



TẠP CHÍ

NGUỒN NHÂN LỰC VÀ AN SINH XÃ HỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

ISSN 2815 - 5610

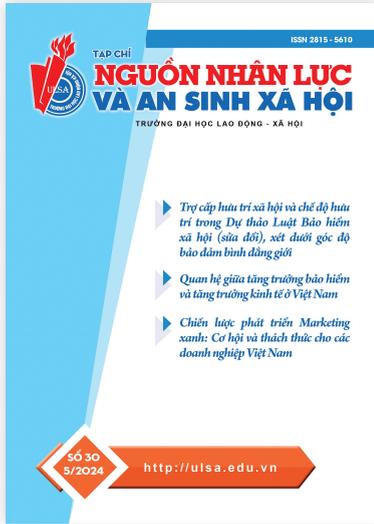
- ▶ *Trợ cấp hưu trí xã hội và chế độ hưu trí trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi), xét dưới góc độ bảo đảm bình đẳng giới*
- ▶ *Quan hệ giữa tăng trưởng bảo hiểm và tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam*
- ▶ *Chiến lược phát triển Marketing xanh: Cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam*

SỐ 30
5/2024

<http://ulsa.edu.vn>

**TẠP CHÍ NGUỒN NHÂN LỰC
VÀ AN SINH XÃ HỘI**

*Journal of Human Resources and
Social Protection*



Tạp chí ra hàng tháng
Số 30 - Tháng 05/2024

TỔNG BIÊN TẬP

PGS. TS. Lê Thanh Hà
PHÓ TỔNG BIÊN TẬP
TS. Doãn Thị Mai Hương

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS. TS. Lê Thanh Hà
GS.TS. Trần Ngọc Anh
GS.TS. Phạm Quang Trung
GS.TS. Ngô Thăng Lợi
GS.TS. Nguyễn Hữu Minh
GS.TS. Đinh Văn Sơn
TS. Doãn Thị Mai Hương
PGS. TS. Đỗ Thị Tươi
TS. Nguyễn Trung Hải (79)

THƯ KÝ TÒA SOẠN

TS. Nguyễn Xuân Hương

Tòa soạn: số 43 Trần Duy Hưng,
phường Trung Hòa, quận Cầu Giấy,
Thành phố Hà Nội

Điện thoại: 024.35564584

Email: phongkhhtqt@ulsa.edu.vn

Giấy phép xuất bản số:

438/GP-BTTTT ngày 13 tháng 7 năm 2021

Chế bản và in tại Công ty TNHH In Vietcolor

TRONG SỐ NÀY:

- 2 Trợ cấp hưu trí xã hội và chế độ hưu trí trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi), xét dưới góc độ bảo đảm bình đẳng giới

Khuất Thị Thu Hiền

- 10 Quan hệ giữa tăng trưởng bảo hiểm và tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam

Nguyễn Văn Quang

- 17 Chiến lược phát triển Marketing xanh: Cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam

Nguyễn Thị Ngọc Linh

- 25 Độ bao phủ của hệ thống bảo hiểm xã hội ở Việt Nam và hàm ý chính sách

Phạm Hồng Trang, Phạm Hồng Nhung

- 33 Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến thoát nghèo bền vững của hộ gia đình dân tộc thiểu số huyện Yên Sơn, tỉnh Tuyên Quang

**Nguyễn Thanh Huyền, Hà Thị Thu Hòa,
Phạm Hồng Nhung**

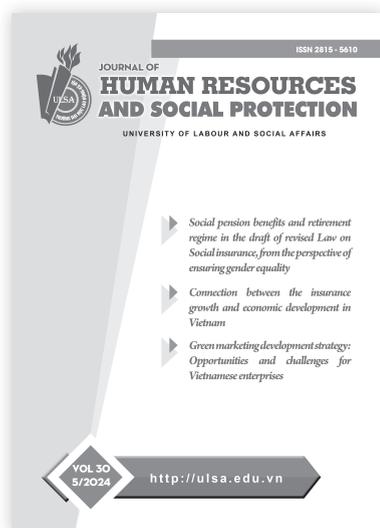
- 41 Thực trạng sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội

Nguyễn Khánh Huyền, Vũ Phương Thảo

- 52 Xây dựng mô hình ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp

Tạ Thị Thúy Hằng, Trần Quốc Anh

**JOURNAL OF HUMAN
RESOURCES AND SOCIAL
PROTECTION**



Monthly Publication
Vol 30 - 05/2024

EDITOR-IN-CHIEF

Asso. Prof. Dr. Le Thanh Ha

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF

Dr. Doan Thi Mai Huong

EDITORIAL BOARD

Asso. Prof. Dr. Le Thanh Ha

Prof. Dr. Tran Ngoc Anh

Prof. Dr. Pham Quang Trung

Prof. Dr. Ngo Thang Loi

Prof. Dr. Nguyen Huu Minh

Prof. Dr. Dinh Van Son

Dr. Doan Thi Mai Huong

Asso. Prof. Dr. Do Thi Tuoi

Dr. Nguyen Trung Hai (79)

EDITORIAL SECRETARY

Dr. Nguyen Xuan Huong

Journal Office:

No.43 Tran Duy Hung Road,

Trung Hoa Ward, Cau Giay Distr., Hanoi.

Tel: +84 (0) 24 35564584

Email: phongkhhqt@ulsa.edu.vn

Publishing License

No. 438/GP-BTTTT dated 13th July 2021

Printed at Vietcolor Ltd. Company.

TABLE OF CONTENTS:

- 2** *Social pension benefits and retirement regime in the draft of revised Law on Social insurance, from the perspective of ensuring gender equality*
Khuat Thi Thu Hien
- 10** *Connection between the insurance growth and economic development in Vietnam*
Nguyen Van Quang
- 17** *Green marketing development strategy: Opportunities and challenges for Vietnamese enterprises*
Nguyen Thi Ngoc Linh
- 25** *Coverage of the social insurance system in Vietnam and policy implications*
Phạm Hong Trang, Phạm Hong Nhung
- 33** *Present factors influencing the sustainable alleviation of poverty among ethnic minority households in Yen Son district, Tuyen Quang province*
**Nguyen Thanh Huyen, Ha Thi Thu Hoa,
Pham Hong Nhung**
- 41** *The present status of Facebook usage among students at the University of Labor and Social affairs*
Nguyen Khanh Huyen, Vu Phuong Thao
- 52** *Developing a model of the effect of inventory management on the business performance of enterprises*
Ta Thi Thuy Hang, Tran Quoc Anh

TRỢ CẤP HƯU TRÍ XÃ HỘI VÀ CHẾ ĐỘ HƯU TRÍ TRONG DỰ THẢO LUẬT BẢO HIỂM XÃ HỘI (SỬA ĐỔI), XÉT DƯỚI GÓC ĐỘ BẢO ĐẢM BÌNH ĐẲNG GIỚI

TS. Khuất Thị Thu Hiền
Trường Đại học Lao động - Xã hội
hienkt2000@yahoo.com.vn

Tóm tắt: Để bảo đảm an sinh xã hội của người dân, mở rộng, gia tăng quyền, lợi ích, tạo sự hấp dẫn để thu hút người lao động tham gia bảo hiểm xã hội, bảo đảm tốt nhất quyền lợi cho người lao động đang làm việc và người hưởng lương hưu, Nhà nước ta đang tiến hành sửa đổi Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014. Nhằm cụ thể hóa mục tiêu được đề ra trong Nghị quyết số 28-NQ/TW về cải cách chính sách bảo hiểm xã hội: “Giai đoạn đến năm 2025: Phần đầu có khoảng 55% số người sau độ tuổi nghỉ hưu được hưởng lương hưu, bảo hiểm xã hội hằng tháng và trợ cấp hưu trí xã hội; Giai đoạn đến năm 2030: Phần đầu khoảng 60% số người sau độ tuổi nghỉ hưu được hưởng lương hưu, bảo hiểm xã hội hằng tháng và trợ cấp hưu trí xã hội”, Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi) có nhiều sửa đổi, bổ sung về chế độ hưu trí và trợ cấp hưu trí xã hội. Bài viết đánh giá một số quy định về trợ cấp hưu trí xã hội và chế độ hưu trí trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi), xét dưới góc độ bảo đảm bình đẳng giới. Từ đó, tác giả đề xuất ý kiến góp ý hoàn thiện Dự thảo Luật về vấn đề này.

Từ khóa: bảo hiểm xã hội, bình đẳng giới, chế độ hưu trí, trợ cấp hưu trí xã hội.

SOCIAL PENSION BENEFITS AND RETIREMENT REGIME IN THE DRAFT OF REVISED LAW ON SOCIAL INSURANCE, FROM THE PERSPECTIVE OF ENSURING GENDER EQUALITY

Abstract: To ensure the social security of the population, enhance rights and benefits, and create incentives to encourage employee participation in social insurance, and ultimately safeguard the interests of workers and retirees, the State is revising the Social Insurance Law 2014. The amendments to the Draft of revised Law on Social Insurance aim to achieve the targets outlined in Resolution No. 28-NQ/TW on social insurance policy reform: by 2025, approximately 55% of retirees are expected to receive pensions, monthly social insurance, and social pension allowances, and by 2030, this figure is projected to increase to around 60%. The amended version of the draft of revised Law on Social Insurance introduces numerous changes and additions to the retirement regimes and social pension benefits. This article examines various provisions related to social pension benefits and retirement regimes in the amended draft law, from the perspective of ensuring gender equality. Based on this analysis, the author puts forward suggestions to enhance the completeness of the draft law in addressing these matters.

Keywords: social insurance, gender equality, retirement regime, social pension benefits.

Mã bài báo: JHS - 187
Ngày nhận bài sửa: 27/03/2024

Ngày nhận bài: 05/03/2024 Ngày nhận phản biện: 18/03/2024
Ngày duyệt đăng: 20/04/2024

1. Giới thiệu

Bảo hiểm xã hội là chính sách lớn của Đảng và Nhà nước ta, được ghi nhận trong các văn kiện của Đảng và Hiến pháp. Điều 34 Hiến pháp 2013 khẳng định: “*Công dân có quyền được bảo đảm an sinh xã hội*”. Hội nghị lần thứ bảy Ban Chấp hành Trung ương khóa XII đã ban hành Nghị quyết số 28-NQ/TW ngày 23 tháng 5 năm 2018 về cải cách chính sách bảo hiểm xã hội (Nghị quyết số 28-NQ/TW), với mục tiêu: “*Cải cách chính sách bảo hiểm xã hội để bảo hiểm xã hội thực sự là một trụ cột chính của hệ thống an sinh xã hội, từng bước mở rộng vững chắc diện bao phủ bảo hiểm xã hội, hướng tới mục tiêu bảo hiểm xã hội toàn dân. Phát triển hệ thống bảo hiểm xã hội linh hoạt, đa dạng, đa tầng, hiện đại và hội nhập quốc tế theo nguyên tắc đóng - hưởng, công bằng, bình đẳng, chia sẻ và bền vững. Nâng cao năng lực, hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước và phát triển hệ thống thực hiện chính sách bảo hiểm xã hội tinh gọn, chuyên nghiệp, hiện đại, tin cậy và minh bạch*”. Nghị quyết số 28-NQ/TW cũng đã đề ra 11 nội dung cải cách; 05 nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu, trong đó xác định nhiệm vụ: “*Hoàn thiện hệ thống pháp luật về lao động, việc làm, bảo hiểm xã hội*”.

Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng đã đề ra các nhiệm vụ, giải pháp liên quan trực tiếp đến việc hoàn thiện chính sách, pháp luật về an sinh xã hội, trong đó có chính sách bảo hiểm xã hội, như: “*Cải cách hệ thống bảo hiểm xã hội đa tầng dựa trên nguyên tắc đóng - hưởng, chia sẻ - bền vững*” (tập I, trang 150, NXB. Chính trị quốc gia Sự thật); “*Hoàn thiện hệ thống luật pháp về bảo hiểm xã hội, tiến tới thực hiện bảo hiểm xã hội toàn dân. Phát triển hệ thống bảo hiểm xã hội linh hoạt, đa dạng, đa tầng hiện đại, hội nhập quốc tế; kết hợp hài hòa nguyên tắc đóng góp và thụ hưởng; công bằng, bình đẳng, chia sẻ và bền vững. Tiếp tục hiện đại hóa quản lý bảo hiểm xã hội theo hướng tinh gọn, chuyên nghiệp, hiệu quả. Phấn đấu đến năm 2030 có khoảng 60% lực lượng lao động tham gia bảo hiểm xã hội*” (tập I, trang 270, NXB. Chính trị quốc gia Sự thật).

Để hoàn thiện chính sách pháp luật về bảo hiểm xã hội, Nhà nước ta đang tiến hành sửa đổi Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014. Việc xây dựng dự án Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi) đã được đưa vào chương trình xây dựng luật, pháp lệnh theo Nghị quyết số 50/2022/QH15 của Quốc hội về Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2023, điều chỉnh chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Các công trình nghiên cứu liên quan

Nghiên cứu về trợ cấp hưu trí xã hội và chế độ hưu trí trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi) đã được nhiều người quan tâm theo dõi, góp ý, trong đó có một số nghiên cứu sau:

Bài viết “*Một số ý kiến về quy định chế độ trợ cấp hưu trí xã hội trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi)*” (trang, 2024). Trong bài viết này, tác giả phân tích cơ sở khoa học cho việc quy định chế độ trợ cấp hưu trí xã hội trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội, đánh giá quy định của Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội về nội dung chế độ trợ cấp hưu trí xã hội. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất một số kiến nghị sửa đổi quy định về chế độ trợ cấp hưu trí xã hội trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội. Theo tác giả bài viết, trong quá trình xây dựng, lấy ý kiến, đã cho thấy Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội còn tồn tại một số vấn đề bất hợp lý về các nội dung, như: định nghĩa trợ cấp hưu trí xã hội, mức hưởng và các chế độ hưởng trợ cấp hưu trí xã hội... Vì vậy, cần thực hiện sửa đổi, bổ sung các quy định này để khi ban hành, Luật Bảo hiểm xã hội mới thực sự đi vào cuộc sống, dễ áp dụng và thực hiện từ đó nâng cao chất lượng sống của các tầng lớp nhân dân trong xã hội, đặc biệt là người cao tuổi.

Bài viết “*Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về chế độ hưu trí ở Việt Nam hiện nay*” (Thúy, 2024). Theo tác giả bài viết, trong các chế độ bảo hiểm xã hội, chế độ hưu trí giữ vai trò quan trọng đảm bảo an sinh xã hội lâu dài cho người lao động khi hết tuổi lao động. Tuy nhiên, sau một thời gian thực hiện, một số quy định về chế độ hưu trí trong Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 đã bộc lộ những điểm vướng mắc cũng như những tồn tại trong quá trình tổ chức, thực hiện. Với mục đích đề xuất một số kiến nghị sửa đổi chế độ hưu trí trong Luật Bảo hiểm xã hội hiện hành, bài viết này nêu ý kiến về những điểm tồn tại trong chế độ hưu trí và một số kiến nghị sửa đổi quy định pháp luật về chế độ hưu trí.

Bài viết “*Hoàn thiện một số quy định của Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi)*” (Nga, 2024). Tác giả bài viết cho rằng, Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi) đã có một bước tiến đáng kể xét trên nhiều bình diện, nhằm bảo đảm quyền, lợi ích của đông đảo người lao động, đảm bảo an sinh xã hội và hội nhập quốc tế. Trên cơ sở nghiên cứu dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi), tác giả đưa ra một số góp ý hoàn thiện quy định cụ thể của dự thảo về đối tượng tham gia bảo hiểm xã hội, về các hành vi bị cấm, về trợ cấp hưu trí

xã hội, về xử lý vi phạm về chậm đóng, trốn đóng bảo hiểm xã hội bắt buộc, về rút bảo hiểm xã hội một lần.

Các nghiên cứu trên đã đưa ra ý kiến góp ý hoàn thiện một số quy định của pháp luật về bảo hiểm xã hội, trong đó có trợ cấp hưu trí xã hội và chế độ hưu trí. Tác giả đã kế thừa các đóng góp của các nghiên cứu trước kia để từ đó đưa ra ý kiến góp ý của mình đối với quy định về trợ cấp hưu trí xã hội và chế độ hưu trí trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi), xét dưới góc độ bảo đảm bình đẳng giới.

2.2. Cơ sở lý luận

Trợ cấp hưu trí xã hội là một trong các nội dung cải cách chính sách bảo hiểm xã hội được đề ra trong Nghị quyết số 28-NQ/TW. Trợ cấp hưu trí xã hội là khoản trợ cấp do ngân sách nhà nước đảm bảo cho người cao tuổi. Theo đó, ngân sách nhà nước cung cấp một khoản trợ cấp cho người cao tuổi không có lương hưu hoặc bảo hiểm xã hội hằng tháng. Trợ cấp hưu trí xã hội được bổ sung vào Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi) trên cơ sở kế thừa và phát triển quy định hiện hành về trợ giúp người cao tuổi nhằm thể chế hóa Nghị quyết số 28-NQ/TW, cụ thể hóa quy định về bảo đảm an sinh xã hội của Hiến pháp. Điều này phù hợp với Công ước số 102 của Tổ chức Lao động quốc tế về quy phạm tối thiểu về an toàn xã hội, năm 1952. Đây cũng là xu hướng chung của nhiều quốc gia trên thế giới về bảo hiểm xã hội đa tầng.

Trợ cấp hưu trí xã hội cùng với bảo hiểm xã hội bắt buộc, bảo hiểm hưu trí bổ sung hình thành hệ thống bảo hiểm xã hội đa tầng trong một văn bản luật, hướng đến mở rộng diện bao phủ đối tượng hưởng các chế độ hưu trí đa dạng, không chỉ dựa trên cơ sở đóng góp mà còn dựa trên sự hỗ trợ của Nhà nước nhằm bảo đảm an sinh xã hội trên diện rộng.

Chế độ hưu trí là một trong những chế độ bảo hiểm xã hội nhằm đảm bảo thu nhập cho người lao động đã hết tuổi lao động theo quy định của pháp luật mà trước đó họ đã có đủ thời gian tham gia bảo hiểm xã hội. Chế độ hưu trí là cốt lõi của chính sách bảo hiểm xã hội, là chế độ quan trọng của hệ thống các chế độ bảo hiểm xã hội, góp phần đảm bảo an sinh xã hội lâu dài cho người lao động khi hết tuổi lao động. Đây là quyền lợi hợp pháp của người lao động sau khi đã hoàn thành nghĩa vụ lao động mà có đủ điều kiện được hưởng.

Bình đẳng giới là việc nam, nữ có vị trí, vai trò ngang nhau, được tạo điều kiện và cơ hội phát huy năng lực của mình cho sự phát triển của cộng đồng, của gia đình và thụ hưởng như nhau về thành quả của sự phát triển đó. Bình đẳng giới luôn được Nhà nước

Việt Nam quan tâm, triển khai trong các chính sách quan trọng nhằm tiến tới xóa bỏ sự phân biệt đối xử về giới, tạo ra cơ hội và phát triển bình đẳng cho cả nam và nữ trong lĩnh vực kinh tế - xã hội.

Trợ cấp hưu trí xã hội và chế độ hưu trí có ảnh hưởng rất lớn đến các nhóm dân số khác nhau với tư cách là những người tham gia và thụ hưởng bảo hiểm xã hội, đặc biệt là nữ. Với đặc điểm là quốc gia mà việc làm ở khu vực phi chính thức chiếm tỷ trọng lớn, khu vực việc làm chính thức là nơi được đảm bảo tốt hơn rất nhiều về các chế độ bảo hiểm xã hội nhưng nữ tham gia lực lượng lao động ở khu vực này lại thấp hơn nam, nữ có tuổi thọ cao hơn nam khi chiếm đa số trong số những người cao tuổi... thì Việt Nam cần đặc biệt quan tâm đến vấn đề giới trong các chính sách của mình, trong đó có chính sách bảo hiểm xã hội.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong bài nghiên cứu này, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính. Trong đó, bài viết chủ yếu sử dụng phương pháp phân tích - tổng hợp và phương pháp nghiên cứu tài liệu thông qua tập hợp các văn bản, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về bảo hiểm xã hội. Đồng thời, bài viết sử dụng các báo cáo về việc thực hiện bảo hiểm xã hội, số liệu thống kê tình hình thực hiện bảo hiểm xã hội... của các cơ quan có liên quan.

4. Kết quả và thảo luận

Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 hiện hành được Quốc hội thông qua ngày 20 tháng 11 năm 2014, thay thế Luật Bảo hiểm xã hội năm 2006, có hiệu lực thi hành kể từ ngày 01 tháng 01 năm 2016. Qua thời gian thi hành, Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 đã đi vào cuộc sống, khẳng định tính đúng đắn của chính sách, chế độ bảo hiểm xã hội theo nguyên tắc đóng - hưởng, đáp ứng nguyện vọng của đông đảo người lao động, bảo đảm an sinh xã hội và hội nhập quốc tế. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đã đạt được, quá trình thực hiện Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 cũng bộc lộ những tồn tại, hạn chế, bất cập như: (i) diện bao phủ đối tượng tham gia và thụ hưởng bảo hiểm xã hội trên thực tế còn thấp so với tiềm năng; (ii) tính tuân thủ pháp luật về bảo hiểm xã hội còn chưa cao, vẫn còn tình trạng chậm đóng, trốn đóng bảo hiểm xã hội ở nhiều địa phương, doanh nghiệp; (iii) chính sách bảo hiểm xã hội tự nguyện chưa thật sự hấp dẫn người dân tham gia; (iv) một số quy định không còn phù hợp với bối cảnh, điều kiện thực tiễn hiện nay... Vì vậy, việc sửa đổi Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 là rất cần thiết trong bối cảnh hiện nay.

Luật Bảo hiểm xã hội lần này sẽ được sửa đổi căn bản, toàn diện nhằm mục tiêu: (i) Bảo đảm an sinh xã hội của người dân dựa trên quyền con người theo quy định của Hiến pháp và thể chế hóa các nội dung trong Nghị quyết số 28-NQ/TW theo hướng đa dạng, linh hoạt, đa tầng hiện đại, hội nhập quốc tế, tiến tới bao phủ bảo hiểm xã hội toàn bộ lực lượng lao động; (ii) Sửa đổi căn bản các vướng mắc, bất cập từ thực tiễn thi hành Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 và Nghị quyết số 93/2015/QH13 ngày 22/6/2015 của Quốc hội về việc thực hiện chính sách hưởng bảo hiểm xã hội một lần đối với người lao động; bảo đảm tính hợp hiến, hợp pháp, tính đồng bộ, thống nhất, có tính khả thi, phù hợp tiêu chuẩn quốc tế và bảo đảm yếu tố bình đẳng giới; (iii) Mở rộng, gia tăng quyền, lợi ích, tạo sự hấp dẫn để thu hút người lao động tham gia bảo hiểm xã hội; đồng thời, bảo đảm tốt nhất quyền lợi cho người lao động đang làm việc và người hưởng lương hưu. Hoàn thiện quy định quản lý nhà nước và hệ thống tổ chức thực hiện chuyên nghiệp, hiện đại, hiệu quả, công khai, minh bạch.

Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi) được xây dựng trên cơ sở kế thừa kết cấu của Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014, trong đó có bổ sung 02 nội dung mới (trợ cấp hưu trí xã hội và Quản lý thu, đóng bảo hiểm xã hội), bỏ mục chế độ tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp (đã được quy định tại Luật An toàn, vệ sinh lao động); tách riêng điều quy định về đối tượng tham gia bảo hiểm xã hội, không quy định chung trong điều về đối tượng áp dụng; gộp các điều liên quan đến quyền, trách nhiệm của các cơ quan, tổ chức trong một chương; không quy định chương riêng về trình tự, thủ tục bảo hiểm xã hội mà lồng ghép vào từng chế độ.

4.1. Về trợ cấp hưu trí xã hội

Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi) dành một chương quy định về trợ cấp hưu trí xã hội (Chương III, gồm các điều từ Điều 27 đến Điều 31), trong đó quy định về đối tượng áp dụng và điều kiện hưởng trợ cấp hưu trí xã hội như sau:

Đối tượng áp dụng trợ cấp hưu trí xã hội theo quy định tại Điều 27 Dự thảo Luật là: “*Công dân Việt Nam đủ tuổi nghỉ hưu theo quy định của pháp luật*”

Điều kiện hưởng trợ cấp hưu trí xã hội theo quy định tại khoản 1 Điều 28 Dự thảo Luật là: “*a) Đủ 75 tuổi trở lên; b) Không có lương hưu, trợ cấp bảo hiểm xã hội hằng tháng khác theo quy định của Chính phủ*”.

Xét dưới góc độ giới, quy định trên của Dự thảo Luật sẽ giới hạn số người hưởng trợ cấp hưu trí xã hội, trong đó tỷ lệ lớn là nữ. Bởi lẽ:

Theo “*Tổng Điều tra dân số năm 2019: Già hóa dân số và người cao tuổi ở Việt Nam*” do Tổng cục Thống

kê thực hiện, dân số cao tuổi ở Việt Nam năm 2019 là 11,41 triệu, tương ứng với 11,86% tổng dân số. Trong số người cao tuổi tăng thêm, nhóm người cao tuổi (từ 60 tuổi - 69 tuổi) có tốc độ tăng cao nhất, tiếp đó là nhóm người cao tuổi (từ 80 tuổi trở lên). Điều đó có nghĩa, nhóm người cao tuổi (từ 60 tuổi - 69 tuổi) sẽ là nhóm đồng nhất có nhu cầu về trợ cấp hưu trí xã hội nhưng họ lại không đủ điều kiện về độ tuổi để được hưởng trợ cấp hưu trí xã hội, nếu chưa từng tham gia bảo hiểm xã hội.

Theo thống kê của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội trong “*Tờ trình Dự án Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi)*”, tính đến cuối 2022, Việt Nam có khoảng 14,4 triệu người sau độ tuổi nghỉ hưu (từ 55 tuổi trở lên đối với nữ; từ 60 tuổi trở lên đối với nam). Tổng số người hưởng lương hưu, trợ cấp bảo hiểm xã hội hằng tháng, trợ cấp hưu trí xã hội là hơn 5,1 triệu người chiếm khoảng 35% tổng số người sau độ tuổi nghỉ hưu. Trung ương xác định đến năm 2030 phần đầu khoảng 60% số người sau độ tuổi nghỉ hưu được hưởng lương hưu, bảo hiểm xã hội hằng tháng và trợ cấp hưu trí xã hội.

Theo đánh giá của Tổ chức Lao động quốc tế (2021), nhu cầu về trợ cấp hưu trí xã hội đối với nữ là tương đối cao và cao hơn nam. Năm 2019, ở Việt Nam chỉ 31,3% phụ nữ và 22,1% nam giới tham gia bảo hiểm xã hội. Tỷ lệ hưởng lương hưu ở người từ 65 tuổi trở lên chỉ 16% đối với nữ và 27,3% đối với nam.

Như vậy, vẫn còn khoảng cách giới trong diện bao phủ bảo hiểm xã hội ở Việt Nam, còn tỷ lệ lớn phụ nữ trong độ tuổi hưu trí không được bảo vệ bởi các chính sách bảo hiểm xã hội. Chính vì vậy, quy định trên trong Dự thảo Luật cần được xem xét, điều chỉnh cho phù hợp với thực tiễn. Cần nghiên cứu giảm độ tuổi hưởng trợ cấp hưu trí xã hội hoặc quy định lộ trình giảm độ tuổi hưởng trợ cấp hưu trí xã hội.

4.2. Về chế độ hưu trí

4.2.1. Về tuổi nghỉ hưu

Điều 71 Dự thảo Luật quy định về điều kiện hưởng lương hưu:

“*1. Người lao động quy định tại các điểm a, b, c, e, g, h, i, k, l, m khoản 1 và khoản 2 Điều 3 của Luật này, khi nghỉ việc có thời gian đóng bảo hiểm xã hội từ đủ 15 năm trở lên thì được hưởng lương hưu nếu thuộc một trong các trường hợp sau đây:*

a) *Đủ 61 tuổi 03 tháng đối với lao động nam và đủ 56 tuổi 08 tháng đối với lao động nữ; sau đó, cứ mỗi năm tăng thêm 03 tháng đối với lao động nam cho đến khi đủ 62 tuổi vào năm 2028 và cứ mỗi năm tăng thêm 04 tháng đối với lao động nữ cho đến khi đủ 60 tuổi vào năm 2035;*

b) *Người lao động có tuổi thấp hơn tối đa 05 tuổi so với tuổi quy định tại điểm a khoản này và có tổng thời gian*

đóng bảo hiểm xã hội từ đủ 15 năm trở lên khi làm nghề, công việc nặng nhọc, độc hại, nguy hiểm hoặc đặc biệt nặng nhọc, độc hại, nguy hiểm thuộc danh mục do Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội ban hành hoặc làm việc ở vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn bao gồm cả thời gian làm việc ở nơi có phụ cấp khu vực hệ số 0,7 trở lên trước ngày 01 tháng 01 năm 2021;

c) Người lao động có tuổi thấp hơn tối đa 10 tuổi so với tuổi quy định tại điểm a khoản này và có đủ 15 năm làm công việc khai thác than trong hầm lò theo quy định của Chính phủ;

d) Người bị nhiễm HIV/AIDS do tai nạn rủi ro nghề nghiệp trong khi thực hiện nhiệm vụ được giao.

2. Người lao động quy định tại điểm d và điểm đ khoản 1 Điều 3 của Luật này nghỉ việc có thời gian đóng bảo hiểm xã hội từ đủ 15 năm trở lên được hưởng lương hưu khi thuộc một trong các trường hợp sau đây:

a) Có tuổi thấp hơn tối đa 05 tuổi so với tuổi quy định tại điểm a khoản 1 Điều này, trừ trường hợp Luật Sĩ quan Quân đội nhân dân Việt Nam, Luật Công an nhân dân, Luật Cơ yếu, Luật Quân nhân chuyên nghiệp, công nhân và viên chức quốc phòng có quy định khác;

b) Có tuổi thấp hơn tối đa 10 tuổi so với tuổi quy định tại điểm a khoản 1 Điều này và có tổng thời gian đóng bảo hiểm xã hội từ đủ 15 năm trở lên khi làm nghề, công việc nặng nhọc, độc hại, nguy hiểm hoặc đặc biệt nặng nhọc, độc hại, nguy hiểm thuộc danh mục do Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội ban hành hoặc làm việc ở vùng có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn bao gồm cả thời gian làm việc ở nơi có phụ cấp khu vực hệ số 0,7 trở lên trước ngày 01 tháng 01 năm 2021;

c) Người bị nhiễm HIV/AIDS do tai nạn rủi ro nghề nghiệp trong khi thực hiện nhiệm vụ được giao.

3. Điều kiện về tuổi hưởng lương hưu đối với một số trường hợp đặc biệt theo quy định của Chính phủ”.

Dự thảo Luật cần quy định cụ thể hơn về tuổi nghỉ hưu của người lao động, đảm bảo hợp lý hơn về khoảng cách tuổi giữa nam và nữ. Bởi lẽ:

Tăng tuổi nghỉ hưu là xu thế ở nhiều nước trên thế giới, là nhu cầu hết sức cần thiết của Việt Nam hiện nay. Nghị quyết số 28-NQ/TW về cải cách chính sách bảo hiểm xã hội đề ra: “Từ năm 2021, thực hiện điều chỉnh tuổi nghỉ hưu theo mục tiêu tăng tuổi nghỉ hưu chung, thu hẹp dần khoảng cách về giới trong quy định tuổi nghỉ hưu; đối với những ngành nghề đặc biệt, người lao động được quyền nghỉ hưu sớm, hoặc muộn hơn 5 tuổi so với tuổi nghỉ hưu chung”. Vì vậy, cần quy định cụ thể hơn về tuổi nghỉ hưu và mức lương.

Thứ nhất, cần có quy định tuổi nghỉ hưu cho các nhóm đối tượng phù hợp với đặc thù nghề nghiệp. Cụ thể:

Nhóm 1: Người lao động nghỉ hưu trong điều kiện bình thường. Đây là nhóm người lao động làm công việc trong điều kiện lao động bình thường, họ chiếm số lượng lớn trong lực lượng lao động. Tuổi nghỉ hưu của nhóm đối tượng này theo quy định chung, nữ là 60 và nam là 62. Tuổi nghỉ hưu và điều kiện nghỉ hưu của nhóm này quy định trong Luật.

Nhóm 2: Người lao động được nghỉ hưu sớm hơn. Đây là nhóm người lao động làm công việc mà tính chất công việc, môi trường làm việc hoặc điều kiện làm việc có tính đặc biệt như công việc công việc cần có sự sáng tạo, nhanh nhẹn, dẻo dai; công việc nặng nhọc, độc hại, nguy hiểm; làm việc ở nơi khó khăn, xa xôi... Đối với nhóm này, pháp luật cần quy định cho họ có quyền được nghỉ hưu sớm hơn không quá 5 tuổi so với nhóm 1. Tuổi nghỉ hưu của nhóm này quy định trong Luật. Còn điều kiện nghỉ hưu và các ngành nghề, công việc, nơi làm việc thuộc nhóm này nên quy định trong văn bản dưới luật, ví dụ: diễn viên múa, vận động viên thể thao, giáo viên mầm non, giáo viên tiểu học, lao động trong hầm mỏ, lao động làm việc ở vùng sâu, ngoài đảo xa...

Nhóm 3: Người lao động được nghỉ hưu muộn hơn. Đây là nhóm người lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật cao cần khuyến khích họ cống hiến cho đất nước. Đối với nhóm này, pháp luật cần quy định cho họ có quyền được nghỉ hưu muộn hơn không quá 5 tuổi so với nhóm 1. Tuổi nghỉ hưu của nhóm này quy định trong Luật. Còn các đối tượng lao động thuộc nhóm này nên quy định trong văn bản dưới luật, ví dụ: như chuyên gia, nhà khoa học, nhà chuyên môn...

Cần lưu ý rằng người lao động thuộc nhóm 3 “có quyền nghỉ hưu muộn”. Điều đó có nghĩa, khi đủ tuổi nghỉ hưu theo quy định của Luật, nếu người lao động có đủ sức khỏe để làm việc và đơn vị sử dụng lao động có nhu cầu tiếp tục sử dụng lao động thì người lao động đó có thể lựa chọn giữa việc nghỉ hưu hoặc tiếp tục làm việc. Tuy nhiên, nếu tiếp tục làm việc thì họ chỉ làm công việc chuyên môn mà không giữ các chức vụ lãnh đạo, quản lý.

Trong cùng một ngành nghề, nếu người lao động làm các công việc khác nhau thì có thể xem xét quy định tuổi nghỉ hưu khác nhau, tùy theo tính chất và yêu cầu của công việc. Ví dụ: giáo viên trung học, giảng viên đại học thuộc nhóm 1; giáo viên mầm non, tiểu học thuộc nhóm 2; giáo sư, giảng viên cao cấp thuộc nhóm 3.

Thứ hai, cần có chế độ lương hưu phù hợp cho nhóm người lao động được nghỉ hưu sớm.

Nếu quy định tuổi nghỉ hưu cho các nhóm đối tượng phù hợp với đặc thù nghề nghiệp thì cần có chế độ lương hưu phù hợp cho nhóm người lao động được nghỉ hưu

sớm (nhóm 2). Bởi lẽ, nhóm lao động này mặc dù có thời gian lao động ít hơn nhóm 1 và nhóm 3 nhưng không phải do yếu tố chủ quan của người lao động mà là do yêu cầu, điều kiện công việc, nơi làm việc nên chế độ lương hưu cũng phải đảm bảo bù đắp cho họ.

4.2.2. Về bảo hiểm xã hội một lần

Khoản Điều 77 Dự thảo Luật quy định về bảo hiểm xã hội một lần:

“1. Người lao động quy định tại khoản 1 Điều 3 của Luật này mà có yêu cầu thì được hưởng bảo hiểm xã hội một lần nếu thuộc một trong các trường hợp sau đây:

a) Đủ tuổi hưởng lương hưu mà chưa đủ 15 năm đóng bảo hiểm xã hội và không tiếp tục tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện;

b) Ra nước ngoài để định cư;

c) Người đang bị mắc một trong những bệnh nguy hiểm đến tính mạng bao gồm ung thư, bại liệt, xơ gan cổ chướng, phong, lao nặng, nhiễm HIV đã chuyển sang giai đoạn AIDS;

d) Người đang bị mắc những bệnh nguy hiểm đến tính mạng không thuộc trường hợp quy định tại điểm c khoản này theo quy định của Bộ Y tế;

Phương án 1:

đ) Người lao động có thời gian đóng bảo hiểm xã hội trước ngày Luật này có hiệu lực thi hành, sau 12 tháng không thuộc diện tham gia bảo hiểm xã hội bắt buộc, không tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện và có thời gian đóng bảo hiểm xã hội chưa đủ 20 năm.

Phương án 2:

đ) Sau 12 tháng không thuộc diện tham gia bảo hiểm xã hội bắt buộc, không tham gia bảo hiểm xã hội

tự nguyện và có thời gian đóng bảo hiểm xã hội chưa đủ 20 năm mà người lao động có yêu cầu thì được giải quyết một phần nhưng tối đa không quá 50% tổng thời gian đã đóng vào quỹ hưu trí và tử tuất. Thời gian đóng bảo hiểm xã hội còn lại được bảo lưu để người lao động tiếp tục tham gia và hưởng các chế độ bảo hiểm xã hội.

e) Trường hợp người lao động quy định tại điểm d và điểm đ khoản 1 Điều 3 của Luật này khi phục viên, xuất ngũ, thôi việc mà không thuộc diện tham gia bảo hiểm xã hội bắt buộc, không tham gia bảo hiểm xã hội tự nguyện và không đủ điều kiện để hưởng lương hưu”.

Trong hai phương án trên, tác giả đề xuất chọn phương án 2 vì như vậy tối ưu hơn cho người lao động, đặc biệt là lao động nữ. Bởi lẽ:

Theo phương án 1, nếu người lao động rút bảo hiểm xã hội một lần toàn bộ số tiền đã đóng thì khó có thể tham gia bảo hiểm xã hội trở lại, nhất là đối với người đã nhiều tuổi bởi phải bắt đầu lại từ đầu.

Theo phương án 2, nếu người lao động rút một phần tiền đã tích lũy để giải quyết nhu cầu thanh khoản trước mắt, phần còn lại được bảo lưu để người lao động tiếp tục tham gia và hưởng các chế độ bảo hiểm xã hội. Như vậy, vẫn giữ cho tương lai và được tiếp tục “bảo hiểm” cũng như để ngỏ cơ hội cho người lao động quay lại tiếp tục đóng góp.

Rõ ràng, phương án 2 tối ưu hơn cho người lao động, trong đó có lao động nữ. Thực tế cho thấy, xét theo khía cạnh giới, số lượng lao động nữ hưởng bảo hiểm xã hội một lần luôn cao hơn lao động nam, thể hiện trong bảng số liệu sau:

Bảng 1. Số liệu về số người hưởng, số tiền hưởng bảo hiểm xã hội một lần giai đoạn 2016-2021

Năm	Số người hưởng bảo hiểm xã hội một lần				Tổng số tiền hưởng bảo hiểm xã hội một lần			
	Tổng số (người)	So sánh với cùng kỳ năm trước	Trong đó		Tổng số (tỷ đồng)	So sánh với cùng kỳ năm trước	Trong đó	
			Nam	Nữ			Nam	Nữ
2016	500.174		222.507	277.667	10.488		5.072	5.416
2017	560.137	11,99%	252.538	307.599	13.926	32,78%	6.808	7.118
2018	666.482	18,99%	306.215	360.267	19.531	40,25%	9.452	10.079
2019	707.184	6,11%	320.709	386.475	24.182	23,81%	11.377	12.805
2020	761.081	7,62%	347.515	413.566	28.463	17,70%	13.176	15.287
2021	863.259	13,43%	384.385	478.874	35.350	24,20%	15.506	19.844

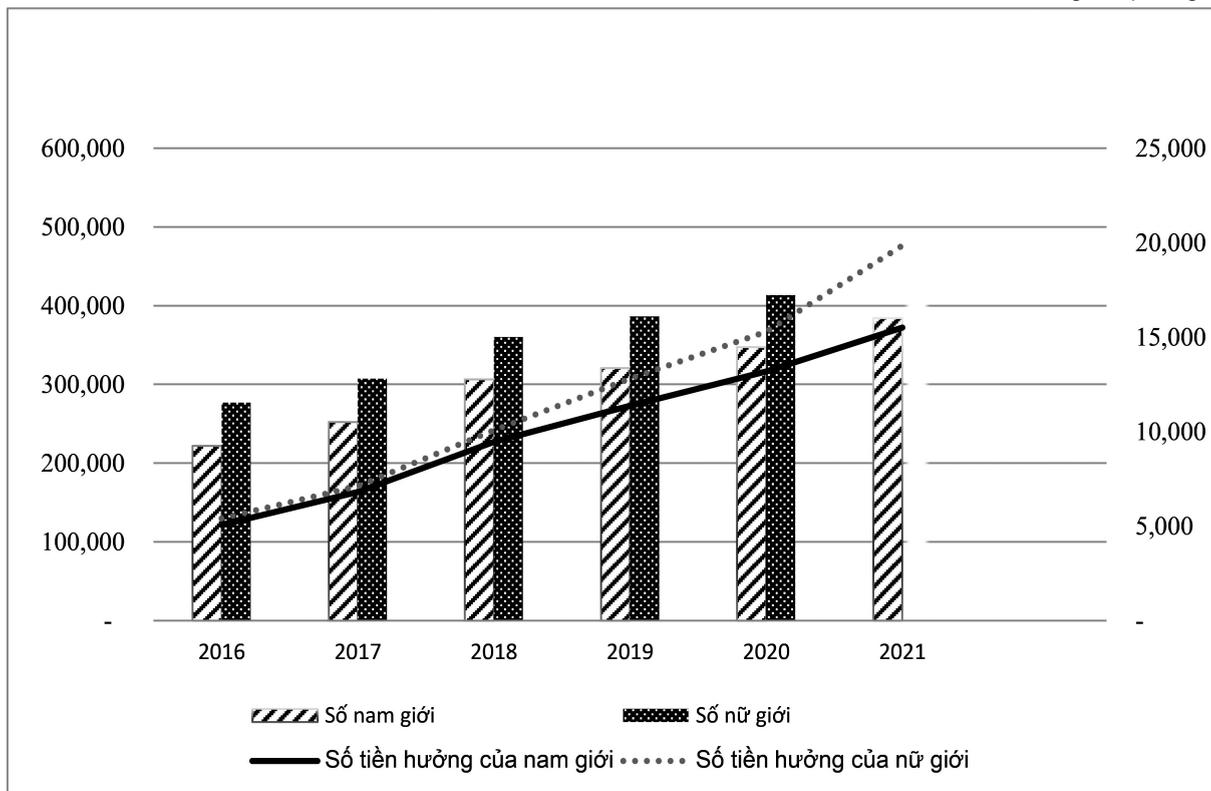
Nguồn: Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội (2023). Báo cáo tổng kết việc triển khai thực hiện Nghị quyết số 93/2015/QH13 ngày 22/6/2015 của Quốc hội khóa 13 về việc thực hiện chính sách hưởng bảo hiểm xã hội một lần đối với người lao động

Như vậy, có thể thấy, kể từ năm 2016 (năm Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014 có hiệu lực) cho đến nay, số lao động nữ hưởng bảo hiểm xã hội một lần hàng năm

luôn cao hơn so với lao động nam, đồng thời, số tiền hưởng bảo hiểm xã hội một lần của nữ cũng luôn cao hơn nam.

Hình 1. Số người hưởng và số tiền hưởng bảo hiểm xã hội một lần giai đoạn 2016 - 2021

ĐVT: Người/tỷ đồng



Nguồn: Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội (2023). Báo cáo tổng kết việc triển khai thực hiện Nghị quyết số 93/2015/QH13 ngày 22/6/2015 của Quốc hội khóa 13 về việc thực hiện chính sách hưởng bảo hiểm xã hội một lần đối với người lao động

Qua so sánh thì thấy rằng, khoảng cách về số người hưởng bảo hiểm xã hội một lần và số tiền hưởng bảo hiểm xã hội một lần ngày càng lớn giữa nam và nữ. Vì vậy, áp dụng phương án 2 sẽ tối ưu hơn cho người lao động, đặc biệt là lao động nữ.

Kết luận

Trợ cấp hưu trí xã hội và chế độ hưu trí là nội dung quan trọng về quyền an sinh xã hội của công dân được quy định trong Hiến năm 2013 và cũng là mục tiêu được đề ra trong Nghị quyết số 28-NQ/TW. Để vừa

đảm bảo an sinh xã hội, vừa đảm bảo bình đẳng giới trong lĩnh vực này thì Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi) cần giảm độ tuổi hưởng trợ cấp hưu trí xã hội hoặc quy định lộ trình giảm độ tuổi hưởng trợ cấp hưu trí xã hội. Trong Dự thảo Luật cũng cần quy định cụ thể hơn về tuổi nghỉ hưu của người lao động, đảm bảo hợp lý hơn về khoảng cách tuổi giữa nam và nữ. Đồng thời, có phương án phù hợp cho việc rút bảo hiểm xã hội một lần để đảm bảo cho tương lai của người lao động.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. (2023). *Báo cáo Tổng kết việc triển khai thực hiện Nghị quyết số 93/2015/QH13 ngày 22/6/2015 của Quốc hội khóa 13 về việc thực hiện chính sách hưởng bảo hiểm xã hội một lần đối với người lao động*.
- Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. (2023). *Báo cáo về lồng ghép vấn đề bình đẳng giới trong Dự án Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi)*.
- Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. (2023). *Báo cáo v/v tiếp thu, giải trình ý kiến của các Ban, Bộ, ngành, địa phương, chuyên gia, nhà khoa học, người dân về dự án Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi)*.
- Chính phủ. (2023). *Tờ trình Dự án Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi)*, ngày 31/7/2023.
- Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (phiên bản ngày 28/7/2023).
- Hội nghị lần thứ bảy Ban Chấp hành Trung ương khóa XII. (2018). *Nghị quyết số 28-NQ/TW ngày 23 tháng 5 năm 2018 về cải cách chính sách bảo hiểm xã hội*.
- Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật. (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng (tập I)*.
- Nga, N.T. (2024). Hoàn thiện một số quy định của Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi). *Tạp chí Dân chủ và Pháp luật* Kỳ 2 (Số 397), tháng 1/2024.
- Quốc hội. (2013). *Hiến pháp*. Kỳ họp thứ 6 Quốc hội khóa XIII thông qua ngày 28 tháng 11 năm 2013.
- Quốc hội. (2014). *Luật Bảo hiểm xã hội*. Kỳ họp thứ 8 Quốc hội khóa XIII thông qua ngày 20 tháng 11 năm 2014.
- Quốc hội. (2006). *Luật Bình đẳng giới*. Kỳ họp thứ 10 Quốc hội khóa XI thông qua ngày 29 tháng 11 năm 2006
- Quốc hội. (2015). *Nghị quyết số 50/2022/QH15 về Chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2023, điều chỉnh chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2022*.
- Quốc hội. (2015). *Nghị quyết số 93/2015/QH13 về việc thực hiện chính sách hưởng bảo hiểm xã hội một lần đối với người lao động*.
- Tổ chức Lao động quốc tế. (1952). *Công ước số 102 về quy phạm tối thiểu về an toàn xã hội*.
- Tổ chức Lao động quốc tế. (2021). *Báo cáo Để Bảo hiểm xã hội phù hợp với cuộc sống của phụ nữ: Đánh giá tác động giới tại Việt Nam*.
- Tổng cục Thống kê. (2021). *Tổng Điều tra dân số năm 2019: Già hóa dân số và người cao tuổi ở Việt Nam*.
- Thuý, N.T.P. (2024). Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về chế độ hưu trí ở Việt Nam hiện nay. *Tạp chí Công thương*, Số 10 tháng 4 năm 2024.
- Trang, N.T.Q. (2024). Một số ý kiến về quy định chế độ trợ cấp hưu trí xã hội trong Dự thảo Luật Bảo hiểm xã hội (sửa đổi). *Tạp chí Quản lý nhà nước - Số 338*.

QUAN HỆ GIỮA TĂNG TRƯỞNG BẢO HIỂM VÀ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ Ở VIỆT NAM

Nguyễn Văn Quang
Trường Đại học Mở Hà Nội
quanghou@hou.edu.vn

Tóm tắt: Ngành bảo hiểm ra đời nhằm bảo vệ phúc lợi tài chính của các cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức hoặc xã hội nói chung trước những biến cố ngẫu nhiên dẫn đến tổn thất bất ngờ. Ở Việt Nam, ngành bảo hiểm đã chính thức ra đời từ năm 1993, đến nay Chính phủ đã liên tục hoàn thiện, sửa đổi, ban hành những chiến lược, chính sách phát triển thị trường bảo hiểm. Cho đến nay, đã có nhiều nghiên cứu xoay quanh mối quan hệ nhân quả giữa tăng trưởng bảo hiểm và tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia trên thế giới, tuy nhiên các kết quả chưa được tập trung, thống nhất. Nghiên cứu này xem xét mối quan hệ nhân quả giữa tăng trưởng bảo hiểm và tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam, sử dụng dữ liệu chuỗi thời gian giai đoạn 2005-2022. Tăng trưởng kinh tế được đo lường bằng chỉ số tổng thu nhập quốc gia; tăng trưởng bảo hiểm được đo lường bằng tổng doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ, tổng doanh thu phí bảo hiểm phi nhân thọ và tổng đầu tư của ngành bảo hiểm vào nền kinh tế. Dữ liệu được phân tích qua kiểm định tính dừng, kiểm định đồng liên kết, phân tích hồi quy và kiểm định nhân quả Granger. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng giữa tăng trưởng bảo hiểm và tăng trưởng kinh tế có mối quan hệ mật thiết, tuy nhiên mối quan hệ giữa tăng trưởng kinh tế với các chỉ tiêu khác nhau của tăng trưởng bảo hiểm là khác nhau.

Từ khóa: tăng trưởng của ngành bảo hiểm, tăng trưởng kinh tế, quan hệ nhân quả

CONNECTION BETWEEN THE INSURANCE GROWTH AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN VIETNAM

Abstract: The insurance sector was created to safeguard the economic stability of individuals, businesses, organizations, or society as a whole from unforeseen events that result in unanticipated losses. In Vietnam, the insurance industry has been formally established since 1993, and the Government has consistently enhanced, revised, and implemented strategies and policies to foster the insurance market. Numerous studies have been conducted on the causal link between insurance expansion and economic growth in various countries worldwide, but the findings have not been uniform and consistent. This research investigates the causal connection between the growth of insurance and economic development in Vietnam, utilizing time series data spanning from 2005 to 2022. Economic advancement is gauged by the national gross income index; Insurance expansion is gauged by the total revenue from life insurance premiums, total revenue from non-life insurance premiums, and the overall investment of the insurance sector in the economy. The data underwent scrutiny through stop testing, co-association testing, regression analysis, and Granger causal testing. The findings of the study reveal a strong correlation between insurance growth and economic progress, although the correlation between economic growth and various indicators of insurance growth varies.

Keywords: insurance growth, economic growth, causal relationship

Mã bài báo: JHS - 188
Ngày nhận bài sửa: 11/04/2024

Ngày nhận bài: 4/03/2024 Ngày nhận phản biện: 16/03/2024
Ngày duyệt đăng: 20/04/2024

1. Giới thiệu

Ngành bảo hiểm ra đời nhằm bảo vệ phúc lợi tài chính của các cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức hoặc xã hội nói chung trước những tổn thất bất ngờ (Oke, 2012). Nghiên cứu cho thấy, ngành bảo hiểm có thể góp phần ổn định hệ thống tài chính, huy động tiết kiệm, tạo thuận lợi thương mại, quản lý rủi ro, đồng thời có thể thay thế và/hoặc bổ sung cho các chương trình an sinh của chính phủ (Skipper, 2001). Ngành bảo hiểm phát triển mạnh mẽ là thước đo quan trọng của một nền kinh tế hiện đại lành mạnh (Adams và cộng sự, 2000).

Ở Việt Nam, ngành bảo hiểm đã có lịch sử lâu đời và có sự phát triển mạnh mẽ. Nghị định 100CP ngày 18/12/1993 của Thủ tướng Chính phủ về kinh doanh bảo hiểm là một dấu mốc quan trọng đánh dấu sự phát triển của ngành bảo hiểm. Quyết định số 07/QĐ-TTg ngày 05/01/2023 gần đây của Thủ tướng Chính phủ, phê duyệt Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam đến năm 2030, là một minh chứng về vai trò quan trọng của ngành bảo hiểm đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của nước ta giai đoạn hiện nay.

Thời gian qua, đã có nhiều nghiên cứu về mối quan hệ nhân quả giữa tăng trưởng bảo hiểm (TTBH) và tăng trưởng kinh tế (TTKT) ở các quốc gia trên thế giới, tuy nhiên các kết quả còn gây nhiều tranh cãi. Trong bối cảnh đó, nghiên cứu định lượng này được tiến hành nhằm mục đích làm rõ mối quan hệ nhân quả giữa TTBH và TTKT ở Việt Nam, với mong muốn kết quả nghiên cứu sẽ giúp bổ sung cơ sở để xây dựng các chính sách nhằm phát triển ngành bảo hiểm nói riêng và nền kinh tế nói chung của nước ta một cách bền vững.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Nhiều nghiên cứu lý thuyết cho rằng TTBH và TTKT có quan hệ mật thiết qua nhiều kênh khác nhau. Trước hết, bằng việc cung cấp các dịch vụ quản lý rủi ro, bảo hiểm giúp đảm bảo một môi trường an toàn hơn cho các hoạt động kinh tế - xã hội, từ đó giúp thúc đẩy sản xuất (Laurenceson và Chai, 2020; Kugler và Ofoghui, 2005). Bên cạnh đó, bằng việc bảo đảm giá trị các khoản đầu tư của các nhà đầu tư và các bên có quyền yêu cầu theo hợp đồng trước những tổn thất không lường trước được, bảo hiểm có thể thúc đẩy

đầu tư, từ đó có các ngoại tác tích cực về mặt tạo công ăn việc làm, gia tăng các hoạt động kinh tế (Adams và cộng sự, 2000; MacMinn, 1987). Đồng thời, các công ty bảo hiểm còn đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong hệ thống tài chính. Các công ty bảo hiểm là nhà cung cấp nguồn vốn đầu tư lớn cho xã hội (John, 1953). Ngoài ra, bảo hiểm còn có tác động làm giảm mức lãi suất thông qua việc làm giảm khả năng vỡ nợ (Herd, Koen, Patnaik & Shah, 2018), điều này sẽ giúp nguồn vốn trong xã hội được phân bổ một cách hiệu quả hơn, qua đó góp phần vào TTKT (Webb, 2020).

Cho tới nay, đã có nhiều nghiên cứu định lượng về quan hệ giữa TTBH và TTKT ở các quốc gia và các khu vực khác nhau trên thế giới. Các nghiên cứu khác nhau sử dụng các chỉ tiêu đo lường TTBH và TTKT khác nhau và đưa ra những kết quả khác nhau, đôi khi trái ngược nhau. Để đo lường TTBH, các chỉ tiêu chính được sử dụng là doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ (BHNT), doanh thu phí bảo hiểm phi nhân thọ (BHPNT), tổng doanh thu phí bảo hiểm (cộng dồn doanh thu phí BHNT và doanh thu phí BHPNT) và tổng mức đầu tư của ngành bảo hiểm vào nền kinh tế. Để đo lường TTKT, các chỉ số chính thường được sử dụng là GDP danh nghĩa, GDP thực tế và GDP bình quân đầu người. Nhìn chung, các nghiên cứu có thể chia thành bốn nhóm:

- Những nghiên cứu cho thấy TTBH có tác động tích cực đến TTKT, chẳng hạn nghiên cứu của Eze và Okoye (2013) với dữ liệu từ Nigeria giai đoạn 1980-2011 cho thấy tăng trưởng tổng doanh thu phí bảo hiểm và đầu tư từ ngành bảo hiểm vào nền kinh tế có tác động tích cực đáng kể đến tăng trưởng GDP thực tế; nghiên cứu của Akinlo (2015) với dữ liệu từ 33 quốc gia Cận Sahara giai đoạn 1994-2014 cũng cho thấy tăng trưởng tổng doanh thu phí bảo hiểm và tổng mức đầu tư của ngành bảo hiểm vào nền kinh tế đều có tác động tích cực đến tăng trưởng GDP thực tế; nghiên cứu của Olayungbo (2015) với dữ liệu từ Cộng hòa Macedonia giai đoạn 1995-2010 cũng cho thấy tăng trưởng tổng doanh thu phí bảo hiểm có tác động tích cực đến tăng trưởng GDP danh nghĩa, tuy nhiên nghiên cứu này lại cho thấy tổng mức đầu tư của ngành bảo hiểm vào nền kinh tế không có quan hệ nhân quả với GDP danh nghĩa; nghiên cứu của

Arena (2008) với dữ liệu từ 56 quốc gia, bao gồm cả các quốc gia phát triển và các quốc gia đang phát triển, giai đoạn 1976-2004 cho thấy tác động tích cực đáng kể của doanh thu phí BHNT và doanh thu phí BHPNT đến GDP thực tế; nghiên cứu của Haiss và Sumeg (2008) với dữ liệu từ 29 quốc gia châu Âu giai đoạn 1992-2005 cho thấy doanh thu phí BHNT có tác động tích cực tới GDP thực tế ở 15 nước Tây Âu, trong khi doanh thu phí BHPNT có tác động tích cực đến GDP thực tế ở Trung Âu và Đông Âu.

- Những nghiên cứu cho thấy TTKT có tác động tích cực đến TTBH, chẳng hạn nghiên cứu của Ching, Kogid và Furuoka (2010) với dữ liệu từ Malaysia giai đoạn 1975-2008 cho thấy GDP thực tế có tác động tích cực tới doanh thu phí BHNT; nghiên cứu của Guochen (2012) với dữ liệu từ Trung Quốc giai đoạn 2006-2011 cho thấy GDP danh nghĩa có tác động tích cực tới doanh thu phí BHNT và BHPNT.

- Những nghiên cứu cho thấy TTBH và TTKT có quan hệ nhân quả tích cực hai chiều, chẳng hạn nghiên cứu của Kugler and Ofoghi (2005) với dữ liệu từ Anh Quốc giai đoạn 1971-1997 và nghiên cứu của Pradhan và cộng sự (2015) với dữ liệu từ 34 quốc gia OECD giai đoạn 1988-2012 cho thấy GDP thực tế và tổng doanh thu phí bảo hiểm có quan hệ nhân quả tích cực hai chiều dài hạn.

- Những nghiên cứu cho thấy TTBH và TTKT không có quan hệ nhân quả, chẳng hạn nghiên cứu của Ward và Zurbruegg (2000) với dữ liệu từ 9 quốc gia OECD giai đoạn 1961-1996 cho thấy GDP thực tế không có quan hệ với doanh thu phí BHNT và doanh thu phí BHPNT ở một số quốc gia; nghiên cứu của Wanat, Papież và Śmiech (2019) với dữ liệu từ các quốc gia Đông Âu trong EU giai đoạn 1991-2013 cho thấy doanh thu phí BHNT và doanh thu phí BHPNT không có quan hệ với GDP bình quân đầu người.

Tổng quan tình hình nghiên cứu cho thấy không thể dựa vào kết quả các công trình nghiên cứu đã có để ngoại suy về mối quan hệ giữa TTBH và TTKT ở Việt Nam. Bên cạnh đó, chưa có nghiên cứu nào sử dụng chỉ số GNI (tổng thu nhập quốc gia) làm thước đo TTKT. Mặc dù GDP và GNI là hai chỉ số quan trọng thường được sử dụng để đo lường TTKT nhưng mỗi chỉ số có điểm nhấn khác nhau: trong khi GDP

chú trọng đến quy mô kinh tế qua các hoạt động sản xuất kinh doanh có tạo giá trị gia tăng thì GNI chú trọng đến sự thịnh vượng và có mối liên hệ chặt chẽ với một số chỉ tiêu về chất lượng cuộc sống. Do vậy, nếu hướng đến TTKT bền vững thì chỉ số GNI có thể là một sự lựa chọn tốt hơn chỉ số GDP trong việc đo lường TTKT.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định lượng này nhằm mục đích làm rõ mối quan hệ giữa TTBH và TTKT ở Việt Nam. Dữ liệu sử dụng cho phân tích là dữ liệu về tổng thu nhập quốc gia, tổng doanh thu phí BHNT, tổng doanh thu phí BHPNT và tổng mức đầu tư từ ngành bảo hiểm vào nền kinh tế của Việt Nam giai đoạn 2005-2022. Dữ liệu về GNI được thu thập từ nguồn dữ liệu của World Bank¹; dữ liệu về tổng doanh thu phí BHNT, tổng doanh thu phí BHPNT và tổng mức đầu tư từ ngành bảo hiểm vào nền kinh tế được thu thập từ các niên giám bảo hiểm của Việt Nam².

Nghiên cứu này sử dụng 3 biến độc lập là tổng doanh thu phí BHNT, tổng doanh thu phí BHPNT và tổng mức đầu tư từ các công ty bảo hiểm vào nền kinh tế. Để đo lường TTKT, nghiên cứu này sử dụng chỉ số GNI.

Theo đó, mô hình được áp dụng trong nghiên cứu này là: $GNI = f(NT, PNT, DT + \mu)$ (3.1)

Tức là: $GNI = b_0 + b_1NT + b_2PNT + b_3DT + \mu$ (3.2)

Trong đó GNI là tổng thu nhập quốc gia, NT là tổng doanh thu phí BHNT, PNT là tổng doanh thu phí BHPNT, DT là tổng mức đầu tư từ ngành bảo hiểm vào nền kinh tế, μ là số hạng nhiễu loạn, b_0 là một tham số không đổi; b_1, b_2, b_3 là các biến giải thích.

Mô hình này được vận hành theo cấu trúc kinh tế lượng log-tuyến tính để hấp thụ các hệ số co giãn của các biến, vì vậy mô hình được biểu diễn dưới dạng:

$\ln GNI = b_0 + b_1 \ln NT + b_2 \ln PNT + b_3 \ln DT + \mu$ (3.3)

Số liệu thu thập được thể hiện trong Bảng 1 dưới đây.

1 Truy cập tại địa chỉ: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.MKTP.CN?locations=VN>

2 Truy cập tại địa chỉ: https://mof.gov.vn/webcenter/portal/cqlgsbh/pages_r/l/chi-tiet-tin-cuc-quan-ly-giam-sat-bao-hiem?dDocName=MOFUCM286227

Bảng 1. GNI, tổng doanh thu phí BHNT, tổng doanh thu phí BHPNT và tổng mức đầu tư từ ngành bảo hiểm ở Việt Nam theo giá hiện hành, giai đoạn 2005-2022

Năm	GNI*(tỷ USD)	NT**(tỷ VND)	PNT**(tỷ VND)	DT**(tỷ VND)
2005	52.88	8023	5535	26906
2006	61.12	8483	6445	30676
2007	71.58	9438	8258	44945
2008	84.93	10303	10950	58643
2009	96.71	11849	13661	66905
2010	119.48	13589	17017	80540
2011	144.22	15998	20576	83080
2012	176.78	18397	22849	89567
2013	198.88	23254	24454	105340
2014	218.74	27328	27307	128938
2015	228.4	38371	31894	160466
2016	240.49	50497	36864	198150
2017	255.48	66226	41594	247815
2018	290.78	86176	46957	324251
2019	319.51	106640	53369	378408
2020	333.83	129291	56669	468563
2021	350.21	159222	59135	583189
2022	393.94	178327	69459	680511

Nguồn: (*) Tổng hợp từ dữ liệu của World Bank và (**) từ các Niên giám bảo hiểm của Việt Nam

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định tính dừng

Nghiên cứu này áp dụng kiểm định Augmented Dickey-Fuller (ADF) để kiểm định tính dừng của dữ liệu chuỗi thời gian. Nếu dữ liệu chuỗi thời gian là dừng

thì có nghĩa là xu hướng của dữ liệu chuỗi thời gian mang tính ổn định theo thời gian. Kết quả kiểm định thống kê ADF của dữ liệu chuỗi thời gian trong nghiên cứu được trình bày trong bảng dưới đây.

Bảng 2. Kết quả kiểm định ADF

Tên biến	Giá trị tới hạn				P-value
	ADF	1% level	5% level	10% level	
LnGNI	-3.57542	-3.88675	-3.05217	-2.66659	0.0184
LnNT	-1.84176	-3.95915	-3.081	-2.68133	0.348
LnPNT	-3.85388	-3.88675	-3.05217	-2.66659	0.0107
LnDT	-0.11468	-3.88675	-3.05217	-2.66659	0.9329
Sai phân bậc nhất					
LnNT	-1.51639	-3.95915	-3.081	-2.68133	0.4982
LnDT	-3.19727	-4.05791	-3.11991	-2.7011	0.0439
Sai phân bậc hai					
LnNT	-6.76775	-3.95915	-3.081	-2.68133	0.0001

Nguồn: Tác giả tính toán từ dữ liệu ở Bảng 1, sử dụng phần mềm Eview 10

Kết quả kiểm định chỉ ra GNI và PNT là các biến dừng ngay ở mức ý nghĩa 5%; DT dừng ở mức ý nghĩa 5% sau khi lấy sai phân bậc nhất và NT dừng ở mức ý nghĩa 5% sau khi lấy sai phân bậc hai. Như vậy, các biến đều đảm bảo tính dừng để đưa vào phân tích ở các bước tiếp theo.

4.2. Kiểm định đồng liên kết

Kiểm định đồng liên kết được sử dụng để kiểm tra xem liệu có tồn tại các mối quan hệ cân bằng dài hạn giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập hay không. Sự hiện diện của một vectơ đồng liên kết cho thấy có tồn tại mối quan hệ cân bằng giữa các biến đồng liên kết

và dù có những biến động trong ngắn hạn thì các biến đều có xu hướng quay trở lại đường cân bằng trong dài hạn. Nghiên cứu này sử dụng kiểm định đồng liên kết

Johansen, sử dụng cả thống kê giá trị riêng lớn nhất (maximum eigenvalue test) và thống kê vết của ma trận (trace test).

Bảng 3. Kiểm định đồng liên kết Johansen

Sample (adjusted): 2007 2022				
Included observations: 16 after adjustments				
Trend assumption: Linear deterministic trend				
Series: LNGNI LNNDT LNNT LNPNT				
Lags interval (in first differences): 1 to 1				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.930790	101.8227	47.85613	0.0000
At most 1 *	0.858435	59.09291	29.79707	0.0000
At most 2 *	0.739022	27.81301	15.49471	0.0004
At most 3 *	0.326315	6.319883	3.841466	0.0119
Trace test indicates 4 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)				
Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.930790	42.72980	27.58434	0.0003
At most 1 *	0.858435	31.27990	21.13162	0.0013
At most 2 *	0.739022	21.49312	14.26460	0.0031
At most 3 *	0.326315	6.319883	3.841466	0.0119
Max-eigenvalue test indicates 4 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				

Nguồn: Tác giả tính toán từ dữ liệu ở Bảng 1, sử dụng phần mềm Eview 10

Thống kê giá trị riêng lớn nhất và thống kê vết của ma trận đều cho thấy có tồn tại mối quan hệ dài hạn giữa GNI và các biến độc lập. Tuy nhiên, kiểm định đồng liên kết không cho biết thông tin về mô hình liên kết giữa GNI và các biến khác.

4.3. Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy bội được thực hiện để tìm hiểu về mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Kết quả phân tích hồi quy bội được trình bày trong Bảng 4 dưới đây.

Bảng 4. Phân tích hồi quy

Dependent Variable: LNGNI				
Method: Least Squares				
Date: 05/18/24 Time: 10:26				
Sample (adjusted): 2007 2022				
Included observations: 16 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D2LNNT	0.213728	0.315206	0.678058	0.5106
DLNDT	-0.012932	0.254021	-0.050907	0.9602
LNPNT	0.830834	0.033943	24.47753	0.0000
C	-3.243100	0.360119	-9.005629	0.0000
R-squared	0.982665	Mean dependent var		5.277249
Adjusted R-squared	0.978331	S.D. dependent var		0.529949
S.E. of regression	0.078011	Akaike info criterion		-2.051610
Sum squared resid	0.073029	Schwarz criterion		-1.858463
Log likelihood	20.41288	Hannan-Quinn criter.		-2.041719
F-statistic	226.7410	Durbin-Watson stat		0.719968
Prob(F-statistic)	0.000000			

Nguồn: Tác giả tính toán từ dữ liệu ở Bảng 1, sử dụng phần mềm Eview 10

Kết quả phân tích hồi quy chỉ ra NT và DT không ảnh hưởng lên GNI, trong khi PNT có ảnh hưởng cùng chiều lên GNI ở mức ý nghĩa 0,05 ($\beta = 0,83$). Hệ số xác định R^2 hiệu chỉnh là 0,97 cho thấy các biến giải thích được 97% sự thay đổi của GNI.

4.4. Kiểm định nhân quả Granger

Kiểm định nhân quả Granger được sử dụng để xác định xem quan hệ giữa các biến là quan hệ một chiều hay quan hệ hai chiều. Một biến nào đó được xem là nguyên nhân gây ra biến động của một biến khác nếu thống kê F có ý nghĩa ở mức nhỏ hơn hoặc bằng 0,05.

Bảng 5. Kiểm định nhân quả Granger

Pairwise Granger Causality Tests			
Date: 05/09/24 Time: 10:31			
Sample: 2005 2022			
Lags: 2			
Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
D2LNNT does not Granger Cause LNGNI	14	0.89386	0.4425
LNGNI does not Granger Cause D2LNNT		1.02194	0.3981
LNPNT does not Granger Cause LNGNI	16	5.97506	0.0175
LNGNI does not Granger Cause LNPNT		2.14408	0.1636
DLNDT does not Granger Cause LNGNI	15	0.47145	0.6373
LNGNI does not Granger Cause DLNDT		4.87449	0.0333

Nguồn: Tác giả tính toán từ dữ liệu ở Bảng 1, sử dụng phần mềm Eview 10

Kết quả kiểm định nhân quả Granger chỉ ra GNI có quan hệ nhân quả một chiều với PNT và DT: PNT có tác động tích cực một chiều tới GNI trong khi GNI có tác động tích cực một chiều tới DT.

5. Kết luận và khuyến nghị

Tổng hợp kết quả của các kiểm định cho thấy BHPNT có ảnh hưởng tích cực tới GNI, trong khi BHNT và đầu tư từ các công ty bảo hiểm vào nền kinh

tế không ảnh hưởng tới GNI. Ở chiều ngược lại, GNI có tác động tích cực tới đầu tư từ các công ty bảo hiểm vào nền kinh tế.

Kết quả của nghiên cứu này một lần nữa cho thấy giữa TTKT và TTBH có mối quan hệ mật thiết, tuy nhiên mối quan hệ giữa TTKT với các chỉ tiêu khác nhau của TTBH là khác nhau.

Đặc biệt, kết quả của nghiên cứu này ủng hộ nhận xét

của Outreville (2011) rằng BHPNT quan trọng hơn đối với các nước mới nổi và đang phát triển, trong khi BHNT quan trọng hơn đối với các nước có thu nhập cao.

Kết quả của nghiên cứu này một lần nữa cho thấy bảo hiểm có vai trò rất quan trọng đối với TTKT. Vì vậy, thời gian tới cần tiếp tục có các chính sách phù hợp để thúc đẩy sự phát triển của bảo hiểm, đặc biệt là BHPNT, ở nước ta.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Adams, M., Andersson, J., Anderson, L. and Lindmark, M. (2000). The Historical Relation between Banking, Insurance, and Economic Growth in Sweden: 1830 to 1998. *Journal of Risk and Insurance* 55 (2), pp 259-272.
- Akinlo, T. (2015). Causal relation between insurance and economic growth in selected Sub-Saharan Africa: A heterogeneous panel causality approach. *Canadian Open Economics Journal*, 2(1), pp 10-22. <http://crpub.com/Journals.php>
- Arena, M. (2008). Does Insurance Market Activity Promote Economic Growth? A Cross- country Study of industrialized and Developing Countries, *Journal of Risk and Insurance*, 75, pp 921-946.
- Ching, K., Kogid, M. and Furuoka, F. (2010). Causal relation between life insurance funds and economic growth: Evidence from Malaysia. *ASEAN Economic Bulletin*, August.
- Eze, R. and Okoye V. (2013) Analysis of insurance practices and economic growth in Nigeria: using co-integration test and error correction model. *Global Advanced Research Journals* 2(1), pp 63-70.
- Guochen, P., Wei, S.C. (2012). The relationship between insurance development and economic growth: A crossregion study for China. *China International Conference on Insurance and Risk Management*, July 18-21, 2012, Qingdao, China.
- Haiss P. & Sümeg K. (2008). The relationship between Insurance and Economic Growth in Europe. A Theoretical and empirical analysis. *Empirical Journal*, 35(4), pp 405-431.
- Herd, R., Koen, V., Patnaik, I., & Shah, A. (2018). *Financial sector reform in India: Time for a second wave?*. OECD Economics Department Working Papers 879, OECD Publishing.
- John, A. (1953). Insurance Investment and the London Market of the 18th Century. *Economica*, 20 (78), pp 137-158.
- Kugler, M. and Ofoghi, R. (2005). Does Insurance Promote Economic Growth? Evidence from the UK. *Journal of the American Association*, 74, pp 427-431.
- Laurenceson, J., & Chai, J. C. (2020). *Financial reform and economic development in China*. Edward Elgar Publishing.
- MacMinn, R. (1987). Insurance and Corporate Risk Management. *Journal of Risk and Insurance*, 55(4), pp 658-677.
- Oke, M. (2012) Insurance Sector Development and Economic Growth in Nigeria. *African Journal of Business Management*, 6(23), pp 7016-7023.
- Olayungbo, D. (2015). Insurance and economic growth nexus in Nigeria: Asymmetric non-linear relationship under heterogeneous agents. *African Development Review*, 27(3), pp 248-261. <https://doi.org/10.1111/1467-8268.12144>
- Outreville, J. F. (2011). *The Relationship between Insurance Growth and Economic Development: 80 Empirical Papers for a Review of the Literature*. International Center for Economic Research, Working Paper No.12/2011.
- Pradhan, R. P., Kiran, M. U., Dash, S., Chatterjee, D., Zaki, D. B., & Maradana, R. (2015). Development of insurance sector and economic growth: The G-20 experience. *South Asian Journal of Management*, 22
- Skipper, H. D. (2001). *Insurance in the General Agreement on Trade in Services*. The AEI Press Publisher for the American Enterprise Institute, Washington D.C.
- Wanat, S.; Papież, M & Śmiech, S. (2019). Insurance market development and economic growth in transition countries: some new evidence based on the bootstrap panel granger causality test. *Argumenta Oeconomica*, Vol 1 (42), pp. 213-233.
- Ward, D. and Zurbruegg, R. (2000). Does Insurance Promote Economic Growth? Evidence from OECD Countries. *Journal of Risk and Insurance*, 67(4), pp 489-506.
- Webb, I. P. (2020). *The effect of banking and insurance on the growth of capital and output*. Georgia State University Press.

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN MARKETING XANH: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Nguyễn Thị Ngọc Linh

Trường Đại học Lao động - Xã hội

dangthanhthao288@gmail.com

Tóm tắt: Xã hội ngày càng phát triển thì vấn đề môi trường ngày càng được quan tâm, ngay cả các doanh nghiệp cũng đang cố gắng thay đổi hành vi, phương châm và cách thức hoạt động của mình cho phù hợp với định hướng môi trường của toàn xã hội. Để đáp ứng nhu cầu khách hàng, các doanh nghiệp cũng bắt đầu hình thành chiến lược marketing để kêu gọi nâng cao nhận thức không làm hại môi trường. Cách mạng trong truyền thông đã phát triển nhanh chóng ở các thị trường mới nổi và tăng khả năng Marketing xanh. Từ đó cung cấp cho khách hàng mới nhiều quyền truy cập hơn và nhiều lợi ích mà Marketing xanh cung cấp để chất lượng cuộc sống tốt hơn. Bài viết nghiên cứu lý luận về chiến lược Marketing xanh gồm chiến lược về sản phẩm xanh, giá xanh, xúc tiến xanh, phân phối xanh; Cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp khi thực hiện chiến lược Marketing xanh; Thực trạng các doanh nghiệp Việt Nam thực hiện chiến lược Marketing xanh thông qua nghiên cứu chiến lược Marketing xanh 4P tại 2 doanh nghiệp điển hình là Toyota và Ajinomoto, từ đó đưa ra kiến nghị nhằm giúp các doanh nghiệp đạt hiệu quả cao khi thực hiện Marketing xanh trong thời gian tới.

Từ khóa: Chiến lược phát triển; doanh nghiệp; Marketing xanh; Việt Nam.

GREEN MARKETING DEVELOPMENT STRATEGY: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR VIETNAMESE ENTERPRISES

Abstract: As society progresses, there is an increasing concern for environmental issues. Even businesses are making efforts to change their behaviors, mottos, and ways of operating to align with the environmental orientation of society as a whole. In order to meet customer demands, businesses have also started developing marketing strategies to raise awareness about the importance of not harming the environment. The rapid growth of communication revolution in emerging markets has further enhanced the potential for green marketing. This provides new customers with greater access and benefits, ultimately leading to an improved quality of life. This article delves into the theory of green marketing strategies, which includes strategies for green products, green pricing, green promotion, and green distribution. It also explores the opportunities and challenges that businesses face when implementing green marketing strategies. The current state of Vietnamese businesses in implementing green marketing strategies is examined through a study of the 4P green marketing strategy at two representative enterprises, Toyota and Ajinomoto. Based on this research, recommendations are made to assist businesses in achieving high efficiency when implementing green marketing in the future.

Keywords: Development strategy; enterprise; green Marketing; Vietnam.

Mã bài báo: JHS - 189

Ngày nhận bài sửa: 29/03/2024

Ngày nhận bài: 03/03/2024

Ngày duyệt đăng: 20/04/2024

Ngày nhận phản biện: 15/03/2024

1. Giới thiệu

Hiện nay, khách hàng, cá nhân và tổ chức quan tâm hơn đến Marketing xanh và ý thức về môi trường tự nhiên. Năm 1992, một nghiên cứu ở 16 quốc gia cho thấy hơn 50 % người tiêu dùng trong mỗi quốc gia quan tâm đến vấn đề môi trường. Năm 1994, một nghiên cứu khác ở Úc cho thấy 84,6 % các cá nhân tin rằng họ nên có trách nhiệm bảo vệ môi trường. Hơn 80% trong số này cũng nói rằng họ đã điều chỉnh hành vi, trong đó có hành vi mua sắm vì những lý do liên quan tới môi trường (Mishra, 2007). Các số liệu này chứng minh có một thực tế rằng nếu doanh nghiệp có những hoạt động marketing quan tâm đến môi trường sẽ có được những lợi thế cạnh tranh bền vững hơn những doanh nghiệp không quan tâm đến môi trường. Ví dụ điển hình là Mc Donald đã thay thế những bao bì sản phẩm bằng những mẫu bao bì bằng nguyên liệu có thể phân hủy trong môi trường nhằm gia tăng ý thức bảo vệ môi trường cho khách hàng. Hay Xerox giới thiệu dòng máy photocopy sử dụng giấy tái chế để giúp khách hàng giảm thiểu những tác hại đến môi trường tự nhiên.

Ngoài ra, rất nhiều doanh nghiệp bắt đầu nhận thức họ là thành viên của một cộng đồng rộng lớn, vì vậy, cần phải có trách nhiệm với môi trường. Điều này đồng nghĩa với doanh nghiệp nhận thức rằng, việc đạt được những mục tiêu về môi trường cũng quan trọng như việc tối đa hóa lợi nhuận, đồng thời những vấn đề về môi trường đang ngày càng tích hợp với văn hóa của tổ chức. Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp Việt Nam bắt đầu ứng dụng Marketing xanh trong các hoạt động marketing của mình. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam thường có quy mô nhỏ và vừa, gặp nhiều áp lực về vốn, nguồn nhân lực và công nghệ... Những áp lực này đã gây không ít khó khăn cho các doanh nghiệp trong việc đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường trong nước và cả thị trường nước ngoài. Bởi lẽ, khi xu hướng tiêu dùng của con người thay đổi thì các doanh nghiệp cũng phải thay đổi nhận thức của mình. Khi người tiêu dùng chuyển sang xu hướng sử dụng sản phẩm xanh thì nhất định các nhà sản xuất phải có sự chuyển đổi cho phù hợp nếu muốn tồn tại và phát triển.

Về phương diện lý luận, nghiên cứu về Marketing xanh đã được nghiên cứu khá lâu trên thế giới. Tuy nhiên, tại Việt Nam thì chủ đề này mới được quan tâm từ năm 2013 và cho đến thời điểm hiện nay bắt đầu dần trở thành một chủ đề được khá nhiều nhà nghiên cứu tìm hiểu và công bố. Nhìn chung, các nghiên cứu của các tác giả đang tập trung vào nghiên cứu sản phẩm xanh, hành vi tiêu dùng xanh, ý định mua xanh và các

yếu tố ảnh hưởng đến chúng. Ngoài ra, cho đến nay, các tác giả đã tiến hành nghiên cứu một hoặc một vài thành phần của Marketing xanh với các thang đo tương đối khác biệt nhau. Đặc biệt, các tác giả tập trung xem xét công cụ truyền thông xanh hơn yếu tố về giá hay hệ thống phân phối. Do đó, việc đánh giá một cách toàn diện và đầy đủ các thành phần của Marketing xanh, bao gồm sản phẩm, giá cả, phân phối, và xúc tiến xanh trong chiến lược của doanh nghiệp trong bối cảnh của Việt Nam mang đến cách tiếp cận mới, đa chiều hơn.

Trong bối cảnh đó, vấn đề sản xuất bền vững, chiến lược Marketing xanh thân thiện với môi trường càng trở nên cấp thiết và cần được quan tâm đặc biệt.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm Marketing xanh

Vào những năm 1970, những vấn đề về môi trường như ô nhiễm không khí, sỏi mòn đất đai hay sự tuyệt chủng của một số động thực vật bắt đầu được các chính phủ, tổ chức xã hội quan tâm, theo đó các khái niệm lần đầu xuất hiện như “marketing xã hội”, “trách nhiệm xã hội và marketing”, “người tiêu dùng sinh thái”... Cho đến năm 1975, khái niệm “Marketing xanh” đã bắt đầu được thảo luận ban đầu được gọi dưới cái tên “marketing sinh thái” bởi Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ nhưng Marketing xanh chỉ mới bắt đầu nổi lên vào cuối những năm 1980, đầu những năm 1990. Lúc đầu, nó chỉ được hiểu theo khía cạnh bán hàng, vì vậy Marketing xanh chỉ được định nghĩa là “hoạt động marketing các sản phẩm được xem là an toàn cho môi trường”. Sau đó, AMA có bổ sung thêm góc độ xã hội, Marketing xanh còn là “phát triển và marketing các sản phẩm được thiết kế để giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường vật lý hoặc nâng cao chất lượng của nó”, và từ góc độ môi trường thì Marketing xanh là “những nỗ lực của các tổ chức sản xuất, quảng bá, đóng gói và thu hồi lại các sản phẩm một cách chú trọng và quan tâm tới môi trường”. Như vậy, khái niệm Marketing xanh đã trở nên phổ biến hơn rất nhiều.

Polonsky (1994) cho rằng Marketing xanh là sự kết hợp một loạt các hoạt động bao gồm thay đổi sản phẩm, thay đổi quá trình sản xuất, thay đổi bao bì, cũng như thay đổi quảng cáo nhằm tạo ra và thúc đẩy bất cứ trao đổi nào nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng trên cơ sở hạn chế tối đa tác động tiêu cực đến môi trường.

Peattie (1995) cho rằng, Marketing xanh là một quy trình quản trị toàn diện, chịu trách nhiệm cho các nhiệm vụ xác định như dự đoán, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và xã hội một cách bền vững. Theo

cách hiểu này khẳng định thật sự có tồn tại mối quan hệ giữa đạo đức và Marketing xanh. Yếu tố môi trường được xem như là một phần của các câu hỏi đạo đức mà người làm marketing cần phải phân tích và trả lời. Do đó, Marketing xanh nên được đánh giá như là một phần của trách nhiệm xã hội.

Ottoman (1993) nhận thấy các định nghĩa về Marketing xanh trong giai đoạn này còn khá hạn hẹp khi chỉ tập trung nhấn mạnh về sự ảnh hưởng của doanh nghiệp lên môi trường nhưng lại không hướng đến việc thuyết phục họ thay đổi hành vi tiêu cực đó. Ottman cho rằng Marketing xanh cần phải tập trung vào phát triển các sản phẩm có thể làm thỏa mãn tất cả những nhu cầu của người tiêu dùng, bao gồm chất lượng, giá cả hợp lý và khả năng sử dụng với sự tương hợp với môi trường, tức là hạn chế tối thiểu ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường tự nhiên.

Nhận thức được hạn chế trên, Peattie (1992) đã mô tả Marketing xanh như là những hoạt động marketing nhằm mục đích giảm đi những tác động tiêu cực lên môi trường và xã hội của những sản phẩm và hệ thống sản xuất đang tồn tại và đồng thời khuyến khích những sản phẩm, dịch vụ ít gây ảnh hưởng hơn.

Kotler (2011) xem Marketing xanh như là lời cam kết của một doanh nghiệp thông qua việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ an toàn và thân thiện với môi trường bằng cách sử dụng loại bao bì có thể tái chế và dễ phân hủy, áp dụng các phương pháp ngăn ngừa ô nhiễm tốt hơn và sử dụng năng lượng hiệu quả hơn. Mehraj & Qureshi (2020) đã chứng minh bằng thực nghiệm

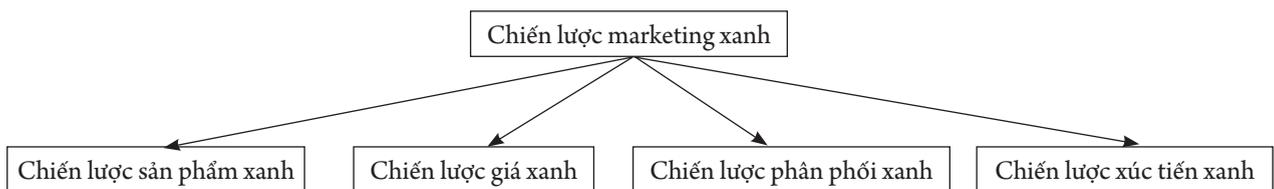
Marketing xanh là một khái niệm có cấu trúc đa chiều, có cấu trúc bậc hai được đo lường từ các yếu tố (1) Giải pháp xanh, (2) Thông tin xanh, (3) Giá trị xanh và (4) Tiếp cận xanh phát triển từ việc sản xuất xanh, truyền thông xanh, định giá và phân phối xanh (4P). Mục tiêu chính của Marketing xanh là các hoạt động marketing hướng đến người tiêu dùng, nghĩa là khách hàng muốn có giải pháp cho các vấn đề phát sinh do các hành động liên quan đến sản phẩm để bảo vệ hoặc mang lại lợi ích cho môi trường bằng cách bảo tồn tài nguyên, giảm ô nhiễm và lãng phí.

Tóm lại, Marketing xanh không phải là một hình thức marketing hoàn toàn riêng biệt mà vẫn có một số điểm trùng lặp với các dạng marketing khác. Điều này đã dẫn đến sự hiểu sai về bản chất của Marketing xanh. Sự khác biệt của Marketing xanh nằm trong chính nội hàm của nó và gắn liền với các giá trị nhân văn phía sau khi doanh nghiệp lựa chọn sử dụng hướng đi marketing này. Marketing xanh có xu hướng tập trung vào tất cả các hoạt động marketing hiện nay của doanh nghiệp theo hướng phát triển bền vững, tăng cường quan hệ xã hội, khai thác giá trị khách hàng một cách lâu dài.

2.2. Các chiến lược phát triển Marketing xanh

Thời kỳ khủng hoảng môi trường ngày nay chính là thời điểm thích hợp nhất để đánh giá lại 4Ps (Product, Price, Promotion, and Place) của chính sách marketing truyền thống. Các nhà tiếp thị xanh cần tiếp nhận thông tin liên quan đến những vấn đề mới này và tiến hành đánh giá lại công cụ marketing hỗn hợp theo hướng xanh hơn.

Hình 1 . Bốn yếu tố cốt lõi trong chiến lược Marketing xanh



Nguồn: Peattie, K., 1992

Chiến lược sản phẩm xanh

Sản phẩm xanh, hay còn được gọi là sản phẩm thân thiện với môi trường hoặc sản phẩm ý thức môi trường (Tseng et al, 2013), đều được hiểu là các sản phẩm được thiết kế nhằm giảm thiểu tác động lên yếu tố môi trường trong toàn bộ vòng đời của nó. Sự giảm thiểu đó được thể hiện trong nhiều khía cạnh như giảm thiểu sử dụng tài nguyên không tái tạo được hoặc nguyên liệu độc hại và gia tăng sử dụng tài nguyên có thể tái

tạo (Robert, 1995). Ottman (1998) khẳng định rằng, sản phẩm xanh có sức bền cao và ít độc hại hơn do có nguồn gốc từ các vật liệu dễ tái chế. Một chiến lược sản phẩm xanh thường bao gồm các hoạt động như là tái chế, tái sử dụng; hoặc giảm vật liệu chế tạo, giảm vật liệu đóng gói, gia tăng sức bền sản phẩm trong sử dụng và quá trình phân phối (Kinoti, 2011).

Điều đó cho thấy, mối quan tâm về sản phẩm xanh đã không còn giống như những lý thuyết trước đây, khi

người tiêu dùng không chỉ tìm kiếm những sản phẩm hữu hình truyền thống. Việc doanh nghiệp tự đánh giá quá cao các thuộc tính xanh của sản phẩm truyền thống đã dẫn đến hiện tượng người tiêu dùng từ chối sử dụng hay thậm chí là phản ứng ở mức độ tiêu cực (Davari & Strutton, 2014). Chính vì vậy, một số công ty đang tạo ra các sản phẩm mang lại giá trị môi trường nhưng kết hợp các giá trị này với sự hấp dẫn về chức năng và yếu tố cảm xúc (Dean & Pacheco, 2014). Cuối cùng, để hoàn thiện chính sách sản phẩm xanh, (Peattie, 1992) chỉ ra rằng doanh nghiệp nên gia tăng sự hỗ trợ sau bán hàng, khi khách hàng xanh có xu hướng xem các dịch vụ hậu mãi này là tiêu chí để đánh giá về độ bền của sản phẩm.

Chiến lược giá xanh

Giá xanh được định nghĩa là các mức giá được đặt ra cho các sản phẩm xanh có thể bù được sự nhạy cảm về giá của người tiêu dùng, khiến họ sẵn lòng chi trả nhiều hơn cho các thuộc tính xanh của sản phẩm (Grove et al, 1996). Khoản phí trội này là hoàn toàn cần thiết khi (Peattie, 1992) nhận thấy việc sản xuất sản phẩm xanh phải sử dụng nguyên liệu và phương thức sản xuất có chi phí cao hơn sản phẩm truyền thống, cũng như việc gánh chịu các loại thuế môi trường ngày càng gia tăng.

Chiến lược xúc tiến xanh

Davari & Strutton (2014) cho rằng xúc tiến được đánh giá như là công cụ quan trọng nhất của chính sách Green Marketing hỗn hợp. Công cụ xúc tiến xanh thường được sử dụng để truyền tải các thông điệp nhằm khuyến khích khách hàng trở nên “xanh hơn”. Một chính sách xúc tiến xanh cần phải đáp ứng một hoặc nhiều hơn trong ba tiêu chí sau: (1) chính sách đó trực tiếp hoặc ngầm đề cập và/hoặc nâng cao mối quan hệ giữa các sản phẩm với môi trường sinh – vật lý; (2) tán thành lối sống xanh với việc đề cập hoặc không một sản phẩm/dịch vụ nổi bật; (3) đại diện, tăng cường, hay duy trì hình ảnh của doanh nghiệp gắn với trách nhiệm môi trường.

Chiến lược phân phối xanh

Phân phối xanh đề cập đến các chiến thuật quản lý liên quan đến phân bố hàng hóa xanh, từ sản xuất đến tiêu thụ và logistic thu hồi (Davari & Strutton, 2014). Thực tế, có rất ít người dùng nỗ lực tìm kiếm một sản phẩm vì mục tiêu xanh hơn (Guyader et al, 2017); Do đó, việc làm thế nào và ở đâu để sản phẩm xanh luôn có sẵn là chìa khóa để tồn tại của một doanh nghiệp. Người tiêu dùng phải liên tục được tiếp xúc với các sản phẩm xanh trên toàn khu vực thị trường.

Bên cạnh đó, với các đặc tính riêng biệt của mình, bán sản phẩm xanh không giống như bán sản phẩm truyền thống. Vì lý do này, người làm công tác marketing xanh sẽ quản lý các sản phẩm từ nơi sản xuất đến điểm

bán hàng và cuối cùng là đến tay khách hàng, nhằm cải thiện hiệu suất phân phối ở mức cao nhất (Tomasin et al, 2013).

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết hướng đến mục tiêu cung cấp cái nhìn tổng quan về chiến lược Marketing xanh và đưa ra các ví dụ thực tế về thực hiện chiến lược Marketing xanh (gồm 4 yếu tố cốt lõi 4P: sản phẩm xanh, giá cả xanh, xúc tiến xanh, phân phối xanh) của các doanh nghiệp hoạt động tại Việt Nam. Đồng thời, thông qua hệ thống nghiên cứu thu thập thông tin thứ cấp đã được công bố để tổng hợp kết quả những cơ hội và thách thức của các doanh nghiệp Việt Nam khi thực hiện chiến lược Marketing xanh. Vì vậy, trong phạm vi nghiên cứu này, tác giả chỉ sử dụng phương pháp nghiên cứu thu thập thông tin thứ cấp để hoàn thành mục tiêu của mình. Trong đó tập trung vào việc sử dụng phương pháp nghiên cứu tổng quan tài liệu có hệ thống, các tài liệu thứ cấp là các công trình đã công bố trên các tạp chí uy tín trong và ngoài nước. Các bài báo được khai thác chủ yếu từ nghiên cứu của các tác giả nước ngoài như sử dụng mô hình 4P về chiến lược Marketing xanh của tác giả Peattie để ứng dụng phân tích thực tế việc áp dụng chiến lược 4P của một số doanh nghiệp Việt Nam như Toyota, Ajinomoto; từ đó phân tích những lợi ích và khó khăn, thách thức khi thực hiện Marketing xanh và đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao thực hiện chiến lược Marketing xanh của các doanh nghiệp Việt Nam.

Tác giả nghiên cứu tài liệu về thực hiện chiến lược Marketing xanh thành công của một số các doanh nghiệp tại Việt Nam như Vinamilk, TH true milk, Coca cola, Highland, Stabuck, Nestle, Samsung, Lavie, Honda... Đồng thời, tác giả nghiên cứu trường hợp điển hình của các doanh nghiệp tại Việt Nam khi thực hiện chiến lược Marketing xanh chưa thành công là Toyota và Ajinomoto. Hai doanh nghiệp này đã đưa ra những sản phẩm có tiếng vang lớn và có sự thu hút, quan tâm rất lớn của người tiêu dùng ở Việt Nam. Đây là hai doanh nghiệp có bề dày lịch sử hình thành từ rất lâu đời, có danh tiếng trên thế giới và có chi nhánh hoạt động tại Việt Nam trên dưới 30 năm. Toyota và Ajinomoto là hai doanh nghiệp có tổng số tiền đóng góp năm 2023 cho ngân sách nhà nước lớn, trong đó Toyota là doanh nghiệp đóng góp lớn nhất 873 triệu USD và Ajinomoto là một trong mười doanh nghiệp nộp ngân sách nhà nước lớn nhất tính 494 tỷ đồng. Đồng thời, sản phẩm xe ô tô Hybrid của Toyota là bước đột phá mới về sản phẩm xanh và sản phẩm bột ngọt Ajinomoto với sự việc đổ trực tiếp chất lỏng màu đỏ lên trên các cánh đồng ở Đồng Nai đã nổi tiếng khắp

cả nước với những hậu quả rất nặng nề. Đây chính là bài học điển hình cho các doanh nghiệp Việt Nam khi thực hiện chiến lược Marketing xanh không đồng bộ và không thực hiện chiến lược như cam kết ban đầu. Đó là lý do tác giả lựa chọn mẫu hai doanh nghiệp này trong nghiên cứu về thực trạng chiến lược Marketing xanh của các doanh nghiệp ở Việt Nam.

4. Thực trạng thực hiện chiến lược Marketing xanh của các doanh nghiệp ở Việt Nam

4.1. Thực hiện chiến lược Marketing xanh của một số doanh nghiệp điển hình ở Việt Nam

Giống như nhiều nước khác, Việt Nam hiện đang phải đối mặt với tình trạng ô nhiễm môi trường trầm trọng, đó chính là hồi chuông cảnh báo cho các doanh nghiệp cần phải thay đổi ý thức sản xuất và trách nhiệm đối với môi trường.

Một đại diện khá tiêu biểu của doanh nghiệp trong việc thành công thực hiện chiến lược Marketing xanh tại Việt Nam là Toyota.

Về chiến lược sản phẩm xanh: Xe Hybrid của Toyota tiêu thụ lượng xăng ít hơn từ 18,5% - 57,4% và phát thải khí thấp hơn từ 1,5 - 2 lần so với phiên bản dùng động cơ xăng cùng dung tích. Xe Toyota không phát thải khí trong gần 2/3 thời gian và quãng đường, khi không tắc đường, tỷ lệ quãng đường không phát thải khí của Corolla Cross 1.8HEV sẽ tăng lên. Trong khi đó, khi chạy trên cao tốc, thời gian không phát thải khí của xe Hybrid vẫn trên 40% và quãng đường không phát thải đạt gần 30%. Những thí nghiệm thực tế đã phần nào chứng thực khả năng ít phát thải khí của xe Toyota Hybrid.

Toyota toàn cầu cam kết đạt mục tiêu trung hòa carbon đến năm 2050 với cách tiếp cận toàn diện, thực tế, bền vững và đề ra 6 thách thức về môi trường gồm giảm phát thải CO₂ trên các mẫu xe mới, không phát thải CO₂ trên toàn bộ vòng đời xe, nhà máy không CO₂, tiết kiệm nước, phát triển công nghệ và hệ thống tái chế, xây dựng xã hội hài hòa với thiên nhiên. Gần 3 thập kỷ đặt chân đến Việt Nam, Toyota Việt Nam luôn tuân thủ việc thực hiện 6 thách thức về môi trường mà Toyota toàn cầu đã đặt ra bằng nhiều giải pháp toàn diện.

Chiến lược giá xanh: Với tham vọng đưa sản phẩm xanh là xe Hybrid - loại xe sử dụng hai công nghệ động cơ khác nhau gồm một động cơ chạy xăng và một động cơ chạy điện vào Việt Nam để tạo ra một trào lưu mới về chiếc xe thân thiện với môi trường với mức khí thải tốt hơn và lượng phát thải thấp hơn so với xe chạy xăng truyền thống thì Toyota còn rất chặt chẽ vì liên quan đến giá cả xanh, đó là giá thành và chi phí bảo dưỡng cao. Giá xe Hybrid của Toyota dao động trong khoảng 900 triệu đến 1,4 tỷ đồng. Đây là sản phẩm dòng trung của Toyota

có mức giá cao hơn so với các sản phẩm cùng phân khúc của các hãng xe khác như Mazda, Mitsubishi, Hyundai. Vì vậy, mặc dù sản phẩm xe Hybrid có những ưu điểm là sản phẩm xanh giảm tác hại đến môi trường nhưng cạnh tranh về giá đã ảnh hưởng đến sản lượng tiêu thụ không như mong muốn của Toyota.

Chiến lược xúc tiến xanh và phân phối xanh: Trong chiến lược Marketing xanh của Toyota thì hoạt động quảng bá “xúc tiến xanh” và “phân phối xanh” rất được chú trọng và thành công. Họ đã xây dựng các chương trình, chiến dịch xúc tiến xanh và phân phối xanh thông qua hành động xanh ngay từ những năm đầu thập niên 90 và đạt những thành công nhất định. Đến với Việt Nam, Toyota đã xây dựng một chương trình khá quy mô mang tên là Go Green với hai câu lạc bộ tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, Toyota xây dựng và ra mắt khá nhiều hoạt động về cung ứng sản phẩm xanh, giá cả xanh, xúc tiến xanh và phân phối xanh như loạt phim “Hành trình xanh” - mỗi tập phim ngắn mang đến cho người xem một thông điệp về môi trường như cúm A H1N1, mỡ bão, ô nhiễm sông hồ, khói thải của xe buýt, hút thuốc lá..., dự án trường học thân thiện, dự án sản xuất điện năng quy mô nhỏ từ biogas, ngày hội vẽ “Bức tranh kỷ lục về môi trường”, cuộc thi “Ý tưởng xanh 2009”... Toyota đã tạo những thành công đáng kể với việc xây dựng hình ảnh một doanh nghiệp Marketing xanh trong mắt người tiêu dùng bằng nhiều hoạt động hỗ trợ cũng như trực tiếp tham gia bảo vệ môi trường. Cùng với chiến lược sản phẩm xanh, Toyota kết hợp với quảng bá xúc tiến xanh và phân phối xanh đã có những thành công nhất định trong phân phối sản phẩm xe Hybrid mang đến một sản phẩm xanh cho người tiêu dùng tại Việt Nam nhưng do thực hiện chiến lược giá cả xanh chưa hiệu quả nên sản phẩm chưa thành công như mong muốn đạt mục tiêu ban đầu của Toyota.

Hay như Ajinomoto Việt Nam là một ví dụ về mục tiêu “xanh hóa toàn diện 4P” thể hiện ở nhiều quá trình của việc đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng nhưng vẫn vướng phải chính phương châm mà mình đề ra về bảo vệ môi trường.

Chiến lược sản phẩm xanh: Thời kỳ đầu, Ajinomoto đã xây dựng hệ thống quản lý môi trường EMS (Environment Management System), tổ chức quản lý môi trường theo tiêu chuẩn ISO 14001:2004 và trở thành một trong những công ty đầu tiên ở Việt Nam nhận được chứng chỉ ISO về môi trường của BVQI (Bureau Veritas Certification) vào năm 2001. Ajinomoto cũng có lẽ là đơn vị duy nhất trong khối ngành hàng thực phẩm gia vị chi hơn 5 triệu USD để lắp đặt hệ thống xử lý nước thải theo tiêu chuẩn Nhật Bản. Tuy nhiên, vào

tháng 9/2007, khi tin đồn về việc Ajinomoto đổ trực tiếp chất lỏng màu đỏ lên trên các cánh đồng ở Đồng Nai lan truyền nhanh chóng trên các kênh truyền thông nhưng Ajinomoto lại không thể đưa ra giấy tờ chứng minh. Như vậy, trong quy trình sản xuất sản phẩm xanh, Ajinomoto đã vi phạm về luật bảo vệ môi trường, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến môi trường sinh sống của người dân Việt Nam. Có thể thấy rằng, chiến lược sản phẩm xanh của Ajinomoto là thất bại.

Chiến lược giá xanh: Giá sản phẩm bột ngọt của Ajinomoto thấp hơn so với các sản phẩm cùng loại của các doanh nghiệp khác, đồng thời Ajinomoto trợ giá cho dự án Bữa ăn học đường, Ajinomoto Việt Nam đã phối hợp với Viện Dinh dưỡng Quốc gia và Bộ Giáo dục và Đào tạo thực hiện với mục tiêu: Chuẩn hóa, cung cấp những thực đơn cân bằng về dinh dưỡng và ngon miệng dành cho học sinh tại các trường tiểu học bán trú nhằm cải thiện tình trạng dinh dưỡng, thể chất và trí tuệ của trẻ em - những thế hệ tương lai của đất nước. Dự án Bữa ăn Học đường được ra đời từ năm 2012 và đã được triển khai tại 4 thành phố lớn đó là Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hải Phòng và Hà Nội. Cho đến nay, dự án đã nhận được những phản hồi tích cực từ nhà trường, phụ huynh học sinh trong việc thay đổi thói quen ăn uống một cách khoa học và lành mạnh hơn cho học sinh, đồng thời giảm bớt gánh nặng cho cán bộ phụ trách trong việc lên thực đơn tại các trường.

Chiến lược xúc tiến xanh và phân phối xanh: Từ 2004, Ajinomoto Việt Nam tăng cường quản lý môi trường theo hướng hợp nhất trách nhiệm cộng đồng CSR (gồm ba chuỗi chương trình là Ngày công dân Ajinomoto toàn cầu, Ajinomoto và cộng đồng chung tay làm sạch môi trường, Ajinomoto cùng người nghèo đón Tết) với một số hoạt động xúc tiến xanh và phân phối xanh như chiến dịch “Hãy làm Trái đất mỉm cười, quỹ học bổng “Ajinomoto - Cho em đến trường”... Ajinomoto đã tạo dựng thành công hình ảnh một doanh nghiệp có chiến lược xúc tiến xanh và phân phối xanh trong mắt người tiêu dùng. Sự việc xảy ra đã lâu và hiện giờ thì sản phẩm được coi là xanh đó cũng đã chính thức được các nhà nông sử dụng nhưng rõ ràng đây vẫn được coi là một bài học nhớ đời của Ajinomoto.

Trên thế giới, Marketing xanh đã trở thành một hoạt động rầm rộ và trở thành một lĩnh vực nghiên cứu quan trọng đối với nhiều công ty và đã có không ít các công ty lớn thành công trong việc áp dụng Marketing xanh cho các dòng sản phẩm “xanh”, thân thiện với môi trường nhưng ở Việt Nam đây là hình thức khá mới mẻ. Mặc dù đã có hàng loạt các hoạt động xúc tiến xanh, phân phối xanh khuyến khích nhằm quảng bá cho dòng

sản phẩm xanh với giá cả xanh ở nước ta nhưng hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn e dè trong việc thực hiện Marketing xanh. Những trở ngại về tâm lý, ý thức tiêu dùng của người dân (như việc người tiêu dùng ưu ái hơn đối với những sản phẩm giá cả phải chăng với chất lượng vừa phải), những vấn đề về bảo vệ tính “xanh”, định giá thành và quảng bá cho sản phẩm đã tạo nên áp lực rất lớn cho các doanh nghiệp và đưa ra thách thức lớn cho nền kinh tế và môi trường của Việt Nam.

4.2. Cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam khi thực hiện Marketing xanh

4.2.1. Cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam khi thực hiện Marketing xanh

Thứ nhất, nhìn chung Việt Nam đang trong quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước, kinh tế đạt được mức tăng trưởng tương đối cao, kéo theo mức tiêu dùng của người dân đã được cải thiện. Hơn nữa, quá trình tái cấu trúc nền kinh tế và chuyển đổi mô hình tăng trưởng từ chiều rộng sang chiều sâu, dựa trên các yếu tố năng suất và công nghệ đang được Đảng và Chính phủ ưu tiên thực hiện là thời cơ thuận lợi để các doanh nghiệp Việt Nam thực hiện chiến lược Marketing xanh. Mặt khác, Nhà nước thắt chặt các quy định về bảo vệ môi trường, hệ thống luật pháp trở nên hoàn thiện làm doanh nghiệp sẽ phải chịu áp lực “làm xanh”, đồng thời cũng được hưởng nhiều ưu đãi khi áp dụng các chính sách này.

Thứ hai, hậu dịch bệnh đã giúp ý thức tiêu dùng tăng cao, từ đó những yêu cầu về các sản phẩm xanh, sản phẩm đạt tiêu chuẩn an toàn chất lượng và thân thiện với môi trường là một đòi hỏi thiết yếu của người dân. Đây chính là thị trường tiềm năng của Marketing xanh để giúp các doanh nghiệp khai thác.

Thứ ba, được sự ủng hộ của người tiêu dùng, Marketing xanh là lĩnh vực đầy tiềm năng. Ngày nay, ngày càng có nhiều khách hàng cá nhân và tổ chức quan tâm hơn đến Marketing xanh và ý thức bảo vệ môi trường tự nhiên. Đặc biệt, trong thời kỳ hậu dịch bệnh, người tiêu dùng lại càng quan tâm đến vấn đề môi trường hơn nữa. Chính nhờ sự nâng cao ý thức này mà các sản phẩm thân thiện môi trường và các doanh nghiệp Marketing xanh sẽ càng được quan tâm chú ý nhiều hơn, tạo động lực cho việc phát triển.

Thứ tư, sự tự ý thức của doanh nghiệp về Marketing xanh ngày càng cao. Trong thời kỳ hậu dịch bệnh, vấn đề bảo vệ môi trường, thực phẩm sạch được quảng bá rộng rãi trên các phương tiện truyền thông trong nước, được nhắc đến trong giảng dạy ở trường học, được bình luận trong tất cả các hội nghị từ trung ương đến địa phương thì việc xây dựng một hình ảnh đẹp trong mắt người tiêu dùng, thu hút vốn đầu tư trong nước và quốc

tế, đồng thời đây chính là cách để doanh nghiệp phát triển bền vững, thực hiện mục tiêu tăng trưởng lâu dài.

Thứ năm, chiến lược Marketing xanh hiện đang là xu thế toàn cầu, đó là cơ hội để sản phẩm xanh chiếm lĩnh thị trường của người tiêu dùng. Trong cuộc cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các doanh nghiệp, các quốc gia trong thương mại quốc tế, các sản phẩm xanh, sản phẩm sinh thái, thân thiện với môi trường sẽ thu hút được nhiều khách hàng tiềm năng. Nhiều quốc gia trên thế giới đã và đang có xu hướng triển khai chương trình sử dụng các sản phẩm xanh, việc cam kết thực hiện chương trình này đã dần trở thành xu hướng của các quốc gia phát triển và đang phát triển. Thực tế cũng cho thấy, có nhiều mặt hàng và nhiều thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam đã có yêu cầu về tiêu chuẩn môi trường đối với các sản phẩm xuất khẩu. Tiêu chí về “sinh thái” cũng đã được EU áp dụng đối với các sản phẩm dệt may.

Thứ sáu, hoạt động Marketing xanh trong các doanh nghiệp nhận được nhiều sự hỗ trợ từ các cơ quan chức năng.

4.2.2. Thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam khi thực hiện Marketing xanh

Thứ nhất, thách thức lớn nhất với các marketer là làm sao kết hợp được giữa nhu cầu “bảo vệ môi trường” với những nhu cầu cơ bản khác của người tiêu dùng như tương quan chi phí - hiệu quả, an toàn khi sử dụng, hiệu suất, giá trị biểu tượng và tiện nghi. Các doanh nghiệp Việt Nam cần có chiến lược đúng đắn để vừa đảm bảo nhu cầu của người tiêu dùng và vừa đảm bảo mục đích bảo vệ môi trường.

Thứ hai, việc thực hiện chiến lược Marketing xanh sẽ khiến cho chi phí đầu tư lớn và giá thành sản phẩm cao. Marketing xanh là sự kết hợp một loạt các hoạt động, bao gồm việc điều chỉnh sản phẩm, thay đổi quá trình sản xuất, thay đổi bao bì cũng như thay đổi quảng cáo. Để thực hiện toàn bộ các khâu của Marketing xanh đòi hỏi doanh nghiệp phải mạnh tay chi ra một khoản đầu tư lớn ngay từ ban đầu. Chính vì sự đầu tư trong công nghệ dây chuyền đó kéo theo sự tăng lên về chi phí và một điều tất yếu là giá cả thành phẩm cũng tăng theo. Một quy luật tất yếu là sản phẩm của họ sẽ kém tính cạnh tranh hơn trên thị trường. Các doanh nghiệp Việt Nam với quy mô nhỏ và vừa thì kinh nghiệm cũng như quy mô và việc cắt giảm được những chi phí có liên quan như chi phí quản lý hiện đang là bài toán gây đau đầu.

Thứ ba, chưa có sự phối hợp chặt chẽ cao giữa các doanh nghiệp cũng như các cơ quan chức năng. Để thay đổi được ý thức cộng đồng nói chung và ý thức người tiêu dùng nói riêng thì việc cần thiết thực hiện là cần biết kết hợp chặt chẽ giữa các doanh nghiệp, Nhà nước

cũng như sức mạnh của các tổ chức phi lợi nhuận khác. Ở Việt Nam hệ thống pháp lý quy định về các vấn đề môi trường là chưa hoàn chỉnh, các tiêu chuẩn đặt ra được lấy theo tiêu chuẩn quốc tế, không thực tiễn ở Việt Nam. Hơn nữa, chúng ta cũng chưa kết hợp được sức mạnh của các tổ chức phi lợi nhuận để tạo ra một trào lưu đánh mạnh vào tâm lý người tiêu dùng hoặc nếu có thì trào lưu đó hoạt động chưa liên tục và tất yếu là chưa có nhiều kết quả.

Thứ tư, người Việt Nam ham dùng sản phẩm rẻ, không đánh giá đúng chất lượng của sản phẩm (nguyên nhân chủ yếu đến từ việc xuất hiện ồ ạt của sản phẩm Trung Quốc trên thị trường). Mặt khác, họ nghi ngờ trước những quảng cáo về sản phẩm “xanh” bởi vì có quá nhiều doanh nghiệp lừa dối, làm ăn không minh bạch. Do đó, đây là khó khăn lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam khi triển khai chiến lược Marketing xanh.

Thứ năm, các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, quy mô vốn hạn chế trong khi đó để thực hiện quy trình Marketing xanh đòi hỏi phải sử dụng khoa học công nghệ hiện đại, tốn kém. Ngoài ra, chi phí dành cho nguyên vật liệu, marketing quảng cáo sản phẩm cũng không nhỏ chút nào. Đây là một trong những thách thức rất lớn của các doanh nghiệp Việt Nam khi thực hiện phát triển chiến lược Marketing xanh.

5. Kiến nghị

5.1. Đối với Nhà nước

Nhà nước cần hoàn thiện môi trường pháp lý vì hiện nay các vấn đề về môi trường và thương mại ở Việt Nam chưa được hoàn chỉnh, không cập nhật và không đồng bộ. Có những tiêu chuẩn của môi trường theo chuẩn của thế giới trong khi các doanh nghiệp Việt thì không đủ khả năng để thực hiện. Do đó, hoàn thiện hệ thống pháp lý sẽ là một bước quan trọng để giúp các doanh nghiệp Việt Nam thực hiện tốt Marketing xanh. Chính phủ có thể dùng các biện pháp để khuyến khích hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện Marketing xanh như là hỗ trợ một phần vốn và công nghệ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp phát triển. Tăng cường tuyên truyền, giáo dục về bảo vệ môi trường và cách thức thực hiện, nâng cao nhận thức của người dân. Tiếp thu ứng dụng mới trong bảo vệ môi trường và đẩy mạnh xã hội hóa công tác bảo vệ môi trường. Liên kết với các quốc gia, tổ chức quốc tế chung tay bảo vệ môi trường, khuyến khích, thu hút vốn nước ngoài đầu tư vào các doanh nghiệp thực thi chiến lược Marketing xanh.

5.2. Đối với doanh nghiệp

Doanh nghiệp cần xây dựng đội ngũ nhân lực, đặc biệt là nguồn lực cho phòng Marketing: Marketing xanh

rất mới mẻ ở Việt Nam, do vậy đòi hỏi nguồn nhân lực có chất lượng cao, sáng tạo. Doanh nghiệp nên tập trung khai thác ở ba khía cạnh: quy trình lên kế hoạch marketing, ngân sách và đào tạo con người. Quảng bá sản phẩm, nâng cao nhận thức về môi trường và phá vỡ những mâu thuẫn về hành vi của người tiêu dùng: Các doanh nghiệp cần quảng bá đúng mực và trung thực sản phẩm của mình để tạo ra lòng tin đối với khách hàng, giúp họ dễ dàng lựa chọn những sản phẩm xanh. Tạo ra những nhân tố thúc đẩy ý thức mua hàng của người tiêu dùng bao gồm cả nhân tố lợi ích hay đạo đức. Lưu ý, phải có sự liên kết giữa sản phẩm xanh với lợi ích người tiêu dùng: chú trọng yếu tố môi trường nhưng không thể đặt yếu tố môi trường lên hàng đầu mà quên đi lợi ích của người tiêu dùng.

6. Kết luận

Thông qua việc tìm hiểu, phân tích chiến lược

Marketing xanh, các doanh nghiệp cần tập trung thực hiện toàn diện các thành phần Marketing xanh bao gồm chiến lược về sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược xúc tiến và phân phối sản phẩm. Đồng thời, để các doanh nghiệp phát triển chiến lược Marketing xanh cần có sự hỗ trợ của Nhà nước và chính bản thân doanh nghiệp phải thực hiện đồng bộ các giải pháp về nhân sự, lập kế hoạch ngân sách, nghiên cứu hành vi tiêu dùng... Nền kinh tế Việt Nam đang phát triển rất nhanh, có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế với sự cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ. Việc áp dụng chiến lược Marketing xanh một cách nghiêm túc, có xây dựng kế hoạch lâu dài sẽ giúp cho các doanh nghiệp có thể theo đuổi mục tiêu lợi nhuận, phát triển bền vững, có trách nhiệm xã hội và tôn tạo hình ảnh của doanh nghiệp trong tâm trí khách hàng, tạo được ưu thế trước các đối thủ cạnh tranh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Davari, A. & Strutton, D. (2014). Marketing mix strategies for closing the gap between green consumers' pro-environmental beliefs and behaviors. *Journal of Strategic Marketing*, 22(7), 563-586
- Dean, T. J. & Pacheco, D. F. (2014). Green marketing: a strategic balancing act for creating value. *Journal of Business Strategy*, 35(5), 14-22.
- Guyader, H. et al (2017). You can't buy what you can't see: Retailer practices to increase the green premium. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 319-325.
- Grov et al (1996). Facing the backlash: Green marketing and strategic reorientation in the 1990s. *Journal of Strategic Marketing*, 8(3), 277-296.
- Kinoti. (2011). Towards sustainability: The third age of green marketing. *The Marketing Review*, 2(2), 129-146.
- Kotler. (2011). Green Marketing: An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 165, 1263-1279.
- Mishra. (2007). Environmental strategies and green product development: An overview on sustainability-driven companies. *Business Strategy and the Environment*, 18(2), 83-96.
- Mehraj, M. U., & Qureshi, E. (2020). Green Marketing Approaches and Their Impact on Green Purchase Intentions: Mediating Role of Green Brand Image and Consumer Beliefs towards the Environment. *Sustainability*, 14(18), Article 18. <https://doi.org/10.3390/su141811703>.
- Ottaman. (1998). Green marketing: legend, myth, farce or prophecy? *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8 (4), 357-380.
- Peattie, K. (1992). Green marketing M and E Handbooks, Pitman Publishing, England.
- Polonsky, M.J. et al (1994). Re-evaluating green marketing: a strategic approach. *Business Horizons*, 44(5), 21-30.
- Tomasin, L. et al (2013). How can the sales of green products in the Brazilian supply chain be increased? *Journal of Cleaner Production*, 47, 274-282.
- Tseng, S. & Hung, S. (2013). A framework identifying the gaps between customers' expectations and their perceptions in green products. *Journal of Cleaner Production*, 59, 174-184.
- Robert. (1995). Green marketing orientation: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Business Research*, 80, 236-246.

ĐỘ BAO PHỦ CỦA HỆ THỐNG BẢO HIỂM XÃ HỘI Ở VIỆT NAM VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

TS. Phạm Hồng Trang

Trường Đại học Lao động - Xã hội

hongtrangctxh@gmail.com

ThS. Phạm Hồng Nhung

Trường Đại học Lao động - Xã hội

phn.ulsa@gmail.com

Tóm tắt: Nghị quyết số 28-NQ/TW ngày 23/5/2018 của Ban Chấp hành Trung ương khóa XII tiếp tục khẳng định bảo hiểm xã hội (BHXH) là một trụ cột chính của hệ thống an sinh xã hội, được thiết kế theo hướng linh hoạt, đa tầng, hiện đại nhằm từng bước mở rộng vững chắc diện bao phủ, hướng tới mục tiêu BHXH toàn dân. Bài viết này khảo sát độ bao phủ của hệ thống BHXH ở nước ta giai đoạn 2011-2020, từ đó có những gợi ý chính sách nhằm mở rộng độ bao phủ của BHXH, đặc biệt là BHXH tự nguyện trong giai đoạn 2025-2030. Theo kết quả nghiên cứu, giai đoạn 2011-2020 BHXH Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ với số người tham gia BHXH bình quân mỗi năm tăng 5,56%, đạt 16,11 triệu người vào năm 2020, tình trạng nợ đóng BHXH đã được cải thiện rõ rệt. Tuy nhiên, tỷ lệ bao phủ của BHXH vẫn còn thấp so với tiềm năng của lực lượng lao động và tiềm ẩn áp lực lớn cho đảm bảo an sinh khi nhóm lao động này hết tuổi lao động. Khuyến nghị được đưa ra gồm: Bổ sung điều kiện tuổi đời để được hưởng BHXH một lần, bổ sung chế độ bảo hiểm thai sản trong BHXH tự nguyện, lựa chọn hình thức truyền thông phù hợp với văn hóa vùng miền, hỗ trợ thiết bị và nhân viên để tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, tăng cường thanh tra, giám sát việc thực hiện chính sách BHXH.

Từ khóa: Bảo hiểm xã hội, độ bao phủ, Việt Nam

COVERAGE OF THE SOCIAL INSURANCE SYSTEM IN VIETNAM AND POLICY IMPLICATIONS

Abstract: Resolution No. 28-NQ/TW, issued on May 23, 2018 by the XII Central Committee, reiterates the significance of social insurance as a fundamental component of the social security framework. The resolution emphasizes the need for a flexible, multi-layered, and modern social insurance system that aims to progressively broaden its reach towards achieving universal coverage. An analysis of the social insurance system's coverage in Vietnam from 2011 to 2020 is presented in this article, along with policy recommendations to enhance social insurance coverage, particularly voluntary social insurance, in the period spanning from 2025 to 2030. During the period of 2011-2020, Vietnam Social Insurance witnessed significant growth, as indicated by the study results. The average number of individuals participating in social insurance each year increased by 5.56%, reaching a total of 16.11 million people in 2020. Notably, there has been a marked improvement in the situation of social insurance debt. However, despite these positive developments, the coverage rate of social insurance remains relatively low compared to the potential of the workforce. Consequently, there is a pressing need to ensure the welfare of this group

of workers as they approach the end of their working age. To address this issue, several recommendations have been put forth. These include the supplementation of age conditions to qualify for lump-sum social insurance, the addition of a maternity insurance regime in voluntary social insurance, the adoption of a communication approach that aligns with regional culture, the provision of support in terms of equipment and personnel to enhance the application of information technology, and the reinforcement of inspection and supervision to ensure the effective implementation of social insurance policies.

Keywords: Social insurance, coverage, Vietnam.

Mã bài báo: JHS - 190

Ngày nhận bài sửa: 05/03/2024

Ngày nhận bài: 29/12/2023

Ngày duyệt đăng: 20/04/2024

Ngày nhận phản biện: 15/01/2024

1. Đặt vấn đề

Luật BHXH sửa đổi số 58/2014/QH13 ngày 20/11/2014 tại Điều 3 quy định: “Bảo hiểm xã hội là sự bảo đảm thay thế hoặc bù đắp một phần thu nhập của người lao động khi họ bị giảm hoặc mất thu nhập do ốm đau, thai sản, tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp, hết tuổi lao động hoặc chết, trên cơ sở đóng vào quỹ BHXH”. BHXH có hai loại hình gồm BHXH bắt buộc và BHXH tự nguyện. Theo Luật Bảo hiểm xã hội (2014), BHXH bắt buộc là loại hình BHXH do Nhà nước tổ chức mà người lao động và người sử dụng lao động phải tham gia. BHXH tự nguyện là loại hình BHXH do Nhà nước tổ chức mà người tham gia được lựa chọn mức đóng, phương thức đóng phù hợp với thu nhập của mình và Nhà nước có chính sách hỗ trợ tiền đóng BHXH để người tham gia hưởng chế độ hưu trí và tử tuất.

Nghị quyết số 28-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương khóa XII ban hành ngày 23/5/2018 khẳng định “BHXH là một trụ cột chính của hệ thống an sinh xã hội trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, góp phần quan trọng thực hiện tiến bộ, công bằng xã hội, bảo đảm ổn định chính trị - xã hội, đời sống nhân dân, phát triển bền vững đất nước (Điều 1, mục 2)”. Quy định của Nghị định nêu rõ việc xây dựng hệ thống BHXH cần được thiết kế một cách linh hoạt, đa tầng, hiện đại, hướng tới mở rộng diện bao phủ và mục tiêu BHXH toàn dân.

Độ bao phủ BHXH là mức độ tham gia của người dân dù tiếp cận ở phạm vi hẹp (từng chính sách/chương trình) hay rộng (cả hệ thống) vào hệ thống BHXH. Độ bao phủ BHXH là chỉ số quan trọng trong an sinh xã hội, thể hiện sự quan tâm của Nhà nước, sự tiến bộ của hệ thống chính sách chăm lo đời sống cho người dân.

Kết quả nghiên cứu, rà soát văn bản quy phạm

pháp luật về BHXH từ năm 2011 đến 2020 cho thấy hệ thống chính sách BHXH không ngừng được sửa đổi, bổ sung hoàn thiện và được ghi nhận tại 01 nghị quyết Quốc hội, 04 nghị quyết Trung ương, 23 nghị định Chính phủ, 04 quyết định của Thủ tướng Chính phủ, 25 thông tư và thông tư liên tịch, cũng như tại các luật, bao gồm: Luật Việc làm năm 2013, Luật Bảo hiểm xã hội năm 2014, Bộ luật Lao động năm 2019. Sự tổ hợp của các văn bản quy phạm pháp luật về BHXH tạo tiền đề cơ bản cho việc mở rộng độ bao phủ, triển khai, thu hút người lao động tham gia các loại hình BHXH với những chế độ và điều kiện đóng - hưởng linh hoạt, phù hợp với bối cảnh chung của xã hội và xu hướng hội nhập quốc tế. Chính sách BHXH đã từng bước khẳng định và phát huy vai trò là một trụ cột chính của hệ thống an sinh xã hội, là sự bảo đảm thay thế, hoặc bù đắp một phần thu nhập cho người lao động khi họ gặp phải những rủi ro trong cuộc sống. Quỹ BHXH đã trở thành quỹ an sinh lớn nhất, hoạt động theo nguyên tắc đóng - hưởng và chia sẻ giữa những người lao động cùng thế hệ và giữa các thế hệ tham gia BHXH. Diện bao phủ BHXH theo quy định của pháp luật, số người tham gia BHXH ngày càng được mở rộng, số người được hưởng BHXH không ngừng tăng lên.

Tuy nhiên, nội dung Nghị quyết số 28 NQ/TW cũng nhấn mạnh việc mở rộng và phát triển đối tượng tham gia BHXH còn dưới mức tiềm năng; độ bao phủ BHXH tăng chậm; số người hưởng BHXH một lần tăng nhanh. Tình trạng trốn đóng, nợ đóng, gian lận, trục lợi BHXH chậm được khắc phục. Quỹ hưu trí và tử tuất có nguy cơ mất cân đối trong dài hạn. Trước tình hình đó, bài viết tập trung phân tích độ bao phủ của BHXH ở Việt Nam giai đoạn 2011-2020, bao gồm chế độ BHXH tự nguyện, BHXH bắt buộc nhằm góp phần cung cấp minh chứng và tạo căn cứ khoa học và

thực tiễn để đưa ra một số hàm ý chính sách cho việc mở rộng độ bao phủ của BHXH giai đoạn 2025-2030.

2. Tổng quan nghiên cứu

Chủ đề hoàn thiện chính sách BHXH và giải pháp mở rộng độ bao phủ BHXH đã được khá nhiều cơ quan, tác giả ở Việt Nam quan tâm. Luận văn của Anh (2015) “Thực trạng pháp luật về BHXH tự nguyện ở Việt Nam” đã khái quát những quy định về BHXH ở Việt Nam, phân tích thực trạng các quy định và đề xuất một số kiến nghị hoàn thiện quy định pháp luật về BHXH tự nguyện. Các kiến nghị gồm: Bổ sung thêm các chế độ cho BHXH tự nguyện như chế độ ốm đau, thai sản, tai nạn lao động - bệnh nghề nghiệp; Xây dựng chính sách hỗ trợ của Nhà nước về mức đóng BHXH tự nguyện cho một số nhóm đối tượng đặc thù như hộ gia đình có đông người tham gia BHXH tự nguyện, gia đình chính sách (hộ nghèo hoặc cận nghèo, gia đình có công với cách mạng; Nhà nước thực hiện hỗ trợ chi phí quản lý và tổ chức triển khai thực hiện BHXH tự nguyện; Đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền phổ biến pháp luật về BHXH tự nguyện; Tạo mọi điều kiện để người lao động dễ dàng tiếp cận và tham gia BHXH tự nguyện; Nâng cao nghiệp vụ của cán bộ BHXH. Các kiến nghị này có giá trị nhất định song chưa hoàn toàn phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của các địa phương, chưa bám sát nguyện vọng của người lao động.

Để tài khoa học cấp Bộ “Thực trạng và giải pháp nhằm giảm tình trạng hưởng BHXH một lần ở Việt Nam”, Quế (2020) đã khái quát kinh nghiệm quốc tế trong việc giảm hưởng BHXH một lần, những quy định pháp luật về BHXH một lần ở Việt Nam qua các thời kỳ; các yếu tố tác động đến tình trạng hưởng BHXH một lần, từ đó đưa ra được những giải pháp khắc phục tình trạng này ở Việt Nam. Đề tài đã nêu ra nguyên nhân dẫn đến tình trạng người lao động nhận BHXH một lần, trong đó có yếu tố liên quan đến chính sách, pháp luật như: Điều kiện hưởng dễ dàng, chưa phù hợp, mức hưởng cao; thời gian đóng tối thiểu để hưởng lương hưu dài; tuổi nghỉ hưu cao; BHXH tự nguyện chưa đủ hấp dẫn. Bên cạnh đó, còn do điều kiện kinh tế - xã hội (việc làm, thu nhập, tâm lý sống dựa vào con cái, tâm lý đám đông). Đáng chú ý, dịch Covid-19 đã tác động mạnh đến người lao động, khiến tình trạng thất nghiệp tăng cao, dẫn đến người hưởng BHXH một lần năm 2020 tăng 6,65% so với năm 2019. Ngoài ra, còn do nhận thức, hiểu

biết về chính sách, pháp luật BHXH và công tác truyền thông về chính sách BHXH nói chung, BHXH một lần nói riêng vẫn còn hạn chế. Trên cơ sở đó, nhóm nghiên cứu đề xuất, kiến nghị một số giải pháp như: Xem xét đối tượng hưởng BHXH một lần là người ra nước ngoài định cư; người lao động sau một năm nghỉ việc/dừng đóng BHXH; chỉ cho phép hưởng BHXH một lần bằng mức đóng góp thực tế của người lao động; giảm thời gian tham gia BHXH tối thiểu để được hưởng lương hưu hằng tháng; hoàn thiện chính sách lao động, việc làm, BHXH tự nguyện; bổ sung gói BHXH tự nguyện ngắn hạn linh hoạt; nâng mức hỗ trợ đóng BHXH tự nguyện; xây dựng các chính sách dự phòng để hỗ trợ khi gặp thiên tai, dịch bệnh...

Bài viết của Hạnh (2021) “Giải pháp mở rộng diện bao phủ bảo hiểm xã hội tự nguyện và bảo hiểm y tế hộ gia đình” đã đề xuất một số giải pháp gồm: Tăng mức hỗ trợ mức đóng cho người tham gia BHXH tự nguyện, nhất là đối tượng không thuộc hộ gia đình nghèo, cận nghèo; có chính sách linh hoạt hơn về mức hỗ trợ, quy định mức hỗ trợ tối thiểu để địa phương nào có điều kiện, kinh tế phát triển thì có cơ chế để hỗ trợ thêm một phần mức đóng BHXH tự nguyện; giảm dần số năm đóng BHXH tối thiểu để được hưởng chế độ hưu trí từ 20 năm xuống 15 năm hưởng tới còn 10 năm với mức hưởng được tính toán phù hợp nhằm tạo điều kiện cho người lao động cao tuổi, có số năm tham gia BHXH thấp được tiếp cận và thụ hưởng quyền lợi BHXH; Bỏ quy định khống chế chỉ tham gia duy nhất một loại hình BHXH bắt buộc hoặc BHXH tự nguyện; sửa đổi, bổ sung chính sách để BHXH tự nguyện hấp dẫn và thu hút người lao động hơn, đa dạng hóa loại hình và mức đóng BHXH để phù hợp mức thu nhập khác nhau của người lao động, nhất là người thu nhập thấp, người nghèo khu vực phi chính thức. Tác giả cũng kiến nghị, cần hoàn thiện công tác lãnh đạo, chỉ đạo, vận động tuyên truyền, nâng cao chất lượng hoạt động của các đại lý thu BHXH, tăng cường kiểm tra, giám sát việc thu BHXH.

Giải pháp mở rộng độ bao phủ BHXH của ngành BHXH đã được thể hiện trong Công văn số 301/BHXH-TST ngày 7/2/2022 tạm giao kế hoạch thu, phát triển người tham gia năm 2023 đối với BHXH 63 tỉnh, thành phố. Theo đó, các giải pháp chủ yếu gồm: Đưa chỉ tiêu bao phủ BHXH, BHYT, BHTN vào Nghị quyết của HĐND các cấp; nắm bắt thông

tin về tình hình hoạt động của các doanh nghiệp để yêu cầu đơn vị đăng ký tham gia và nộp đầy đủ BHXH cho người lao động; mở rộng mạng lưới tổ chức dịch vụ thu giao chi tiêu phát triển người tham gia cho từng tổ chức dịch vụ thu...; kiên quyết xử phạt đối với các hành vi vi phạm. Những công trình nghiên cứu trên đã đóng góp về cơ sở lý luận và thực tiễn trong việc nghiên cứu giải pháp mở rộng độ bao phủ của BHXH. Tuy nhiên, thực tế những năm qua độ bao phủ BHXH tuy có mở rộng song không bền vững. Theo quan điểm của tác giả, có nhiều giải pháp được nêu ra còn đầy trách nhiệm cho các tổ chức thu BHXH ở địa phương, chưa thực sự khơi gợi được nhu cầu nội tại của người lao động về việc cần thiết tham gia BHXH, coi việc tham gia BHXH là quyền lợi thiết thực của mình. Bài viết này rà soát các số liệu báo cáo về thực trạng bao phủ của BHXH Việt Nam, đồng thời lấy ý kiến chuyên gia về những bất cập trong thực thi chính sách, mong muốn của người lao động để từ đó có những khuyến nghị thiết thực hơn trong việc nâng cao tính hấp dẫn của BHXH với người dân.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu để rà soát các văn bản chính sách về BHXH ở Việt Nam giai đoạn 2011-2020. Sử dụng phương pháp phân tích tài liệu và thống kê số liệu báo cáo nhằm hệ thống hóa, lập luận, trình bày, diễn giải việc triển khai chính sách BHXH, độ bao phủ của chính sách BHXH. Sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu một số cán bộ đang công tác tại cơ quan BHXH Thành phố Hà Nội, BHXH tỉnh Thanh Hóa nhằm khai thác nguyên nhân của những hạn chế liên quan đến độ bao phủ BHXH, là căn cứ để tác giả đưa ra các khuyến nghị chính sách hướng tới mở rộng độ bao phủ của hệ thống BHXH cho giai đoạn 2025-2030. Hệ thống BHXH ở Việt Nam được khảo sát giới hạn ở nội dung chính sách BHXH bắt buộc và BHXH tự nguyện... Tình hình đóng và hưởng BHXH là một trong những chỉ báo thể hiện động lực, sự sẵn sàng tham gia BHXH của người lao động - yếu tố tác động trực tiếp đến độ bao phủ, do đó tác giả khảo sát về thực trạng tham gia, thực trạng đóng và hưởng BHXH ở Việt Nam giai đoạn 2011-2020.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thực trạng tham gia bảo hiểm xã hội giai đoạn 2011-2020

Các biện pháp đưa chính sách vào cuộc sống đã làm thay đổi nhận thức theo chiều hướng tích cực

của nhiều người lao động về quyền và lợi ích khi tham gia đóng BHXH. Việc triển khai các chính sách BHXH nhờ vậy đạt được những bước tiến mới. Số người lao động tham gia BHXH đã tăng từ mức 10,2 triệu người của năm 2011 lên 16,11 triệu người vào năm 2020, tương ứng với mức tăng trung bình đạt 5,56 điểm%/năm. Tốc độ gia tăng số đối tượng tham gia BHXH tự nguyện tính theo số tương đối tăng cao gấp nhiều lần so với tốc độ tương ứng của BHXH bắt buộc (trung bình đạt mức 23,45 điểm% so với mức 5,10 điểm%). Tuy nhiên, số đối tượng tham gia BHXH tự nguyện còn thấp, mới đạt khoảng 1,07 triệu người vào năm 2020. Điều này có nghĩa đa số đối tượng tham gia BHXH hiện nay thuộc về loại hình bắt buộc - 15,03 triệu người vào năm 2020, chiếm 93,34%. (BHXH,2021).

Trong tương quan so sánh với lực lượng lao động có trên thị trường lao động hiện nay ở Việt Nam thì tỷ lệ bao phủ của BHXH còn thấp, tương đương với mức 32,55% vào năm 2020 (BHXH,2021). Khi được hỏi về nguyên nhân người lao động tham gia BHXH còn thấp, nhất là BHXH tự nguyện, bà L.T.X, cán bộ BHXH tỉnh Thanh Hóa cho biết: *"... có nguyên nhân do người lao động chưa biết hết đầy đủ các lợi ích khi tham gia BHXH, nhưng nhìn chung nguyên nhân chính là do các chế độ của BHXH chưa hấp dẫn..., họ chỉ thấy trước mắt hàng tháng phải đóng một khoản tiền mà tương lai nhiều năm sau mới được hưởng lợi. Vì thế, nhiều trường hợp đã đóng BHXH được vài năm song họ lại bỏ, chuyển sang mua bảo hiểm nhân thọ vì thấy rõ quyền lợi hơn khi tham gia loại hình bảo hiểm thương mại này. BHXH tự nguyện theo tôi cần bổ sung chế độ thai sản vì có nhiều người lao động ở độ tuổi này và đây cũng là chế độ hấp dẫn nhất, được hưởng sớm hơn hưu trí. Các chế độ ngắn hạn khác thì theo tôi người lao động không mấy mặn mà, nếu có thì họ lại phải tăng thêm mức đóng góp, cũng khó cho nhiều trường hợp khi đồng lương còn eo hẹp"*.

Mặc dù tỷ lệ tham gia còn khiêm tốn, song các số liệu thống kê của BHXH Việt Nam cho thấy xu hướng độ bao phủ của BHXH đang mở rộng, tăng hơn 2,3 điểm % so với năm 2018, hơn 5,18 điểm % so với năm 2016 và hơn 9,78 điểm % so với năm 2011 (BHXH,2021). Đây là tín hiệu tích cực cho ngành BHXH đạt mục tiêu thu hút 45% và 60% lực lượng lao động tham gia đóng BHXH vào năm 2025 và 2030 theo mục tiêu đề ra tại Nghị quyết số 28/NQ-TW.

Bảng 1. Tình hình tham gia bảo hiểm xã hội giai đoạn 2011-2020

	2011	2016	2017	2018	2019	2020	Tốc độ tăng bình quân (%/năm)
1. Tổng số người tham gia BHXH (triệu người)	10,20	13,06	13,82	14,73	15,77	16,11	5,56
- BHXH bắt buộc	10,10	12,85	13,60	14,46	15,20	15,03	5,10
- BHXH tự nguyện	0,10	0,20	0,22	0,28	0,57	1,07	23,45
2. Cơ cấu tham gia BHXH (%)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	
- BHXH Bắt buộc	99,05	98,44	98,38	98,12	96,36	93,34	
- BHXH tự nguyện	0,95	1,56	1,62	1,88	3,64	6,66	
3. Tỷ lệ người tham gia BHXH so với LLLĐ trong độ tuổi (%)	22,76	27,37	28,67	30,25	31,95	32,55	
- BHXH bắt buộc	22,54	26,95	28,20	29,68	30,78	30,38	
- BHXH tự nguyện	0,22	0,43	0,47	0,57	1,16	2,17	

Nguồn: Bảo hiểm xã hội Việt Nam

Sự mở rộng độ bao phủ của BHXH trong giai đoạn 2011-2020 nêu trên giúp cho tổng thu quỹ BHXH đạt 263,95 nghìn tỷ đồng vào năm 2020, tăng hơn 40,865 nghìn tỷ đồng so với năm 2018, hơn 88,338 nghìn tỷ đồng so với năm 2016 và 201,440 nghìn tỷ đồng so với

năm 2011. Tốc độ tăng trung bình hàng năm tổng thu quỹ BHXH lên tới 16,45%. Đây là cơ sở quan trọng đảm bảo sự vận hành ổn định của cả hệ thống BHXH, tránh nguy cơ vỡ quỹ.

Bảng 2. Tình hình thu bảo hiểm xã hội giai đoạn 2011-2020

Chi tiêu	2011	2016	2017	2018	2019	2020	Tốc độ tăng bình quân (%/năm)
1. Tổng số tiền thu BHXH (tỷ đồng)	62,509	175,611	196,393	223,084	248,639	263,949	16,45
- BHXH bắt buộc	62,258	174,490	195,199	221,796	246,250	259,887	16,35
- BHXH tự nguyện	251	1,122	1,194	1,288	2,389	4,062	29,95
2. Tổng số tiền nợ đóng BHXH (tỷ đồng)	4,496	6,551	5,737	5,349	10,100	11,666	
3. Tỷ lệ nợ BHXH so với tổng số phải thu (%)	7,23	3,64	2,84	3,22	3,90	4,20	

Nguồn: Bảo hiểm xã hội Việt Nam.

Cũng trong giai đoạn 2011-2020, tình trạng nợ đóng BHXH tăng từ mức 4,496 nghìn tỷ của năm 2011 lên 6,551 nghìn tỷ của năm 2016, lên 5,349 nghìn tỷ của năm 2018 và đạt 11,666 nghìn tỷ của năm 2020. Thoạt nhìn theo số tuyệt đối thì dường như tình trạng nợ đóng BHXH có xu hướng ngày càng gia tăng, tạo áp lực cho ngành BHXH. Tuy nhiên, đối chiếu theo số tương đối, thì tỷ lệ nợ đóng BHXH giảm từ mức 7,23% xuống còn 3,64% vào năm 2016 và 2,84% vào năm 2017, sau đó tăng lên đạt 3,22% vào năm 2018, 3,90% vào năm

2019 và đạt 4,2% vào năm 2020. Thực tế này cho thấy, có hai xu hướng trái ngược nhau, đó là xu hướng giảm dần tình trạng nợ đóng BHXH, song xu hướng này chỉ diễn ra trong giai đoạn từ 2011 đến 2017, sau đó là xu hướng tăng dần tình trạng nợ đóng BHXH, nó diễn ra từ năm 2018 đến 2020, mà nguyên nhân có thể là do sự tác động mạnh mẽ của đại dịch Covid-19 khiến nhiều doanh nghiệp cận kề dẫn về ngân sách. Lý giải thêm về thực trạng này, bà B.T.N, cán bộ BHXH một quận ở Thành phố Hà Nội cho biết: "Nhờ các biện pháp xử

lý quyết liệt mà những năm gần đây tình trạng nợ đóng BHXH của doanh nghiệp đã cải thiện đáng kể. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của dịch Covid-19, nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn, do đó xin giãn thời hạn đóng BHXH cho người lao động. Đối với BHXH tự nguyện, nhiều người lao động tự do gặp khó khăn về tài chính khi tham gia BHXH, nhiều trường hợp được vận động, tuyên truyền đã tham gia song được một thời gian lại xin thôi”.

4.2. Thực trạng hưởng chế độ bảo hiểm xã hội

4.2.1. Tình hình hưởng chế độ bảo hiểm xã hội dài hạn

Số liệu thống kê của BHXH Việt Nam cho thấy, tính

đến cuối năm 2020, cả nước có 3,17 triệu người hưởng lương hưu và trợ cấp BHXH hàng tháng. Số người thụ hưởng từ Ngân sách Nhà nước chiếm khoảng 1,11 triệu người (trung bình giảm 2,34%/năm) và số người thụ hưởng từ quỹ BHXH chiếm khoảng 2,06 triệu người (trung bình tăng khoảng 7,72%/năm). Theo đó, tổng số tiền chi trả BHXH (bao gồm lương hưu và trợ cấp BHXH) lên tới 167,682 tỷ đồng vào năm 2020, cao gấp 2,7 lần của năm 2011, gấp 1,4 lần của năm 2016 và gấp 1,2 lần của năm 2018, tương ứng với mức tăng trung bình đạt 10,76%/năm (BHXH, 2021).

Bảng 3. Tình hình hưởng lương hưu và trợ cấp BHXH hàng tháng giai đoạn 2011-2020

	2011	2016	2017	2018	2019	2020	Tốc độ tăng bq (%/năm)
1. Tổng số người hưởng lương hưu và trợ cấp BHXH hàng tháng (triệu người)	2.45	2.88	2.97	3.04	3.15	3.17	3.06
- Số người hưởng từ NSNN	1.37	1.24	1.21	1.17	1.16	1.11	- 2.34
- Số người hưởng từ quỹ BHXH	1.08	1.64	1.76	1.87	1.99	2.06	7.72
2. Tổng số tiền chi trả lương hưu và trợ cấp BHXH hàng tháng (tỷ đồng)	61,912	119,860	129,486	143,496	156,225	167,682	10.76
3. Cán đối thu – chi BHXH (lấy thu trừ chi) (tỷ đồng)	0,597	55,751	66,907	79,588	92,414	96,267	
4. Số người tham gia BHXH/số người hưởng lương hưu và trợ cấp BHXH hàng tháng (người)	4.2	4.5	4.6	4.8	5.0	5.1	

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ số liệu thống kê của Bảo hiểm xã hội Việt Nam

Bảng cân đối thu - chi BHXH cho thấy nhờ sự mở rộng độ bao phủ nên quỹ BHXH có lượng kết dư ngày càng tăng, từ mức 0,597 tỷ đồng của năm 2011 lên 55,751 tỷ đồng của năm 2016 và đạt 96,267 tỷ đồng của năm 2020. Đây là yếu tố cơ bản đảm bảo sự ổn định và phát triển của quỹ. Kết quả đạt được này một phần là nhờ số người tham gia đóng BHXH luôn ở mức cao hơn số người thụ hưởng với mức tăng từ 4,2 người vào năm 2011 lên 4,5 người vào năm 2016 và đạt 5,1 người đóng cho 1 người hưởng vào năm 2020.

4.2.2. Thực trạng hưởng các chế độ bảo hiểm xã hội một lần và ngắn hạn

Trong hệ thống BHXH thì các chế độ BHXH một lần và ngắn hạn đóng vai trò bù đắp một phần thu nhập, góp phần ổn định cuộc sống cho người lao động và gia đình trong những trường hợp sinh con

hoặc con bị ốm đau, bản thân bị bệnh tật, tai nạn rủi ro phải nghỉ việc. Theo các quy định hiện hành thì chế độ BHXH một lần và ngắn hạn này mới chỉ áp dụng cho người lao động có tham gia đóng BHXH bắt buộc mà chưa mở rộng sang các loại hình bảo hiểm khác, chẳng hạn như bảo hiểm tự nguyện. Theo đó, số người được giải quyết hưởng chế độ 1 lần đạt 990,800 người vào năm 2020, cao gấp 1,7 lần so với năm 2011 và 1,4 lần so với năm 2016. Số người được giải quyết hưởng hưởng chế độ ngắn hạn (ốm đau, thai sản, dưỡng sức, phục hồi sức khỏe) cũng tăng từ mức 5,39 triệu lượt vào năm 2011 lên 8,40 triệu lượt vào năm 2016 và đạt 9,83 triệu lượt vào năm 2020 (BHXH, 2021). Thực tế này đã góp phần bảo vệ sức khỏe và bảo đảm quyền lợi cho nhiều người lao động, cũng như thúc đẩy mở rộng độ bao phủ BHXH.

Bảng 4. Tình hình hưởng chế độ bảo hiểm xã hội một lần và ngắn hạn giai đoạn 2011-2020

	2011	2016	2017	2018	2019	2020
1. Số người được giải quyết hưởng chế độ 1 lần (nghìn người)	593.34	724.46	810.02	890.95	931.62	990.80
- BHXH một lần	478.46	619.72	666.96	762.39	807.09	860.74
- Trợ cấp 1 lần khi nghỉ hưu	79.84	81.28	94.12	74.62	69.39	72.95
- TNLĐ - BNN một lần	4.65	5.09	5.51	6.55	6.94	6.54
- Tuất một lần	30.38	18.37	43.43	47.39	48.21	50.57
2. Số lượt người được giải quyết hưởng hưởng chế độ ngắn hạn (triệu lượt người)	5.39	8.40	9.37	10.02	11.13	9.83
- Ốm đau	4.35	6.48	7.54	8.15	9.10	7.98
- Thai sản	0.84	1.57	1.83	1.87	2.03	1.85
- Dưỡng sức, phục hồi sức khỏe	0.20	0.35	0.00	0.00	0.00	0.00

Nguồn: Bảo hiểm xã hội Việt Nam

Tuy nhiên, kết quả khảo sát xã hội thông qua các phương tiện truyền thông (bao gồm cả chính thống và phi chính thống) cho thấy xuất hiện xu hướng đáng báo động về tình trạng người lao động lựa chọn ngừng đóng BHXH để được nhận chế độ 1 lần. Xu hướng này làm chậm tiến độ mở rộng độ bao phủ BHXH, tăng độ khó cho việc thực hiện mục tiêu được đề ra tại Nghị quyết số 28/NQ-TW, cũng như đẩy nhiều người lao động vào cảnh khó khăn khi ốm đau, mất sức lao động, giảm hoặc mất thu nhập do tuổi già. Kết quả phỏng vấn sâu bà L.T.X - cán bộ BHXH tỉnh Thanh Hóa lý giải về hiện tượng này: “... người xin nhận BHXH một lần chủ yếu là lao động ở khu vực ngoài nhà nước và tuổi đời tương đối trẻ. Ở lứa tuổi 30-40, hầu hết họ quan tâm nhiều đến nhu cầu trước mắt, muốn nhận ngay một khoản tiền để trang trải cho nhu cầu chi tiêu như lập gia đình, con nhỏ, học tập... Ngoài ra, nhiều người muốn đổi việc cũng xin nghỉ đóng. Có người thì coi phần đóng góp BHXH của người sử dụng lao động như một khoản phúc lợi chứ không coi đó là khoản đóng góp mà nhà nước yêu cầu người chủ phải đóng, do đó khi có cơ hội là họ muốn sử dụng ngay. Việc nhận ngay một khoản tiền với họ có sức hấp dẫn hơn là chờ đợi và đóng tiếp nhiều chục năm sau”. Cũng có quan điểm tương tự, bà B.T.N - cán bộ BHXH Hà Nội cho biết: “... có nhiều người lao động bắt đầu đi làm và đóng BHXH từ rất sớm, chẳng hạn mới hơn 30 tuổi thì họ đã đóng BHXH được một thời gian dài, và mức đóng thời điểm trước đây rất thấp. Do đó, nếu cứ tiếp tục đóng thêm hơn 20 năm nữa cho đến khi nghỉ hưu thì mức bình quân tiền lương để hưởng BHXH là rất thấp. Vì vậy, họ lựa chọn việc xin

ngừng đóng và hưởng trợ cấp 1 lần. Sau đó một thời gian, họ lại tiếp tục đi làm và đóng BHXH từ đầu với mức đóng theo tiền lương hiện hành - cao hơn hồi mới đi làm. Với quy định giảm thời gian đóng xuống 20 năm, 15 năm, thậm chí 10 năm thì họ càng đủ điều kiện để nhận trợ cấp hưu trí. Đây là quy định nhằm khuyến khích người lao động tham gia BHXH, song đồng thời lại bị trục lợi chính sách, gia tăng làn sóng xin rút BHXH một lần”.

5. Kết luận và hàm ý chính sách cho giai đoạn 2025-2030

Các biện pháp thúc đẩy sự mở rộng độ bao phủ BHXH trong giai đoạn 2012-2020 đã đem lại nhiều kết quả tích cực và luôn được xác định là nhiệm vụ trọng tâm hàng đầu của ngành BHXH. Thành công này tạo điểm tựa bứt phá vươn lên cho ngành BHXH trong việc thực hiện mục tiêu của Nghị quyết 28-NQ/TW đề ra cho giai đoạn 2023-2025 và hướng tới 2030 với mức độ bao phủ tương ứng cần đạt 35%, 45% và 60%. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ bao phủ được mở rộng, song chưa bền vững, nhất là BHXH tự nguyện; vẫn còn hiện tượng người lao động xin nghỉ đóng BHXH để hưởng trợ cấp một lần, đang đóng được một thời gian lại xin thôi

Qua nghiên cứu, nguyên nhân được xác định gồm: Hạn chế trong khả năng đóng góp của người lao động, nhận thức về lợi ích lâu bền khi tham gia BHXH của người dân còn hạn chế, các chế độ BHXH tự nguyện chưa hấp dẫn, còn kè hờ dễ bị trục lợi từ chế độ BHXH một lần. Từ kết quả khảo sát trên, tác giả có một số khuyến nghị nhằm tăng độ bao phủ của BHXH Việt Nam trong thời gian tới như sau: Tiếp tục nghiên cứu điều chỉnh, hoàn

thiện chế độ, chính sách, pháp luật về BHXH, BHXH tự nguyện: Giảm điều kiện về thời gian đóng tối thiểu song cần đi kèm với điều kiện về tuổi đời, hoàn cảnh để được nhận trợ cấp một lần khi người lao động có nhu cầu, tránh bị trục lợi chính sách. Các giải pháp mà cơ quan BHXH Việt Nam đưa ra/ đề xuất (trong Luật, Nghị định, Nghị quyết, Công văn) và giải pháp trong kết quả nghiên cứu của một số tác giả đã nhắc đến việc giảm thời gian đóng BHXH để mở rộng độ bao phủ. Tuy nhiên, thực tế cho thấy nếu cứ giảm mãi, đó không phải là biện pháp tốt. Theo kết quả phỏng vấn sâu ở trên, ngay cả khi người lao động xin nhận BHXH một lần rồi bắt đầu đóng bảo hiểm lại từ đầu thì họ vẫn đủ điều kiện nhận hưu trí (do người lao động tham gia đóng BHXH sớm - khi còn ít tuổi, do chính sách rút ngắn thời gian đóng BHXH và được đóng dồn). Vì vậy, tác giả khuyến nghị cần quy định về tuổi đời được nhận BHXH một lần (chẳng hạn từ 50 tuổi trở lên đối với nữ, 55 tuổi trở lên đối với nam), trừ một số trường hợp đặc biệt như quy định hiện hành (do mắc bệnh hiểm nghèo...). Như vậy, chỉ những người lao động có nhu cầu chính đáng mới được xét nhận BHXH một lần, tránh trục lợi chính sách.

Bố trí ngân sách Nhà nước nhằm tăng mức hỗ trợ cho người dân tham gia BHXH tự nguyện, đồng thời nghiên cứu tăng tính hấp dẫn của BHXH tự nguyện bằng việc bổ sung chế độ ngắn hạn là bảo hiểm thai sản. Bởi vì, đa phần đối tượng tiềm năng tham gia BHXH tự nguyện là người lao động trẻ, đang trong độ tuổi sinh đẻ. Kết quả phỏng vấn sâu các cán bộ BHXH cho thấy chế độ bảo hiểm thai sản được quan tâm nhất khi cán bộ xuống tuyên truyền tại địa bàn. Các chế độ ngắn hạn

khác gồm ốm đau, tai nạn lao động - bệnh nghề nghiệp cũng được mở cho người có nhu cầu. Đây cũng là giải pháp phù hợp với tinh thần đa dạng hóa, linh hoạt các mức/gói đóng BHXH để phù hợp với khả năng chi trả và nhu cầu khác nhau của người lao động.

Tăng cường các biện pháp truyền thông đa dạng, chú ý đến yếu tố văn hóa, thói quen vùng miền, nhóm dân cư nhằm vận động, giải thích, thu hút người lao động ở khu vực phi chính thức tham gia các loại hình BHXH, bảo hiểm thất nghiệp và bảo hiểm tự nguyện, cũng như nâng cao ý thức trách nhiệm tham gia của người lao động và người sử dụng lao động ở khu vực chính thức. Kinh nghiệm ở tỉnh Thanh Hóa, Hòa Bình và một số quận ở Hà Nội cho thấy các cán bộ, cộng tác viên đã đến tận các chợ, trung tâm thương mại..., nơi có nhiều người lao động tự do để tuyên truyền, vận động. Phát huy vai trò của các hội, nhóm, tổ chức chính trị - xã hội ở địa phương để truyền thông qua các buổi họp, sinh hoạt. Một số địa phương đã áp dụng công nghệ thông tin, tổ chức live-stream nói chuyện, tương tác, giải đáp cho người dân về các chính sách, quyền lợi khi tham gia BHXH.

Tiếp tục thực hiện các giải pháp đã có như: Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý, cải cách thủ tục hành chính. Để tăng hiệu quả của giải pháp này, ở các cơ quan BHXH, điểm tiếp dân cần trang bị wifi miễn phí, cử nhân viên trực tiếp hỗ trợ, hướng dẫn người dân khi đến làm việc. Tăng cường thanh tra, kiểm tra việc thực hiện chính sách BHXH nhằm hạn chế tình trạng nợ đóng BHXH cũng như chấn chỉnh, xử lý kịp thời các sai phạm./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Anh, V.L. (2015). *Thực trạng pháp luật về bảo hiểm xã hội tự nguyện ở Việt Nam*. [Luận văn thạc sĩ chuyên ngành Luật Kinh tế]. Trường Đại học Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Ban chấp hành TƯ khóa XII. (2018). *Nghị quyết số 28-NQ/TW ngày 23/5/2018*.
- Báo Nhân dân. (2021). *Người lao động sẽ “thiệt thòi” nếu nhận bảo hiểm xã hội một lần*, <https://nhandan.vn/bhxh-va-cuoc-song/nguoi-lao-dong-se-thiet-thoi-neu-nhan-bao-hiem-xa-hoi-mot-lan-643386/>
- Bảo hiểm xã hội Việt Nam. (2021). *Báo cáo tổng hợp*. <https://baohiemxahoi.gov.vn/content/tintuc/Lists/DeTaiKhoaHoc/Attachments/34/001.18.pdf>
- Cục Việc làm. (2022). *Báo cáo tình hình thực hiện bảo hiểm thất nghiệp*.
- Hạnh, Đ.M. (2021). *Giải pháp mở rộng diện bao phủ bảo hiểm xã hội tự nguyện và bảo hiểm y tế hộ gia đình*. *Tạp chí Tài chính*. Tháng 11/2021, kỳ 1 (764). - Tr. 31-33.
- Quế, L.T. (2020). *Thực trạng và giải pháp nhằm giảm tình trạng hưởng BHXH một lần ở Việt Nam*. Đề tài khoa học cấp Bộ. BHXH Việt Nam.
- Quốc hội. (2013). *Luật Việc làm*. Luật số: 38/2013/QH13 ngày 16 tháng 11 năm 2013.
- Quốc hội. (2014). *Luật Bảo hiểm xã hội*. Luật số: 58/2014/QH13 ngày 20 tháng 11 năm 2014.
- Quốc hội. (2015). *Nghị quyết số 93/2015/QH13 ngày 22 tháng 06 năm 2015 về việc thực hiện chính sách hưởng bảo hiểm xã hội một lần đối với người lao động*.
- Quốc hội. (2019). *Bộ luật Lao động*. Bộ luật số: 45/2019/QH14 ngày 20 tháng 11 năm 2019.
- Tổng cục Thống kê. (2021). *Báo cáo tác động của dịch Covid-19 đến tình hình lao động việc làm quý 4 và năm 2020*.

THỰC TRẠNG CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN THOÁT NGHÈO BỀN VỮNG CỦA HỘ GIA ĐÌNH DÂN TỘC THIỂU SỐ HUYỆN YÊN SƠN, TỈNH TUYÊN QUANG

TS. Nguyễn Thanh Huyền

Trường Đại học Lao động - Xã hội
nguyenthanhhuyenctxh@gmail.com

ThS. Hà Thị Thu Hòa

Trường Đại học Lao động - Xã hội
thuhoaulsa@gmail.com

ThS. Phạm Hồng Nhung

Trường Đại học Lao động - Xã hội
phn.ulsa@gmail.com

Tóm tắt: Trong nhiều thập kỷ qua, công tác giảm nghèo bền vững cho đồng bào các dân tộc thiểu số là một trong những vấn đề kinh tế - xã hội mà Đảng và Chính phủ Việt Nam đặc biệt quan tâm và tìm giải pháp thích hợp. Kết quả nghiên cứu chỉ ra một số yếu tố ảnh hưởng đến thoát nghèo bền vững của các gia đình dân tộc thiểu số như nhóm nhân tố thuộc về vốn con người (đặc điểm nhân khẩu) bao gồm: số lao động, độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn của chủ hộ... là nhân tố quan trọng nhất quyết định khả năng thoát nghèo của hộ. Có sự khác biệt về nguồn vốn vật chất được sử dụng trong sinh hoạt gia đình và trong sản xuất làm ăn giữa nhóm hộ nghèo và nhóm hộ thoát nghèo, nhóm hộ nghèo hiện tại rất khó khăn và chưa có hoặc có những tài sản được dùng trong sinh hoạt sản xuất không đảm bảo. Đây cũng là một trong những nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thoát nghèo của các hộ gia đình dân tộc thiểu số.

Từ khóa: Nghèo, thoát nghèo bền vững, dân tộc thiểu số

PRESENT FACTORS INFLUENCING THE SUSTAINABLE ALLEVIATION OF POVERTY AMONG ETHNIC MINORITY HOUSEHOLDS IN YEN SON DISTRICT, TUYEN QUANG PROVINCE

Abstract: For many years, the Party and Government of Vietnam have shown great concern for sustainable poverty alleviation among ethnic minorities, striving to find effective solutions. Research findings have identified various factors influencing the long-term upliftment of ethnic minority households, with human capital factors (such as demographic characteristics) - including the number of wage earners, age, gender, and education level of the household head - being the most crucial in determining households' ability to break free from poverty. Disparities exist in the material resources utilized in family

engagements and in the realm of production and commerce between impoverished households and those successfully breaking free from poverty. The former group faces significant challenges due to lack of access to such resources, including assets essential for production activities that are not secure. This factor significantly hampers the capacity of ethnic minority households to overcome poverty.

Keywords: *Poverty, sustainable alleviation of poverty, ethnic minorities.*

Mã bài báo: JHS - 191

Ngày nhận bài sửa: 12/04/2024

Ngày nhận bài: 8/03/2024

Ngày duyệt đăng: 20/04/2024

Ngày nhận phản biện: 19/03/2024

1. Đặt vấn đề

Để tăng thu nhập, giảm tỷ lệ nghèo và tăng khả năng tiếp cận với các dịch vụ cơ bản đối với các dân tộc thiểu số (DTTS), Chính phủ đã thực hiện các Chương trình Mục tiêu Quốc gia giảm nghèo bền vững và nhiều chương trình, dự án nhằm hỗ trợ cho đồng bào DTTS đã và đang được thực hiện như: Nghị quyết số 88/2019/QH14 phê duyệt Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030; Nghị quyết số 12/NQ-CP về việc triển khai thực hiện nghị quyết số 88/2019/QH14 ngày 18/11/2019. Thực tiễn công tác giảm nghèo đã chỉ ra nhiều nguyên nhân dẫn đến nghèo. Tùy điều kiện tự nhiên, dân cư cụ thể mà các nguyên nhân nghèo không giống nhau giữa các vùng, giữa các dân tộc hay giữa các nhóm xã hội. Các điều tra về tình trạng nghèo và nguyên nhân nghèo ở quy mô cả nước cũng như địa phương cấp tỉnh, cấp huyện, đang chủ yếu áp dụng một mô hình chung. Do vậy, chưa chỉ ra được các nguyên nhân chính và nguyên nhân đặc thù dẫn đến nghèo đói của từng DTTS ở mỗi vùng cư trú khác nhau. Đây chính là những điểm chưa làm được và cũng là những hạn chế cần khắc phục trong công cuộc giảm nghèo ở các DTTS hiện nay. Huyện Yên Sơn là một huyện miền núi nghèo của tỉnh Tuyên Quang, nơi sinh sống của nhiều DTTS, phân tích số liệu thực trạng nghèo của huyện Yên Sơn, tỉnh Tuyên Quang, cho thấy tình trạng nghèo diễn ra nhiều nhất và căng thẳng nhất là ở vùng DTTS.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Khái niệm cơ bản

Khái niệm nghèo

“Nghèo là thiếu năng lực tối thiểu để tham gia hiệu quả vào các hoạt động xã hội. Nghèo có nghĩa là không

có đủ ăn, đủ mặc, không được đi học, không được đi khám, không có đất đai để trồng trọt hoặc không có nghề nghiệp để nuôi sống bản thân, không được tiếp cận tín dụng. Nghèo cũng có nghĩa là không an toàn, không có quyền và bị loại trừ của cá nhân, hộ gia đình và cộng đồng. Nghèo có nghĩa là dễ bị bạo hành, phải sống ngoài lề xã hội hoặc trong các điều kiện rủi ro, không được tiếp cận nước sạch và công trình vệ sinh an toàn” (Anh, 2015).

Tại hội nghị về xóa đói giảm nghèo ở khu vực châu Á, Thái Bình Dương do ESCAP tổ chức vào tháng 9/1993 ở Bangkok (Thái Lan) đã đưa ra khái niệm nghèo sau: *“Nghèo là tình trạng của một bộ phận dân cư không được hưởng và thỏa mãn những nhu cầu cơ bản của con người mà những nhu cầu này đã được xã hội thừa nhận tùy theo trình độ phát triển kinh tế - xã hội và tập quán của các địa phương”*. Có thể xem đây là định nghĩa chung nhất về nghèo đói, một định nghĩa có tính chất hướng dẫn về phương pháp đánh giá nhận diện nét chính yếu phổ biến về đói nghèo.

Khái niệm nghèo đa chiều

Theo Tổ chức Liên hợp quốc (UN): *“Nghèo là thiếu năng lực tối thiểu để tham gia hiệu quả vào các hoạt động xã hội. Nghèo có nghĩa là không có đủ ăn, đủ mặc, không được đi học, không được khám chữa bệnh, không có đất đai để trồng trọt hoặc không có nghề nghiệp để nuôi sống bản thân, không được tiếp cận tín dụng. Nghèo cũng có nghĩa là không an toàn, không có quyền và bị loại trừ, dễ bị bạo hành, phải sống trong các điều kiện rủi ro, không tiếp cận được nước sạch và công trình vệ sinh” (UN, 2012).*

Các khái niệm trên cho thấy sự thống nhất cao của các quốc gia, các nhà chính trị và các học giả với quan điểm nghèo là một hiện tượng đa chiều, cần được chú ý nhìn nhận là *sự thiếu hụt hoặc không được*

thỏa mãn các nhu cầu cơ bản của con người. Nghèo đa chiều là tình trạng con người không được đáp ứng ở mức tối thiểu các nhu cầu cơ bản trong cuộc sống.

Thoát nghèo bền vững theo cách tiếp cận giảm nghèo đa chiều hiện nay được hiểu là các hộ gia đình được hưởng, thỏa mãn những nhu cầu cơ bản, tối thiểu để duy trì cuộc sống (ăn, mặc, nhà ở, chăm sóc y tế, giáo dục, nước sạch...).

Thoát nghèo bền vững theo cách tiếp cận nghèo đa chiều

Thoát nghèo bền vững theo cách tiếp cận sinh kế là các hộ gia đình có “cách kiếm sống”, cách thức mưu sinh, đảm bảo cho sự sinh tồn an toàn của gia đình, có khả năng phòng tránh, ứng phó được những rủi ro trước những thay đổi bất định của môi trường sinh kế để không rơi vào tái nghèo.

2.2. Tổng quan nghiên cứu

Nội dung của các nghiên cứu, báo cáo có thể tập trung vào các khía cạnh khác nhau nhưng đều mang lại cho chúng ta một cái nhìn tổng quan, đa chiều về nghèo đói trên thế giới và mục tiêu rõ ràng của tất cả các nỗ lực là nhằm hướng tới chấm dứt nghèo đói.

Zerihun (2012), đã nghiên cứu ở Nam Phi bằng cuộc điều tra quy mô lớn các hộ gia đình; phân loại chiến lược sinh kế thành bốn nhóm chiến lược sinh kế cụ thể và phù hợp với phúc lợi của các hộ gia đình nông thôn; phân tích những khó khăn về kinh tế - xã hội mà các hộ nghèo phải đối mặt để đạt được các chiến lược sinh kế tốt hơn. Phân tích các đặc điểm kinh tế - xã hội của hộ gia đình nông thôn cũng cho thấy, tuổi, nguồn lực lao động, giáo dục và đặc điểm của cộng đồng về tiếp cận với chính sách hỗ trợ chính là các rào cản mà các hộ nghèo ở nông thôn phải đối mặt với các chiến lược sinh kế.

Nghiên cứu của Doreen (2014) về giảm nghèo và tính bền vững của sinh kế nông thôn thông qua các tổ chức tài chính vi mô tại huyện Kakondo, hạt Rakai, Uganda đã cho thấy rằng tài chính vi mô được coi là một trong những cơ chế, giải pháp giảm nghèo ở các nước nghèo hiện nay. Nghiên cứu chỉ ra rằng, nếu thời hạn vay được dịch chuyển, linh động hơn thì người dân sẽ có thêm thời gian kiếm tiền để trả nợ.

Gradin (2014) với bài báo, “Nghèo ở nông thôn và dân tộc thiểu số ở Trung Quốc”, tác giả đã nghiên cứu bản chất của sự khác biệt về nghèo đói theo dân

tộc ở vùng nông thôn Trung Quốc bằng cách sử dụng dữ liệu từ Dự án Thu nhập Gia đình của Trung Quốc năm 2002. Tác giả so sánh nghèo đói với thu nhập chủ yếu của các hộ gia đình dân tộc Hán. Đặc biệt, tác giả đi vào tìm hiểu tầm quan trọng của yếu tố văn hóa, đặc trưng địa phương của các dân tộc thiểu số. Vị trí địa lý là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự chênh lệch trong thu nhập của người DTTS so với các dân tộc khác tại Trung Quốc.

Đề cập đến giảm nghèo đối với đồng bào DTTS, trong báo cáo “Giảm nghèo ở Việt Nam: Thành tựu và thách thức” (2011) do nhóm nghiên cứu Nguyễn Thăng và cộng sự thuộc Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam (VASS) thực hiện, đã đưa ra nhận định: Mặc dù vấn đề này đã được Chính phủ quan tâm đặc biệt thông qua một loạt các chính sách và chương trình được thực hiện trong hơn một thập kỷ qua”. Sự chênh lệch về chi tiêu bình quân đầu người ở khu vực nông thôn giữa nhóm Kinh/Hoa và nhóm đồng bào các DTTS đã tăng từ 51% (1998) lên đến 74%. Nguyên nhân của sự chênh lệch trong phúc lợi là do có sự khác biệt lớn về nguồn lực (bao gồm cơ cấu hộ gia đình; trình độ giáo dục; sở hữu đất đai; các đặc điểm ở cấp xã) và do sự chênh lệch trong hiệu quả sử dụng nguồn lực.

Đánh giá thực trạng và giải pháp giảm nghèo bền vững ở các huyện miền núi tỉnh Nghệ An (2016), nhóm tác giả Vinh, Xuân, Yến đã khái quát thực trạng nghèo của người dân miền núi trên các chiều cạnh: thu nhập và sinh kế của người nghèo; nhà ở và điều kiện sống; tiếp cận y tế; tiếp cận giáo dục; tiếp cận trợ giúp xã hội và tiếp cận thông tin. Báo cáo cũng chỉ ra, nghèo ở các huyện miền núi tỉnh Nghệ An xuất phát từ việc cơ hội tiếp cận các dịch vụ về y tế, giáo dục, trợ giúp xã hội còn hạn chế, điều kiện cơ sở hạ tầng còn yếu kém, thu nhập thấp, hoạt động sản xuất còn manh mún, thụ động;

Việc đánh giá các yếu tố tác động đến thoát nghèo bền vững của các hộ gia đình nghèo DTTS là cần thiết, các giải pháp được đề xuất cần được xuất phát từ hiểu biết của chúng ta về các yếu tố này. Nói cách khác, yếu tố nào tác động mạnh mẽ, tích cực đến năng lực thoát nghèo bền vững của các hộ gia đình nghèo thì cần được ưu tiên đầu tư và tìm kiếm các giải pháp từ đó.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phỏng vấn bằng bảng hỏi: Phương pháp phỏng vấn bằng bảng hỏi giúp thu thập thông tin của các nhóm đối tượng trong một khu vực nhất định ở một khoảng không gian và thời gian nhất định. Số liệu sử dụng trong bài viết là kết quả thu được từ cuộc khảo sát xã hội học được thực hiện tại huyện Yên Sơn, Tuyên Quang với 300 phiếu phỏng vấn bằng bảng hỏi.

Phương pháp phỏng vấn sâu: Trong khuôn khổ của bài viết, chúng tôi sử dụng phương pháp này dùng để thu thập thông tin từ cán bộ chính sách đang thực hiện công tác giảm nghèo và đại diện hộ

gia đình nghèo tại địa phương.

Phương pháp phân tích tài liệu: Nghiên cứu tài liệu thứ cấp, sử dụng nguồn từ các báo cáo liên quan đến tính thực hiện hoạt động hỗ trợ phụ nữ nghèo trên địa bàn nghiên cứu. Phương pháp phân tích tài liệu giúp chúng tôi nghiên cứu có một hệ thống cơ sở lý luận vững chắc, làm nền tảng để đi sâu vào nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến thoát nghèo bền vững trên địa bàn nghiên cứu.

4. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến thoát nghèo bền vững của hộ gia đình các dân tộc thiểu số

4.1. Yếu tố về vốn con người

*Yếu tố về sức khỏe

Bảng 1. Tình trạng sức khỏe của các hộ gia đình (%)

Sức khỏe	Dân tộc											
	Mông		Cao Lan		Tày		Dao		Nùng		Pà Thẻn	
	Hộ nghèo	Thoát nghèo										
Không tốt	2,6	1,7	20,5	0,3	4,6	1,2	9,1	2,1	7,1	-	-	-
Tốt một phần	10,5	5,7	11,0	3,6	6,8	-	9,1	10,5	16,7	10,7	10,0	-
Không tốt một phần	14,5	21,0	17,4	29,5	25,0	-	22,7	36,1	35,7	11,1	10,0	-
Tốt	32,0	45,0	27,4	30,6	22,7	48,2	13,6	26,9	19,1	38,6	60,0	89,0
Rất tốt	39,5	26,6	23,3	36,0	40,9	50,6	45,5	24,4	21,4	39,6	20,0	11,0
Tổng	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

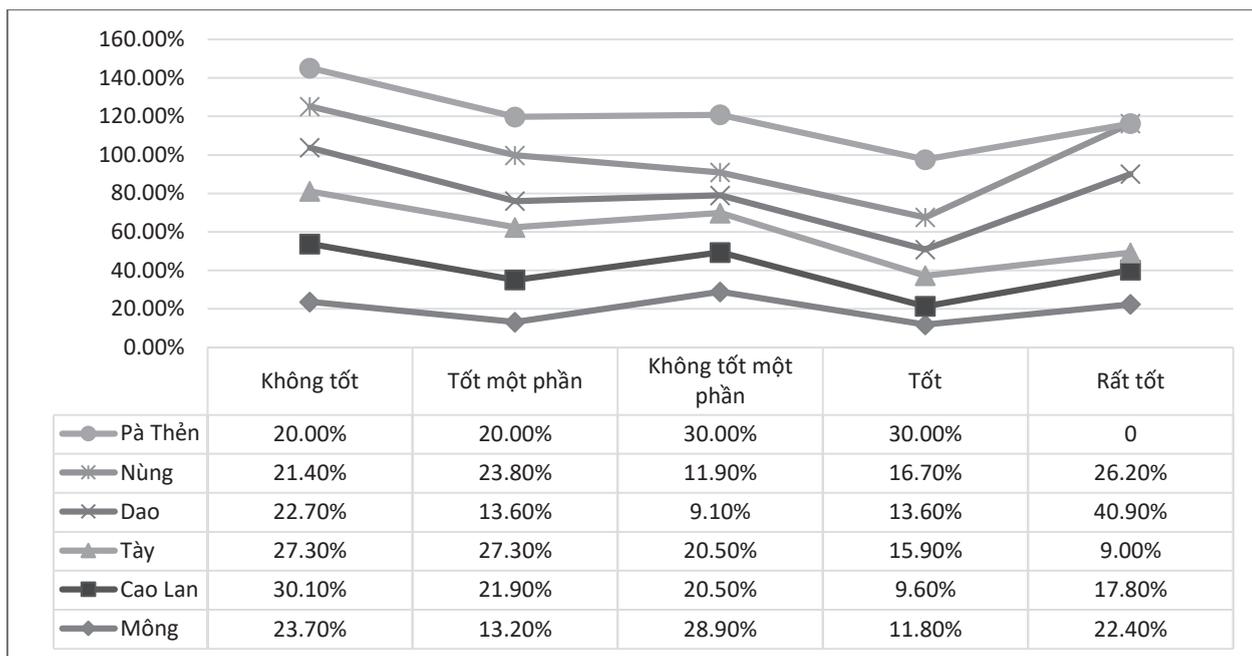
Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2024

Kết quả nghiên cứu cho thấy các hộ gia đình DTTS về tình hình sức khỏe tốt và rất tốt chiếm tỷ lệ cao, nhất là nhóm dân tộc Pà Thẻn 100% hộ thoát nghèo và 80% hộ nghèo cho rằng họ có sức khỏe tốt và rất tốt; tiếp đến là nhóm hộ dân tộc Mông 96,8% hộ thoát nghèo và 66,6% hộ nghèo nhận định họ có sức khỏe tốt và rất tốt, các nhóm dân tộc còn lại tự nhận định sức khỏe tốt và rất tốt để làm việc tạo thu nhập chiếm tỷ lệ cao. Đây vừa là ưu điểm, vừa là lợi thế để các hộ gia đình dân tộc thiểu số vươn lên thoát nghèo. Tỷ lệ hộ nghèo có tình trạng sức khỏe không tốt và không tốt một phần chiếm tỷ lệ cao

(Mông 13,1%; Cao Lan 31,5%; Tày 11,3%; Dao 18,2%; Nùng 24,8%. Pà Thẻn 10%), nhóm hộ thoát nghèo nhận định có sức khỏe Không tốt và không tốt một phần (Dân tộc Mông 7,3%; Cao Lan 3,9%, Tày 1,2%; Dao 12,6%; Nùng 10,7%). Thực tế này sẽ ảnh hưởng rất lớn đến khả năng thoát nghèo của hộ vì không có sức khỏe để lao động làm việc, hộ gia đình thậm chí phải vay mượn để chi tiêu cho khám chữa bệnh, phải có nguồn lao động chăm sóc người có sức khỏe không tốt... Do đó, bài toán thoát được nghèo và thoát nghèo bền vững của nhóm hộ không có sức khỏe cũng rất gian nan và chưa có giải pháp tháo gỡ.

* Khả năng huy động vốn vay để làm ăn

Hình 1. Khả năng huy động vốn vay để làm ăn của hộ nghèo (%)



Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2024

Khả năng sử dụng vốn vay của các hộ gia đình DTTS còn nhiều hạn chế, tỷ lệ hộ gia đình DTTS nhận định có năng lực huy động vốn vay *không tốt* và *mới tốt một phần* để sản xuất kinh doanh còn chiếm tỷ lệ cao (Dân tộc Pà Thên 40%; Tày 51,2%; Mông 54,6%; Cao Lan 36,9%; Dao 36,3%; Nùng 45,2%) nhận định năng lực tiếp cận vốn vay của hộ gia đình không tốt. Tỷ lệ hộ gia đình có năng lực huy động vốn vay không tốt một phần chiếm tỷ lệ tương đối (Mông 28,9%; Tày 20,0%; Mông 20,5%; Dao 9,0%; Nùng 11,9%; Pà Thên 17%).

4.2. Yếu tố vốn tài chính

Đồng bào DTTS trong những năm qua nhận được nhiều sự quan tâm của các cấp chính quyền để nâng cao chất lượng cuộc sống, trong đó có việc kết nối giúp đỡ nông hộ tiếp cận các nguồn vốn tài chính, tuy nhiên việc tiếp cận vốn còn nhiều hạn chế bởi những đặc điểm nhân khẩu xã hội nên nông hộ không dám vay hoặc vay nhưng không biết đầu tư làm gì để phát triển kinh tế hộ.

Bảng 2. Mức thu nhập bình quân hàng tháng của gia đình dân tộc thiểu số (%)

Thu nhập trung bình hàng tháng của hộ gia đình	Dân tộc					
	Mông	Cao Lan	Tày	Dao	Nùng	Pà Thên
Dưới 700.000đ/người/tháng	56,1	59,0	61,3	53,1	56,8	85,7
Từ 700.000đ/người/tháng trở lên	43,9	41,0	38,7	46,9	43,2	14,3
Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2024

Phân tích mức thu nhập bình quân/tháng của hộ gia đình DTTS cho thấy: Tỷ lệ có thu nhập dưới 700 ngàn/người/tháng chiếm tỷ lệ cao (Mông 56,1%; Tày 59%; Cao Lan 61,3%; Dao 53,1%; Nùng 56,8%; Pà Thên 85,7%), mức thu nhập này

hơn 90% nằm ở nhóm hộ nghèo; ngược lại hơn 40% hộ dân tộc Mông, Tày, Dao có thu nhập từ 700 ngàn đồng/người/tháng, hộ dân tộc Pà Thên là 14,3%, dân tộc Cao Lan 38,7% có thu nhập từ 700 ngàn đồng/tháng/người, và đây là nhóm hộ DTTS

đã thoát nghèo và thoát nghèo bền vững.

Nhìn chung ở các hộ DTTS, nguồn lực tài chính luôn là vô cùng khó khăn, do vậy họ rất cần được sự hỗ trợ từ các chính sách xóa đói giảm nghèo của Chính phủ. Trong những năm qua, nhờ có các chính sách hỗ trợ như cho vay tín dụng ưu đãi, hỗ trợ giống, phân bón, các hộ đã có nhiều biến đổi về nguồn lực tài chính, tuy nhiên những đánh giá của họ về ảnh hưởng của các chính sách này đối với từng khía cạnh thuộc về nguồn lực tài chính có sự khác biệt, bên cạnh những biến đổi tích cực rõ rệt, còn tồn tại những yếu kém trong kết quả ảnh hưởng.

4.3. Yếu tố vốn vật chất

Đánh giá về chuẩn nghèo đa chiều của Việt Nam thì nhà ở là một trong một chỉ báo quan trọng để đánh giá thực trạng mức sống của người dân, nghiên cứu về những nhân tố ảnh hưởng đến năng lực thoát nghèo thì nhà được xác định là nhân tố quan trọng để đánh giá, phân loại điều kiện kinh tế của hộ DTTS, mặt khác nhà còn mang ý nghĩa là nơi trú ngụ của đơn vị sản xuất cơ bản nhất là nông hộ. Do đó, nhà được xem là nhân tố quan trọng đầu tiên của nguồn vốn vật chất ảnh hưởng đến năng lực thoát nghèo của hộ DTTS.

Bảng 3. Tình trạng nhà ở theo nhóm dân tộc (%)

Hiện trạng ngôi nhà	Dân tộc											
	Mông		Cao Lan		Tày		Dao		Nùng		Pà Thên	
	Hộ nghèo	Thoát nghèo										
Nhà ở kiên cố	7,9	48,6	20,5	55,1	18,2	41,9	13,6	59,4	19,0	64,9	10,0	57,1
Nhà ở thiếu kiên cố	50,0	45,9	45,3	34,6	70,5	58,1	59,1	40,6	52,4	29,7	80,0	42,9
Nhà ở đơn sơ, tạm bợ	42,1	5,5	34,2	10,3	11,3	-	27,3	-	28,6	5,4	10,0	-
Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2024

Kết quả khảo sát cho thấy, có điểm tương đồng giữa rất cả các nhóm DTTS Mông, Cao Lan, Tày, Dao, Nùng, Pà Thên là đang sinh sống trong điều kiện nhà thiếu kiên cố chiếm tỉ lệ cao như (50% hộ nghèo và 45,9% hộ thoát nghèo của dân tộc Mông; 70,5% hộ nghèo với 58,1% hộ thoát nghèo dân tộc Cao Lan; 50,1% hộ nghèo và 40,0% hộ thoát nghèo của dân tộc Dao, 80% hộ nghèo với 42,9% hộ thoát nghèo dân tộc Pà Thên...)

4.4. Yếu tố vốn xã hội

Có rất nhiều định nghĩa khác nhau về nguồn vốn xã hội nhưng có một số điểm chung đó là vốn xã hội gắn liền với mạng lưới xã hội, quan hệ xã hội và nguồn vốn xã hội được tạo ra thông qua việc đầu tư vào các quan hệ xã hội hoặc mạng lưới xã hội và các cá nhân có thể sử dụng vốn xã hội để tìm kiếm lợi ích.

Bảng 4. Mối quan hệ của hộ gia đình DTTS với các cấp chính quyền, họ hàng, bạn bè (%)

Các mối quan hệ	Mông	Cao Lan	Tày	Dao	Nùng	Pà Thên	Bình quân chung
Chính quyền địa phương	4,24	4,34	3,20	4,40	4,84	3,23	3,98
Hội nông dân	1,25	2,73	2,37	2,60	2,83	1,16	2,16
Hội phụ nữ	3,23	3,78	2,38	3,29	3,78	2,71	3,20
Đoàn thanh niên	1,19	1,07	1,24	2,70	3,07	1,23	1,87
Họ hàng	2,48	2,40	2,20	3,44	3,40	1,23	2,53
Bạn bè	2,5	2,75	1,37	3,59	2,75	1,16	2,35
Trung bình chung	2,48	2,77	2,12	3,34	3,39	1,79	2,68

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2024

Thực tế này cho thấy, nguồn lực vốn xã hội của các hộ DTTS còn nhiều hạn chế nhất là dân tộc Pà Thên, dân tộc Tày. Vốn xã hội là một nhân tố quan trọng, có mối quan hệ chặt chẽ với nguồn vốn con người, vốn xã hội yếu kém ảnh hưởng nhiều đến năng lực học hỏi tiếp thu những kinh nghiệm sản xuất, tiếp cận các nguồn vốn, tiếp cận thị trường tiêu thụ sản phẩm và có ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực thoát nghèo của nông hộ.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Kết luận

Nhóm nhân tố chủ quan là những đặc điểm nhân khẩu xã hội của hộ gia đình bao gồm: trình độ học vấn, nghề nghiệp, kỹ năng kinh nghiệm, số lao động trong hộ gia đình. Trình độ học vấn của người dân là yếu tố cốt lõi kéo theo hàng loạt các yếu tố khác như khả năng học hỏi, tiếp nhận những kiến thức kỹ năng, áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất, khả năng tiếp cận thị trường lao động và tiêu thụ sản phẩm. Những người có học vấn cao luôn có khả năng và tốc độ về đích thoát nghèo nhanh chóng và thành công hơn những người có học vấn thấp. Điểm chung của tất cả các nhóm dân tộc thiểu số là trình độ học vấn thấp, kỹ năng, kinh nghiệm trồng trọt, chăn nuôi hạn chế ảnh hưởng đến năng lực thoát nghèo của hộ.

Nhóm nhân tố khách quan cũng ảnh hưởng rất nhiều đến việc phát huy năng lực thoát nghèo của hộ. Phần lớn các hộ nghèo là người DTTS hạn chế về nguồn vốn xã hội và họ cũng chưa biết cách tận dụng nó để phát huy khả năng thoát nghèo của hộ. Bên cạnh đó là sự hạn chế về khả năng tiếp cận các nguồn vốn vay, khả năng sử dụng hiệu quả nguồn vốn vay. Thiếu vốn sản xuất và thiếu khả năng tiếp cận vốn sản xuất.

Có thể thấy, có những nhóm yếu tố chung ảnh hưởng đến thoát nghèo của các hộ nghèo các DTTS ở Tuyên Quang. Tuy nhiên, tùy vào từng DTTS, lại có sự khác nhau về một số yếu tố chính ảnh hưởng đến thoát nghèo của hộ. Chính những

yếu tố này dẫn đến mức độ nghèo cũng như khả năng thoát nghèo là không hoàn toàn giống nhau giữa các vùng tộc người, giữa các tộc người, thậm chí giữa các nhóm cư dân trong nội bộ tộc người. Vì vậy, các giải pháp hỗ trợ nâng cao năng lực thoát nghèo, cũng cần xem xét đến đặc điểm tộc người.

5.2. Khuyến nghị

Đối với chính quyền địa phương

Tiếp tục duy trì các chính sách cho hộ nghèo đang phát huy hiệu quả như chính sách bảo hiểm y tế, hỗ trợ con em đồng bào đi học, chính sách về cho vay vốn xuất khẩu lao động, hỗ trợ cây con giống, đường giao thông, xây dựng các công trình xã hội chung cho bà con đồng bào DTTS; tổ chức, triển khai các khóa học tập huấn nâng cao kiến thức kỹ năng trong trồng trọt chăn nuôi (tư vấn lựa chọn cây con giống, cách thức chăm sóc, bảo vệ, áp dụng khoa học tiến bộ vào quá trình trồng trọt, chăn nuôi...), nâng cao chất lượng, số lượng sản phẩm đáp ứng nhu cầu của thị trường tiêu thụ, hỗ trợ bao tiêu sản phẩm cho bà con. Tăng cường tuyên truyền vận động để các hộ nghèo thay đổi những phong tục tập quán còn lạc hậu, gây tốn kém và lãng phí ảnh hưởng nhiều đến kinh tế hộ.

Đối với các hộ nghèo

Thực hiện áp dụng công nghệ khoa học kỹ thuật vào sản xuất và phát triển kinh tế gắn với khai thác tiềm năng, thế mạnh của từng địa bàn, từng vùng. Tập trung đầu tư sản xuất thâm canh và chăn nuôi có quy mô lớn tại các huyện, các xã có điều kiện về đất đai, tăng cường khai hoang, phục hóa mở rộng diện tích đất sản xuất nông nghiệp, lâm nghiệp, ngư nghiệp, công tác khoanh nuôi bảo vệ rừng gắn với các cánh đồng mẫu sản xuất; Xây dựng và nhân rộng các mô hình sản xuất kinh doanh mang lại hiệu quả kinh tế, giá trị thu nhập cao; Mở rộng và đẩy mạnh phát triển chăn nuôi gia súc, gia cầm, đưa chăn nuôi trở thành ngành sản xuất có thu nhập cao cho người lao động và các hộ dân.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- ActionAid. (2010). *Báo cáo tổng hợp vòng 3 năm 2010: Theo dõi nghèo đô thị theo phương pháp cùng tham gia.*
- Allahdadi, F. (2011). *Towards rural women's empowerment and poverty reduction in Iran.*
- Anh, Đ.N. (2015). *Nghèo đa chiều ở Việt Nam: Một số vấn đề chính sách và thực tiễn.* Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam.
- Bá, L.X. (2001). *Nghèo đói và xóa đói, giảm nghèo ở Việt Nam.* Nhà xuất bản Nông nghiệp.
- Bình, Đ.T. (1996). *Phụ nữ nghèo nông thôn trong điều kiện kinh tế thị trường.* Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
- Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. (2001). *Chiến lược xóa đói giảm nghèo 2001-2010.*
- Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội. (2004). *Đánh giá Chương trình Mục tiêu quốc gia về xóa đói giảm nghèo và Chương trình 135.*
- Doreen, S. Nakiyimba. (2014). *Poverty reduction and sustainability of rurallivelihoods through microfinance institutions. A case of BRAC Microfinance*
- ESCAP. (1993). *Hội nghị chống đói nghèo khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Băng Cốc - Thái Lan.*
- Gradín, C. (2014). *Race and income distribution: Evidence from the USA, Brazil and South Africa. Review of Development*
- Hàng, T.T. (2001). *Vấn đề giảm nghèo trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay.* Luận án tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
- Hiên, H.T. (2016). *Thực trạng giảm nghèo bền vững tại Nghệ An.* Trường Đại học Kinh tế Nghệ An
- Liên hợp quốc. (2012). *Báo cáo chương trình phát triển Liên hợp quốc, Tokyo.* OXFAM,
- Livelihood Strategies in Rural South Africa. (2014). *Implications for Poverty Reduction*
- Thắng, N. (2011). *Giảm nghèo ở Việt Nam: Thành tựu và thách thức,* Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam (VASS)
- Thủ tướng Chính phủ. (2015). *Quyết định số 1056/QĐ-TTg ngày 19/11/2015 ban hành chuẩn nghèo tiếp cận đa chiều áp dụng cho giai đoạn 2016-2020.*
- Vinh, Đ.Q. (2016). *Đánh giá thực trạng và giải pháp giảm nghèo bền vững ở các huyện miền núi tỉnh Nghệ An.*
- Zerihun, G.A. (2012). *Livelihood Strategies in Rural South Africa: Implications for Poverty Reduction.*

THỰC TRẠNG SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI FACEBOOK CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

Sinh viên Nguyễn Khánh Huyền

Lớp D17QL6, Trường Đại học Lao động - Xã hội

huyen12112003@gmail.com

ThS. Vũ Phương Thảo

Trường Đại học Lao động - Xã hội

thaovpalsa@gmail.com

Tóm tắt: Facebook là một trong những mạng xã hội hàng đầu thế giới hiện nay, là nơi kết nối tất cả mọi người lại với nhau trên toàn thế giới. Facebook tạo ra một thế giới phẳng - nơi không còn khoảng cách địa lý cho phép tất cả người dùng đăng tải và chia sẻ trạng thái, thông tin cá nhân và tương tác với người khác, trong đó sinh viên cũng không ngoại lệ. Sinh viên sử dụng mạng xã hội Facebook một cách thường xuyên ngay cả trong lớp học. Việc tìm kiếm tài liệu, cập nhật thông tin, kết nối với gia đình, bạn bè hay vui chơi giải trí... đều được sinh viên sử dụng bởi mạng xã hội Facebook. Giả thiết việc sử dụng mạng xã hội Facebook không kiểm soát sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến học tập và đời sống của sinh viên. Nghiên cứu đã phân tích thực trạng sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên trên cơ sở khảo sát 385 sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội và đưa ra một số giải pháp và khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng hiệu quả mạng xã hội Facebook.

Từ khóa: ảnh hưởng, đời sống, học tập, mạng xã hội Facebook, sinh viên

THE PRESENT STATUS OF FACEBOOK USAGE AMONG STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF LABOR AND SOCIAL AFFAIRS

Abstract: Facebook, a leading social network, serves as a global platform that connects individuals worldwide. It has transformed the world into a level playing field, eliminating geographical barriers and enabling users to share personal information, post statuses, and engage with others. Even students utilize Facebook extensively, including during classroom hours, for various purposes such as accessing documents, staying updated, connecting with family and friends, and seeking entertainment. However, if the unregulated use of Facebook persists, it can significantly impact students' academic performance and overall well-being. The research examined the present state of students' utilization of the Facebook through a survey involving 385 students from the University of Labor and Social Affairs. It provided several suggestions and proposals to enhance the efficiency of utilizing the Facebook.

Keywords: affects, life, study, social network Facebook, student

Mã bài báo: JHS - 192

Ngày nhận bài sửa: 12/04/2024

Ngày nhận bài: 05/03/2024

Ngày duyệt đăng: 20/04/2024

Ngày nhận phản biện: 15/03/2024

1. Đặt vấn đề

Xã hội loài người không ngừng phát triển, kéo theo đó là sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin. Nó ảnh hưởng đến mọi lĩnh vực đời sống, xã hội, chính trị, kinh tế... và làm thay đổi cách sống, cách làm việc, nhu cầu giải trí của giới trẻ, đặc biệt là sinh viên. Đó là trào lưu sử dụng mạng xã hội mà trong đó phải kể đến sức mạnh của Facebook. Facebook giúp chúng ta cập nhật tin tức, giải trí, tìm kiếm việc làm, kết nối con người với con người không giới hạn khoảng cách, chia sẻ cảm xúc bản thân. Mạng xã hội này đã trở thành xu hướng không thể thiếu, được nhiều người ưa thích và sử dụng. Sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội cũng trong độ tuổi đó, việc sử dụng mạng xã hội Facebook rất cao. Với trào lưu hiện nay và sự tiện lợi trong sử dụng Facebook để tìm kiếm thông tin học tập, cập nhật tin tức bạn bè, người thân hay nhu cầu cho giải trí v.v... thì sẽ có ảnh hưởng tích cực cũng như tiêu cực đến học tập và đời sống của các bạn sinh viên nhà trường. Do vậy, nhóm tác giả đã phân tích làm rõ hai mặt tích cực và tiêu cực của mạng xã hội Facebook ảnh hưởng đến học tập và đời sống của sinh viên, từ đó đề xuất một số giải pháp và khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động- Xã hội.

2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

Bicen and Cavus (2011) với đề tài “Thói quen sử dụng các trang mạng xã hội của sinh viên đại học: trường hợp nghiên cứu về Facebook” đã thu thập thông tin của 86 sinh viên tình nguyện từ đại học Near East, khoa công nghệ giảng dạy và giáo dục máy tính thông qua phương pháp định lượng đã thu được kết quả về tần suất sử dụng mạng xã hội Facebook: 24% người tham gia sử dụng Facebook trong một giờ mỗi ngày; 28% trong số họ sử dụng Facebook trong 2 giờ mỗi ngày; 16% trong số họ sử dụng Facebook trong ba giờ mỗi ngày và 32% trong số họ sử dụng Facebook hơn bốn giờ trong một ngày. Qua đó, sinh viên đang gia tăng kiến thức và kỹ năng giao tiếp bằng cách chia sẻ hình ảnh, liên kết mà họ thích và tin tức với bạn bè của họ, cũng như hình thành giao tiếp với mọi người xung quanh thông qua Facebook.

Nghiên cứu: “Tác động của mạng xã hội Facebook đối với sinh viên hiện nay” của tác giả Thoa và Nguyễn (2016) đã chỉ ra rằng mạng xã hội

Facebook là một phương tiện, một công cụ có cả những mặt tích cực, tiêu cực và có tác động không nhỏ tới đời sống của sinh viên nói chung và hoạt động học tập của sinh viên nói riêng. Mạng xã hội Facebook giúp sinh viên kết nối với nhiều bạn bè, cập nhật thông tin, tham gia và chia sẻ tài liệu trong các nhóm học tập. Không những giúp ích trong việc học tập, Facebook còn giúp sinh viên giải tỏa căng thẳng sau những giờ học. Tuy có những ảnh hưởng tích cực đến kết quả học tập nhưng vẫn tồn tại một số hạn chế như mất tập trung, giảm thời gian học tập, suy nhược cơ thể hay mạng xã hội Facebook có rất nhiều nguồn thông tin không chính thống. Còn với tác giả Ngân (2022) với nghiên cứu “Sinh viên và việc sử dụng mạng xã hội tại Trường Đại học Khoa học, đại học Huế hiện nay”, qua quá trình nghiên cứu có thể nhận thấy mạng xã hội là một công cụ được giới trẻ ưa chuộng và sử dụng phổ biến, đặc biệt đối với đối tượng là sinh viên khi việc học tập, sinh hoạt đều phụ thuộc ngày càng nhiều vào công cụ này. Với những tính năng chia sẻ nhanh chóng, tìm kiếm kịp thời những thông tin mà người dùng mong muốn, mạng xã hội đang dần chiếm phần lớn thời gian của một bộ phận sinh viên. Thông qua phương pháp nghiên cứu định tính, tác giả đã đưa ra kết quả là: Phần lớn sinh viên sử dụng các phương tiện mang tính di động để truy cập vào mạng xã hội với gần 100% sinh viên sử dụng điện thoại di động và 35,5% sử dụng máy tính xách tay. Việc truy cập vào mạng xã hội ngày càng trở nên dễ dàng hơn nhờ các thiết bị điện tử, từ đó thời gian sử dụng mạng xã hội sẽ ngày một tăng và địa điểm sử dụng mạng xã hội sẽ ngày một mở rộng.

Farooqi và cộng sự (2012) đã nghiên cứu đề tài “Ảnh hưởng của Facebook tới đời sống của sinh viên tại Đại học Y” tại Trường Đại học y khoa Dow với sinh viên của ngành cử nhân Y khoa và cử nhân Phẫu thuật từ tháng 1 đến tháng 11 trong năm 2012. Các tác giả đã sử dụng phương pháp phân tích định lượng để phân tích hơn 1000 phiếu hỏi cho thấy rằng đa số người tham gia sử dụng Facebook hàng ngày (chiếm 64%) và có đến 40,1% sử dụng 1 đến 2 giờ mỗi ngày. Trong đó, hầu hết người tham gia sử dụng Facebook để giữ liên lạc với bạn bè và gia đình (71,7%); (50,1%) mọi người dùng để kết bạn mới và tăng danh sách liên lạc của họ; phần lớn người dùng đều cho rằng Facebook không ảnh hưởng gì tới việc học tập và điểm trung bình tích lũy của họ.

Vậy nên 72,2% số sinh viên được khảo sát cho rằng sẽ tiếp tục sử dụng mạng xã hội Facebook trong thời gian tới.

Các bài viết và công trình nghiên cứu trên đã hệ thống hoá được cơ sở lý thuyết về mạng xã hội và ảnh hưởng mạng xã hội tới học tập và đời sống của sinh viên nhưng chưa có công trình nghiên cứu nào phân tích sâu về thực trạng sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên trường Đại học Lao động - Xã hội (cụ thể là cập nhật tin tức, tìm kiếm tài liệu học tập) cũng như là các mối quan hệ bạn bè người thân, sử dụng Facebook để tìm kiếm việc làm, tham gia ngoại khóa...).

Mạng xã hội:

Mạng xã hội là một thuật ngữ quen thuộc, phổ biến trong xã hội hiện đại, việc sử dụng mạng xã hội đã trở thành một hoạt động không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày. Kaplan and Haenlein (2010) định nghĩa “mạng xã hội” là một nhóm các ứng dụng sử dụng mạng internet để kết nối xây dựng dựa trên tư tưởng và công nghệ của nền tảng công nghệ 2.0 cho phép người dùng có thể tạo và trao đổi thông tin với nhau. Mạng xã hội là một kênh truyền thông phổ biến, cực kỳ nhanh và rộng rãi, đã được chứng minh là có hiệu quả cao và được tin dùng bởi hàng tỉ người để trao đổi và học tập về các vấn đề cá nhân, thương hiệu, thông tin, giải trí và các bí quyết trong cuộc sống (Dearborn, 2014). Mạng xã hội gồm các nền tảng (Platforms) như các trang chia sẻ thông tin, blog, mạng xã hội... mà người dùng sử dụng để tạo dựng, chia sẻ, thu nhận và bàn luận về tất cả các nội dung thông qua Internet hay mạng xã hội là một loại công nghệ thông tin mới tạo điều kiện cho sự hợp tác và giao tiếp giữa các cá nhân làm việc trên các nền tảng thông qua Internet (Kane, 2014). Trên cơ sở những quan điểm và những định nghĩa về mạng xã hội đã nêu trên, nhóm tác giả thống nhất đi đến một khái niệm chung về mạng xã hội như sau: “Mạng xã hội là một dịch vụ kết nối những thành viên là người sử dụng dịch vụ đó tạo thành một cộng đồng ảo trên Internet, thông qua tương tác của các thành viên và cùng kết nối. Mỗi người là một mắt xích trong mạng lưới truyền tải thông tin đó, tạo nên một xã hội online, có những điểm tương tự và khác biệt đặc trưng so với xã hội thực ngoài đời”

Mạng xã hội Facebook

Facebook là một mạng xã hội được thành lập bởi Mark Zuckerberg với những người bạn học

tại trường Đại học Harvard là sinh viên Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz và Chris Hughes vào năm 2004 và chính thức ra đời vào 2005. Thành viên được quyền sử dụng trang Facebook ban đầu được giới hạn bởi những người sáng lập cho sinh viên Harvard nhưng sau đó đã được mở rộng đến các trường đại học khác trong khu vực như đại học Boston, Ivy League, và Đại học Stanford. Về sau, Facebook dần dần được nâng cấp để hỗ trợ cho tất cả các sinh viên tại các trường đại học trước khi trở thành một trang mở dành cho học sinh trung học, cuối cùng là cho bất cứ ai ở độ tuổi 13 trở lên. Facebook là một website mạng xã hội truy cập miễn phí do công ty Facebook, Inc điều hành và sở hữu tư nhân. Người dùng có thể tham gia các mạng lưới được tổ chức theo thành phố, nơi làm việc, trường học và khu vực để liên kết và giao tiếp với người khác.

Facebook thu hút hàng triệu người dùng mỗi năm. Sự đơn giản trong thiết kế giao diện và sự tập trung vào kết nối con người với nhau đã giúp cho sự phát triển danh tiếng của Facebook và làm cho nó trở thành trang mạng xã hội được biết đến nhiều nhất (Nielsen, 2009). Facebook đã thay đổi cuộc sống con người, ít nhất là trong cách mọi người giao tiếp. Cùng với sự lan truyền của các mạng xã hội đã giúp cho các mối quan hệ trở nên gần gũi và mở rộng hơn so với trước đây. Các trang web xã hội đã trở thành một phần không thể tách rời của cuộc sống với các tác động tích cực và tiêu cực của nó.

Lý thuyết lựa chọn hợp lý

Thuyết lựa chọn duy lý dựa vào tiền đề cho rằng con người luôn hành động một cách có chủ đích, có suy nghĩ để lựa chọn và sử dụng nguồn lực một cách duy lý nhằm đạt được kết quả tối đa với chi phí tối thiểu. Thuật ngữ lựa chọn dùng để nhấn mạnh việc phải tính toán, cân nhắc để quyết định để sử dụng loại phương tiện hay cách thức tối ưu trong số những điều kiện hay cách thức hiện có để đạt được mục tiêu trong điều kiện khan hiếm các nguồn lực. Các nhà xã hội học coi mục tiêu ở đây ngoài yếu tố kinh tế còn cả yếu tố lợi ích xã hội và tinh thần. Một trong những biến thể của thuyết lựa chọn duy lý là thuyết hành vi lựa chọn của George Homans. Ông cho rằng mô hình lựa chọn duy lý của hành vi người tương thích một phần nào đó với các định đề của tâm lý học hành vi. Ông đưa ra một số định đề cơ bản về hành vi người là định đề phân thưởng, định

để kích thích, định đề giá trị, định đề duy lý, định đề giá trị suy giảm và định đề mong đợi. Dù chỉ có định đề thứ 4 trực tiếp nói về định đề duy lý nhưng tất cả các định đề này cho thấy con người là một chủ thể duy lý trong việc xem xét và lựa chọn hành động nào có thể đem lại phần thưởng lớn nhất và có giá trị nhất. Đáng chú ý là con người luôn có xu hướng nhân bội giá trị của kết quả hành động với khả năng hiện thực hóa hành động đó. Có nghĩa là con người sẽ quyết định lựa chọn một hành động nào đấy ngay cả khi giá trị của nó thấp nhưng được bù lại, họ chọn hành động đó vì tính khả nghi của nó rất cao (Hùng, 2015).

Trong nghiên cứu này, lý thuyết này được áp dụng để giải thích vì sao sinh viên lựa chọn mạng xã hội Facebook để sử dụng để cập nhật tin tức, tìm kiếm tài liệu, tham gia các khóa học, phát triển mối quan hệ với người thân và bạn bè, tham gia hoạt động ngoại khóa tìm kiếm việc làm, giải trí. Từ đó, dẫn đến sự thay đổi như thế nào trong đời sống và học tập của sinh viên.

Lý thuyết về truyền thông đại chúng theo quan điểm chức năng luận

Truyền thông đại chúng có các chức năng với xã hội và đối với cá nhân. Theo quan điểm này thì truyền thông đại chúng có chức năng cả với xã hội và cá nhân, truyền thông đại chúng nhấn mạnh đến nhu cầu của một xã hội, nhằm đáp ứng nhu cầu duy trì tính ổn định, liên tục của một xã hội cũng như nhu cầu hội nhập và thích nghi của các cá nhân trong xã hội ấy. Lasswell và Charles Wright đã đưa ra 4 loại chức năng chính của truyền thông đại chúng là chức năng kiểm soát môi trường xã hội, chức năng liên kết các bộ phận của xã hội, chức năng truyền tải di sản thông qua các thế hệ và cuối cùng là chức năng giải trí. Mạng xã hội cũng là một phương tiện truyền thông đại chúng, vì vậy nó cũng có các chức năng và phân chức năng như một phương tiện truyền thông đại chúng theo như quan điểm của một nhà xã hội học có ảnh hưởng rất lớn đến sự hình thành và phát triển của thuyết chức năng là Merton (Quang, 2009).

Theo lý thuyết này, xã hội bao gồm nhiều thành tố có liên hệ với nhau, mỗi thành tố đều có chức năng của riêng mình. Trong số các thành tố đó, có

các phương tiện truyền thông đại chúng. Merton, một nhà xã hội học của thuyết chức năng nhấn mạnh rằng, đối với mỗi hoạt động xã hội, chúng ta cần phân biệt rõ mục tiêu công khai hướng đến, với hiệu quả thực sự xảy ra (tức là chức năng) bởi 2 cái này có thể không trùng nhau. Merton gọi những hiệu quả mà người ta muốn đạt tới là chức năng công khai, còn những hiệu quả mà người ta không ngờ đến là chức năng tiềm ẩn. Trong bối cảnh xã hội phát triển nhanh chóng về công nghệ thông tin, cùng với sự hội nhập và giao thoa văn hóa mạnh mẽ, môi trường thông tin đại chúng ngày càng trở nên quan trọng. Đây là phương tiện, công cụ để truyền tải những thông tin, giá trị, trao đổi thông tin, giao lưu... Truyền thông đại chúng rút ngắn khoảng cách về thời gian và không gian khiến cho con người gần gũi nhau hơn. Sự ra đời của mạng xã hội, các phương tiện truyền thông đại chúng đã đưa con người đến với những khám phá mới, quan niệm mới nhanh chóng hơn.

3. Phương pháp nghiên cứu

Để có được những thông tin, dữ liệu để phân tích, đánh giá và đề xuất các giải pháp, nhóm nghiên cứu đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

Phương pháp nghiên cứu, phân tích, tổng hợp: Nhóm nghiên cứu thu thập dữ liệu thứ cấp từ các công trình nghiên cứu, các báo cáo, các số liệu được cung cấp từ các khoa/phòng thuộc Trường Đại học Lao động - Xã hội. Sau khi thu thập, nhóm nghiên cứu thực hiện sắp xếp, phân loại theo thời gian hoặc theo từng nội dung liên quan đến các nội dung trong đề tài nghiên cứu.

Các câu hỏi thu thập thông tin về ảnh hưởng của mạng xã hội Facebook đến học tập và đời sống của sinh viên được thiết kế theo thang đo Likert 5 cấp độ: 1 là "Rất không đồng ý", 2 là "Không đồng ý", 3 là "Băn khoăn", 4 là "Đồng ý", 5 là "Rất đồng ý".

Phương pháp khảo sát xã hội học bằng bảng hỏi: Đối tượng khảo sát là sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội (trụ sở chính). Trong đó, số lượng bảng hỏi phát ra là 385 phiếu (áp dụng công thức Slovin tính cỡ mẫu với sai số 5%), trong thời gian từ tháng 6/2023 đến tháng 7/2023. Việc khảo sát được tiến hành ngẫu nhiên theo hình thức trực tuyến trên google forms.

Bảng 1. Tổng quan về sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội theo khóa và phân tổ mẫu khảo sát

Khóa	Tổng thể	Cỡ mẫu (Người)	Tỷ lệ (%)
D15	1941	74	19,22
D16	2590	98	25,45
D17	3312	125	32,47
D18	2323	88	22,86
Tổng	10166	385	100

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ danh sách điểm rèn luyện của sinh viên trường Đại học Lao động - Xã hội, năm 2023

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thực trạng sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội

4.1.1. Tần suất sử dụng mạng xã hội Facebook

Khi nghiên cứu về tần suất sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội với 385 phiếu khảo sát cho kết quả như sau:

Bảng 2. Tần suất sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội

Tần suất sử dụng mạng xã hội Facebook của bạn trong 1 ngày		
Tần suất	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Dưới 5 lần	54	14,03
Từ 5-10 lần	108	28,05
Trên 10 lần	92	23,90
Không đếm được	131	34,03

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả năm 2023

Tần suất sử dụng Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội trong ngày có sự khác biệt về số lần sử dụng. Với 42,08% (14,03% +28,05%) sinh viên sử dụng mạng xã hội Facebook dưới 10 lần/ngày; cao hơn 10 lần/ ngày chiếm 23,9%. Đáng chú ý chiếm tỉ lệ cao nhất 34,03% sinh viên không biết được số lần truy cập vào Facebook của bản thân. Điều này cho thấy, hiện nay các sinh viên đã coi việc truy cập Facebook như là một hoạt động được thực hiện hằng ngày như một thói quen và có những bạn không được kiểm soát được.

Qua đây có thể thấy, đa phần sinh viên truy cập

mạng xã hội Facebook không có sự quản lý về mặt thời gian, sinh viên truy cập khi có thời gian rảnh trong ngày không cần biết mục đích mình truy cập để làm gì. Điều đó ảnh hưởng rất lớn đến học tập và tham gia các hoạt động khác của sinh viên.

4.1.2. Thời gian sử dụng mạng xã hội Facebook

Hiện nay, mạng xã hội Facebook là một phần không thể thiếu của mọi người, chúng ta có thể truy cập mạng xã hội vào bất kì thời điểm nào. Khi xem xét thời gian sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội cho kết quả như sau:

Bảng 3. Thời gian sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội

Thời gian sử dụng mạng xã hội Facebook của bạn trong 1 ngày		
Thời gian sử dụng	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Từ 1- 3 tiếng	169	43,89
Từ 3- 5 tiếng	124	32,21
Trên 5 tiếng	92	23,90

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả năm 2023

Chúng ta thường thấy sinh viên sử dụng Facebook ở nhiều nơi như trong căng tin, thư viện, hành lang, thậm chí là trong lớp học. Theo kết quả khảo sát của nhóm tác giả cho thấy, có 169 sinh viên, chiếm tỉ lệ 43,89% có lượng thời gian sử dụng mạng xã hội từ 1 đến 3 tiếng, họ sử dụng khi cần tìm kiếm một khóa học, một hoạt động ngoại khóa hay tìm kiếm việc làm hoặc duy trì các mối quan hệ thông qua Facebook chứ không chỉ sử dụng như một công cụ giải trí. Một số sinh viên khác không sử dụng nhiều Facebook, họ nhận thấy rằng nền tảng Facebook đang ngày càng nhàm chán và hiện nay có các nền tảng khác có nhiều sự hấp dẫn cũng như là có các tính năng hoàn toàn có thể thay

thế Facebook. Tuy nhiên, với 56,11% (32,21%+ 23,09%) số sinh viên sử dụng thường xuyên từ 3 tiếng trở lên, thời gian chủ yếu là nhắn tin với bạn bè, người thân, cập nhật tin tức, hay giải trí. Tổng quỹ thời gian 24h/ngày, vậy sinh viên phân bổ thời gian của mình như thế nào cho các hoạt động còn lại như thời gian học tập ở trường, thời gian ngủ nghỉ ngơi cũng như tham gia các hoạt động ngoại khóa, thời gian tập thể dục, thời gian làm thêm, thời gian giao tiếp với mọi người... Tất cả các hoạt động này ít nhiều cũng sẽ bị ảnh hưởng.

4.2. Mục đích sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên trường Đại học Lao động - Xã hội

Bảng 4. Mục đích sử dụng mạng xã hội Facebook trong học tập của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội

STT	Nội Dung	Đơn vị	Thang đo					Tổng
			Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bản khoăn	Đồng ý	Rất đồng ý	
1	Tôi sử dụng Facebook để cập nhật thông tin phục vụ cho học tập	Người	15	23	69	193	85	385
		%	3,90	5,97	17,92	50,13	22,08	100
2	Tôi sử dụng Facebook để tìm kiếm tài liệu học tập	Người	27	31	85	162	80	385
		%	7,01	8,05	22,08	42,08	20,78	100
3	Tôi sử dụng Facebook để tham gia các khóa học	Người	29	46	69	139	102	385
		%	7,53	11,95	17,92	36,10	26,49	100
4	Sử dụng mạng xã hội Facebook làm giảm sự tập trung vào việc học tập của tôi	Người	16	86	60	101	122	385
		%	4,16	22,34	15,58	26,23	31,69	100

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả năm 2023

Cập nhật thông tin, tìm kiếm tài liệu học tập

Qua khảo sát c thấy với việc “sử dụng Facebook để cập nhật thông tin phục vụ cho học tập và tìm kiếm tài liệu học tập” chiếm tỷ lệ khá cao với 72,21% (50,13% +22,08%) và 62,86% (42,08% +20,78%). Sinh viên sử dụng Facebook với mục đích này bởi tính năng thuận tiện, với tốc độ nhanh chóng, chỉ cần một vài thao tác đơn giản, sinh viên cũng dễ dàng nhận được những thông tin mà mình quan tâm trên Facebook. Tuy nhiên, vẫn có 27,79% (3,9% +5,97% + 17,92%) sinh viên còn băn khoăn và không sử dụng Facebook để cập nhật thông tin phục vụ cho học tập bởi các bạn dễ tiếp xúc với những trang mạng có nội dung thông tin độc hại, tài liệu không rõ nguồn gốc mà chưa được cơ quan chức năng kiểm soát.

Mặt khác, việc sử dụng Facebook để tham gia các khóa học chiếm 62,59% (36,1% +26,49%). Đây là một cơ sở khá lớn cho thấy sinh viên đã biết chủ động tiếp cận các nguồn tài liệu mới, sinh viên có thể tận dụng mạng lưới xã hội trên Facebook để

kết nối với các bạn học và giảng viên, chia sẻ kinh nghiệm học tập và trao đổi thông tin liên quan đến các khóa học. Điều này có thể tạo ra một môi trường học tập tích cực và hỗ trợ. Các khóa học trực tuyến trên Facebook thường kết hợp các hoạt động tương tác như thảo luận, bài tập và kiểm tra trực tuyến, giúp sinh viên tương tác và tham gia tích cực trong quá trình học tập. Tuy nhiên, không phải tất cả các khóa học trực tuyến trên Facebook đều có chất lượng cao nên sinh viên cần phải lựa chọn các khóa học từ các nguồn đáng tin cậy và đảm bảo rằng chúng đáp ứng được mục tiêu học tập của mình. Vì vậy, vẫn còn 37,4% (7,53%+11,95%+17,92%) sinh viên băn khoăn và không sử dụng.

Với thời gian và tần suất sử dụng mạng xã hội nhiều nên không tránh khỏi việc sinh viên bị ảnh hưởng bởi các tin tức khác, các thông báo từ bạn bè, các bộ phim, hay bài hát mới... nên phần nào làm giảm sự tập trung của các bạn sinh viên với hoạt động học tập của mình. Do đó, có 57,92% (26,23%+31,69%) sinh viên đồng ý với nhận định trên.

Bảng 5. Mục đích sử dụng mạng xã hội Facebook trong đời sống của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội

STT	Nội Dung	Đơn vị	Thang đo					Tổng
			Rất không đồng ý	Không đồng ý	Băn khoăn	Đồng ý	Rất đồng ý	
1	Tôi sử dụng Facebook để phát triển các mối quan hệ với bạn bè	Người	12	15	18	146	194	385
		%	3,12	3,90	4,68	37,92	50,39	100
2	Tôi sử dụng Facebook để liên lạc với gia đình và người thân	Người	17	11	25	132	200	385
		%	4,42	2,86	6,49	34,29	51,95	100
3	Tôi sử dụng Facebook để tìm kiếm việc làm	Người	23	39	28	141	154	385
		%	5,97	10,13	7,27	36,63	40,00	100
4	Tôi sử dụng Facebook để tham gia các hoạt động ngoại khóa, bán hàng online	Người	35	112	61	69	108	385
		%	9,09	29,09	15,84	17,92	28,05	100
5	Mạng xã hội Facebook là công cụ giải trí của tôi hàng ngày	Người	21	33	39	136	156	385
		%	5,45	8,57	10,13	35,32	40,52	100
6	Sử dụng mạng xã hội Facebook làm giảm thời gian hoạt động thể chất và ảnh hưởng đến sức khỏe của tôi	Người	23	60	78	93	131	385
		%	5,97	15,58	20,26	24,16	34,03	100
7	Tôi đã từng bị lừa bởi các thông tin sai lệch trên mạng xã hội Facebook	Người	39	131	69	46	100	385
		%	10,13	34,03	17,92	11,95	25,97	100

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả năm 2023

Kết quả khảo sát cho thấy, phần đông sinh viên chọn Facebook là công cụ để liên lạc với bạn bè, người thân với các tính năng như voicechat, videocall, lập group chat riêng giúp mọi người có thể thuận tiện và dễ dàng hơn trong việc trò chuyện và gọi điện cho nhau. Mặc dù đang cách xa nhau đến hàng nghìn kilomet thì họ cũng có thể nhìn thấy nhau một cách dễ dàng. Tuy nhiên, có 11,7% (4,68%+3,9%+3,12%) sinh viên còn băn khoăn khi sử dụng, không sử dụng Facebook để phát triển các mối quan hệ bạn bè và 13,77% (4,42% + 2,86%+ 6,49%) sinh viên còn băn khoăn hoặc không sử dụng Facebook để liên lạc với gia đình, người thân. Các bạn cho rằng sử dụng Facebook có thể bị đánh cắp hình ảnh cá nhân, những thông tin liên quan do tính năng gọi video. Do vậy, sinh viên có xu hướng sử dụng zalo để kết nối với người thân vì tính bảo mật cao hơn.

Hiện nay, có rất nhiều thủ đoạn tinh vi và các thông tin chưa được kiểm chứng đang tràn lan, mất kiểm soát trên Facebook, bạn có thể dễ dàng bắt gặp những người tiếp cận bạn với những mục đích sai trái và từ đó bạn trở thành mục tiêu để họ lừa đảo. Có 37,92% (11,95% + 25,97%) sinh viên đã từng bị lừa bởi các thông tin trên mạng xã hội Facebook. Do vậy, sinh viên cần có ý thức nâng cao cảnh giác, tự mình kiểm chứng những thông tin nhận được để tránh khỏi những sự việc không mong muốn.

Các bạn sinh viên có thể dễ dàng đăng tải, tìm kiếm việc làm và tham gia các hoạt động ngoại khóa mà mình muốn. Cũng như hoạt động bán hàng online, mạng xã hội ra đời đã mở ra cơ hội lớn cho sinh viên có khao khát khởi nghiệp, thử sức kinh doanh làm giàu. Bởi khởi nghiệp truyền thống thực sự là bài toán khó cho sinh viên vì nó đòi hỏi phải có vốn lớn, có địa điểm và hạ tầng, có nhân công, có kinh nghiệm quản lý. Còn với các nhà tuyển dụng, đây là kênh thông tin miễn phí được nhiều người ưa chuộng và sử dụng. Vì vậy, Facebook là công cụ được sinh viên lựa chọn nhiều. Tuy nhiên, vẫn có

một số lượng nhỏ sinh viên không lựa chọn bởi lo ngại độ an toàn hay rủi ro với các thông tin đăng tải.

Các trò chơi trí tuệ, trò chơi trực tuyến, các bộ phim, thước phim hài hước... có sức hấp dẫn lớn. Một thực tế không thể phủ nhận là sinh viên đã được giải tỏa căng thẳng sau những giờ học tập nhờ hình thức thuận tiện này. Thực tế, sinh viên cứ cầm điện thoại hay máy tính để xem giải trí thì có thể ngồi hàng giờ liên tục và mất rất nhiều thời gian. Chính vì vậy, Facebook là công cụ giải trí đối với sinh viên khi có 75,84% (35,32%+40,52%) sinh viên đồng ý với ý kiến trên. Nhiều sinh viên cho rằng, thay vì chú tâm tìm kiếm công việc trong tương lai bằng cách học hỏi những kỹ năng cần thiết, thì một bộ phận sinh viên lại trở thành “anh hùng bàn phím” để nổi tiếng trên mạng. Có những sinh viên dành phần lớn thời gian cho mạng xã hội để có cảm giác chiến thắng ảo, buông thả cuộc sống cá nhân và chệnh mảng học hành. Việc đăng tải với những status, những thông tin nhằm “câu like” không còn là chuyện xa lạ trong giới sinh viên. Điều này sẽ ảnh hưởng rất lớn đến thời gian sinh viên học tập và tham gia các hoạt động khác. Rõ ràng, mạng xã hội là ảo nhưng những tác động đang là thật đối với xã hội, trong đó có một bộ phận không nhỏ là sinh viên.

Kết quả khảo sát cho thấy có 58,19% (24,16%+ 34,03%) sinh viên cho rằng Facebook ảnh hưởng tới hoạt động thể chất và sức khỏe của sinh viên. Lạm dụng, sử dụng quá nhiều thời gian vào Facebook dễ làm sinh viên xao nhãng mục tiêu thực sự của cuộc sống, ngoài ra còn ảnh hưởng tới sức khỏe, da, thị lực... của sinh viên.

Facebook đã và đang mang lại những ảnh hưởng nhất định đến sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội một cách tích cực và tiêu cực về nhiều mặt từ học tập đến đời sống hàng ngày. Khi nhóm tác giả đưa ra câu hỏi nhận định của sinh viên về ảnh hưởng của mạng xã hội Facebook tới đời sống và học tập của sinh viên thì cho kết quả như sau:

Bảng 6. Đánh giá chung về ảnh hưởng của mạng xã hội Facebook

STT	Nội Dung	Đơn vị	Thang đo					Tổng
			Rất không đồng ý	Không đồng ý	Băn khoăn	Đồng ý	Rất đồng ý	
1	Mạng xã hội Facebook ảnh hưởng tích cực đến học tập và đời sống của tôi	Người	12	8	142	123	100	385
		%	3,12	2,08	36,88	31,95	25,97	100
2	Tôi dự định ngưng sử dụng mạng xã hội Facebook trong thời gian tới	Người	148	93	71	56	17	385
		%	38,44	24,16	18,44	14,55	4,41	100

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả

Có 223 sinh viên, tương đương 57,92% (31,95% + 25,97%) đồng ý về việc Facebook giúp sinh viên cải thiện nhiều mặt trong đời sống hàng ngày. Khi dùng Facebook, sinh viên kết nối với xã hội một cách dễ dàng hơn bao giờ hết, đặc biệt trong tình hình dịch bệnh như vừa qua, việc có Facebook không làm họ mất kết nối với thế giới mà còn được cập nhật tin tức nhanh chóng, có thể tìm được cả việc làm online để kiếm thêm thu nhập. Tuy nhiên, có 42,08% (36,88%+2,08%+3,12%) sinh viên băn khoăn và không đồng ý bởi họ cho rằng Facebook có ảnh hưởng tích cực nhưng không đáng kể hoặc chưa đủ để đem lại lợi ích lớn. Họ cũng thể hiện sự nghi ngờ về tính chính xác của các thông tin trên Facebook mà sinh viên tiếp cận. Họ cho rằng, việc sử dụng Facebook quá nhiều đã làm họ lạc hướng khỏi các công việc quan trọng khác, đôi khi họ quên mất những nhiệm vụ cần hoàn thành chỉ để lướt Facebook hoặc giảm sự tập trung khi học tập. Nhưng có 81,04% (38,44%+24,16%+18,44%) sinh viên còn băn khoăn và không có ý định dừng sử dụng mạng xã hội Facebook bởi hiện nay gần như tất cả mọi người đều sử dụng mạng xã hội Facebook, từ những trang thông tin chính thống, đến các doanh nghiệp, thậm chí là các cơ quan chính phủ. Việc cập nhật tin tức trên Facebook đang ngày một thuận tiện hơn.

5. Một số giải pháp và khuyến nghị nâng cao hiệu quả sử dụng mạng xã hội Facebook của sinh viên Trường Đại học Lao động - Xã hội

(1) *Nâng cao nhận thức của sinh viên về việc sử dụng mạng xã hội Facebook*

Mạng xã hội chứa đựng lượng thông tin khổng lồ giúp các bạn sinh viên học tập tốt hơn. Mạng xã

hội tạo ra môi trường trao đổi, giao lưu, học tập lẫn nhau giữa các bạn sinh viên. Tuy nhiên, nhiều sinh viên chưa nhận thức được nếu quá phụ thuộc vào mạng xã hội sẽ triệt tiêu sự sáng tạo của bản thân. Việc sử dụng mạng xã hội sai mục đích sẽ gây ra ảnh hưởng nghiêm trọng đến tâm lý, lối sống của sinh viên. Vì vậy, bản thân mỗi sinh viên cần nâng cao nhận thức của mình trước những thông tin độc hại, thông tin sai sự thật, đặc biệt là các thông tin chống phá của các thế lực thù địch. Các thông tin đưa lên mạng phải đúng với quy định của pháp luật, của đơn vị, địa phương, phù hợp với thuần phong mỹ tục và chuẩn mực đạo đức xã hội.

(2) *Nâng cao bảo mật thông tin khi sử dụng mạng xã hội Facebook*

Việc rò rỉ thông tin cá nhân khi sử dụng mạng xã hội ảnh hưởng lớn đến đời sống và học tập của sinh viên. Do đó, việc hướng dẫn sinh viên nâng cao bảo mật tài khoản sử dụng là cần thiết. Các thông tin liên quan đến tên, địa chỉ cá nhân, ảnh, thông tin cá nhân... cần được bảo mật nhiều lớp. Bản thân sinh viên phải tìm hiểu các thông tin liên quan đến Luật An ninh mạng, cách sử dụng mạng, cách đăng tải thông tin và bảo mật thông tin là rất cần thiết.

(3) *Giới hạn thời gian sử dụng mạng xã hội Facebook*

Với lượng thông tin khổng lồ, các tính năng hấp dẫn, các trò chơi giải trí sẽ lôi cuốn người dùng hàng giờ mà quên đi các hoạt động khác. Vì vậy, các bạn sinh viên cần hạn chế thời gian sử dụng mạng xã hội Facebook thông qua các công cụ quản lý thời gian của mình như giấy note, lịch, đồng hồ... Nên xây dựng cho bản thân kỹ năng quản lý thời gian hiệu quả. Điều quan trọng là xem mình phân chia, kiểm

soát và sử dụng thời gian của mình như thế nào. Có thể kiểm tra và ghi lại chi tiết bằng hai cách để biết được bạn dành bao nhiêu thời gian cho những công việc khác nhau: một là ước lượng, hai là ghi chép tỉ mỉ lại công việc đã làm. Cách thứ hai ưu việt hơn. Nếu làm điều đó trong một ngày, bạn sẽ có thể ngạc nhiên khi thấy rất nhiều nhiệm vụ đã tiêu tốn nhiều thời gian hơn ta thường nghĩ.

(4) Khuyến nghị đối với nhà trường

Nhà trường cần theo dõi tình hình sử dụng mạng xã hội đặc biệt là Facebook của những sinh viên trong trường, từ đó nắm bắt được tình hình và có những hành động, kế hoạch thực hiện phù hợp; phát triển và quản lý các trang thông tin điện tử của các nhà trường về giáo dục chính trị, tư tưởng đối với học sinh, sinh viên trên môi trường mạng xã hội.

Duy trì cơ chế phối hợp, trao đổi giữa nhà trường và gia đình, giữa nhà trường với các cơ quan, chính quyền địa phương và nhân dân nơi trường đóng trên địa bàn để nắm bắt tình hình tư tưởng của học sinh, sinh viên trên môi trường mạng xã hội, kịp thời xử lý các vấn đề phát sinh, bảo đảm an ninh mạng, an toàn thông tin, phòng ngừa, ngăn chặn các website, trang thông tin giả mạo.

Xây dựng đội ngũ cán bộ quản lý học sinh, sinh viên, cán bộ đoàn tâm huyết và giỏi chuyên môn tại nhà trường để quản lý hoạt động sử dụng MXH của sinh viên cũng như nắm bắt tình hình tư tưởng của sinh viên trên môi trường MXH. Phối hợp đấu tranh, phân bác những thông tin sai trái, xuyên tạc, kích động, thù địch, góp phần bảo vệ chủ trương, đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, bảo vệ uy tín của ngành Giáo dục và nhà trường.

Mạng xã hội Facebook cũng là một công cụ hiệu quả để nhà trường sử dụng, thu thập phản hồi từ sinh viên về chất lượng giáo dục, nhằm cải thiện hoạt động dạy và học và đảm bảo sự hài lòng của đa số sinh viên. Nhà trường và giáo viên cập nhật, phản hồi và giải thích kịp thời có thể giúp giải quyết những vấn đề và lo lắng của sinh viên ngay khi chúng phát sinh. Hơn nữa, nhà trường, các tổ chức liên quan

cần có các chuyên đề về việc tránh xa những rủi ro bị đánh cắp thông tin, đưa ra những cảnh báo có thể xảy ra nếu sử dụng mạng xã hội không đúng cách. Hoạt động tuyên truyền, hướng dẫn về Luật An ninh mạng, đăng tải thông tin, cách sử dụng mạng rất hữu ích cho các bạn sinh viên. Việc tuyên truyền, hướng dẫn về Luật An ninh mạng có thể lồng ghép vào các buổi sinh hoạt lớp, tổ chức các cuộc thi tìm hiểu, hoặc những cuộc thi hùng biện... sẽ mang lại hiệu quả cao và thu hút được sự tham gia của đông đảo các bạn sinh viên.

Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, đội sinh viên tình nguyện, các câu lạc bộ như HRS, thanh niên du kích... Tổ chức này cần phải thực hiện vai trò và trách nhiệm của mình trong việc vận động, lôi kéo, hướng dẫn, dìu dắt học sinh vào các hoạt động, bồi dưỡng tư tưởng, tinh thần cho các em. Phối hợp tổ chức các cuộc thi, tuyên truyền, vận động giúp nâng cao nhận thức, hình thành cho các em ý thức cao trong việc tham gia MXH, phát huy những tác động tích cực và hạn chế những ảnh hưởng xấu từ Facebook.

6. Kết luận

Với các tính năng hữu ích, mạng xã hội Facebook được các bạn sinh viên sử dụng mỗi ngày. Sinh viên sử dụng Facebook để cập nhật thông tin, tìm kiếm tài liệu phục vụ học tập, tham gia các khóa học hay phát triển các mối quan hệ với người thân, bạn bè, tham gia các hoạt động xã hội, giải trí. Facebook mang đến một lượng kiến thức và nguồn thông tin khổng lồ giúp các bạn sinh viên học tập tốt hơn, là môi trường để trao đổi, giao lưu và học tập lẫn nhau giữa các bạn sinh viên. Tuy nhiên, việc sử dụng không đúng cách, không kiểm soát được thời gian làm mất đi sự sáng tạo của bản thân, ảnh hưởng nghiêm trọng đến tâm lý, lối sống, giảm sự tập trung trong học tập của sinh viên. Vì vậy, bản thân sinh viên cần nhận thức rõ về việc sử dụng Facebook cũng như có sự hỗ trợ, định hướng, tuyên truyền giáo dục từ phía nhà trường để giúp sinh viên nâng cao hiệu quả sử dụng mạng xã hội Facebook.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bicen, H. & Cavus, N. (2011). Social network sites usage habits of undergraduate students: Case study of Facebook. *Social and Behavioral Sciences* 28 (2011) 943-947
- Dearborn, E. (2014). *My official definition of social media*. Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/20140929215745-47165795>
- Hùng, L.N. (2015). *Lịch sử và lý thuyết xã hội học*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Kaplan, A.M., & Haenlein M. J. B. H. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. 53(1): p. 59-68. 2.
- Kane, G.C., et al. (2014). *What's different about social media networks? A framework and research agenda*. 38(1): p. 275-304. 7.
- Nielsen. (2009). *Global Faces and Networked Places: A Nielsen report on Social Networking's New Global Footprint*, Received June 08, 2016, from <http://apo.org.au/resource/global-faces-and-networked-places-nielsenreport-social-networkings-new-globalfootprint>
- Ngân, L. T. (2022). *Sinh viên và việc sử dụng mạng xã hội tại trường Đại học Khoa học - Đại học Huế hiện nay*
- Quang, T.H. (2009). *Xã hội học về truyền thông đại chúng*. Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh
- Farooqi, H., Patel, H., Aslam, H. M. (2013). *Effect of Facebook on the life of Medical University students*. Int Arch Med 6, 40.
- Thoa, N. T. K., và Nguyễn, N. L. (2016). Tác động của mạng xã hội Facebook đối với sinh viên hiện nay. *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Nghiên cứu Chính sách và Quản lý*. Tập 52. Số 2(2016) 68-74

XÂY DỰNG MÔ HÌNH ẢNH HƯỞNG CỦA QUẢN TRỊ HÀNG TỒN KHO ĐẾN KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

TS. Tạ Thị Thúy Hằng

Trường Đại học Lao động - Xã hội

Hangulsa@gmail.com

Sinh viên Trần Quốc Anh

Lớp D11KT03, Trường Đại học Lao động - Xã hội

Quocanhtran2556@gmail.com

Tóm tắt: Bài nghiên cứu này tập trung vào việc khám phá ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Các lý thuyết chính được đề cập là lý thuyết điểm hạn chế và lý thuyết tinh gọn nhấn mạnh việc tối ưu hóa và giảm lãng phí trong quản trị tồn kho. Tổng quan nghiên cứu cho thấy các nghiên cứu sử dụng các kỹ thuật xử lý khác nhau như phân tích hồi quy OLS, mô hình phương trình cấu trúc SEM, phương trình hồi quy dữ liệu mảng để phân tích dữ liệu từ các nguồn tại liệu khác nhau. Kết quả của các nghiên cứu cho thấy có ảnh hưởng tích cực của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp nhưng ảnh hưởng này có thể khác nhau giữa các ngành công nghiệp và khu vực địa lý. Các nghiên cứu cụ thể đã chỉ ra rằng, việc giảm số ngày tồn kho và tăng tỷ lệ quay vòng hàng tồn kho có thể cải thiện hiệu suất tài chính của doanh nghiệp. Ngoài ra, trong nghiên cứu này cũng chỉ khoảng trống và tầm quan trọng của việc tiếp tục nghiên cứu trong bối cảnh cụ thể Việt Nam và đề xuất mô hình ảnh hưởng quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh doanh nghiệp.

Từ khóa: Quản trị hàng tồn kho, Kết quả kinh doanh, Số ngày tồn kho, Tỷ lệ quay vòng tồn kho, doanh thu

DEVELOPING A MODEL OF THE EFFECT OF INVENTORY MANAGEMENT ON THE BUSINESS PERFORMANCE OF ENTERPRISES

Abstract: The primary objective of this study is to investigate how inventory management influences business performance. Key theories examined include the Theory of Constraints and Lean Theory, both of which highlight the importance of efficiency and minimizing waste in inventory management practices. The literature review reveals that researchers have employed a range of analytical methods, such as OLS regression analysis, SEM structural equation modeling, and panel data regression analysis, to evaluate data obtained from diverse channels. The findings from the research suggest that inventory management positively influences business performance; however, the extent of this influence can differ across various industries and geographic locations. Certain studies have demonstrated that decreasing the inventory holding period and enhancing the inventory turnover rate can enhance a firm's financial outcomes. Furthermore, this research underscores the existing research gaps and the necessity for additional studies within the unique setting of Vietnam, while also presenting a framework illustrating the effects of inventory management on business performance.

Keywords: Inventory management, business performance, inventory holding period, inventory turnover rate, revenue

Mã bài báo: JHS - 193

Ngày nhận bài sửa: 11/04/2024

Ngày nhận bài: 15/03/2024

Ngày duyệt đăng: 20/04/2024

Ngày nhận phản biện: 27/03/2024

1. Đặt vấn đề

Theo chuẩn mực kế toán VAS 02 quy định, hàng tồn kho là những tài sản được giữ để bán trong kỳ sản xuất, kinh doanh bình thường, đang trong quá trình sản xuất, kinh doanh dở dang hoặc nguyên liệu, vật liệu, công cụ, dụng cụ để sử dụng trong quá trình sản xuất, kinh doanh hoặc cung cấp dịch vụ. Quản trị hàng tồn kho là một hoạt động quan trọng trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Việc quản trị hàng tồn kho hiệu quả giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí, giảm thiểu rủi ro, tăng doanh thu và lợi nhuận. Quản trị và sử dụng hợp lý các tài sản lưu động có ảnh hưởng rất quan trọng đến việc hoàn thành nhiệm vụ và mục tiêu đặt ra cho doanh nghiệp. Quản trị hàng tồn kho có ý nghĩa kinh tế quan trọng do hàng tồn kho là một trong những tài sản có giá trị lớn trong doanh nghiệp. Tồn kho nhiều sẽ đảm bảo sản xuất liên tục, tránh đứt quãng trên dây chuyền sản xuất, đảm bảo đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của người tiêu dùng trong bất cứ tình huống nào. Tuy nhiên, tồn kho quá nhiều sẽ dẫn đến các chi phí có liên quan đến lượng tồn kho tăng cao, đối với một số hàng hóa nếu dự trữ lâu sẽ bị hư hỏng, hao hụt giảm chất lượng. Ngược lại, nếu tồn kho ít hiệu quả sử dụng vốn sẽ tốt hơn nhưng quá trình sản xuất có thể sẽ bị ngưng trệ do thiếu hụt hàng tồn kho cho sản xuất. *Quản trị hàng tồn kho được định nghĩa là một tập hợp các hoạt động được các doanh nghiệp sử dụng để kiểm soát lượng hàng tồn kho của mình. Nó bao gồm việc ghi chép và theo dõi mức độ hàng tồn kho, dự đoán nhu cầu tương lai, và quyết định thời điểm và cách thức đặt hàng. Quản trị hàng tồn kho là cách thức tổ chức, lưu trữ và thay thế hàng tồn kho, nhằm duy trì nguồn cung hàng hóa đầy đủ đồng thời giảm thiểu chi phí (Daniel Atnafu & Assefa Balda, 2018).*

Bởi vậy, việc tổng quan ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả doanh nghiệp chỉ ra những bằng chứng thực nghiệm từ những nghiên cứu trước và đưa ra mô hình nghiên cứu đo lường ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp là cần thiết bổ sung cơ sở lý luận về quản trị hàng tồn kho từ đó góp phần nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của quản trị hàng tồn kho, cung cấp cho doanh nghiệp công cụ đánh giá hiệu quả quản trị hàng tồn kho.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết điểm hạn chế (Theory of Constraints -TOC) trong quản trị tồn kho

Lý thuyết điểm hạn chế - là một triết lý quản lý tập trung vào việc xác định và giải quyết các điểm hạn chế trong hệ thống để đạt được hiệu quả tối ưu. TOC được phát triển bởi Eliyahu M. Goldratt vào những năm 1980 và được ứng dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực, bao gồm quản trị tồn kho. TOC cho rằng mọi hệ thống đều có ít nhất một điểm hạn chế - là mắt xích yếu nhất trong hệ thống, ngăn cản hệ thống đạt được hiệu quả tối ưu. Trong quản trị tồn kho, điểm hạn chế có thể là do năng lực kho bãi. Kho bãi không đủ để chứa lượng hàng tồn kho cần thiết, sẽ dẫn đến tình trạng thiếu hụt hàng hóa hoặc do năng lực sản xuất không đáp ứng được nhu cầu thị trường sẽ dẫn đến tình trạng thiếu hụt hàng hóa hoặc nhu cầu thị trường biến động thất thường, đồng thời dẫn đến tình trạng dư thừa hoặc thiếu hụt hàng hóa. Khi xác định được điểm hạn chế, doanh nghiệp có thể tập trung nguồn lực để giải quyết nó, ví dụ như: Mở rộng kho bãi, nâng cao năng lực sản xuất, dự báo nhu cầu thị trường chính xác hơn. Nhờ đó, doanh nghiệp có thể giảm thiểu lượng hàng tồn kho cần thiết, từ đó giảm chi phí lưu kho. Việc giảm thiểu chi phí lưu kho và nâng cao hiệu quả hoạt động sẽ giúp doanh nghiệp tăng lợi nhuận, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường nhờ cung cấp sản phẩm đúng thời điểm, đúng số lượng với chất lượng tốt, giảm giá thành sản phẩm nhờ giảm chi phí lưu kho.

Lý thuyết Lean trong quản trị hàng tồn kho

Lý thuyết Lean, hay còn gọi là Lean Manufacturing, là một mô hình sản xuất tích hợp được phát triển từ chương trình nghiên cứu International Motor Vehicle Program của Viện Công nghệ Massachusetts (MIT). Mục tiêu của nghiên cứu này là nhằm thu hẹp khoảng cách hiệu suất giữa ngành công nghiệp ô tô phương Tây và Nhật Bản. Lean được phổ biến rộng rãi thông qua cuốn sách "The Machine that Changed the World" của Womack và các đồng sự vào năm 1990.

Lean Manufacturing được định nghĩa là một mô hình sản xuất tích hợp, kết hợp các công cụ, phương pháp và chiến lược đặc trưng trong phát triển sản phẩm, quản lý cung ứng và quản lý hoạt động sản xuất thành một thể thống nhất.

5 nguyên tắc của Lean giúp cắt giảm chi phí trong doanh nghiệp sản xuất

Nguyên tắc 1 - Tập trung vào quy trình: Trọng tâm của mọi sự thay đổi và cải tiến trong phương pháp Lean đều nằm ở quy trình. Đối với doanh nghiệp sản xuất, các quy trình rất quan trọng bởi nó sẽ quyết định nguồn lực sử dụng, thời gian sử dụng và chất lượng sản phẩm.

Nguyên tắc 2 - Tối đa giá trị, tối thiểu lãng phí: Trong Lean, các lãng phí được định nghĩa là những hành động không tạo ra giá trị. Phương pháp Lean tập trung loại bỏ các lãng phí đó, đồng thời tăng cường giá trị mang lại cho khách hàng để tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp thay vì hướng doanh nghiệp tăng lợi nhuận/sức mạnh bằng cách chi nhiều hơn.

Nguyên tắc 3 - Tiêu chuẩn hóa công việc: Trong Lean, doanh nghiệp sẽ cần tiêu chuẩn các nhiệm vụ (tiêu chuẩn về thời gian, kết quả, quy trình xử lý...). Khi tiêu chuẩn hóa, doanh nghiệp sẽ đạt được kết quả là chất lượng sản phẩm nhất quán, giảm các chi phí gây ra do sản phẩm lỗi.

Nguyên tắc 4 - Tạo dòng chảy: "Dòng chảy" có nghĩa là một quy trình mà trong đó sản phẩm chạy qua từng bước theo một trình tự xác định, một cách tuần tự, theo tốc độ yêu cầu của khách hàng. Khi điều này được đạt được, doanh nghiệp giảm thiểu những yếu tố phát sinh có thể gây lãng phí trong quy trình, giảm thiểu thời gian chờ và tăng tính linh hoạt cho quy trình.

Nguyên tắc 5 - Giải quyết vấn đề nhanh chóng: Trong Lean, chúng ta nhìn nhận vấn đề như cơ hội để cải tiến. Thay vì nhảy vào giải pháp, chúng ta giải quyết các nút thắt theo một trình tự khoa học Plan-Do-Check-Act: Đi từ xác định nguyên nhân gốc rễ của vấn đề, phát triển giải pháp, triển khai giải pháp, kiểm tra kết quả, đến áp dụng phương pháp mới. Nhờ vậy, các nút thắt được tháo nhanh hơn, giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian và nguồn lực.

2.2. Tổng quan nghiên cứu

Nhiều nghiên cứu khác nhau về mối quan hệ giữa quản trị hàng tồn kho và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp. Các nghiên cứu được thực hiện trong nhiều ngành công nghiệp và khu vực địa lý khác nhau, từ ngành thực phẩm ở Ba Lan đến ngành

sản xuất tại Mỹ và Malaysia... Các phương pháp nghiên cứu đa dạng gồm phân tích hồi quy tuyến tính sử dụng phần mềm SPSS, phân tích Anova, phân tích dữ liệu bảng, mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Kết quả từ các nghiên cứu cho thấy mối quan hệ giữa quản trị hàng tồn kho và lợi nhuận không phải lúc nào cũng nhất quán. Nhiều nghiên cứu như Golaś (2020), Koumanakos (2008), Sekeroglu & Altan (2014) và Adebola et al (2019) đều nhấn mạnh mối quan hệ tương quan tích cực giữa các phương pháp quản trị hàng tồn kho hiệu quả và cải thiện hiệu quả tài chính. Một số nghiên cứu như của Shin và cộng sự (2015) và Sunday & Joseph (2017) đã chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa tỷ lệ quay vòng hàng tồn kho và lợi nhuận, trong khi các nghiên cứu khác như của Kontuś (2014) không tìm thấy mối quan hệ đáng kể. Các nghiên cứu của Golaś (2020) và Koumanakos (2008) cũng cho thấy mối quan hệ tích cực giữa quản trị hàng tồn kho hiệu quả và lợi nhuận gộp cũng như mối quan hệ tiêu cực giữa số ngày tồn kho và tỷ suất sinh lời trên tài sản. Các nghiên cứu khác như của Shin & Jun (2016) và Karim, Nawawi & Salin (2018) cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho thấy quản trị tồn kho hiệu quả có thể cải thiện lợi nhuận trong dài hạn và rằng việc giảm số ngày lưu kho có thể cải thiện hiệu suất doanh nghiệp. NdiranguKung'u (2016) khuyến nghị các công ty nên áp dụng và duy trì hệ thống kiểm soát hàng tồn kho tốt như số lượng đặt hàng kinh tế (EOQ) và sản xuất đúng lúc (JIT) để tăng lợi nhuận. Shahabuddin (2011) cho thấy các công ty áp dụng phương pháp quản lý chuỗi cung ứng (SCM) có hiệu suất tài chính tốt hơn so với những công ty không áp dụng. Sekeroglu & Altan (2014) tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa tỷ lệ quay vòng hàng tồn kho và lợi nhuận trong ngành thực phẩm nhưng không tìm thấy mối quan hệ này trong ngành dệt may và bán lẻ. Cụ thể:

Thứ nhất, ảnh hưởng tích cực của quản trị hàng tồn kho đến kết quả tài chính:

Shahabuddin (2011) thực hiện nghiên cứu 11 công ty có quy trình chuỗi cung ứng và 11 công ty không có quy trình chuỗi cung ứng. Tác giả so sánh các chỉ số tài chính của các công ty sử dụng phương pháp SCM và các công ty không sử dụng phương pháp SCM. Kết quả của nghiên cứu cho thấy các

công ty áp dụng phương pháp SCM có hiệu suất tài chính tốt hơn so với những công ty không áp dụng. Cụ thể, các công ty sử dụng SCM có ít ngày tồn kho hơn, tỷ lệ quay vòng hàng tồn kho cao hơn, tỷ lệ lợi nhuận gộp so với doanh thu cao hơn, và hiệu suất sử dụng tài sản tốt hơn.

Salawati & Kadri (2012) đã tiến hành nghiên cứu nhằm đánh giá mối quan hệ giữa quản trị tồn kho và hiệu quả tài chính của các công ty xây dựng tại Malaysia. Dữ liệu tài chính của 82 công ty xây dựng được thu thập trong giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2010 để phân tích. Kết quả nghiên cứu cho thấy mối quan hệ tiêu cực giữa số ngày tồn kho và tỷ suất sinh lợi trên tài sản (ROA). Điều này có nghĩa là quản trị tồn kho hiệu quả, thể hiện qua việc giảm số ngày tồn kho, sẽ dẫn đến hiệu quả hoạt động cao hơn (ROA cao hơn). Ngoài ra, nghiên cứu cũng chỉ ra mối quan hệ tích cực quản trị hàng tồn kho và cường độ vốn. Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng về tầm quan hệ then chốt giữa quản trị tồn kho và hiệu quả tài chính trong ngành xây dựng Malaysia. Kết quả nghiên cứu gợi ý rằng, các công ty xây dựng nên tập trung vào việc cải thiện quản trị tồn kho thông qua các biện pháp như giảm số ngày tồn kho để nâng cao hiệu quả hoạt động và lợi nhuận.

Shin và cộng sự (2015) thu thập bộ dữ liệu I từ năm 2005 đến 2007 với 1,289 công ty và 3,867 quan sát và Bộ dữ liệu II mở rộng từ năm 2005 đến 2012 với 959 công ty và 7,672 quan sát. Nghiên cứu này loại bỏ dữ liệu từ năm 2008 để tránh ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính và nhiều công ty đã bị hủy niêm yết khỏi thị trường chứng khoán, điều này có thể làm méo mó kết quả nghiên cứu. Vì vậy, để đảm bảo tính chính xác và tính cân nhắc của dữ liệu, các tác giả đã quyết định kết thúc bộ dữ liệu I vào năm tài chính 2007. Kết quả của nghiên cứu cho thấy, mối quan hệ đảo ngược đáng kể giữa tỷ lệ quay vòng của hàng tồn kho và tỷ lệ lợi nhuận trên doanh thu, tức là tỷ lệ quay vòng hàng tồn kho cao hơn (quản trị tồn kho hiệu quả hơn) có xu hướng đạt được tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu cao hơn. Kết quả này được chứng minh qua cả hai phân tích cho hai bộ dữ liệu và cho thấy rằng việc quản trị tồn kho hiệu quả có tác động tích cực đến lợi nhuận của công ty. Ngoài ra, quy mô công ty cũng có ảnh

hưởng đến lợi nhuận, với công ty nhỏ có khả năng hưởng lợi nhiều hơn từ việc tăng cường hiệu quả quản trị tồn kho so với công ty vừa và lớn.

Shin và cộng sự (2016) sử dụng dữ liệu lưu trữ kinh tế từ năm 1958 đến 1999 cho 14 ngành công nghiệp sản xuất tại Mỹ. Kết quả của nghiên cứu cho thấy một mức độ tồn kho thấp hơn, cụ thể là tỷ lệ tồn kho so với doanh số bán hàng thấp hơn, có tác động tích cực đến lợi nhuận của ngành công nghiệp. Nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho thấy, quản trị tồn kho hiệu quả có thể cải thiện lợi nhuận trong dài hạn. Nó cũng chỉ ra rằng, việc giảm tồn kho hàng thành phẩm có lợi cho ngành kim loại cơ bản và kim loại đã qua chế tác, trong khi ngành sản phẩm dầu mỏ và than chủ yếu bị ảnh hưởng bởi sự giảm tồn kho hàng đang sản xuất.

Shardeo (2015) cung cấp bằng chứng về ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến hiệu quả của doanh nghiệp trong thị trường đang phát triển như Ai Cập bằng phân tích thống kê mô tả và mô hình hồi quy đa biến sử dụng phần mềm Eviews 12 dữ liệu từ thị trường chứng khoán Ai Cập năm 2013-2021 với kết quả vòng quay hàng tồn kho có tác động tích cực đến ROA và ROE

NdiranguKung'u (2016) khảo sát thông qua bảng câu hỏi với mẫu gồm 71 công ty công nghiệp và liên minh 399 công ty ở thành phố Nairobi và các khu vực lân cận. Kết quả nghiên cứu cho thấy có mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa giữa thực hành kiểm soát hàng tồn kho và lợi nhuận của công ty, với hệ số tương quan là 0.601 và mức ý nghĩa 0.01, R^2 là 0.361, có nghĩa là 36.1% sự biến thiên trong lợi nhuận có thể được giải thích bởi sự thay đổi trong thực hành kiểm soát hàng tồn kho. F-value trong phân tích ANOVA là 48.909 với p-value là 0.000, cho thấy mô hình tổng thể có ý nghĩa trong việc dự đoán lợi nhuận. Từ kết quả này, nghiên cứu khuyến nghị các công ty nên áp dụng và duy trì hệ thống kiểm soát hàng tồn kho tốt như EOQ và JIT để duy trì mức tồn kho lý tưởng, từ đó tăng lợi nhuận.

Sunday & Joseph (2017) khảo sát 30 doanh nghiệp ăn nhanh/ăn uống, siêu thị và các công ty sản xuất đồ nội thất tại quốc gia Nigeria. Kết quả của nghiên cứu cho thấy, có mối quan hệ tích cực đáng kể giữa tỷ lệ quay vòng hàng tồn kho và lợi nhuận, điều này có nghĩa là các doanh nghiệp có tỷ

lệ luân chuyển hàng tồn kho cao hơn có xu hướng có hiệu suất tài chính tốt hơn. Ngoài ra, nghiên cứu này cũng chỉ ra ảnh hưởng tiêu cực không đáng kể giữa thời gian luân chuyển hàng tồn kho và lợi nhuận tức là thời gian chuyển đổi nguyên liệu thô thành sản phẩm hoàn chỉnh và bán cho khách hàng càng lâu thì lợi nhuận của doanh nghiệp càng giảm. Nghiên cứu giúp khẳng định mối quan hệ giữa quản trị hàng tồn kho và lợi nhuận của các nhỏ và vừa, cung cấp thông tin hữu ích cho việc quản trị hàng tồn kho hiệu quả nhằm cải thiện lợi nhuận và hiệu suất kinh doanh.

Atnafu & Balda (2018) khảo sát 188 doanh nghiệp siêu nhỏ và nhỏ. Kết quả của nghiên cứu này cho thấy, việc thực hành quản trị tồn kho có ảnh hưởng tích cực đến lợi thế cạnh tranh và hiệu suất tổ chức của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành sản xuất. Các phương pháp quản trị tồn kho như: Phân tích ABC, Số lượng đặt hàng kinh tế (EOQ), Dự báo nhu cầu và Kỹ thuật JIT (Just in Time) khi được áp dụng có thể cải thiện khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua việc cung cấp giá cả tốt hơn, chất lượng sản phẩm cao hơn và giao hàng đúng hạn.

Karim & Salin (2018) nghiên cứu công ty tại 3 công ty sản xuất dầu nhớt tại Malaysia, dữ liệu từ báo cáo tài chính 2008-2012. Nghiên cứu này sử dụng khung kiểm soát nội bộ - COSO 2013 như một công cụ để đánh giá hiệu quả của các quy trình và thủ tục trong quản trị tồn kho. Các tác giả đã áp dụng phân tích tài liệu làm phương pháp nghiên cứu chính để đánh giá hiệu quả quản trị tồn kho. Kết quả cho thấy, quản trị hàng tồn kho hiệu quả có ảnh hưởng tích cực đến hiệu suất tài chính của công ty nhưng mối liên kết này không quá đáng kể. Tuy nhiên, việc giảm số ngày lưu kho của hàng tồn kho có thể cải thiện hiệu suất doanh nghiệp. Các tác giả khuyến nghị doanh nghiệp cần tăng cường nhận thức về gian lận trong quản trị tồn kho và cải thiện văn hóa đạo đức nghề nghiệp để ngăn chặn các hành vi gian lận như: trộm cắp hàng tồn kho, điều chỉnh hàng tồn kho sai lệch, thông đồng với các bên khác v.v...

Adebola và cộng sự (2019) nghiên cứu báo cáo thường niên của doanh nghiệp International Breweries Plc trong thời gian 10 năm. Kết quả của nghiên cứu cho thấy một mối quan hệ tích cực và

mạnh mẽ giữa tỷ lệ quay vòng của hàng tồn kho và lợi nhuận gộp với hệ số tương quan là 85.3% và R^2 là 72.7%. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất các doanh nghiệp nên tập trung cải thiện hệ thống quản trị hàng tồn kho để góp phần cải thiện lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Golaś (2020) sử dụng dữ liệu chưa được công bố từ Văn phòng Thống kê Trung ương Ba Lan (CSO) về tình hình tài chính của ngành thực phẩm và các phân ngành của nó, bao gồm 27 phân ngành thực phẩm từ năm 2005 đến năm 2017. Kết quả nghiên cứu này cho thấy, gia tăng số ngày tồn kho có tác động tiêu cực đến tỷ suất sinh lời trên tài sản. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng cho thấy mặc dù hướng tác động của các loại hàng tồn kho là cùng nhau nhưng nhóm sản phẩm dở dang thì tỷ lệ tác động tiêu cực lớn nhất đến tỷ suất sinh lời trên tài sản.

Thứ hai, không có ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả tài chính

Bên cạnh những nghiên cứu tìm thấy ảnh hưởng tích cực của quản trị hàng tồn kho đến hiệu quả doanh nghiệp thì có những nghiên cứu không thấy được kết quả ảnh hưởng của mối quan hệ này. Koumanakos (2008) sử dụng dữ liệu tài chính của tất cả các doanh nghiệp vừa và lớn tại Hy Lạp. Mẫu nghiên cứu bao gồm dữ liệu từ 1,358 doanh nghiệp trong giai đoạn từ năm 2000 đến 2002 với 3,727 quan sát. Các doanh nghiệp được chọn thuộc ba ngành công nghiệp đại diện là thực phẩm, dệt may và hóa chất. Kết quả của nghiên cứu cho thấy một mối quan hệ tuyến tính mạnh mẽ giữa việc quản trị hàng tồn kho theo nguyên tắc lean và hiệu suất tài chính chỉ tồn tại trong ngành hóa chất cho các năm 2000 và 2001 nhưng không tìm thấy mối quan hệ này trong ngành thực phẩm hoặc dệt may. Tương tự, Sekeroglu & Altan (2014) tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa quản trị tồn kho và lợi nhuận trong lĩnh vực thực phẩm, trong khi không tìm thấy mối quan hệ đáng kể trong lĩnh vực dệt may hoặc bán buôn và bán lẻ khi thực hiện nghiên cứu 3 nhóm ngành dệt may (16 doanh nghiệp), thực phẩm (14 doanh nghiệp) và bán buôn bán lẻ (11 doanh nghiệp). Có thể có nhiều lý do cho việc không tìm thấy mối quan hệ này, bao gồm đặc thù của ngành, cấu trúc thị trường và các yếu tố kinh tế vĩ mô khác nhau. Chẳng hạn trong ngành dệt may, có thể có

sự cạnh tranh cao, thay đổi nhanh chóng về mẫu mã và xu hướng, hoặc các yếu tố khác như chi phí lao động và nguyên liệu đầu vào có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận hơn là quản trị hàng tồn kho. Trong ngành bán lẻ, sự biến động của nhu cầu và sự đa dạng của sản phẩm có thể làm cho việc quản trị hàng tồn kho trở nên phức tạp hơn nên hiệu quả của quản trị có thể tác động không nhiều đến lợi nhuận doanh nghiệp. Cùng kết quả với những nghiên cứu này Kontuš, E. (2014) khảo sát 101 doanh nghiệp Croatia, bao gồm 51 doanh nghiệp lớn và 50 doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs). Kết quả của nghiên cứu không tìm thấy mối quan hệ thống kê có ý nghĩa giữa mức độ tồn kho và khả năng sinh lời của doanh nghiệp.

Thứ ba, các nghiên cứu sử dụng các kỹ thuật nghiên cứu khác nhau

Các nghiên cứu sử dụng nhiều kỹ thuật khác nhau, bao gồm phân tích hồi quy, phân tích tương quan và mô hình phương trình cấu trúc (SEM), mô hình hồi quy dữ liệu mảng để tìm hiểu ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả tài chính. Các kỹ thuật phân tích dữ liệu từ các nguồn khác nhau, chẳng hạn như báo cáo tài chính, khảo sát và cơ sở dữ liệu như Cục Thống kê Trung ương Ba Lan hoặc cơ sở dữ liệu ICAP dành cho các công ty Hy Lạp hay dữ liệu của các quốc gia thuộc bối cảnh nghiên cứu của các tác giả.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả doanh nghiệp còn thiếu vắng. Thăng & Hương (2019) nghiên cứu 19 doanh nghiệp ngành dệt may niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam trong giai đoạn từ 2014 đến 2017 cho thấy, kết quả quản trị hàng tồn kho có tác động tích cực đến khả năng sinh lời của các doanh nghiệp ngành dệt may Việt Nam. Cùng kết quả nghiên cứu, Nam và công sự (2022) thực hiện nghiên cứu các DN niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam giai đoạn 2016-2020 cho thấy, thời gian luân chuyển hàng tồn kho có mối quan hệ ngược với kết quả kinh doanh ROA của doanh nghiệp.

3. Phương pháp nghiên cứu

Để xây dựng được mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh doanh nghiệp, tác giả tiến hành tổng quan các công trình nghiên cứu trước đây, trong nước và

quốc tế có liên quan đến quản trị hàng tồn kho, xem vấn đề được nghiên cứu ở khía cạnh nào, cơ sở lý thuyết, phương pháp nghiên cứu, bối cảnh nghiên cứu, kết quả nghiên cứu là gì... Tác giả tìm tài liệu nghiên cứu chủ yếu trên các trang tài liệu lớn như: www.scholar.google.com, www.sciencedirect.com. Trong mỗi nghiên cứu liên quan, tác giả cố gắng tìm hiểu bối cảnh nghiên cứu, cơ sở lý thuyết của nghiên cứu, nội dung thông tin về quản trị hàng tồn kho, kết quả kinh doanh doanh nghiệp, phương pháp thực hiện nghiên cứu, kết quả nghiên cứu, hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai. Những nội dung này được tổng hợp vào bảng tổng quan các tài liệu với các cột định sẵn. Tiếp đó, tác giả tiến hành chia nhóm các kết quả của các nghiên cứu thành 2 nhóm: nhóm có ảnh hưởng tích cực và nhóm không có kết quả. Sau khi chia nhóm, tác giả tìm hiểu lý do tại sao lại có sự khác biệt và tìm hiểu sự khác biệt về các biến độc lập, biến phụ thuộc và biến kiểm soát trong các nghiên cứu. Cuối cùng, tác giả lựa chọn được hướng nghiên cứu, làm rõ khái niệm và đo lường quản trị hàng tồn kho, kết quả kinh doanh doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, xác định các biến cho phù hợp cho mô hình nghiên cứu về ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

4. Đề xuất mô hình ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh doanh nghiệp

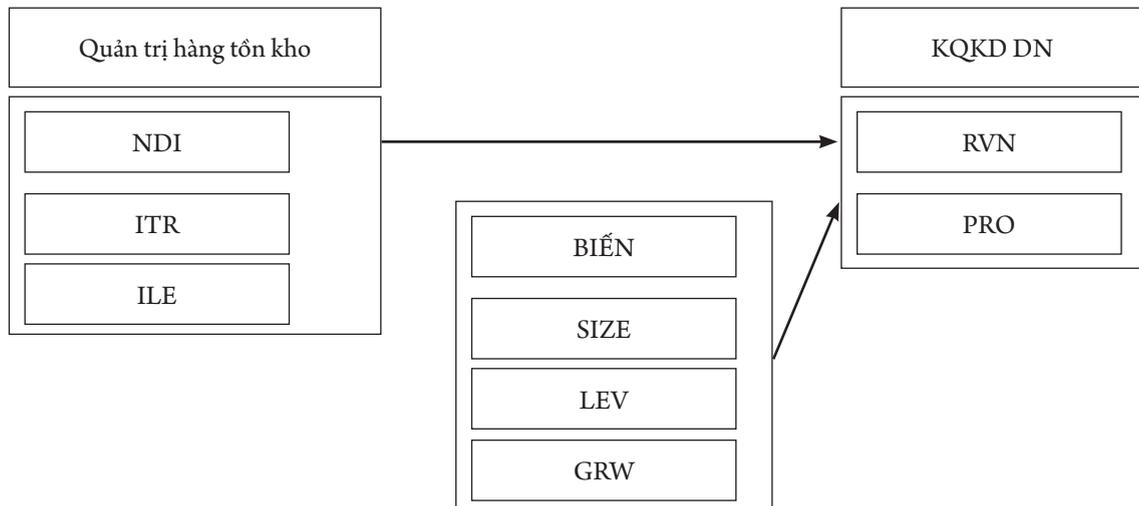
Lý thuyết tinh gọn và lý thuyết điểm hạn chế đều hướng tới việc tối ưu hóa hiệu quả và giảm thiểu lãng phí cho doanh nghiệp góp phần nâng cao hiệu quả doanh nghiệp. Tuy nhiên, như đã trình bày ở trên, ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến lợi nhuận không phải lúc nào cũng nhất quán. Nhiều nghiên cứu đều nhấn mạnh ảnh hưởng tích cực của quản trị hàng tồn kho hiệu quả đến hiệu quả tài chính trong khi các nghiên cứu khác như của Kontuš (2014) không tìm thấy ảnh hưởng này. Câu hỏi đặt ra là nên hay không nên thực hành quản trị hàng tồn kho. Liệu rằng những lợi ích mà quản trị hàng tồn kho thu được có đủ để bù đắp những chi phí mà doanh nghiệp đã bỏ ra. Dựa trên thuyết tinh gọn và thuyết điểm hạn chế cùng với tham khảo kết quả nghiên cứu của Gołaś (2020), Koumanakos (2008), Sekeroglu & Altan (2014) và Adebola và cộng sự (2019). (2019) tác giả dự đoán rằng, quản

trị hàng tồn kho có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy, tác giả xây dựng giả thuyết:

H1: Quản trị hàng tồn kho có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Từ giả thuyết nghiên cứu tác giả xây dựng mô hình định lượng để kiểm tra tác động của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp với các biến kiểm soát quy mô, đòn bẩy tài chính và tốc độ tăng trưởng của DN.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả đề xuất

Xác định biến quản trị hàng tồn kho

Có nhiều thang đo để quản trị hàng tồn kho của doanh nghiệp. Biến số ngày tồn kho (NDI), tỷ lệ quay vòng của hàng tồn kho (ITR) và độ tinh gọn hàng tồn kho (ILE) được lựa chọn bởi đây là các biến được nhiều nghiên cứu lựa chọn để đo lường hiệu quả quản trị hàng tồn kho (Koumanakos, 2008; Sekeroglu & Altan, 2014; Shardeo, 2015; Sunday & Joseph, 2017; Zbigniew Gołaś, 2020).

Xác định biến kết quả kinh doanh

Kết quả kinh doanh trong nghiên cứu này tác giả lựa chọn là biến doanh thu (RVN) và biến lợi nhuận (PRO) là chỉ tiêu đại diện kết quả kinh doanh của doanh nghiệp (Adebola và cộng sự, 2019).

Xác định các biến kiểm soát

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng các biến quy mô DN (SIZE), đòn bẩy tài chính (LEV) và tăng trưởng doanh thu (GRW) biến kiểm soát của mô hình bởi đây là các biến được nhiều tác giả sử dụng khi phân tích ảnh hưởng quản trị hàng tồn kho đến hiệu quả tài chính doanh nghiệp. Theo các tác giả, mối quan hệ giữa quản trị hàng tồn kho và hiệu quả doanh nghiệp bị chi phối bởi đặc thù khác nhau như quy mô doanh nghiệp (Gołaś, 2020; Shardeo,

2015; Shin và cộng sự, 2015), đòn bẩy tài chính (Shardeo, 2015; Shin và cộng sự, 2015; Gołaś, 2020) và tốc độ tăng trưởng doanh thu.

Quy mô doanh nghiệp (SIZE). Quy mô doanh nghiệp là biến kiểm soát được được nhiều tác giả sử dụng khi nghiên cứu ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến hiệu quả tài chính doanh nghiệp (Shardeo, 2015; Shin và cộng sự, 2015; Gołaś, 2020). Shin & cộng sự (2015) chỉ ra rằng, ở những doanh nghiệp có quy mô nhỏ thì ảnh hưởng của mức tồn kho đến lợi nhuận nhiều hơn. Nghiên cứu cho rằng, các doanh nghiệp quy mô nhỏ có thể nhận được lợi ích lớn hơn từ việc tăng hiệu quả quản lý hàng tồn kho so với các doanh nghiệp quy mô trung bình và lớn. Theo Mesut Doğan (2013) để đo lường quy mô doanh nghiệp các nghiên cứu thường dùng logarit tổng tài sản, logarit doanh thu hoặc logarit tổng lao động.

Đòn bẩy tài chính (nợ vay/vốn) (LEV). Đòn bẩy tài chính cũng được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng là biến kiểm soát để kiểm tra mối quan hệ quản trị hàng tồn kho và hiệu quả tài chính doanh nghiệp (Shardeo, V., 2015); Gołaś, Z., 2020). Các tác giả cũng lập luận rằng khi doanh nghiệp chịu sự

chi phối của các chủ nợ thì khi đó HQTC của doanh nghiệp cũng có thể bị ảnh hưởng. Mức độ ảnh hưởng phụ thuộc vào mức độ minh bạch của thông tin. Vì vậy, trong nghiên cứu này, tác giả lựa chọn biến đòn bẩy tài chính là biến kiểm soát trong mô hình để thấy được ảnh hưởng quản trị hàng tồn kho đến hiệu quả tài chính với những doanh nghiệp có đặc thù về vốn khác nhau. Đòn bẩy tài chính được các nghiên cứu đo lường bằng tỷ lệ nợ/ vốn hoặc tỷ lệ nợ/ tổng tài sản.

Tăng trưởng doanh thu (GRW). Trong nghiên cứu của Zeitun (2014) về cấu trúc vốn và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp ở các quốc gia vùng vịnh cho thấy tăng trưởng doanh thu có ảnh hưởng rất tích cực đến hiệu quả doanh nghiệp. Theo lý giải của tác giả doanh nghiệp có tỷ lệ tăng trưởng cao sẽ có kết quả tốt hơn do họ có thể có nhiều cơ hội đầu tư và lợi nhuận nhiều hơn.

Để kiểm tra giả thuyết quản trị hàng tồn kho ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh doanh nghiệp tác giả xây dựng các phương trình hồi quy như sau:

Mô hình 1: $RVN_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 NDI_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GRW_{i,t} + u_{i,t}$

Mô hình 2: $RVN_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ITR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GRW_{i,t} + u_{i,t}$

Mô hình 3: $RVN_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ILE_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GRW_{i,t} + u_{i,t}$

Mô hình 4: $RPO_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 NDI_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GRW_{i,t} + u_{i,t}$

Mô hình 5: $RPO_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ITR_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GRW_{i,t} + u_{i,t}$

Mô hình 6: $RPO_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ILE_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 LEV_{i,t} + \beta_4 GRW_{i,t} + u_{i,t}$

Trong đó, RVN và RPO lần lượt là biến doanh thu và lợi nhuận đại diện cho biến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, biến NDI, ITR, ILE lần

lượt là số ngày lưu kho, tỷ lệ quay vòng của hàng tồn kho, độ tinh gọn của hàng tồn kho là đại diện của biến hiệu quả quản trị hàng tồn kho, biến SIZE, LEV, GRW là các biến kiểm soát của mô hình.

5. Kết luận

Nghiên cứu thực hiện tổng hợp cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu với mục tiêu xây dựng mô hình khám phá và khẳng định ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Với kết quả nghiên cứu, tác giả thấy rằng các nghiên cứu đã chỉ ra ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến hiệu quả tài chính có thể khác nhau giữa các ngành công nghiệp và khu vực địa lý. Vì vậy, cần có thêm nhiều nghiên cứu để phân tích mối quan hệ này một cách chi tiết hơn cho từng ngành công nghiệp và khu vực cụ thể. Điều này sẽ giúp các doanh nghiệp trong từng ngành có thể áp dụng các phương pháp quản trị hàng tồn kho phù hợp nhất để tối ưu hóa hiệu quả hoạt động. Ngoài ra, số lượng nghiên cứu về ảnh hưởng quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp tại Việt Nam còn hạn chế nên cần có thêm nhiều nghiên cứu trong bối cảnh cụ thể của Việt Nam để có thể đưa ra những khuyến nghị phù hợp cho các doanh nghiệp Việt Nam. Từ những lý do đó, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp nhằm cung cấp khuôn khổ lý thuyết về ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh doanh nghiệp, từ đó giúp các nhà nghiên cứu các nhà quản lý và các bên liên quan hiểu rõ hơn tầm quan trọng của quản trị hàng tồn kho đối với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Tác giả kỳ vọng, trong các nghiên cứu tiếp theo sẽ khảo sát số liệu thực tế của các doanh nghiệp Việt Nam dựa trên mô hình này để có thể đưa ra bằng chứng thực tế về ảnh hưởng của quản trị hàng tồn kho đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

- Adebola và cộng sự (2019). Inventory Management: An Impetus for Increased Profitability in Manufacturing Firms. *International Journal of Accounting, Finance and Risk Management*, 2019; 4(4): 110-115
- Atnafu, D., & Balda, A. (2018). The impact of inventory management practice on firms' competitiveness and organizational performance: Empirical evidence from micro and small enterprises in Ethiopia. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1503219
- Thang, Đ.V. & Hương, P.T.D. (2019). Ảnh hưởng của hiệu quả quản trị tồn kho lên khả năng sinh lời của các doanh nghiệp ngành dệt may niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Tạp chí khoa học kinh tế - số 7(02) - 2019*
- Golaś, Z. (2020). The effect of inventory management on profitability: evidence from the Polish food industry: Case study. *Agricultural Economics*, 66, 2020 (5), 234-242.
- Kontuš, E. (2014). Management of inventory in a company. *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 27(2), 245-256
- Koumanakos, D. P. (2008). The effect of inventory management on firm performance. *International journal of productivity and performance management*, 57(5), 355-369.
- NdiranguKung'u, J. (2016). Effects of inventory control on profitability of industrial and allied firms in Kenya. *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, 7(6), 9-15
- Norazira, A.K., Anuar, N., Ahmad, S. A.P. (2017). "Inventory management effectiveness of a manufacturing company- Malaysian evidence". *International Journal of Law and Management*, <https://doi.org/10.1108/IJLMA-04-2017-0094>
- Nam, N.H.P. và cộng sự (2020). Tác động của quản trị hàng tồn kho đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp được niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. *Tạp chí Công Thương*, số 4 (03)-2022
- Salawati, S., Tinggi, M., & Kadri, N. (2012). Inventory management in Malaysian Construction firms: impact on performance. *SIU Journal of Management*, 2(1), 59-72
- Sekeroglu, G., & Altan, M. (2014). The relationship between inventory management and profitability: A comparative research on Turkish firms operated in weaving industry, eatables industry, wholesale and retail industry. *International Journal of Mechanical and Industrial Engineering*, 8(6), 1698-1703
- Shahabuddin, S. (2011). Supply chain management and its effect on company's performance. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 8(1), 101-117
- Shardeo, V. (2015). Impact of Inventory Management on the Financial Performance of the firm. *IOSR Journal of Business and Management*, 17(4), 1-12
- Shin, H., Wood, C. C., & Jun, M. (2016). Does effective inventory management improve profitability?: Empirical evidence from US manufacturing industries. *International Journal of Information Systems and Supply Chain Management (IJISSCM)*, 9(3), 26-45
- Shin, S., Ennis, K. L., & Spurlin, W. P. (2015). Effect of inventory management efficiency on profitability: Current evidence from the US manufacturing industry. *Journal of Economics and Economic Education Research*, 16(1), 98
- Sunday, O., & Joseph, E. E. (2017). Inventory management and SMEs profitability. A study of furniture manufacturing, wholesale and eatery industry in Delta State, Nigeria. *Journal of Finance and Accounting*, 5(3), 75-79.

QUY ĐỊNH BÀI VIẾT GỬI ĐĂNG TRÊN TẠP CHÍ NGUỒN NHÂN LỰC VÀ AN SINH XÃ HỘI CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG – XÃ HỘI

I. HÌNH THỨC CỦA BÀI BÁO

- Bài viết bằng tiếng Việt, soạn thảo trên Word, font Times New Roman (Unicode); cỡ chữ 12; trên khổ giấy A4; lề trên, dưới, trái, phải: 2,54 cm; giãn dòng: 1,5 lines. Mật độ chữ bình thường, không được nén hoặc kéo giãn khoảng cách giữa các chữ.

- Nội dung bài viết cô đọng, súc tích, theo cấu trúc của bài báo khoa học; không quá 15 trang đánh máy giấy A4 (bao gồm cả bảng biểu, hình vẽ, chú thích, tài liệu tham khảo).

II. KẾT CẤU VÀ CÁC THÀNH PHẦN NỘI DUNG CỦA BÀI BÁO

1. Tên bài báo: tên bài báo cần phải ngắn gọn (không nên quá 20 chữ/words), rõ ràng và phải phản ánh nội dung chính của bài báo. Tên bài báo phải viết chữ in hoa, cỡ chữ 12, in đậm, căn giữa trang.

2. Tên tác giả, cơ quan công tác, địa chỉ email (Trường hợp có nhiều tác giả cũng nêu đầy đủ).

3. Tóm tắt bài viết: phần tóm tắt bài báo gồm 2 phần tiếng Việt và tiếng Anh. Tóm tắt bằng tiếng Việt có độ dài từ 150 đến 250 từ, phản ánh khái quát những nội dung chính trong bài báo và thể hiện rõ những kết quả, đóng góp, điểm mới của bài báo.

4. Từ khóa: từ khóa là những từ được cho là quan trọng đối với nội dung nghiên cứu đặc trưng cho chủ đề của bài viết đó. Tác giả đưa ra một số từ khóa (khoảng 3 - 6 từ khóa) của bài viết. Từ khóa có cỡ chữ 12, chữ thường, cách mỗi từ là dấu phẩy.

5. Nội dung bài báo: có thể có hình thức khác nhau nhưng đảm bảo các nội dung sau: Giới thiệu; Tổng quan nghiên cứu và hoặc cơ sở lý thuyết; Phương pháp nghiên cứu; Kết quả nghiên cứu (Thực trạng vấn đề nghiên cứu); Kết luận hoặc /và giải pháp/khuyến nghị/hàm ý và Tài liệu tham khảo.

III. CÁC QUY ĐỊNH VỀ KỸ THUẬT TRÌNH BÀY

1. Quy định về đánh số đề mục

Trong phần nội dung chính của bài viết, các đề mục lớn phải là chữ in đậm, căn trái và được đánh số liên tục theo chữ số Ả-rập. Các tiểu mục cấp 1 (ví dụ: 1.1) là chữ in đậm và nghiêng. Các tiểu mục cấp 2 (ví dụ: 1.1.1) là chữ in nghiêng nhưng không in đậm.

2. Quy định về trình bày bảng biểu, hình vẽ, ký hiệu, công thức

Quy định trình bày bảng, hình vẽ

• Các bảng dữ liệu trình bày trong bài báo được ghi thống nhất là Bảng. Các bảng dữ liệu phải là định dạng bảng (table) trong phần mềm Microsoft Word.

• Các đồ thị, biểu đồ, sơ đồ trong bài báo được ghi thống nhất là Hình.

• Các bảng/hình trong bài báo phải được dẫn nguồn.

3. Quy định về trình bày trích dẫn, tài liệu tham khảo

Việc trích dẫn tài liệu tham khảo được thể hiện ở trích dẫn trong bài và tài liệu tham khảo. Tạp chí áp dụng cách trích dẫn kiểu APA.

IV. HÌNH THỨC GỬI BÀI, NHẬN BÀI

Bài viết gửi về Ban Biên tập theo địa chỉ email: tapchinguonnhanluc@ulsa.edu.vn

- Quy định thể lệ viết bài Tạp chí, tác giả vui lòng xem chi tiết tại website của Trường:

<http://ulsa.edu.vn/>



TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
LAO ĐỘNG - XÃ HỘI