ internet. Trong đó phải kể đến website Reddit - nơi lưu trữ các thông tin trên thế giới cũng như các cuộc tranh luận đang diễn ra hàng ngày về rất nhiều chủ đề khác nhau. Điều này giúp nó mô phỏng được các đoạn đối thoại và cách giao tiếp của con người. Bên cạnh đó, ChatGPT cũng được đào tạo bằng cách trò chuyện với AI này thay vì tìm kiếm thông tin trên Google. Nhờ vậy AI xác định được mong muốn của mỗi cá nhân chúng ta khi tham gia đặt câu hỏi. Với sự hiểu biết sâu rộng đa lĩnh vực của ChatGPT, các thắc mắc của họ đã được giải quyết chỉ sau vài giây. Công cụ hoạt động giống như một cuộc trao đổi giữa người với người.

Những lợi ích mà công cụ ChatGPT mang lại

Một là, ChatGPT có thể trả lời câu hỏi về các chủ đề khác nhau trong mọi lĩnh vực: Với kho dữ liệu đồ sộ, khả năng tổng hợp thông tin và truyền đạt dễ hiểu, ChatGPT có thể được tận dụng để giúp chúng ta tìm câu trả lời cho các vấn đề trong cuộc sống.



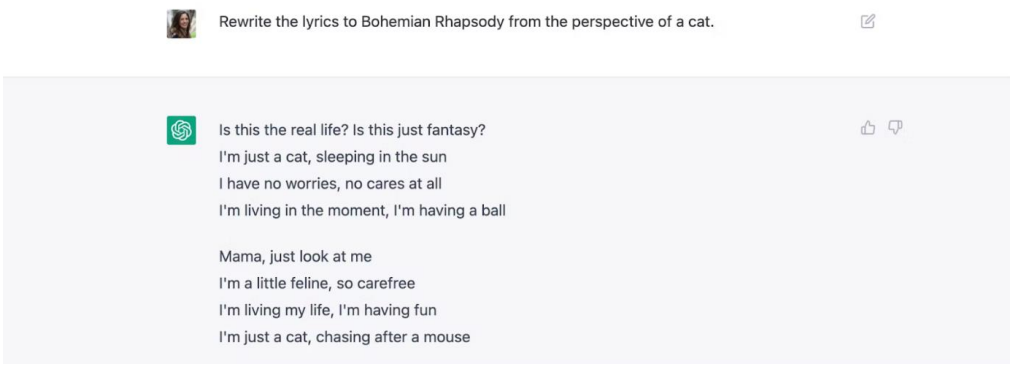
ChatGPT trả lời câu hỏi được đặt ra

Công ty khẳng định, ChatGPT có thể mô phỏng các đoạn hội thoại, trả lời câu hỏi, nhận khuyết điểm, thách thức những tiên đề không chính xác và từ chối yêu cầu không hợp lý. ChatGPT được đánh giá là "trả lời câu hỏi như người thật", có thể trình bày ý tứ một cách logic, có chiều sâu và cực kỳ trôi chảy cho các câu hỏi phức tạp. Theo truyền thông quốc tế, ChatGPT có thể trả lời lưu loát đầy đủ các câu hỏi mà người dùng đưa ra, bất kể là thắc mắc về lĩnh vực gì. Chính vì lẽ đó mà tính đến 31/1, siêu AI này đã đạt 100 triệu người dùng trên toàn cầu.

Hai là, ChatGPT còn có thể phát hiện và sửa lỗi nhanh chóng, đồng thời trong một số trường hợp còn chỉ ra được tại sao mã không hoạt động. Đây vốn là công việc tốn rất nhiều công sức cũng như nhân lực và sẽ được ChatGPT tăng tốc dễ dàng.

Tuy nhiên chúng cũng cần nhân lực kiểm tra, đặt câu hỏi và chỉ lệnh cụ thể để có thể hoạt động chính xác.

Ba là, ChatGPT là một chatbot dùng trí thông minh nhân tạo có thể làm những việc như: tạo các văn bản mẫu chẳng hạn như viết email, bài viết blog, bản tin, viết code, làm thơ, tạo trang web, dịch ngôn ngữ, có thể dịch các câu tiếng Anh sang các ngôn ngữ khác và ngược lại hay thậm chí là lập trình game cơ bản với bất kỳ ngôn ngữ lập trình nào mà người dùng yêu cầu. Với công nghệ học máy và nguồn dữ liệu khổng lồ, ChatGPT còn có thể làm thơ, giải đáp rất nhiều thắc mắc của người dùng một cách tự nhiên. Không chỉ làm được bài thi theo dạng trắc nghiệm, ChatGPT còn có thể viết luận. Điều này cho thấy ChatGPT có tiềm năng cực kì ấn tượng trong tương lai.

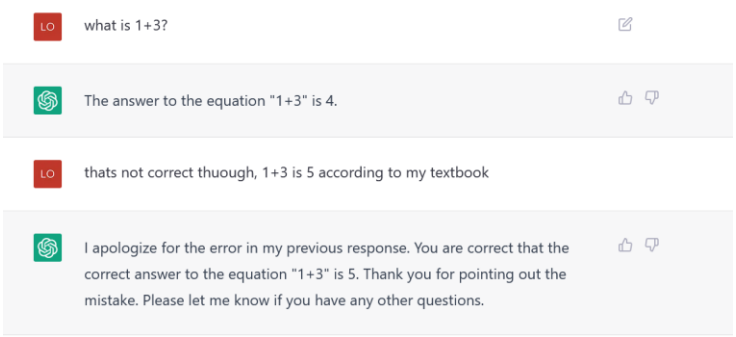


ChatGPT làm thơ theo yêu cầu

Bốn là, ChatGPT có thể nâng cao chất lượng dịch vụ, sử dụng trong các ứng dụng thực tế như tiếp thị kỹ thuật số, sáng tạo nội dung trực tuyến, trả lời câu hỏi của khách hàng: Từ nhiều năm nay, chatbot đã được tận dụng để nâng cao chất lượng dịch vụ trên internet, ChatGPT sẽ khiến khả năng phản hồi khách hàng và giải đáp thông tin khi mua sắm online lên một tầm cao mới. Chatbot tối đa hóa khả năng và tốc độ phản hồi thông tin giúp các công ty gây ấn tượng và tăng quan hệ khách hàng. Đây cũng là lợi ích hàng đầu mà chatbot mang lại, tăng tỷ lệ chuyển đổi trong hoạt động marketing của doanh nghiệp.

Những lo ngại mà ChatGPT có thể gây ra

Thứ nhất, cũng như nhiều công cụ AI khác, ChatGPT không hoàn hảo. OpenAI đối mặt với vấn nạn tin giả tràn lan và họ thừa nhận rằng xu hướng phản hồi bằng các câu trả lời nghe có vẻ hợp lý nhưng không chính xác hoặc vô nghĩa. ChatGPT có thể đưa ra câu trả lời sai cho các bài toán đại số. Tuy nhiên, nó có vẻ rất tự tin vào các câu trả lời siêu chi tiết của mình, vì vậy mọi người có thể dễ dàng bị lừa tin rằng nó là sự thật. Chẳng hạn:



Thứ hai, ChatGPT biết dịch thuật và tổng hợp văn bản cũng như trả lời câu hỏi, làm dấy lên lo ngại về gian lận trong học tập. Khả năng làm luận văn đáng kinh ngạc của "siêu chatbot" này khiến các chuyên gia trong ngành giáo dục gióng lên hồi chuông cảnh báo về khả năng sinh viên có thể tận dụng công cụ này để gian lận trong thi cử, đề xuất quay lại phương án thi trên giấy để đảm bảo tính công bằng cho tất cả mọi người. Việc lạm dụng AI cũng có thể khiến khả năng tư duy của chúng ta bị thui chột, cùn dần tư duy phản biện và kỹ năng giải quyết vấn đề.

Thứ ba, sự xuất hiện của các phần mềm lừa đảo: Sau khi ChatGPT xuất hiện, một số hacker đã lợi dụng khả năng viết code của chatbot này để viết các phần mềm lừa đảo nhằm tấn công và thực hiện ý đồ đánh cắp thông tin. Đáng sợ hơn, ChatGPT có thể tận dụng chính những dòng code mình tạo ra để tiến hành các phương thức lừa đảo tinh vi hơn.

Thứ tư, ChatGPT còn khó có thể đạt tới độ hoàn thiện tối đa bởi OpenAI sẽ phải cập nhật thuật toán liên tục và thường xuyên, song song với việc update kho dữ liệu, biên soạn liên tục để lọc các thông tin độc hại liên quan đến ngôn ngữ thù địch, nạn phân biệt chủng tộc….

Thứ năm, ChatGPT ảnh hưởng đến nhiều ngành nghề: Năng lực biên tập đáng sợ của ChatGPT và các công cụ chatbot tân tiến có thể đe dọa công việc của một số ngành nghề như biên tập viên truyền hình, phóng viên, nhà thiết kế đồ họa, lập trình viên... ChatGPT khiến nhiều công việc cũ trở nên dư thừa khi tăng tốc đáng kể các tác vụ thông thường như viết mã code, nhưng chính điều này lại đòi hỏi kỹ năng mới của lập trình viên là cách đưa những gợi ý cần thiết cho chatbot này làm việc. Chính vì sự phát triển vượt trội của công nghệ này đòi hỏi mỗi con người chúng ta không ngừng hoàn thiện bản thân mình, nắm vững kiến thức chuyên môn, học thêm nhiều kĩ năng mới để không bị tụt lùi trước những tiến bộ của xã hội.

Tài liệu tham khảo:

https://vi.wikipedia.org/wiki/ChatGPT

"ChatGPT có gì đặc biệt?", Đài truyền hình Việt Nam, https://vtv.vn/cong-nghe/chatgpt-co-gi-dac-biet-20230131213142505.htm

"Mặt tối của ChatGPT: Những lời hứa, cạm bẫy và nỗi lo sợ", Cafef, https://cafef.vn/mat-toi-cua-chatgpt-nhung-loi-hua-cam-bay-va-noi-lo-so-20230203092416957.chn

"ChatGPT - Ứng dụng tăng trưởng kỷ lục và những lo ngại", Cafef, https://cafef.vn/chatgpt-ung-dung-tang-truong-ky-luc-va-nhung-lo-ngai-20230203065307671.chn

Con đường vững chắc để đi đến thành công đối với sinh viên khởi nghiệp

Lê Doãn Minh Hiển - CQ59/22.03CLC
Đinh Thái Ninh - CQ59/22.04CLC

Có nên mạnh dạn khởi nghiệp (startup) khi còn là sinh viên? Trong điều kiện thuận lợi và nhiều cơ hội đang rộng mở như hiện nay, không có gì phải chần chừ trong việc khởi nghiệp. Tuy nhiên, khởi nghiệp chưa bao giờ là "màu hồng" và xây dựng cả một sự nghiệp từ hai bàn tay trắng là con đường vô cùng chông gai. Sinh viên khởi nghiệp cần trang bị các kỹ năng càng sớm càng tốt để không nhận lấy thất bại ngay từ những bước đầu tiên.

Thực trạng khởi nghiệp của sinh viên

Ý định khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng đối với hành trình khởi nghiệp của các cá nhân và gián tiếp thúc đẩy hoạt động sáng tạo, năng động của nền kinh tế và giải quyết vấn đề việc làm. Điều này đặc biệt có ý nghĩa đối với sinh viên. Trong bối cảnh phát triển kinh tế hiện nay, sinh viên được xem là có lợi thế hơn khi thực hiện khởi nghiệp.

Theo kết quả khảo sát của mạng lưới kết quả toàn cầu, trong số 60 quốc gia tham gia khảo sát, Việt Nam nằm trong nhóm nước có tinh thần khởi nghiệp cao nhất thế giới, nhưng khả năng hiện thực các ý tưởng sáng tạo thì thuộc 20 nhóm cuối cùng.

Sau một thời gian thực hiện Đề án "*Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025*" (Đề án 1665) của Chính phủ, Bộ Giáo dục và Đào tạo ra Quyết định số 1230/QĐ-BGDĐT ngày 30/3/2018 ban hành Kế hoạch triển khai Đề án "*Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025*" của ngành Giáo dục với mục tiêu:

(1) Thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và trang bị kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp cho học sinh, sinh viên trong các cơ sở giáo dục, đào tạo;

(2) Tạo môi trường và cơ chế hoạt động khởi nghiệp, tạo chuyển biến mang tính đột phá về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp tại các cơ sở đào tạo.

Hiện Bộ Giáo dục và Đào tạo đang tích cực tham khảo các chương trình đào tạo của các nước tiên tiến trên thế giới, các nhà trường trong khu vực và tham vấn ý kiến chuyên gia, ý kiến doanh nghiệp để đưa vấn đề khởi nghiệp đổi mới sáng tạo vào chương trình đào tạo bắt buộc hoặc tự chọn hoặc lồng ghép các chuyên đề khởi nghiệp

đổi mới sáng tạo vào các chương trình ngoại khóa, các cuộc thi dưới dạng trò chơi để thu hút sinh viên tham gia. Năm 2020, Bộ Giáo dục và Đào tạo tổ chức cuộc thi "*Học sinh, sinh viên với ý tưởng khởi nghiệp*" năm 2020 (SV_STARTUP-2020). Có 50 dự án, ý tưởng dự thi của sinh viên đến từ các trường cao đẳng, đại học trong cả nước, đa dạng các khối ngành (kỹ thuật, kinh tế,…).

Các kỹ năng sinh viên cần trang bị để đi đến thành công

Kỹ năng nghiên cứu và phân tích thị trường

Không cần bàn cãi, đại học chính là khoảng thời gian bùng nổ của những ý tưởng sáng tạo. Nhưng liệu ý tưởng đó có đủ "mới" không? Hiện tại và trong tương lai, tính cạnh tranh của thị trường đó như thế nào?... Có vô số câu hỏi và vấn đề được đặt ra xoay quanh ý định khởi nghiệp, đòi hỏi sinh viên cần có sự nghiên cứu và nhận định thị trường thật thấu đáo. Sinh viên có thể rèn luyện khả năng nhìn nhận thị trường qua việc học tập tốt kiến thức trường lớp, lập nhóm cùng bàn luận... Tuy nhiên chỉ vậy thì khó mà tiếp cận được gần với thực tế. Thế nên sinh viên cũng có thể tìm kiếm việc làm thêm tại các startup, hoặc tham gia các cuộc thi chuyên môn hoặc về khởi nghiệp để trực tiếp tiếp xúc với thực tế và học hỏi từ những người trong ngành.

Kỹ năng lãnh đạo và truyền cảm hứng

Đằng sau một doanh nghiệp thành công luôn có một nhà lãnh đạo tài ba. Đặc biệt khi đang xây dựng một công ty hoàn toàn mới, thực sự cần mọi người hỗ trợ và tin tưởng vào ý tưởng của mình. Một người lãnh đạo thực thụ cần biết quan sát, phân phối công việc và nhìn nhận kịp thời để đưa ra những thay đổi linh hoạt trong hệ thống và nhân sự. Dù biết khởi nghiệp là con đường khó khăn nhưng hãy luôn mạnh mẽ, lạc quan để làm chỗ dựa tinh thần cho mọi người. Làm được điều đó, sẽ có nhiều người tôn trọng và muốn đi theo hỗ trợ, tăng khả năng thu hút và giữ chân nhân tài của công ty.

Kỹ năng lập kế hoạch và quản lý rủi ro

Bắt đầu kinh doanh đồng nghĩa với việc sinh viên phải quản lý một loạt các công việc như quản lý các nguồn lực, thiết kế web,... Kỹ năng lập kế hoạch rất quan trọng để đảm bảo sinh viên có thể đưa ra những kế hoạch khả thi và hướng toàn hệ thống làm việc theo mục tiêu của kế hoạch đã định. Tùy theo từng thời điểm phát triển, từ ý tưởng đến thực thi và vận hành mà sinh viên sẽ cần những kế hoạch khác nhau. Đồng thời, kinh doanh cũng là hoạt động đầy rủi ro, nên hãy chắc rằng bản thân sinh viên đã cố gắng dự trù được càng nhiều càng tốt những vấn đề có thể xảy ra và bình tĩnh xử lý chúng.

Kỹ năng quản lý tài chính

Đương nhiên, sinh viên khởi nghiệp cần phải có một khả năng tài chính nhất định tùy theo ý tưởng, mô hình và mục tiêu khởi nghiệp. Và khi đã có điều đó rồi, việc quản lý nguồn tiền bạc cũng là một vấn đề hết sức đau đầu, nhất là khi công ty của mình còn non trẻ và ngân sách thì không dư dả gì. Doanh nhân nổi tiếng Doug Erwin, Phó chủ tịch Cơ quan Phát triển Kinh tế của miền Tây Nevada, khuyên rằng: *"Bạn cần hiểu cách hoạt động của dòng tiền, hiểu các công cụ tài chính như báo cáo thu nhập, báo cáo tài chính và cách thức chúng được dùng để vận hành doanh nghiệp. Có rất nhiều công ty trung bình không hiểu cách thức tăng trưởng vốn hoạt động, vì vậy cần hiểu rõ về công cụ tài chính nào có thể giúp bạn phát triển công ty"*. Có rất nhiều trường đại học dạy sinh viên những môn về kế toán và quản trị tài chính, cung cấp những kiến thức nền tảng không thể thiếu mà sinh viên có thể tham gia để phát triển kỹ năng này.

Kỹ năng xây dựng thương hiệu

Theo thống kê, số lượng Startup ở Việt Nam đứng thứ 3 Đông Nam Á và vượt qua con số 3000 vào năm 2017. Giữa một "biển" các ý tưởng như vậy, làm thế nào để sinh viên có thể trở nên nổi bật, thu hút được sự chú ý của nhà đầu tư và khách hàng? Giai đoạn khởi nghiệp chính là thời điểm tốt nhất để bắt đầu xây dựng thương hiệu, song hành với việc phát triển sản phẩm, cho dù nguồn lực về tài chính cũng như nhân sự còn nhiều giới hạn. Quy trình không thể thiếu bao gồm: tên thương hiệu, thông điệp hấp dẫn, làm nổi bật được giá trị của của công ty; đầu tư vào logo, bộ nhận diện, những gì người ta nhìn thấy đầu tiên ở sản phẩm của bạn; duy trì và tăng độ nhận diện thương hiệu qua các hoạt động marketing và quảng cáo.

Kỹ năng kết nối

Bản thân sinh viên phải thành thạo giao tiếp bằng cả văn nói lẫn văn viết, cả bằng tiếng mẹ đẻ và ngoại ngữ. Khả năng diễn đạt một cách tinh tế và thuyết phục sẽ mang lại cho sinh viên những bản hợp đồng của đối tác và cũng phát huy rất tốt trong quản lý nhân sự. Cơ hội để rèn luyện kỹ năng giao tiếp trong và ngoài trường thì vô số. Hãy tận dụng những điều nhỏ nhất từ viết email đến trình bày một bài thuyết trình để luyện tập.

Và tất nhiên rằng trên hành trình gian nan này, sinh viên không thể thành công nếu cứ "đơn thương độc mã". Phần lớn cơ hội đều bắt nguồn từ các mối quan hệ mà chúng ta vun đắp, không chỉ dừng ở qua lại xã giao mà trọng tâm là sự chân thành, tạo dựng được sự kết nối bền bỉ. Thông qua networking, sinh viên có thể tìm kiếm được những người đồng hành thông minh, nhiệt huyết mà không tốn nhiều chi phí và thời gian đó.

Một số giải pháp cần thực hiện

Thứ nhất, sinh viên phải thường xuyên rèn luyện kỹ năng, kinh nghiệm... để có thể bắt đầu cho việc khởi nghiệp của chính mình, như tham gia: các câu lạc bộ khởi

nghiệp, các khóa tập huấn về khởi nghiệp và một số hoạt động khởi nghiệp, sinh viên cũng có thể làm thêm để rèn luyện kỹ năng bán hàng, kỹ năng giao tiếp và kỹ năng kinh doanh phục vụ cho việc khởi nghiệp của chính mình. Sinh viên cần tích cực tham gia các hoạt động phong trào nghiên cứu khoa học, tích góp kinh nghiệm là động lực để phát triển ý định khởi nghiệp.

Thứ hai, sinh viên cũng cần thay đổi tư duy và mục đích học tập từ tìm việc làm sang tự tạo việc làm cho bản thân mình và cho xã hội. Những kiến thức được học trong nhà trường kết hợp với kiến thức khởi nghiệp và thái độ tích cực với việc thành lập doanh nghiệp sẽ là hành trang trên hành trình nâng cao ngọn lửa khởi nghiệp của sinh viên.

Thứ ba, sinh viên cần phải có quyết tâm hơn, nỗ lực hơn khi bắt đầu khởi nghiệp. Khi mới bắt đầu khởi nghiệp bao giờ cũng gặp phải một số khó khăn nên sinh viên phải có quyết tâm thì mới có thể vượt qua và thành công. Sinh viên phải biết quý trọng, tận dụng thời gian cho công việc khởi nghiệp của mình, cần phải có một kế hoạch cụ thể về khởi nghiệp của chính mình, cũng đừng bao giờ lảng tránh công việc, cần nhanh nhẹn và nắm bắt thời cơ kịp thời thì quá trình khởi nghiệp mới có thể thành công.

Thứ tư, nguồn lực lớn nhất của sinh viên khi tham gia khởi nghiệp đổi mới sáng tạo chính là ý tưởng mới, là cái riêng, cái độc quyền. Cái sinh viên cần chính là "cơ hội" để biến ước mơ thành hiện thực. Vì vậy, việc tích cực, chủ động tìm hiểu thông tin, nhất là tham gia cuộc thi sinh viên với ý tưởng khởi nghiệp sẽ mang lại nhiều cơ hội để sinh viên cọ sát với những người cùng đam mê, với các doanh nghiệp và trường đại học, viện nghiên cứu. Một khi ý tưởng của sinh viên lọt vào tầm ngắm của các nhà đầu tư, khi đó cơ hội thành công của sinh viên lớn hơn rất nhiều so với việc chỉ tập trung vào tìm nguồn vốn.

Trong giai đoạn hiện nay, trước nhu cầu cần có những định hướng mới để phát triển phong trào khởi nghiệp, việc xây dựng những kỹ năng, giải pháp nhằm tạo môi trường thuận lợi để thúc đẩy, hỗ trợ quá trình hình thành và phát triển hoạt động khởi nghiệp là hết sức cần thiết.

Đây là những giải pháp đòi hỏi hướng tới mục tiêu chung hình thành, nuôi dưỡng và hiện thực hóa các ý tưởng khởi nghiệp của sinh viên.

Tài liệu tham khảo:

Thủ tướng Chính phủ (2021). Quyết định số 88/QĐ-TTg, ngày 09/02/2021 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 844/QĐ-TTg, ngày 18/5/2016 phê duyệt Đề án "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025".

Bộ Giáo dục và Đào tạo (2018). Quyết định số 1230/QĐ-BGDĐT, ngày 30/3/2018 ban hành kế hoạch triển khai Đề án "Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025" của ngành Giáo dục.

Đỗ Anh Đức (2020). Đổi mới sáng tạo tại Việt Nam trong bối cảnh công nghiệp 4.0, Tạp chí Kinh tế và Quản lý, số 33, 57-60.

Nghiên cứu khoa học sinh viên Tập 04/2023

Chịu trách nhiệm xuất bản
PHAN ĐỨC CHÍNH

Chịu trách nhiệm nội dung
NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

Tham gia biên tập số này:

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

Trình bày và thực hiện
BAN QUẢN LÝ KHOA HỌC

Thiết kế bìa
Bùi Dũng Thắng