



TẠP CHÍ

NGUỒN NHÂN LỰC VÀ AN SINH XÃ HỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

ISSN 2815 - 5610

- ▶ *Gamification và ứng dụng của nó trong hoạt động quản trị nhân lực*
- ▶ *Hoạt động công tác xã hội với người khuyết tật vận động tại thị trấn Cẩm Khê, huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ*
- ▶ *Ảnh hưởng của nhận thức xanh tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội*

SỐ 19
06/2023

<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 19 - Tháng 06/2023

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

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 *Gamification và ứng dụng của nó trong hoạt động quản trị nhân lực*
Phan Thị Yến Lai, Đoàn Thị Quyên
- 11 *Hoạt động công tác xã hội với người khuyết tật vận động tại thị trấn Cẩm Khê, huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ*
Đặng Thị Lan Anh, Chu Thị Huyền Yến, Hoàng Đức Trà My
- 23 *Ảnh hưởng của nhận thức xanh tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội*
Trần Thị Phương Hiền
- 36 *Hoạt động công tác xã hội trong phòng chống bạo lực gia đình đối với phụ nữ huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn*
Nguyễn Thị Huệ
- 51 *Quản lý nhà nước về nhà ở xã hội của Thành phố Hà Nội hiện nay*
Nguyễn Thị Giáng Hương, Triệu Thị Trinh, Nguyễn Thị Nguyệt, Hà Thị Trang

**JOURNAL OF HUMAN
RESOURCES AND SOCIAL
PROTECTION**



Monthly Publication
Vol 19 - 06/2023

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

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: phongkhhtqt@ulsa.edu.vn

Publishing License

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

Printed at Vietcolor Ltd. Company.

TABLE OF CONTENTS:

- 2** *Gamification and its application in human resource management*
Phan Thi Yen Lai, Doan Thi Quyen
- 11** *Social work activities with people with mobility impairments in Cam Khe town, Cam Khe district, Phu Tho province*
Dang Thi Lan Anh, Chu Thi Huyen Yen, Hoang Duc Tra My
- 23** *The influence of green awareness on students' green purchase decisions in Hanoi*
Tran Thi Phuong Hien
- 36** *Social work activities in prevention of domestic violence against women in Chi Lang district, Lang Son province*
Nguyen Thi Hue
- 51** *The current state management situation of social housing of Hanoi City*
Nguyen Thi Giang Huong, Trieu Thi Trinh, Nguyen Thi Nguyen, Ha Thi Trang

GAMIFICATION VÀ ỨNG DỤNG CỦA NÓ TRONG HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ NHÂN LỰC

ThS. Phan Thị Yến Lai

Học viện Hành chính Quốc gia - Phân viện Khu vực miền Trung

yenlai1204@gmail.com

SV. Đoàn Thị Quyên

Học viện Hành chính Quốc gia - Phân viện Khu vực miền Trung

doanthiquyen632002@gmail.com

Tóm tắt: Gamification (Trò chơi hóa) ngày càng được áp dụng rộng rãi trong các lĩnh vực và các môi trường khác nhau của cuộc sống, bao gồm cả công việc và nơi làm việc. Theo đó, nghiên cứu về gamification đã phát triển đáng kể trong những năm qua. Việc áp dụng gamification trong quản trị nhân lực có ảnh hưởng tích cực đến động lực làm việc, sự gắn kết công việc, hiệu suất làm việc và sự hài lòng trong công việc của nhân viên. Bài viết cung cấp một cái nhìn tổng thể về gamification trong hoạt động quản trị nhân lực, trong đó có những ví dụ cụ thể về gamification được áp dụng trong một số mảng chức năng của hoạt động quản trị nhân lực, như tuyển dụng, đào tạo hội nhập, đào tạo nội bộ, đánh giá thành tích. Để đánh giá kết quả áp dụng gamification trong quản trị nhân lực, tác giả đã dựa trên một hệ thống các nghiên cứu định lượng đã được công bố. Đồng thời, đưa ra các giải pháp cùng cách tiếp cận để giảm thiểu rủi ro khi sử dụng gamification trong quản trị nhân lực.

Từ khóa: trò chơi hóa, nhân viên, quản trị nhân lực

GAMIFICATION AND IT'S APPLICATION IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Abstract: Gamification is increasingly being applied in various areas and environments of life, including work and the workplace. Accordingly, the research on gamification has grown significantly over the years. The application of gamification in human resource management has a positive effect on employee motivation, engagement, performance and job satisfaction of employees. The article provides an overview of gamification in human resource management activities, including specific examples of gamification applied in some functional areas of human resource management activities, such as recruitment, onboarding, internal training, and performance appraisal. To evaluate the results of the application of gamification in human resource management, the author relied on a system of published quantitative studies. At the same time, it offers solutions and approaches to minimize risks when using gamification in human resource management.

Keywords: Gamification, employee, human resource management

Mã bài báo: JHS - 117

Ngày nhận bài sửa: 15/05/2023

Ngày nhận bài: 20/03/2023

Ngày duyệt đăng: 20/05/2023

Ngày nhận phản biện: 25/04/2023

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, áp lực cạnh tranh trong mọi lĩnh vực không ngừng gia tăng. Thiên tai, dịch bệnh, các rủi ro mang đến cho tổ chức nhiều thách thức hơn. Những nhà quản trị nhân lực trong tổ chức cũng không nằm ngoài cuộc, họ đối diện với thách thức trong việc duy trì, giữ chân nhân viên, tạo động lực để nhân viên làm việc hiệu quả. Họ chú trọng và tìm cách để nhân viên làm việc với niềm vui, bởi vì khi nhân viên hạnh phúc thì khách hàng hạnh phúc và doanh nghiệp phát triển bền vững. Vì vậy, sáng tạo và đổi mới trong hoạt động quản trị nhân lực là giải pháp cần thiết. Gamification là một thuật ngữ mới nổi lên như một cơ hội đầy hứa hẹn để cải thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động quản trị nhân lực trong tổ chức. Gamification là xu hướng đang phát triển trong giới kinh doanh, bán hàng, tiếp thị, và gần đây đã thu hút sự quan tâm của các chuyên gia, nhà giáo dục (Saleh et al., 2020). Tại Việt Nam, gamification được áp dụng rộng rãi trong lĩnh vực kinh doanh, nhất là marketing khi lĩnh vực này ngày càng chịu tác động sâu sắc từ chuyển đổi kỹ thuật số. Trong hoạt động quản trị nhân lực, hơn thập kỷ qua, thuật ngữ gamification đã được phát hiện, tuy nhiên tại Việt Nam, vấn đề này còn rất mới. Trong đó, nghiên cứu đánh giá tiềm năng của gamification trong quản trị tại các doanh nghiệp Việt Nam (Kiên, 2020). Nghiên cứu đã khảo sát thực tế tại 180 doanh nghiệp (được lấy ngẫu nhiên từ danh sách Hiệp hội các doanh nghiệp Việt Nam) đã chỉ ra rằng tiềm năng áp dụng gamification trong quản trị tri thức tại các doanh nghiệp Việt Nam còn rất lớn và sẽ là một xu thế trong tương lai. Chính vì thế, tác giả quyết định thực hiện nghiên cứu này để thấy được cái nhìn tổng quan về ứng dụng gamification trong quản trị nhân lực và đưa ra một số lưu ý trong việc ứng dụng gamification tại nơi làm việc.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết hướng đến mục tiêu cung cấp cái nhìn tổng quan về việc ứng dụng gamification

vào các nội dung của hoạt động quản trị nhân lực và đưa ra ví dụ về ứng dụng gamification. Đồng thời, thông qua hệ thống các nghiên cứu định lượng đã được công bố để tổng hợp kết quả của việc ứng dụng gamification trong quản trị nhân lực chứ không tập trung nghiên cứu kết quả việc ứng dụng gamification tại một tổ chức cụ thể nào. Vì thế, trong phạm vi của nghiên cứu này, tác giả chỉ sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để hoàn thành mục tiêu nghiên cứu 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 nước và ngoài nước. Các bài báo được khai thác từ các trang web chính như Google scholar, Pubmed, Elitcit, WoS, Google... với việc sử dụng kết hợp một số từ khóa như “gamification”, “gamification in HRM”, “train”, “motivati”, “perpormance”, “The impact of gamification on employee engagement”... Cơ sở dữ liệu thu về được lọc với các tiêu chí, bao gồm: (1) Tài liệu toàn văn có định dạng file PDF, (2) Các tài liệu tiếng Anh, (3) Thời gian được lọc trong giai đoạn từ 2012 đến 2022, cũng là khoảng thời gian mà gamification trong quản trị nhân lực được biết đến và trở nên phổ biến, (4) Các bài báo nghiên cứu định lượng, tiêu chí này dùng để trình bày nội dung đánh giá kết quả việc ứng dụng gamification trong quản trị nhân lực.

3. Cơ sở lý thuyết về ứng dụng gamification trong quản trị nhân lực

3.1. Một số khái niệm liên quan

Gamification

Gamification được dịch là trò chơi hóa. Có một sự khác biệt giữa trò chơi và trò chơi hóa, trong khi trò chơi là một hệ thống khép kín với các quy tắc được thiết lập, người chơi tham gia vui vẻ, mang tính giải trí và đem lại kết quả thắng thua rõ ràng ngay sau khi trò chơi kết thúc thì trò chơi hóa không phải lúc nào cũng tạo ra sự giải trí, nó liên quan nhiều đến sự kích thích thay đổi hành vi, khuyến khích những hành vi tốt của

nhân viên sau khi họ tham gia (Ergle, 2020).

Một quan điểm được trích dẫn rộng rãi của Deterding và cộng sự thì gamification là việc bổ sung “yếu tố trò chơi” vào một hệ thống, quy trình thực tế (Deterding, 2012). Những “yếu tố trò chơi” đó có thể là hệ thống điểm số, tăng bậc, phân bổ các nhiệm vụ, các huy chương huy hiệu sau khi hoàn thành nhiệm vụ... Hay nói một cách dễ hiểu, gamification là việc sử dụng trò chơi trong bối cảnh phi trò chơi.

Còn theo Kumar và cộng sự, gamification là công cụ tạo ra sự thú vị và hấp dẫn được tìm thấy trong trò chơi và áp dụng chúng vào hoạt động thực tế trong tổ chức (Kumar et al., 2013). Trong quan điểm của mình, tác giả nhấn mạnh động lực của “yếu tố trò chơi” trong việc giúp người chơi hoàn thành nhiệm vụ trong đời thực và chấp nhận những hành vi mới.

Còn Landers và cộng sự cho rằng nên nhìn nhận gamification như một khoa học của trò chơi, thuộc phân ngành khoa học xã hội (Landers et al., 2018). Họ cho rằng bản thân gamification không phải là một sản phẩm, nó bao gồm các yếu tố làm thay đổi một quy trình đã tồn tại với mục tiêu rằng sự thay đổi đó sẽ ảnh hưởng như thế nào đến hành vi của nhân viên. Nói một cách dễ hiểu, gamification hướng đến mục tiêu làm thế nào để ảnh hưởng tốt nhất đến hành vi, thái độ của nhân viên, từ đó có những biện pháp can thiệp được thiết kế từ trò chơi.

Mặc dù gamification hiện nay không còn quá xa lạ, nhất là trong kỷ nguyên chuyển đổi kỹ thuật số thì mức độ phổ biến của nó sẽ càng tăng. Tuy nhiên, có thể thấy vẫn chưa có sự nhất quán trong quan điểm về nó, từ những quan điểm tác giả nghiên cứu ở trên, có thể hiểu một cách tổng quát gamification là một quá trình làm cho hoạt động trở nên “giống trò chơi” hơn, nó là sự kết hợp có chọn lọc các yếu tố trò chơi vào một hệ thống không cần trò chơi hay trong bối cảnh không phải trò chơi.

Gamification trong quản trị nhân lực

Ngày nay, tầm quan trọng của việc làm cho

công việc trở nên vui vẻ ngày càng tăng cao, nhân viên hạnh phúc tạo nên doanh nghiệp hạnh phúc và khách hàng hạnh phúc, điều này hoàn toàn phù hợp với tiêu chí của trò chơi. Nghiên cứu của Shahri và các đồng nghiệp (2019) cho rằng gamification trong quản trị nhân lực là việc sử dụng các giải pháp phần mềm để thay đổi, nâng cao và duy trì thái độ và hành vi của mọi người đối với các nhiệm vụ, chính sách, quy định làm gia tăng mức độ hạnh phúc của nhân viên tại nơi làm việc. Như vậy, quá trình này có liên quan mật thiết với quá trình kích thích chuyển đổi kỹ thuật số trong tổ chức.

Một quan điểm khác cho rằng, trong quản trị nhân lực, gamification là việc thiết kế lại các trải nghiệm việc làm, để chúng trở nên thú vị và vui vẻ hơn. Tuy nhiên, giải trí không phải mục tiêu chính ở đây, mà đó là một hệ thống để đạt được mục tiêu trong công việc (Vardarlier, 2021). Quan điểm này đồng nhất giữa gamification trong quản trị nhân lực và gamification tại nơi làm việc.

Có thể thấy, gamification trong quản trị nhân lực là một khái niệm mới, nó được phát hiện và sử dụng vào cuối năm 2010, có nền tảng là sử dụng các yếu tố và thiết kế của trò chơi trong những thứ không liên quan đến trò chơi, để đạt được sự gắn kết và động lực của nhân viên (Kumar et al. 2021).

Như vậy, từ những quan điểm ở trên, có thể hiểu gamification trong quản trị nhân lực là quá trình sử dụng mô hình trò chơi để áp dụng vào các hoạt động trong môi trường làm việc, cụ thể là trong hoạt động quản trị nhân lực của tổ chức như đào tạo nhân lực, tuyển dụng nhân lực, đánh giá nhân viên... để tạo ra một môi trường làm việc vui vẻ, thu hút sự tương tác của nhân viên, khuyến khích họ đạt được mục tiêu trong công việc từ đó gia tăng hiệu suất làm việc.

3.2. Ứng dụng gamification trong quản trị nhân lực

Như đã bàn ở trên, gamification trong quản trị nhân lực đã trải qua hơn 10 năm nghiên

cứu và dần được chấp nhận. Mặc dù còn tồn tại một số sự hoài nghi về tính ứng dụng của gamification trong quản trị nhân lực (Ergle, 2020), nó có thể được áp dụng trong nhiều mảng chức năng của quản trị nhân lực (Perinot, 2016). Nó đã được chứng minh là phù hợp nhất trong các hoạt động như tuyển dụng, đào tạo và phát triển (Vivek et al., 2020). Tất nhiên, có một số trường hợp trong quản trị nhân lực không nên sử dụng trò chơi hóa, chẳng hạn như thủ tục hành chính, vì đơn giản là doanh nghiệp sẽ chịu thiệt hại rất lớn, rủi ro trong trường hợp này cũng rất lớn. Hiện nay, gamification trong quản trị nhân lực có thể áp dụng phù hợp trong các hoạt động dưới đây:

Gamification trong tuyển dụng nhân lực

Tuyển dụng là một trong những nhiệm vụ quan trọng hàng đầu trong hoạt động quản trị nhân lực của tổ chức. Hiện nay, phần lớn các tổ chức đang thực hiện một phần quy trình tuyển dụng dựa trên internet (Kumar et al., 2021). Để tìm kiếm những ứng cử viên tiềm năng, tổ chức cần thay đổi phương pháp tuyển dụng một cách sáng tạo hơn và gamification là một ý tưởng sáng tạo hợp mode trong thu hút nhân tài.

Trong tuyển dụng, một cách đơn giản, các ứng viên sẽ được trải nghiệm phương pháp tuyển dụng thông qua các câu hỏi, các thử thách được tích hợp kỹ thuật số, được áp dụng ngay trong các bài test (về chuyên môn, hành vi, tính cách, sự sáng tạo, các kỹ năng...) để giúp tìm ra những ứng viên nổi trội, tiềm năng.

Việc áp dụng gamification tạo ra sự sinh động hơn trong tuyển dụng chứ không phải là những bài kiểm tra khô khan. Giúp quá trình tuyển dụng được tươi vui hơn, ít bị gò bó hơn, ứng viên cũng cảm thấy thoải mái hơn, họ quên đi sự căng thẳng và đồng thời tổ chức cũng có thể thu thập được một số thông tin bổ sung như tính cách hay năng khiếu của ứng viên mà có lẽ họ sẽ ít có khả năng bộc lộ khi áp dụng quy trình tuyển dụng truyền thống (Seaborn & Fels, 2015).

Ví dụ như: Công ty mỹ phẩm đa quốc gia L'Oréal, hay thương hiệu bánh pizza số một thế giới Domino's Pizza đã ứng dụng trò chơi hóa trong tuyển dụng bằng cách thử thách ứng viên của mình thiết kế một sản phẩm mới, ứng viên có thể tham gia cá nhân hoặc đội nhóm, họ tham gia trực tiếp vào các phòng ban của công ty và cố gắng tạo ra một sản phẩm mới từ những công cụ sẵn có. Sau khi hoàn thành, sản phẩm ứng viên tạo ra được đem bán, sản phẩm nào được đặt hàng nhiều nhất sẽ được cộng điểm. Bằng cách này, các công ty đã tìm ra được nhiều tài năng tiềm năng (Joy et al., 2017). Hay những công ty chuyên về công nghệ thông tin như Google, Facebook và Microsoft... họ tuyển người thông qua những cuộc Hackathons kéo dài nhiều ngày, họ đưa ra vấn đề (lập trình ứng dụng, hack vào hệ thống...) và yêu cầu ứng viên giải quyết (Kumar et al., 2021). Cùng với hệ thống tính điểm nghiêm ngặt, các ứng viên đạt tiêu chuẩn sẽ được lựa chọn. Chiến dịch tuyển dụng như vậy không những mang lại hiệu quả mà còn góp phần xây dựng thương hiệu tuyển dụng cho tổ chức.

Gamification trong đào tạo hội nhập nhân viên mới

Những nhân viên mới - họ là các ứng viên tiềm năng vừa được thu hút vào tổ chức thông qua quá trình tuyển dụng được đầu tư đáng kể về thời gian và sức lực, vì thế mà mong muốn tiếp theo của tổ chức là giữ chân và giảm tình trạng hao hụt trước khi gia nhập chính thức. Nên tổ chức sẽ tìm cách để nhân viên mới phải nhanh chóng hiểu được nhiệm vụ của họ, quy trình nội bộ và làm quen với đồng nghiệp, giúp họ hòa nhập vào tổ chức càng sớm càng tốt, bởi vì khi nhân viên mới càng sớm ổn định để làm việc thì công ty càng có lợi. Quá trình này được gọi là đào tạo hội nhập ứng viên mới và chủ yếu vẫn được thực hiện bằng các phương pháp tổ chức từ quản lý nguồn nhân lực, chẳng hạn như các sự kiện giới thiệu hoặc các buổi ra mắt đặc biệt dành cho nhân viên.

Ngày nay, hầu hết các ứng viên mới tiềm năng họ đều là những người trẻ thuộc thế hệ gen Y và Z, họ sinh ra và lớn lên trong thời đại kỹ thuật số. Để tiếp cận phù hợp với thế hệ này cần có một chương trình đào tạo hội nhập nhân viên mới, phương pháp học tập mới, sáng tạo và năng động, vì thế việc ứng dụng gamification là một giải pháp. Các công cụ phần mềm và đặc biệt là các ứng dụng di động là một phương tiện sáng tạo để hỗ trợ cung cấp các quy trình đào tạo hội nhập theo cách hiện đại, thậm chí là từ xa.

Ví dụ như: Một công ty trong top fortune 100 đã thuê MindTickle thiết kế chương trình đào tạo hội nhập nhân viên mới ứng dụng gamification, sau khi công ty này thu hút được khoảng 300 ứng viên tài năng từ các trường đại học hàng đầu của Ấn Độ. Mindtickle là một startup Ấn Độ chuyên cung cấp các phần mềm hỗ trợ năng lực bán hàng và là một kỳ lân của Ấn Độ. Để thực hiện nhiệm vụ này, MindTickle đã ra mắt “HiFli”, một trò chơi xã hội vui nhộn dành cho tất cả những người mới được tuyển dụng. Nó được tạo ra dưới dạng một bài kiểm tra trực tuyến như một cuộc đua khinh khí cầu trực tuyến dựa trên kiến thức chung và những câu đố liên quan đến công ty. Nhân viên mới được mời tham gia và giành huy chương bằng cách trả lời các câu hỏi nhỏ liên quan đến công ty. Có một bảng thành tích năng động được cập nhật liên tục cho thấy sự tiến bộ của tất cả những người tham gia. Sự cạnh tranh này dẫn đến một yếu tố lôi kéo mạnh mẽ và những nhân viên mới đã dành nhiều thời gian để tìm hiểu về công ty, các chính sách, tầm nhìn, sứ mệnh, sản phẩm... để họ có thể ghi điểm cao hơn (Depura & Garg, 2012). Trò chơi này đã tạo ra động lực mạnh mẽ giúp người chơi tương tác với nội dung học tập và nhận thức rõ hơn về công ty.

Gamification trong đào tạo nhân lực

Đào tạo là một mảng chức năng có thể áp dụng gamification một cách hiệu quả và sinh động. Bằng cách lồng ghép yếu tố trò chơi vào

đào tạo, biến các chương trình đào tạo thành các trò chơi, chia nhỏ các tác vụ và gắn điểm số, điểm thưởng vào. Việc áp dụng gamification vào quy trình đào tạo biến những trải nghiệm bình thường trong học tập trở thành những trải nghiệm vui nhộn và thú vị khi nhân viên được chơi trò chơi, bởi thông thường nhân viên thích chơi game hơn là học tập theo phương pháp truyền thống (Joshi et al., 2019).

Ví dụ như: Công ty đa quốc gia Deloitte, là công ty cung cấp dịch vụ kiểm toán và tư vấn lớn nhất thế giới. Deloitte đã tạo một chương trình trực tuyến để đào tạo nhân viên của họ có tên là Học viện lãnh đạo Deloitte, trong đó khoảng 20.000 giám đốc điều hành tham gia hơn 150 công ty trên thế giới. Công cụ này bao gồm huy chương, bảng xếp hạng thi đua và nhiệm vụ trong một nền tảng đơn giản và trực quan với những nội dung đào tạo mà nhân viên phải vượt qua để đạt được mục tiêu. Kết quả đào tạo được đưa lên bảng xếp hạng quản lý, tức là ai học càng nhiều thì càng nhiều điểm và xếp hạng càng cao (Gallén Aledo, 2016). Vô hình trung đã tạo ra một không khí thi đua tích cực, khuyến khích các nhà quản lý tham gia các khóa đào tạo kỹ năng, từ đó mang lại hiệu quả trong công tác đào tạo. Hay như công ty thức ăn nhanh nổi tiếng nhất thế giới McDonald's, hàng năm họ phải đào tạo hàng chục ngàn nhân viên vị trí quản lý nhà hàng, McDonald's đã xây dựng mô hình nhà hàng ảo 3D với mô phỏng các tình huống như một mô hình thực tế ngoài đời thực. Trong mô hình game mô phỏng này, các nhà quản lý tham gia chương trình đào tạo này được thực hành các kỹ năng điều phối, phục vụ khách hàng, đảm bảo chất lượng, các tình huống phát sinh trong quản lý... Mô hình này không chỉ mang lại kết quả đào tạo tốt mà còn tiết kiệm được chi phí đào tạo.

Gamification trong đánh giá thực hiện công việc

Đánh giá kết quả thực hiện công việc là một vấn đề nhạy cảm đối với tổ chức, chưa kể đến việc nhân viên cũng cảm thấy áp lực với các vấn đề về doanh số bán hàng. Thi việc áp dụng

gamification sẽ giúp giải quyết phần nào những khó khăn đó. Gamification trong đánh giá thực hiện công việc là việc thay đổi quy trình đánh giá nhân viên theo mô hình truyền thống bằng việc bổ sung các tính năng giống như trò chơi - yếu tố trò chơi vào đánh giá hiệu quả thực hiện công việc như các thử thách, bảng xếp hạng, huy hiệu (Palenčárová et al., 2022). Việc trao huy hiệu hay giải thưởng cho nhân viên đó là cách khen ngợi công khai, việc khen ngợi nhân viên được thực hiện một cách dễ dàng và thậm chí nó hiệu quả hơn một tin nhắn hay cuộc nói chuyện riêng tư. Bằng cách bổ sung yếu tố trò chơi vào đánh giá nhân viên, cho phép tổ chức theo dõi và thu thập thêm thông tin về hiệu suất làm việc thực tế của nhân viên. Đồng thời, nó cũng khuyến khích nhân viên chăm chỉ làm việc hơn để mở khóa các huy hiệu mới và gia tăng động lực làm việc cho họ khi nhận được lời khen cho những nhiệm vụ khó khăn hơn.

Để minh họa cho việc áp dụng gamification trong đánh giá thực hiện công việc, có thể áp dụng nó một cách sáng tạo trong việc giao KPI cho nhân viên, điều này được rất nhiều tổ chức

áp dụng. Ví dụ như Công ty cổ phần SAP - là công ty phần mềm lớn nhất Châu Âu, họ đã tạo ra một trò chơi thú vị cho đội ngũ bán hàng của họ. Thay vì sử dụng biểu đồ và đồ thị để hiển thị số lượng bán hàng, họ đã phát triển một ứng dụng sử dụng xe đua để hiển thị kết quả của nhân viên. Mỗi khu vực được đại diện bởi một chiếc xe đua khác nhau và khi nhân viên kết thúc doanh số bán hàng, họ sẽ di chuyển dọc theo đường đua và cạnh tranh với các khu vực khác. Khi kết thúc “Race to 1.000 Series”, tên của những người chiến thắng được hiển thị trên bảng thành tích (Ambuj et al., 2012).

4. Kết quả của ứng dụng gamification trong hoạt động quản trị nhân lực

Theo các phân tích ở trên có thể thấy gamification được áp dụng trong rất nhiều hoạt động của quản trị nhân lực và mang đến những kết quả tích cực cho tổ chức. Cụ thể, có rất nhiều nghiên cứu định lượng được công bố trên các tạp chí uy tín đã đo lường hiệu quả sử dụng gamification trong hoạt động quản trị nhân lực. Tác giả xin thống kê một số kết quả tiêu biểu như trong bảng 1.

Bảng 1. Một số kết quả nghiên cứu ứng dụng gamification trong hoạt động quản trị nhân lực

Tác giả	Cách thức ứng dụng	Kết quả nghiên cứu
Kumar et al (2015)	Áp dụng cuộc thi Maverick cho tất cả nhân viên Deloitte ở văn phòng Ấn Độ, người chơi lập thành 4 đội thi (quy định mỗi đội phải có nữ). Trọng tâm của cuộc thi là xác định và khen thưởng cho những ý tưởng sáng tạo và vượt trội trong kinh doanh. Nhiệm vụ được giao hàng tuần và trải qua nhiều vòng loại trừ, đội thi lọt vào vòng trong sẽ được đào tạo kỹ năng trình bày và báo cáo trước hội đồng lãnh đạo.	Kết quả cho thấy gamification giúp tăng cường sự gắn kết trong công việc của nhân viên, thúc đẩy họ có sự sáng tạo trong công việc từ đó thúc đẩy sự đổi mới. Trò chơi có tác động tích cực đến các thuộc tính của tổ chức như “cơ hội kết nối, môi trường vui vẻ và hấp dẫn và cơ hội hợp tác”.
Liu et al (2018)	Áp dụng gamification tích hợp trên điện thoại thông minh cho nhân viên của công ty sản xuất thiết bị điện tử của Trung Quốc (với mẫu là 120 người, chỉ toàn nam giới). Các nhân viên này thực hiện công việc vận hành máy CNC được game hóa. Người chơi được giao 10 nhiệm vụ, họ nhấn nút khi bắt đầu và kết thúc gửi kết quả, hệ thống sẽ lưu lại thời gian làm việc của họ. Người chơi được đánh giá dựa trên 3 tiêu chí: tốc độ, kỹ năng và chất lượng, tương ứng 4 loại huy hiệu: kiểm sĩ, người thách thức, ngôi sao mới nổi, đương kim vô địch.	Kết quả khảo sát cho thấy gamification không chỉ cải thiện hiệu suất làm việc của nhân viên mà ảnh hưởng tích cực đến động lực làm việc và sự hài lòng trong công việc của nhân viên. Việc thiết kế công việc được game hoá như một giải pháp trong quản lý để tăng cường các ảnh hưởng tích cực đến công việc và hiệu suất làm việc của nhân viên trong công đoạn vận hành máy móc vốn nhàm chán và lặp đi lặp lại.

Buil et al (2019)	Nghiên cứu đã phân tích phản ứng của 239 ứng viên tham gia vào quy trình tuyển dụng nhân tài dựa trên gamification, đó là thiết kế một cuộc thi mô phỏng kinh doanh, có tên là thử thách YE, giả định mỗi ứng viên sẽ quản lý 1 công ty cạnh tranh với 9 công ty khác do ứng viên khác điều hành. Họ phải đưa ra các quyết định về nghiên cứu, sản xuất và bán sản phẩm, quản lý nhà máy sản xuất, gia công phần mềm, mua máy móc và nguyên liệu mới, kiểm soát chất lượng và sắp xếp hàng tồn kho, tiếp thị, phân phối... 30 ứng viên hàng đầu được lọt vào vòng chung kết và tham gia quá trình tuyển chọn tiếp theo của công ty.	Kết quả cho thấy sự thỏa mãn nhu cầu về năng lực và quyền tự chủ có tác động tích cực làm tăng động lực nội tại ứng viên. Và động lực nội tại của ứng viên có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến ý định giới thiệu cuộc thi cho các ứng viên tiềm năng khác, sự hài lòng của họ đối với cuộc thi và nhận thức của họ về sức hấp dẫn của tổ chức. Do đó, chúng là một công cụ có giá trị để quản lý thương hiệu nhà tuyển dụng.
Georgiou et al (2019)	Ban đầu 20 chuyên gia trong lĩnh vực tuyển dụng đã làm việc với nhau để thiết kế chương trình ứng dụng gamification gọi là phương pháp phán đoán tình huống SJT. Sau đó khảo sát trên 321 ứng viên đi tìm việc chủ yếu là sinh viên mới tốt nghiệp với độ tuổi trung bình là 26,5. Thí sinh sẽ tiến hành chọn cách giải quyết các tình huống được đưa ra theo quy định của trò chơi, 25 kịch bản đi kèm với phiếu đánh giá thí sinh tương ứng với 4 cấp độ: thích ứng, linh hoạt, quyết đoán, chắc chắn.	Kết quả cho thấy các yếu tố thiết kế trò chơi có thể tăng thái độ của ứng viên đối với tổ chức và coi đó là một nơi hấp dẫn để làm việc, gợi ra các hành vi mong muốn và hiệu suất công việc của nhân viên sẽ tăng lên trong tương lai.
Basit et al (2021)	Adbul Basit và các cộng sự đã thực hiện một nghiên cứu đánh giá tác động của gamification đến sự gắn kết công việc và hiệu suất làm việc của nhân viên. Với mẫu được chọn là 220 nhân viên của công ty công nghệ thông tin đa quốc gia ở Malaysia. Nghiên cứu này không đề cập đến cách thức ứng dụng gamification tại công ty mà giả định công ty đã áp dụng gamification và tiến hành khảo sát nhân viên của công ty bằng phiếu điều tra gồm 20 câu hỏi tương ứng với 3 nhân tố trên thang đo Likert 5 cấp độ.	Kết quả cho thấy gamification không ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu suất của nhân viên trong công ty. Tuy nhiên, nó có ảnh hưởng đáng kể và tích cực đến sự gắn kết công việc của nhân viên. Ngoài ra, kết quả cho thấy rằng sự gắn kết công việc của nhân viên là một nhân tố trung gian và gamification có tác động điều tiết đến mối quan hệ giữa sự gắn kết công việc của nhân viên và hiệu suất làm việc.
Saputra et al (2022)	Nghiên cứu với sự tham gia của 401 nhân viên văn phòng thuộc thế hệ millennium (Gen Y) ở Jakarta và Tangerang - Indonesia, nhằm đánh giá tác động của việc ứng dụng gamification đến sự gắn kết công việc của nhân viên. Nghiên cứu này không đề cập đến cách thức ứng dụng gamification tại công ty cụ thể, bởi mẫu khảo sát là các nhân viên văn phòng đến từ những công ty khác nhau thuộc thủ đô Jakarta và thành phố Tangerang, Indonesia.	Kết quả nghiên cứu cho thấy gamification có ảnh hưởng tích cực đến công việc toàn diện một cách mạnh mẽ. Hiệu suất là một trong những khía cạnh chịu tác động mạnh mẽ của trò chơi hóa. Sự gắn kết về tâm lý, trí tuệ, cảm xúc và tinh thần hơn là mục đích và động lực của trò chơi hóa. Để thu hút nhân viên thế hệ Y tại văn phòng, các tổ chức nên phát triển hệ thống quản lý hiệu suất trong việc xem xét các nguyên tắc của game hóa.

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

Như vậy, các nghiên cứu trên đem đến một kết luận đồng thuận rằng việc áp dụng gamification trong các mảng chức năng của hoạt động quản trị nhân lực mang đến những ảnh hưởng tích cực, giúp cải thiện động lực làm việc của nhân viên, tăng cường sự gắn kết công việc và gia tăng hiệu suất làm việc của nhân viên, từ đó gia tăng sự hài lòng trong công việc của họ.

5. Một số gợi ý cho việc ứng dụng gamification trong quản trị nhân lực

Việc triển khai bất kỳ công nghệ hoặc phương pháp mới nào cũng tiềm ẩn những rủi ro đáng kể, bắt nguồn từ việc sử dụng không thành công phương pháp, sử dụng sai cách gây ra những tác động không mong muốn. Do đó, việc ứng dụng gamification vào

trong hoạt động quản trị nhân lực đòi hỏi phải xem xét cẩn thận và theo dõi thường xuyên để chuẩn bị tốt nhất (Vivek et al., 2020). Sau đây là một số gợi ý:

Thứ nhất, hãy nhớ không có một công thức chung để thành công và đạt được mục tiêu khi sử dụng gamification. Mà với mỗi tổ chức sẽ có sự triển khai áp dụng khác nhau, các chuyên gia nhân sự cần hiểu rõ sự phù hợp giữa gamification với bối cảnh, triết lý kinh doanh của tổ chức của họ cũng như hiểu về nhân viên của họ, rằng liệu gamification có áp dụng thành công cho nhân viên của họ, và nên nhớ rằng bản thân gamification không nên hiểu là một trò chơi mang tính giải trí truyền thống mà nhấn mạnh về việc thu hút và thúc đẩy mọi người.

Thứ hai, không sử dụng game hóa một cách bất cẩn hoặc sai cách vì có khả năng sẽ gây ra những tổn thương tâm lý (Perinot, 2016). Ví dụ ở Disneyland, trong khách sạn, họ gắn một màn hình lớn trong phòng làm việc của nhân viên giặt là, hệ thống sẽ theo dõi nhân viên, hiển thị bảng điểm thời gian mọi người bỏ ra để xếp chăn ga, vỏ gối... và so sánh với nhân viên khác, đồng thời so sánh lịch sử hiệu suất làm việc của họ. Điều này tạo ra áp lực trên mức cần thiết và tạo ra sự phân biệt rõ ràng giữa những nhân viên khuyết tật, đang mang thai hay lớn tuổi hơn, nhân viên gọi đó là “roi điện tử”. Hoặc thậm chí, có những trường hợp tổ chức áp dụng game hóa vào quá trình làm việc mà lại không hề hay biết. Chính vì thế, họ không có sự chuẩn bị, không có mục tiêu cụ thể.

Thứ ba, việc tạo ra sự quan tâm của mọi người ngay từ ban đầu đối với game hóa và duy trì nó là điều cần lưu ý. Mỗi trò chơi đều có điểm kết thúc và nhiệm vụ của tổ chức là duy trì sự tham gia của người chơi để tránh mục tiêu của game hóa không thực hiện được. Vì vậy, cần phát triển game hóa theo hướng cho phép

người chơi tìm kiếm những cấp độ mới, tích lũy kinh nghiệm và như vậy họ có động lực cao hơn để tiếp tục tham gia.

Thứ tư, việc áp dụng gamification trong quản trị nhân lực tốt nhất nên được thực hiện một cách nhẹ nhàng, trọng tâm là đem đến sự mới lạ, tươi vui trong trải nghiệm công việc (Joshi et al., 2019). Tránh trường hợp biến nó thành “mốt” nhất thời, hoặc không liên quan đến công việc.

Thứ năm, cần chú trọng đến ý tưởng thiết kế trò chơi để đạt được mục tiêu đề ra và việc thiết kế này cần linh hoạt ở mỗi hoạt động khác nhau, tức là áp dụng mỗi mảng chức năng mỗi khác, như trong tuyển dụng cần khai thác đặc điểm, phẩm chất của ứng viên nên cần nhấn mạnh các nguyên tắc của trò chơi, còn trong đào tạo nên chú ý đến sự tiến bộ của nhân viên qua thời gian nên cần quan tâm đến hệ thống phần thưởng và tích lũy thành tích...

6. Kết luận

Nguồn nhân lực là tài sản quan trọng của tổ chức, là nhân tố quyết định sự thành công của một tổ chức. Khi môi trường kinh doanh ngày càng thay đổi, gamification đang dần trở thành xu hướng trong quản trị nhân lực, tổ chức có thể tận dụng sự phát triển của công nghệ thông tin để áp dụng gamification trong công tác quản trị nhân lực. Mặc dù việc sử dụng trò chơi hóa trong hoạt động quản trị nguồn nhân lực là một lĩnh vực khá mới, nhưng nhiều nghiên cứu đã chứng minh rằng việc sử dụng trò chơi hóa trong các quy trình nguồn nhân lực nhìn chung có đóng góp tích cực hơn, ít tốn kém hơn so với quy trình truyền thống. Tuy nhiên, để kiểm chứng cũng như có sự đồng thuận về vai trò của nó, cần có thêm nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của nó đến sự gắn kết và hiệu suất làm việc của nhân viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ambuj, N. & Khan, S. (2012). Enterprise Gamification Enabling businesses drive participation, user engagement, employee productivity and customer loyalty. *Happiest Minds Technologies*.
- Basit, A., Hassan, Z., Omar, N., Sethumadavan, S., & Jhanjhi, N. Z. (2021). Gamification: A Tool To Enhance Employee Engagement And Performance. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12(5), 3252 - 3269.
- Buil, I., Ortega, R., & Catalán, S. (2019). Gamification and motivation: New tools for talent acquisition. *Business and Society Review*, 16, 146-179. <http://dx.doi.org/10.3232/UBR.2019.V16.N3.04>
- Depura, K., & Garg, M. (2012). Application of online gamification to new hire onboarding. In *2012 Third International Conference on Services in Emerging Markets* (pp. 153-156). IEEE.). <https://doi.org/10.1109/ICSEM.2012.29>
- Deterding, S. J. i. (2012). Gamification: designing for motivation. *Magazines*, 19(4): 14-17. <http://dx.doi.org/10.3232/UBR.2019.V16.N3.04>
- Ergle, D. (2020). *The Impact of Gamification on Employee Engagement in a Complex System of Human Resource Management Processes*. Doctoral thesis, University of Latvia.

- Ferreira, A. T., Fenandes, S., Miguel, I. C. (2017). Gamification in the workplace: A systematic literature review. *Recent Advances in Information Systems and Technologies*, (3) 5, 283-292. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-56541-5_29
- Gallén Aledo, S. (2016). *Gamification: a new approach for human resource management*.
- Georgiou, K., Gouras, A., & Nikolaou, I. (2019). Gamification in employee selection: The development of a gamified assessment. *International journal of selection and assessment*, 27(2), 91-103. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12240>
- Joshi, A., Kaur, J. & Mangla, H. (2019). A Study of Gamification and its Use in HR. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research* 6(5): 640-643. <https://www.jetir.org/papers/JETIR1905B92.pdf>
- Joy, M. M., & Chiramel, M. J. (2017). *Fun is the future: A collection of compelling gamification success stories*. Educreation Publishing.
- Kumar, A., Sowdamini, T., Manocha, S., & Pujari, P. (2021). Gamification as a sustainable tool for HR managers. *Acta Universitatis Bohemae Meridionalis*, 24(2), 1-14. <https://doi.org/10.32725/acta.2021.003>
- Kumar, H., & Raghavendran, S. (2015). Gamification, the finer art: fostering creativity and employee engagement. *Journal of Business Strategy*, 36(6): 3-12. <https://doi.org/10.1108/JBS-10-2014-0119>
- Kumar, J., Herger, M., Deterding, S., Schnaars, S., Landes, M., & Webb, E. (2013). *Gamification@ work*. In CHI'13 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (pp. 2427-2432). <https://doi.org/10.1145/2468356.2468793>
- Landers, R. N., Auer, E. M., Collmus, A. B., & Armstrong, M. B. (2018). Gamification science, its history and future: Definitions and a research agenda. *Simulation & Gaming*, 49(3), 315-337. <https://doi.org/10.1177/1046878118774385>
- Kiên, L. T. (2020). Đánh giá tiềm năng của gamification (ứng dụng dựa trên trò chơi) trong quản trị tại các doanh nghiệp Việt Nam. *Tạp chí Kinh tế & Quản trị kinh doanh* 15: 60-64.
- Liu, M., Huang, Y., & Zhang, D. (2018). Gamification's impact on manufacturing: Enhancing job motivation, satisfaction and operational performance with smartphone-based gamified job design. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 28(1), 38-51. <https://doi.org/10.1002/hfm.20723>
- Palenčárová, J., Abuladze, L., & Blštáková, J. (2021). *Goal Setting and KPI Measurement as Tools for Broader use of Online Gamification*. Proceedings from the EDAMBA 2021 conference, University of Economics in Bratislava, 369-382. <https://doi.org/10.53465/EDAMBA.2021.9788022549301>.
- Perinot, C. (2016). *Gamification in the field of human resource management. Gamified solutions for recruitment*. Doctoral thesis, University Ca' Foscari Venezia
- Saleh, A. A., Endramanto, V., & Wang, G. (2020). Gamification for recruitment: A new tool to attract talent. *Int. J. Adv. Trends Comput. Sci. Eng*, 9(2), 963-968. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2020/09922020>
- Saputra, N. and E. M. S. S. Ciptaningsih. (2022). *Assessing The Effect of Gamification on Holistic Work Engagement of Millennial Workers*. 2022 10th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM), IEEE Indonesia, pp 1-5. <https://doi.org/10.1109/CITSM56380.2022.9935840>
- Shahri A, Hosseini M, Taylor J, et al. (2019). Engineering digital motivation in businesses: A modelling and analysis framework. *Requirements Engineering* 25: 153–184
- Vardarlier, P. (2021). Gamification in human resources management: An agenda suggestion for gamification in HRM. *Research Journal of Business and Management*, 8(2), 129-139. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2021.1402>
- Vivek, R., & Nanthagopan, Y. (2020). Gamification in Human Resource Management. *Journal of HRM Perspectives*, 5(1), 44 - 57.

HOẠT ĐỘNG CÔNG TÁC XÃ HỘI VỚI NGƯỜI KHUYẾT TẬT VẬN ĐỘNG TẠI THỊ TRẤN CẨM KHÊ, HUYỆN CẨM KHÊ, TỈNH PHÚ THỌ

TS. Đặng Thị Lan Anh

Trường Đại học Lao động - Xã hội

lananh91176@gmail.com

TS. Chu Thị Huyền Yến

Trường Đại học Lao động - Xã hội

chuhuyenyen@gmail.com

ThS. Hoàng Đức Trà My

UBND huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ

tramy@gmail.com

Tóm tắt: Người khuyết tật (NKT) nói chung và NKT vận động nói riêng là nhóm người phải chịu nhiều thiệt thòi hơn so với những nhóm người bình thường khác trong xã hội. Mặc dù Đảng và Nhà nước luôn quan tâm đến công tác NKT, tuy nhiên tính khả thi của hệ thống chính sách cũng như các hoạt động CTXH chưa cao. Việc thực hiện các hoạt động Công tác xã hội (CTXH) trong hỗ trợ NKT, đặc biệt là NKT vận động ở Thị trấn Cẩm Khê vẫn còn khá mới mẻ, chưa thực sự chuyên nghiệp khiến hiệu quả tác động của hệ thống chính sách cũng như vai trò của CTXH đối với NKT vận động chưa được như kỳ vọng. Bài viết “Hoạt động công tác xã hội trong hỗ trợ người khuyết tật vận động tại thị trấn Cẩm Khê, huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ” đưa ra cái nhìn thực tiễn về hoạt động CTXH trong hỗ trợ NKT vận động tại địa phương.

Từ khóa: hoạt động công tác xã hội, hỗ trợ, người khuyết tật vận động

SOCIAL WORK ACTIVITIES WITH PEOPLE WITH MOBILITY IMPAIRMENTS IN CAM KHE TOWN, CAM KHE DISTRICT, PHU THO PROVINCE

Abstract: People with disability in general and people with mobility impairments suffer more than other groups of people in society. Although the Party and State always pay great attention to disability activities, the feasibility of the policy systems as well as social work activities is not high. The implementation of social work activities in supporting people with disabilities, especially people with mobility disabilities in Cam Khe Town is still quite new, and not really professional, so the effectiveness of the impact of the policy system as well as the role of social work activities on people with disabilities is not as expected. The article “Social work activities with people with mobility impairments in Cam Khe town, Cam Khe district, Phu Tho province” shows a practical view of social work activities in supporting people with mobility disability in the locality.

Keywords: social work activities, support, people with mobility disabilities

Mã bài báo: JHS - 118

Ngày nhận bài sửa: 06/05/2023

Ngày nhận bài: 16/02/2023

Ngày duyệt đăng: 20/05/2023

Ngày nhận phản biện: 27/03/2023

1. Giới thiệu

Người khuyết tật ở Việt Nam chiếm một bộ phận không nhỏ và luôn là mối quan tâm của Đảng, Nhà nước cũng như cộng đồng xã hội. NKT là nhóm người phải chịu nhiều thiệt thòi hơn so với những nhóm người bình thường khác trong xã hội, khiếm khuyết trên cơ thể tạo ra những suy giảm đáng kể và ảnh hưởng lâu dài, trực tiếp đến khả năng tư duy, chức năng hoạt động, sinh hoạt hằng ngày của họ, gây nên những khó khăn nhất định trong cuộc sống. Theo thống kê của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), ước tính có khoảng 15% dân số thế giới, tương đương với hơn 1 tỷ người đang sống với ít nhất một dạng khuyết tật nhất định (WHO, 2017). Ở Việt Nam, theo kết quả Điều tra Quốc gia về NKT do Tổng cục Thống kê và UNICEF năm 2019 (TCTK & UNICEF, 2019), Việt Nam là một trong những nước có tỷ lệ NKT cao, cả nước có 6.225.519 NKT, trong đó dạng tật chiếm số lượng cao nhất là khuyết tật vận động với 5.725.842 người. NKT nói chung và NKT vận động nói riêng đã và đang còn gặp nhiều khó khăn trong quá trình học tập, lao động, sinh hoạt..., nhất là trong điều kiện nền an sinh xã hội còn chưa phát triển mạnh như ở Việt Nam. CTXH là một hoạt động chuyên môn hướng đến trợ giúp NKT nói chung và NKT vận động nói riêng có thêm niềm tin, nâng cao năng lực và hòa nhập xã hội. Thị trấn Cẩm Khê thuộc khu vực miền núi của huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ, là địa phương có số lượng NKT cao nhất huyện (408 người) trong đó, số lượng NKT vận động là 202 người (49,50%) chiếm phần lớn tổng số NKT trên địa bàn thị trấn thì việc triển khai, thực hiện các chính sách, mô hình, hoạt động, dịch vụ trợ giúp xã hội cho NKT vận động là điều rất cần thiết.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Tình hình nghiên cứu trong nước và trên thế giới

Việc nghiên cứu về các vấn đề của NKT nói chung và NKT vận động nói riêng luôn là đề tài được nhiều nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách quan tâm và đã được đề cập trong các

nghiên cứu khoa học xã hội, những chủ đề xoay quanh NKT cũng được báo chí đặc biệt quan tâm.

Trên thế giới đã có nhiều nhà nghiên cứu về các vấn đề của NKT cũng như CTXH đối với NKT, các nghiên cứu cũng rất phong phú và đa dạng. Tuy nhiên, các đề tài nghiên cứu mang tính bao quát, trên phạm vi quốc gia hoặc toàn cầu, tập trung chủ yếu về đánh giá thực trạng, đưa ra các giải pháp hỗ trợ tối ưu cho NKT nói chung cũng như nói về tác động, cách tiếp cận của CTXH đối với NKT dưới nhiều góc độ khác nhau cả về lý luận và thực tiễn. Cuốn sách *“Social Work with Disabled People (Practical Social Work Series)”* (Michael. O, Bob. S & Pam. T, 2012) bàn về những thay đổi mới nhất của CTXH với NKT; mô hình xã hội về NKT; phát triển cho cuộc sống không phụ thuộc của NKT... Cũng đề cập đến CTXH đối với NKT, công trình nghiên cứu *“Social Work and Disability Management Policy: Yesterday, Today, and Tomorrow”* (Peggy. Q, 1995) nhấn mạnh mặc dù CTXH với NKT đã xuất hiện từ lâu, nhưng vị trí của nó trong lĩnh vực chính sách về NKT chưa được thể hiện rõ.

Tại Việt Nam, cũng có các chương trình, dự án, bài viết, đề tài nghiên cứu về NKT nói chung và NKT vận động nói riêng cũng như lĩnh vực CTXH đối với NKT. Báo cáo khoa học *“Bước đầu tìm hiểu khó khăn và biểu hiện vượt khó của NKT vận động để tiến tới xây dựng chỉ số vượt khó (AQ) của NKT vận động”* (Uẩn & Thủy, 2010) đã cho thấy NKT vận động gặp nhiều khó khăn nhất trong hoạt động lao động, trong sinh hoạt hằng ngày và các hoạt động khác. Đề tài nghiên cứu *“Hoạt động CTXH trong việc thực hiện chính sách đối với NKT trên địa bàn huyện Hiệp Hòa, tỉnh Bắc Giang”* (Trung, 2014) đã đánh giá được thực trạng việc triển khai chính sách dành cho NKT tại địa phương, hoạt động CTXH hỗ trợ cho NKT trong việc tiếp cận và thụ hưởng các chính sách xã hội. Đề tài nghiên cứu *“Hoạt động Công tác xã hội trong hỗ trợ sinh kế đối với người khuyết tật tại huyện Thuận Thành - tỉnh Bắc Ninh”* (Hòa, 2019) đã có những nhìn nhận, đánh giá cụ

thể về hoạt động công tác xã hội trong hỗ trợ sinh kế đối với NKT tại huyện Thuận Thành, tỉnh Bắc Ninh; từ đó có các giải pháp, biện pháp phù hợp để hoàn thiện đời sống của NKT.

Qua tổng quan các nghiên cứu về NKT nói chung và NKT vận động nói riêng trên thế giới cũng như ở Việt Nam, có thể nhận thấy các nhà quản lý, nghiên cứu đều đã có những cái nhìn toàn diện về các vấn đề của NKT, chỉ ra được tầm quan trọng trong công tác trợ giúp NKT nhưng các nghiên cứu về hoạt động CTXH đối với NKT cũng như với NKT vận động thì chủ yếu tập trung vào vấn đề cụ thể như dạy nghề, việc làm... mà CTXH được nhìn nhận vừa là quan điểm tiếp cận, vừa là công cụ, phương pháp trực tiếp, gián tiếp để hỗ trợ NKT nói chung cũng như NKT vận động nói riêng đảm bảo các nhu cầu thiết yếu và cuộc sống. Vì vậy, đây sẽ là nghiên cứu thực địa mang tính bổ sung cho các nghiên cứu về NKT, từ đó có những cách thức tổ chức thực hiện tốt hơn về hoạt động CTXH trong việc hỗ trợ NKT nói chung và NKT vận động nói riêng ở những địa phương trên cả nước.

2.2. Một số vấn đề lý luận về hoạt động công tác xã hội với người khuyết tật vận động

2.2.1. Khái niệm người khuyết tật và các khái niệm liên quan

Công ước về Quyền của NKT của Liên hợp quốc (Liên hiệp quốc, 2006), Điều 1 quy định: “NKT bao gồm những người bị suy giảm về thể chất, thần kinh, trí tuệ hay giác quan trong một thời gian dài, có ảnh hưởng qua lại với hàng loạt những rào cản có thể cản trở sự tham gia đầy đủ và hiệu quả của NKT vào xã hội trên cơ sở bình đẳng với những người khác trong xã hội”.

Theo quy định tại khoản 1, Điều 2 của Luật NKT thì “NKT là người bị khiếm khuyết một hoặc nhiều bộ phận cơ thể hoặc bị suy giảm chức năng được biểu hiện dưới dạng tật khiến cho lao động, sinh hoạt, học tập gặp khó khăn” (Quốc hội, 2010).

Khái niệm người khuyết tật vận động

Theo quy định tại khoản 1 Điều 2 Nghị định 28/2012/NĐ-CP, ngày 10/4/2012 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một

số điều của Luật NKT thì Khuyết tật vận động được định nghĩa: “Là tình trạng giảm hoặc mất chức năng cử động đầu, cổ, chân, tay, thân mình dẫn đến hạn chế vận động, di chuyển” (Chính phủ, 2012).

Khái niệm Hoạt động công tác xã hội trong hỗ trợ người khuyết tật vận động

Ở Việt Nam, khái niệm CTXH được đưa ra ở các khía cạnh, góc độ khác nhau.

CTXH góp phần giải quyết hài hòa mối quan hệ giữa con người và con người, hạn chế phát sinh các vấn đề xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống của thân chủ xã hội, hướng tới một xã hội lành mạnh, công bằng, hạnh phúc cho người dân và xây dựng hệ thống an sinh xã hội tiên tiến (Chính phủ, 2010).

Theo Giáo trình Nhập môn CTXH, khái niệm về CTXH được hiểu như sau: “CTXH là một nghề, một hoạt động chuyên nghiệp nhằm trợ giúp các cá nhân, gia đình và cộng đồng nâng cao năng lực đáp ứng nhu cầu và tăng cường chức năng xã hội đồng thời thúc đẩy môi trường xã hội về chính sách, nguồn lực và dịch vụ nhằm giúp cá nhân, gia đình, cộng đồng giải quyết và phòng ngừa các vấn đề xã hội góp phần đảm bảo an sinh xã hội.” (Mai, 2014).

Trên cơ sở các khái niệm và quan điểm liên quan, hoạt động CTXH trong hỗ trợ NKT vận động có thể hiểu: “Là các hoạt động trợ giúp chuyên nghiệp được thực hiện nhằm nâng cao năng lực, đáp ứng nhu cầu, tăng cường chức năng xã hội cho NKT vận động. Giải quyết được những khó khăn nảy sinh, vượt qua những rào cản của NKT vận động từ đó giúp NKT vận động thích nghi, hòa nhập tốt hơn vào môi trường xã hội; tiếp cận được với các chính sách hỗ trợ của Nhà nước; đảm bảo được sự tham gia đầy đủ vào các hoạt động xã hội trên nền tảng sự công bằng trong xã hội.”

2.2.2. Nội dung các hoạt động công tác xã hội trong hỗ trợ người khuyết tật vận động

- Hoạt động tư vấn tâm lý

Hỗ trợ tư vấn tâm lý là một hoạt động chuyên nghiệp nhằm giúp bản thân NKT vận động và gia đình của họ giảm bớt những cảm xúc, suy nghĩ tiêu cực, ổn định về mặt tinh thần. Các hoạt động

cụ thể trong tư vấn tâm lý cho NKT vận động: Tư vấn tâm lý giải tỏa căng thẳng; trị liệu can thiệp khủng hoảng tâm lý (đối với những người bị khuyết tật vận động do tai nạn, bệnh tật bất ngờ xảy ra...); tư vấn giao tiếp xã hội (giúp NKT vận động tự tin, thái độ tích cực khi tiếp xúc, gặp gỡ với mọi người) (UICEF, 2016).

- Hoạt động hỗ trợ sinh kế

Hoạt động hỗ trợ sinh kế cho NKT nói chung cũng như NKT vận động nói riêng là các hoạt động hỗ trợ can thiệp hay trợ giúp trực tiếp hoặc gián tiếp đối với NKT và gia đình NKT để phát huy khả năng của bản thân NKT nhằm tạo việc làm, tăng thu nhập và thay đổi cuộc sống. Các hoạt động hỗ trợ sinh kế cho NKT vận động bao gồm: hỗ trợ tiếp cận giáo dục và dạy nghề; hỗ trợ tạo việc làm; hỗ trợ vay vốn sản xuất, kinh doanh dịch vụ... (UICEF, 2016).

- Hoạt động kết nối tiếp cận với các nguồn lực

Hoạt động kết nối tiếp cận với các nguồn lực cho NKT vận động giúp cho NKT vận động và gia đình NKT vận động có cơ hội được tham gia học nghề, hỗ trợ việc làm, phục hồi chức năng, giáo dục hòa nhập, chế độ bảo trợ xã hội, chăm sóc sức khỏe, trợ giúp pháp lý... Hoạt động kết nối tiếp cận nguồn lực được thực hiện bằng việc kêu gọi, vận động, kết nối các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp, sinh viên các trường trong và ngoài nước... tổ chức các hoạt động giao lưu, lắng nghe, trò chuyện, chia sẻ, động viên về tinh thần, hỗ trợ về vật chất (kinh phí, trang thiết bị, nhà ở, đi lại...) (UICEF, 2016).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu tài liệu thứ cấp

Đây là phương pháp nghiên cứu thu thập thông tin từ các số liệu, tài liệu khác: phân tích, tổng hợp, hệ thống hóa, khái quát hóa lý thuyết và các công trình nghiên cứu, báo cáo khoa học, ấn phẩm của các tác giả trong và ngoài nước về các vấn đề liên quan đến NKT nói chung và NKT vận động nói riêng, CTXH đối với NKT. Tìm hiểu các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đã triển khai thực hiện, các chính sách an sinh xã hội mà NKT vận động đã được tiếp cận

và thụ hưởng; Các báo cáo tổng kết hàng năm về công tác bảo trợ xã hội của thị trấn Cẩm Khê... qua đó giúp nhà nghiên cứu tìm hiểu, phân tích các thông tin có sẵn nhằm rút ra những kết luận phục vụ cho quá trình nghiên cứu.

3.2. Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi

Nhóm tác giả thực hiện phương pháp điều tra khảo sát bằng bảng hỏi đối với NKT vận động. Cụ thể tiến hành khảo sát phát phiếu hỏi cho 85 NKT vận động theo cơ cấu độ tuổi, trình độ học vấn, giới tính, dạng và mức độ khuyết tật... tại thị trấn Cẩm Khê để có thể tìm hiểu, thu thập thông tin chung về NKT vận động; Đặc điểm tâm lý của NKT vận động; đánh giá thực trạng các hoạt động CTXH: hoạt động tư vấn tâm lý; hoạt động hỗ trợ sinh kế; hoạt động kết nối tiếp cận với các nguồn lực trong việc hỗ trợ NKT vận động tại thị trấn Cẩm Khê.

3.3. Phương pháp phỏng vấn sâu

Nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn sâu các đối tượng sau: NKT vận động: 10 người; Lãnh đạo phụ trách lĩnh vực văn hóa - xã hội: 1 người; Công chức văn hóa - xã hội phụ trách lĩnh vực lao động thương binh và xã hội: 2 người; Cộng tác viên CTXH: 4 người. Các câu hỏi phỏng vấn sâu tìm hiểu những khía cạnh liên quan đến đánh giá những khó khăn, thuận lợi trong quá trình thực hiện hoạt động CTXH hỗ trợ NKT vận động tại địa bàn khảo sát.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đặc điểm địa bàn và khách thể nghiên cứu

Thị trấn Cẩm Khê là trung tâm kinh tế, chính trị, văn hóa của huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ, nằm dọc theo bờ sông Thao. Thị trấn Cẩm Khê được thành lập từ việc sáp nhập 3 xã và 1 thị trấn: Thanh Nga, Sai Nga, Sơn Nga và thị trấn Sông Thao. Quy mô dân số của thị trấn Cẩm Khê là 17.598 người. Mật độ dân số cao với 848 người/km². Tỷ lệ tăng dân số tự nhiên: 0,9% (UBND thị trấn Cẩm Khê, 2020).

Từ thực tiễn về số lượng NKT như vậy, để nghiên cứu hoạt động CTXH trong hỗ trợ NKT vận động tại thị trấn Cẩm Khê, tiến hành thực

hiện khảo sát trực tiếp 85 NKT vận động, với những đặc điểm sau:

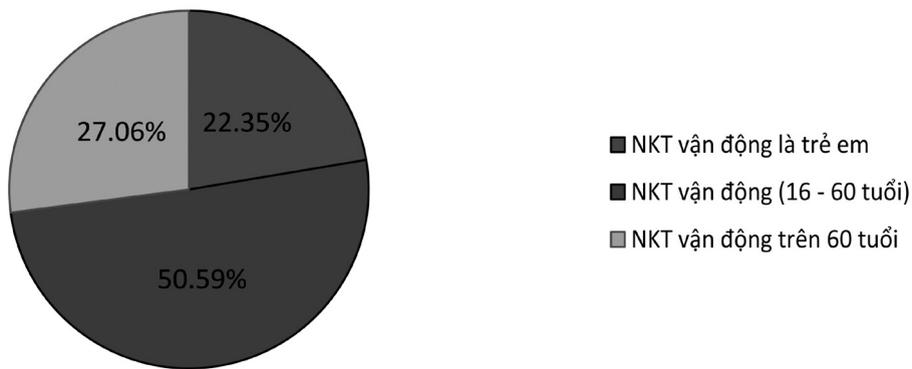
Bảng 1. Người khuyết tật vận động chia theo giới tính

Giới tính	Số lượng (Người)	Tỷ lệ(%)
Nam	51	60,0%
Nữ	34	40,0%
Tổng	85	100%

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021

Có thể thấy được phần lớn NKT trên địa bàn thị trấn Cẩm Khê thuộc dạng khuyết tật vận động. tỷ lệ NKT vận động giới tính nam (60%) chiếm tỷ lệ cao hơn 20% so với NKT giới tính nữ (40%). Có sự chênh lệch này có thể xuất phát từ nguyên nhân nam giới bị khuyết tật do các nguyên nhân vì bom, mìn còn sót lại của chiến tranh, tai nạn lao động và tai nạn giao thông nhiều hơn nữ giới.

Hình 1. Cơ cấu nhóm tuổi NKT vận động

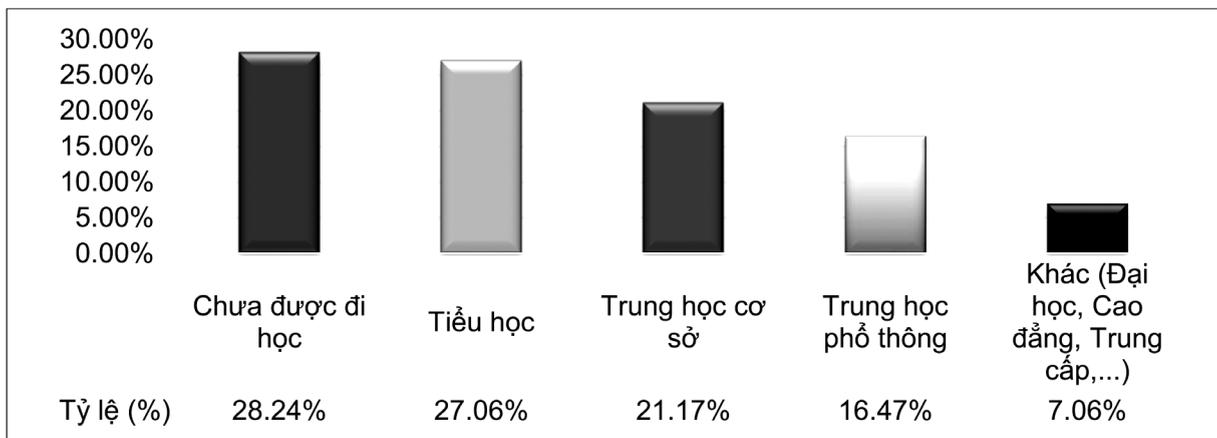


Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021

Theo khảo sát, NKT vận động thuộc nhóm tuổi trẻ em (từ 16 tuổi trở xuống) chiếm tỷ lệ 22,35%; NKT vận động là trẻ em chiếm tỷ lệ thấp nhất so với các độ tuổi khác. Ở nhóm độ tuổi lao động (từ 16 đến 60 tuổi) chiếm tỷ lệ

50,59% đây là nhóm độ tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất đồng nghĩa với việc địa phương có nhiều vấn đề liên quan phải hỗ trợ, nhất là vấn đề dạy nghề, tạo việc làm cho NKT vận động trong nhóm độ tuổi này.

Hình 2. Trình độ học vấn của NKT vận động

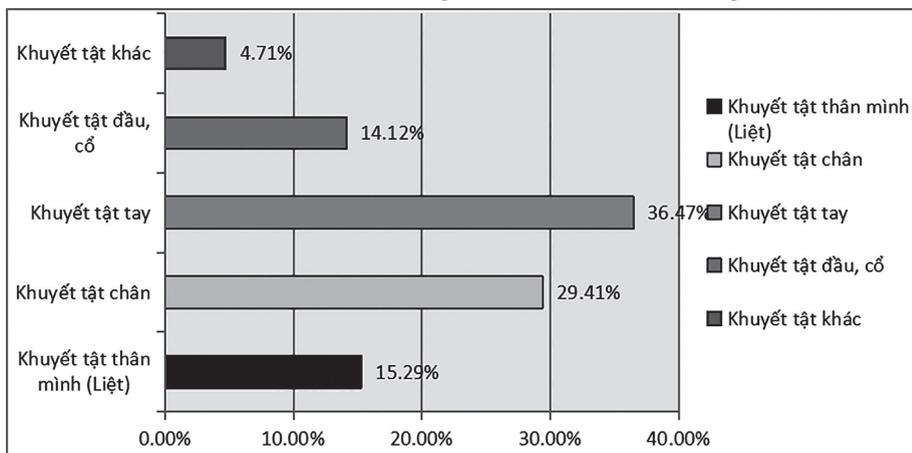


Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021

Về trình độ học vấn, NKT vận động ở thị trấn có trình độ học vấn còn ở mức thấp, chủ yếu tốt nghiệp ở cấp Tiểu học, THCS và THPT, số

NKT vận động có trình độ Trung cấp, Cao đẳng, Đại học chiếm tỷ lệ thấp (chỉ có 7,06%).

Hình 3. Dạng tật của NKT vận động



Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021

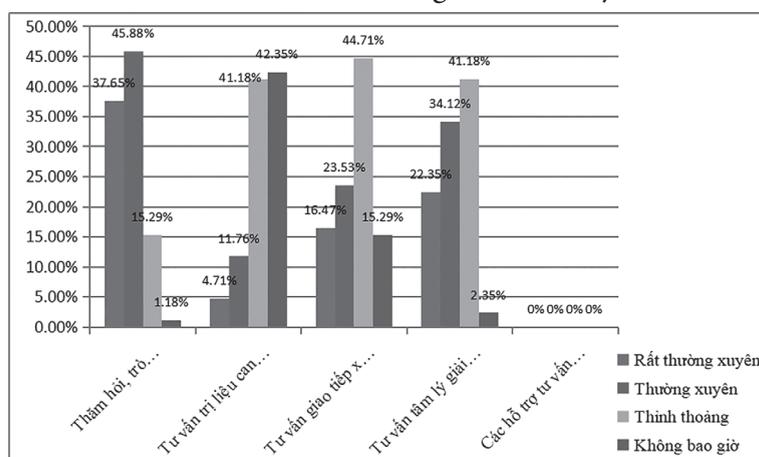
Dạng tật chủ yếu của NKT vận động ở thị trấn là khuyết tật ở chân và tay; ngoài ra còn chia ở các dạng khác như: khuyết tật đầu, cổ, khuyết tật thân mình (liệt), ... đối với mỗi dạng tật thì NKT vận động có những nhu cầu, những khó khăn khác nhau và những khó khăn này tác động qua lại lẫn nhau. Những NKT vận động chủ yếu rơi vào hai mức độ khuyết tật là khuyết tật nặng và khuyết tật nhẹ, việc xác định mức độ khuyết tật đã được chính quyền thị trấn triển khai thực hiện có hiệu quả, vì vậy không có NKT vận động nào chưa xác định được mức độ khuyết tật.

4.2. Một số hoạt động công tác xã hội trong hỗ trợ người khuyết tật vận động tại thị trấn Cẩm Khê, huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ

4.2.1. Hoạt động tư vấn tâm lý

Bản thân NKT vận động tại thị trấn Cẩm Khê sẽ có những vấn đề về tâm lý riêng và các hoạt động để hỗ trợ tâm lý cho NKT vận động cũng sẽ khác nhau để phù hợp với yếu tố tâm lý của từng NKT vận động. Những hoạt động này đang được những người làm CTXH (cán bộ chính sách xã hội, cộng tác viên CTXH) hỗ trợ rất tích cực và nhận được sự tin tưởng từ NKT vận động.

Hình 4. Mức độ thực hiện các hoạt động tư vấn tâm lý cho NKT vận động



Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021

Theo kết quả khảo sát, có thể thấy các hoạt động hỗ trợ tư vấn tâm lý cho NKT vận động được thực hiện tương đối đầy đủ.

Đối với hoạt động “Thăm hỏi, trò chuyện với bản thân và gia đình NKT vận động” thì có đến 37,65% và 45,88% NKT vận động đánh giá mức độ thực hiện hoạt động là rất thường xuyên và thường xuyên. Có thể thấy, thực tế ở thị trấn thì hoạt động này được NKT vận động cũng như gia đình họ rất quan tâm và đang được cộng tác viên CTXH thực hiện nhiều nhất, bởi hoạt động này tương đối đơn giản và khá phù hợp do không phải đòi hỏi những kiến thức chuyên môn sâu, thuận lợi cho cộng tác viên CTXH ở thị trấn khi thực hiện việc hỗ trợ. Việc hỗ trợ tư vấn tâm lý qua hoạt động thăm hỏi, trò chuyện để biết được tâm tư nguyện vọng và nhu cầu của NKT vận động, từ đó có thể đưa ra được những sự trợ giúp kịp thời cho NKT vận động.

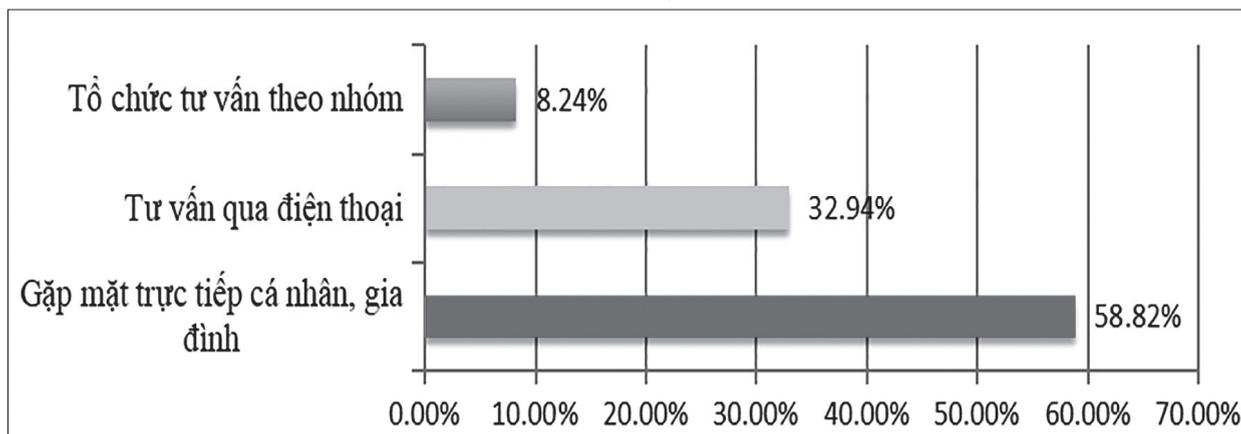
Đối với hoạt động “Tư vấn trị liệu can thiệp khủng hoảng tâm lý”, đây là hoạt động hỗ trợ tâm lý chủ yếu đối với những người bị khuyết tật vận động do tai nạn, bệnh tật bất ngờ xảy ra... Qua khảo sát thực tế ở thị trấn, hoạt động “Tư vấn trị

liệu can thiệp khủng hoảng tâm lý” được đánh giá mức độ rất thường xuyên là 4,71%, thường xuyên 11,76% và NKT vận động đánh giá mức độ thực hiện hoạt động ở tần suất thỉnh thoảng là 41,18%, không bao giờ 42,35%.

Hoạt động “Tư vấn giao tiếp xã hội”, cộng tác viên CTXH giúp NKT vận động tự tin, có thái độ tích cực khi giao tiếp. Dựa vào thực tế tình hình tâm lý NKT vận động ở thị trấn thì mức độ thực hiện hoạt động rất thường xuyên và thường xuyên được NKT vận động đánh giá lần lượt là 16,47% và 23,53%, thỉnh thoảng là 44,71% và không bao giờ là 15,29%. Còn với hoạt động “Tư vấn tâm lý giải tỏa căng thẳng” khi gặp những vấn đề khó khăn, áp lực trong cuộc sống, đây cũng là hoạt động hỗ trợ được cộng tác viên CTXH quan tâm và tích cực thực hiện. Do vậy, khi NKT vận động rơi vào những trạng thái đó thì sự hỗ trợ của cộng tác viên CTXH là thực sự quan trọng và cần thiết.

Với các hoạt động hỗ trợ tư vấn tâm lý như trên, cộng tác viên CXTX đã sử dụng một số hình thức tư vấn phổ biến để có thể dễ dàng tiếp cận hỗ trợ cho NKT vận động một cách tốt nhất và đạt hiệu quả cao.

Hình 5. Các hình thức sử dụng khi hỗ trợ tư vấn tâm lý



Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021

Có thể nhận thấy qua bảng kết quả khảo sát thì hình thức tư vấn được NKT vận động lựa chọn nhiều nhất khi cần hỗ trợ là “Gặp mặt trực tiếp cá nhân, gia đình”, chiếm đến 58,82%. Hình thức truyền thống này có nhiều ưu điểm vì qua

việc trao đổi, gặp gỡ trực tiếp, cộng tác viên CTXH không chỉ nhận được các thông tin bằng lời nói, mà còn đánh giá và nhận biết được các thông tin phi ngôn ngữ (cử chỉ, nét mặt...). Hình thức “Tư vấn theo nhóm” chiếm 8,24% ở thị trấn

ít NKT biết đến và chưa thực sự hiểu được cách thức hoạt động nên hình thức này ít được cộng tác viên CTXH sử dụng để hỗ trợ tư vấn tâm lý cho NKT vận động. Hình thức “*Tư vấn qua điện thoại*” cũng được NKT vận động quan tâm và lựa chọn, chiếm 32,94%. Hình thức này hiện nay đang phổ biến hơn ở thị trấn bởi tính thuận tiện của nó, một trong những điểm mạnh của hình thức này là khả năng cung cấp sự hỗ trợ nhanh chóng, tiện lợi, tiết kiệm thời gian.

Việc lựa chọn những hình thức tư vấn tâm lý phù hợp với NKT vận động đem lại hiệu quả một cách nhất định.

“Cũng may là luôn có gia đình bên cạnh và được chị Thu - cộng tác viên CTXH ở thị trấn đến trò chuyện, động viên hàng ngày, chị mới thấy tốt hơn chứ những ngày đầu mới từ viện về, nhìn thấy cơ thể mình như vậy, chị không muốn sống em ạ, lúc nào cũng suy nghĩ tiêu cực.”

(N.T.V - Nữ - 32 tuổi - NKT vận động)

“Việc gặp mặt trực tiếp trò chuyện, trao đổi, chia sẻ với NKT vận động là thường xuyên, đều đặn mỗi tuần một vài lần, mình đến thì mới nắm bắt được tình hình của họ như thế nào từ đó mới có sự hỗ trợ kịp thời cho họ. Việc đến tận nhà gặp

NKT đạt hiệu quả tương đối tốt, cũng có nhiều người sau quá trình giúp đỡ thì thấy khá lên nhiều, tâm lý thoải mái, không còn buồn phiền, lo âu hay khủng hoảng tinh thần nữa, tự tin giao tiếp hẳn.”

(H.T.T.H - Nữ - Cộng tác viên CTXH)

Tóm lại, hoạt động hỗ trợ tư vấn tâm lý có vai trò quan trọng giúp NKT vận động ổn định được tâm lý và phát huy tối đa khả năng của mình. Để hoạt động hỗ trợ tư vấn tâm lý đạt hiệu quả tốt nhất cần rất nhiều sự cố gắng, kiên trì của cộng tác viên CTXH và sự chủ động, tin tưởng của chính NKT vận động dành cho hoạt động này.

4.2.2. Hoạt động hỗ trợ sinh kế

Hỗ trợ sinh kế giúp NKT vận động có cơ hội việc làm và thu nhập nuôi sống bản thân cũng như giảm gánh nặng cho gia đình họ. Từ đó khả năng hòa nhập cộng đồng và tiếp cận các nguồn lực xã hội ngày càng cao, giúp cho NKT vận động giảm thiểu rủi ro, đa dạng hóa sinh kế và tạo lập được sinh kế bền vững cho chính mình. Ở thị trấn thì dựa vào tình hình thực tế nhu cầu, mong muốn của NKT vận động, cộng tác viên CTXH thực hiện một số hoạt động hỗ trợ sinh kế như sau:

Bảng 2. Các hoạt động hỗ trợ sinh kế và mức độ hỗ trợ đối với NKT vận động

STT	Các hoạt động	Mức độ				
		Rất cần thiết	Cần thiết	Bình thường	Ít cần thiết	Không cần thiết
1	Hỗ trợ dạy và đào tạo nghề	32,91%	36,47%	17,65%	12,94%	0%
2	Hỗ trợ tìm việc làm	40%	35,29%	16,47%	8,24%	0%
3	Hỗ trợ sản xuất, kinh doanh	31,76%	41,18%	21,18%	5,88%	0%
4	Hỗ trợ vay vốn	30,59%	37,65%	24,70%	7,06%	0%
5	Hỗ trợ phát triển kinh tế gia đình	36,47%	45,88%	12,94%	4,71%	0%

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021

Qua bảng khảo sát trên, có thể thấy các hoạt động hỗ trợ sinh kế cho NKT vận động trên địa bàn thị trấn rất đa dạng. *Hoạt động hỗ trợ dạy, đào tạo nghề và hỗ trợ tìm kiếm việc làm* là hai hoạt động được cộng tác viên CTXH tập

trung triển khai thực hiện nhiều nhất, NKT vận động đánh giá mức độ rất cần thiết và cần thiết của hoạt động hỗ trợ dạy, đào tạo nghề và hỗ trợ tìm kiếm việc làm lần lượt là 32,91%; 36,47% và 40%; 35,29%. Hai hoạt động hỗ trợ

này có ý nghĩa quan trọng, không những tạo ra thu nhập để đáp ứng nhu cầu của bản thân NKT vận động và gia đình họ mà còn giúp phục hồi chức năng, có cơ hội giao tiếp với xã hội, hòa nhập cộng đồng và hơn hết là đảm bảo quyền công dân của NKT vận động, là cơ hội để NKT vận động khẳng định giá trị bản thân với cộng đồng và xã hội. *Hoạt động hỗ trợ sản xuất, kinh doanh và hỗ trợ vay vốn* cũng được NKT vận động đánh giá ở mức độ rất cần thiết và cần thiết tỷ lệ tương đối cao. Đây cũng là các hoạt động mà NKT nói chung và NKT vận động nói riêng sẽ được hưởng những chính sách ưu đãi của Nhà nước, các tổ chức, doanh nghiệp và các cá nhân hỗ trợ NKT vận động vay vốn để phát triển, mở rộng sản xuất kinh doanh, chuyển giao công nghệ. *Hoạt động hỗ trợ phát triển kinh tế gia đình* cho NKT vận động cũng rất cần thiết. Với sự quan tâm của chính quyền địa phương và sự hỗ trợ của các tổ chức, đoàn thể và cộng tác viên CTXH, NKT vận động trên địa bàn thị trấn được tiếp cận với các mô hình phát triển kinh tế như: nuôi bò sinh sản, trồng bưởi Đoan Hùng, nuôi trồng thủy sản, mô hình VAC... Các mô hình phát triển kinh tế dành cho NKT vận động đều là mô hình khả quan, phù hợp với từng điều kiện của NKT vận động.

Với những hoạt động hỗ trợ sinh kế như vậy, nó không chỉ là điều kiện để NKT vận động có thu nhập để phục vụ cho sinh hoạt hàng ngày cũng như giảm gánh nặng cho gia đình mà còn là một cơ hội để NKT vận động khẳng định bản thân mình và nhận được sự tôn trọng từ xã hội. Thực tế, các hoạt động hỗ trợ sinh kế đã được chính quyền địa phương thị trấn Cẩm Khê đặc biệt quan tâm và được cộng tác viên CTXH thực hiện tương đối tốt. NKT vận động trên địa bàn thị trấn đánh giá hiệu quả đạt được khi được hỗ trợ sinh kế là khá cao.

“Nhờ có sự quan tâm của địa phương mà cô được đi học nghề may. Trước cô cũng thích may vá thêu thùa lắm, được học nghề đúng sở thích của

mình nên cô cũng cố gắng, học mấy tháng xong giờ về mở tiệm may nhỏ nhỏ này cũng ổn cháu ạ. Tháng thu nhập khoảng 3 - 4 triệu, mặc dù không được nhiều nhưng với cô thế là tốt lắm rồi. Mà cháu thấy đấy, gia đình cô cũng không phải có điều kiện, chú đi làm lương cũng chỉ đủ nuôi thằng cu đang đi học nên có cái nghề, có thu nhập là cô mừng lắm.”

(L.T.M - Nữ - 37 tuổi - NKT vận động)

Thị trấn cũng đã khuyến khích một số doanh nghiệp tư nhân trên địa bàn thị trấn như: nhà may Thanh Đoàn, làm nón lá Sai Nga... nhận một số NKT vận động trong độ tuổi lao động mà vẫn có khả năng lao động và có nhu cầu việc làm vào học nghề và làm việc.

“Với việc được hỗ trợ vay vốn để phát triển kinh tế hộ gia đình nhiều NKT vận động trên địa bàn Thị trấn đã mạnh dạn vay đầu tư sản xuất kinh doanh, một số NKT vận động còn vươn lên trở thành ông chủ, bà chủ, sở hữu số vốn lớn, còn tạo được công ăn việc làm cho những NKT khác.”

(N.T.T - Phó Chủ tịch UBND Thị trấn)

Tóm lại, hỗ trợ sinh kế là một hoạt động rất thiết thực và có ảnh hưởng lớn đến NKT nói chung cũng như NKT vận động nói riêng. Hoạt động này được chính quyền cùng các tổ chức, đoàn thể trên địa bàn thị trấn tích cực triển khai trong thời gian qua, tạo cơ hội giúp NKT vận động trên địa bàn thị trấn có việc làm, có thu nhập ổn định, nâng cao đời sống và vươn lên ổn định cuộc sống, góp phần thực hiện chính sách an sinh xã hội tại địa phương.

4.2.3. Hoạt động kết nối tiếp cận với các nguồn lực

Đây là hoạt động được cộng tác viên CTXH thực hiện nhiều nhất trong việc hỗ trợ NKT vận động trên địa bàn thị trấn Cẩm Khê, bởi hoạt động này giúp NKT vận động có thể tìm kiếm những nguồn lực (nội lực, ngoại lực) bao gồm về con người, cơ sở vật chất, y tế, giáo dục... cung cấp cho NKT vận động những thông tin về các dịch vụ, chế độ, chính sách...

Bảng 3. Các nguồn lực hỗ trợ NKT vận động được kết nối tiếp cận

STT	Các nguồn lực được kết nối tiếp cận	Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)
1	Hỗ trợ học nghề, việc làm	30	44,12%
2	Hỗ trợ giáo dục hòa nhập	26	38,23%
3	Hỗ trợ về y tế, chế độ bảo hiểm	37	54,40%
4	Hỗ trợ chăm sóc sức khỏe, phục hồi chức năng	43	63,27%
5	Cung cấp các thiết bị hỗ trợ (xe lăn, nạng, dụng cụ chỉnh hình...)	25	36,82%
6	Hỗ trợ xây dựng và cải thiện nhà ở	15	22,15%
7	Trợ giúp pháp lý	13	19,14%
8	Chế độ, chính sách bảo trợ xã hội	34	50%
9	Hỗ trợ khác (tham gia các hoạt động văn hóa, vui chơi, giải trí, giao thông...)	21	30,91%

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021

Nhìn vào bảng kết quả khảo sát có thể thấy, các hoạt động hỗ trợ kết nối tiếp cận với các nguồn lực cho NKT vận động trên địa bàn thị trấn rất đa dạng theo tình hình, hoàn cảnh thực tế và nhu cầu, mong muốn của NKT vận động. Hoạt động thực hiện nhiều nhất là *hoạt động hỗ trợ chăm sóc sức khỏe, phục hồi chức năng*, chiếm đến 63,27%. Việc chăm sóc sức khỏe, phục hồi chức năng giúp làm giảm bớt những khiếm khuyết về cấu trúc và hoạt động chức năng của thể chất, tinh thần, củng cố và tổ chức lại cấu trúc, các hoạt động chức năng còn lại về thể chất và trí tuệ trên cơ sở khả năng của NKT vận động. Chiếm tỷ lệ 54,40% là hoạt động kết nối tiếp cận *hỗ trợ về y tế, chế độ bảo hiểm*. Đây cũng là hoạt động được nhiều NKT vận động ở thị trấn quan tâm, mong muốn được tiếp cận để đảm bảo khám chữa bệnh, được cung cấp bảo hiểm y tế, chế độ bảo hiểm... Hoạt động tiếp cận với *chế độ, chính sách bảo trợ xã hội* chiếm 50%, cũng là một tỷ lệ tương đối cao. Việc NKT vận động thị trấn được tiếp cận, thụ hưởng các chế độ, chính sách bảo trợ xã hội,

nhất là chế độ hưởng trợ cấp xã hội hàng tháng cho NKT vận động đặc biệt nặng và nặng, nó đảm bảo quyền lợi cho NKT vận động. *Hỗ trợ học nghề, việc làm* chiếm tỷ lệ 44,12%. Hoạt động này được chính quyền địa phương rất quan tâm, là con đường sinh kế bền vững, tạo dựng cho họ niềm tin vào khả năng lao động của bản thân, từ đó hòa nhập bền chặt với cộng đồng. Hoạt động *hỗ trợ giáo dục hòa nhập* (chiếm 38,23%) cũng là một hoạt động được quan tâm, chú ý đẩy mạnh việc kết nối tiếp cận cho NKT vận động, nhất là đối với NKT vận động là trẻ em đang trong độ tuổi đến trường. Cộng tác viên CTXH kết nối với các cơ sở giáo dục trên địa bàn thị trấn tiếp nhận các em là NKT vận động học tập tại các trường theo các cấp học; sắp xếp, bố trí các lớp học phù hợp với tình trạng khuyết tật của các em; đảm bảo mỗi lớp học hòa nhập có không quá 2 NKT theo quy định. Hoạt động kết nối *cung cấp các thiết bị hỗ trợ (xe lăn, nạng, dụng cụ chỉnh hình...)* chiếm 36,82%; *Hỗ trợ xây dựng và cải thiện nhà ở* là 22,15%; *Trợ giúp pháp lý* chiếm 19,14% và

ngoài ra NKT vận động ở thị trấn còn được kết nối tiếp cận đến nguồn lực khác là việc *hỗ trợ tham gia các hoạt động văn hóa, vui chơi, giải trí, giao thông...* (chiếm 30,91%). Hoạt động văn hóa, vui chơi, giải trí là phần không thể thiếu trong đời sống của NKT cũng như NKT vận động. Giúp NKT vận động được tham gia đầy đủ vào mọi hoạt động chính là thực hiện mục tiêu bình đẳng xã hội cho NKT.

Cộng tác viên CTXH đã kết nối, giúp NKT vận động ở thị trấn tiếp cận được nhiều nguồn lực khác nhau phù hợp với từng nhu cầu, mong muốn và được đánh giá mức độ hiệu quả tương đối tốt.

Có thể thấy đa số các nguồn lực hỗ trợ được NKT vận động đánh giá ở mức độ *"Hiệu quả cao"* và *"Hiệu quả"*, tỷ lệ % của hai mức độ này lần lượt là 35,29% và 40%. Đây cũng là một cao số khá cao để đánh giá được vai trò trung gian - cầu nối giữa các bên hỗ trợ của cộng tác viên CTXH (Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2021)

"Việc kết nối NKT vận động và gia đình họ đến cơ quan chuyên môn để làm hồ sơ hưởng trợ cấp xã hội hàng tháng là chức năng, nhiệm vụ của các chị, được quy định cụ thể trong các văn bản của Nhà nước. Các chị ở đây tiếp cận đến từng NKT để nắm được tình hình cụ thể của họ, từ đó mới hướng dẫn họ các giấy tờ thủ tục, quy trình xem có đủ điều kiện để hưởng chế độ không. Nói chung là cố gắng để họ không bị thiệt, được hưởng đúng và đủ theo quy định của Nhà nước."

(T.N.L - Nữ - Công chức văn hóa - xã hội)

Có thể thấy việc thực hiện hoạt động kết nối tiếp cận với các nguồn lực cho NKT vận động trên địa bàn thị trấn Cẩm Khê đã được chú trọng quan tâm. Đây là một trong những hoạt động CTXH mang ý nghĩa quan trọng đối với NKT nói chung cũng như NKT vận động nói riêng trên địa bàn thị trấn. Các nguồn lực đều đem lại những kết quả tích cực và được đánh giá hiệu quả thực hiện tương đối cao.

5. Luận bàn về kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu khái quát được việc triển

khai thực hiện các hoạt động CTXH hỗ trợ NKT vận động tại thị trấn Cẩm Khê, bao gồm: Hỗ trợ tư vấn tâm lý; Hỗ trợ sinh kế; Hỗ trợ tiếp cận kết nối với các nguồn lực. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các hoạt động CTXH trong hỗ trợ NKT vận động đã được triển khai tương đối đầy đủ, phù hợp với điều kiện của địa phương. Phạm vi, quy mô, hiệu quả thực hiện của các hoạt động CTXH đã có nhiều chuyển biến rõ rệt theo chiều hướng tích cực. Các hoạt động CTXH trên đang mang lại những tác động tốt, góp phần vào việc chăm sóc, giảm bớt khó khăn cho NKT vận động và gia đình của họ, đảm bảo cuộc sống một cách tốt nhất. Bên cạnh đó, vẫn còn những tồn tại, hạn chế ảnh hưởng đến hiệu quả của việc thực hiện các hoạt động CTXH trong hỗ trợ NKT vận động: thị trấn vẫn còn thiếu đội ngũ làm CTXH chuyên nghiệp, nhận thức về CTXH đối với NKT của một bộ phận người dân cũng như bản thân NKT và gia đình họ còn chưa đúng đắn, cơ sở vật chất còn thiếu, chưa đáp ứng được hết các nhu cầu của NKT vận động, hệ thống chính sách và khuôn khổ pháp lý về phát triển CTXH còn chưa hoàn thiện, vẫn có những bất cập ...

6. Kết luận

Các hoạt động CTXH trong hỗ trợ NKT vận động tại thị trấn Cẩm Khê, huyện Cẩm Khê, tỉnh Phú Thọ đã triển khai thực hiện một số hoạt động: Hỗ trợ tư vấn tâm lý; Hỗ trợ sinh kế; Hỗ trợ tiếp cận kết nối với các nguồn lực. Đây là những hoạt động CTXH được cộng tác viên CTXH thực hiện tương đối thường xuyên và đầy đủ. Từ thực trạng của việc thực hiện các hoạt động CTXH đã đánh giá được hiệu quả cụ thể của các hoạt động CTXH. Mỗi hoạt động CTXH đem lại một hiệu quả nhất định, thiết thực và phù hợp cho NKT vận động. Ngoài ra, vẫn còn những tồn tại, hạn chế ảnh hưởng đến hiệu quả của việc thực hiện các hoạt động CTXH trong hỗ trợ NKT vận động. Từ những điểm tồn tại, hạn chế này của hoạt động CTXH với NKT vận động bài viết là căn cứ để đưa ra

được một số giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động CTXH trong hỗ trợ NKT vận động đem lại những lợi ích thiết thực và nâng cao giá

trị và chất lượng cuộc sống cho người khuyết tật vận động ở thị trấn Cẩm Khê nói riêng và toàn quốc nói chung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Chính phủ. (2010). *Quyết định số 32/2010/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển nghề CTXH (CTXH) giai đoạn 2010-2020 (Đề án 32)*, ban hành ngày 25/03/2010
- Chính phủ. (2012). *Nghị định số 28/2012/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật người khuyết tật*, ban hành ngày 10/4/2012
- UNICEF & Bộ Lao động Thương binh và Xã hội. (2016). *Công tác xã hội với người khuyết tật*
- Hòa, N.V. (2019). *Hoạt động công tác xã hội trong hỗ trợ sinh kế đối với người khuyết tật tại huyện Thuận Thành - tỉnh Bắc Ninh. Luận văn Thạc sĩ*
- LHQ. (2006). *Công ước về Quyền của người khuyết tật*
- Mai, B. T. X. (2014). *Giáo trình Nhập môn công tác xã hội (Tái bản lần 2)*. NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- Michael, O, Bob. S & Pam, T. (2012). *Social Work with Disabled People (Practical Social Work Series)*. Published Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Peggy, Q. (1995). *Social Work and Disability Management Policy: Yesterday, Today, and Tomorrow*, School of Social Work. University of Texas
- Quốc hội. (2010). *Luật Người khuyết tật*. Số 51/2010/QH12
- Tổng cục Thống kê & UNICEF. (2019). *Điều tra Quốc gia về Người khuyết tật*
- Trung, N. V. (2014). *Hoạt động CTXH trong việc thực hiện chính sách đối với NKT trên địa bàn huyện Hiệp Hòa, tỉnh Bắc Giang*, Luận văn Thạc sĩ
- Uân, N. Q. & Thủy, N. T. (2010). *Bước đầu tìm hiểu khó khăn và biểu hiện vượt khó của người khuyết tật vận động để tiến tới xây dựng chỉ số vượt khó (AQ) của người khuyết tật vận động. Tạp chí Tâm lý học, số 1 (130)*
- Ủy ban nhân dân Thị trấn Cẩm Khê. (2020). *Báo cáo Tình hình thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2020; phương hướng, nhiệm vụ năm 2021*
- WHO. (2017). *Báo cáo quốc tế về Người khuyết tật*

ẢNH HƯỞNG CỦA NHẬN THỨC XANH TỚI QUYẾT ĐỊNH TIÊU DÙNG XANH CỦA SINH VIÊN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

TS. Trần Thị Phương Hiền
Trường Đại học Kinh tế quốc dân
hientp@neu.edu.vn

Tóm tắt: Hà Nội là địa bàn có nhiều trường đại học lớn nhất trên cả nước, có số lượng lớn sinh viên theo học. Đây là lực lượng người tiêu dùng chiếm số lượng đáng kể, những hiểu biết, nhận thức, hành vi tiêu dùng của họ giúp doanh nghiệp định hình hoạt động sản xuất kinh doanh. Trong xu thế tiêu dùng bền vững, nhận thức xanh và quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên nói riêng, người tiêu dùng nói chung là yếu tố quan trọng quyết định sự thành công lâu dài của doanh nghiệp. Nghiên cứu này tìm hiểu ảnh hưởng của nhận thức xanh (nhận thức về giá cả sản phẩm xanh, sự quan tâm đến môi trường, nhận thức về sản phẩm xanh, nhận thức về hình ảnh thương hiệu, nhận thức về ảnh hưởng xã hội) tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Nghiên cứu thực hiện khảo sát với 500 sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội, số phiếu hợp lệ thu về là 453 cho thấy nhận thức về giá cả ảnh hưởng nhiều nhất tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên. Nhân tố ảnh hưởng nhiều thứ hai là sự quan tâm đến môi trường, tiếp đó là nhận thức về ảnh hưởng xã hội, nhận thức về sản phẩm xanh. Ảnh hưởng ít nhất đến quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên là hình ảnh thương hiệu của sản phẩm xanh.

Từ khóa: Hà Nội; nhận thức xanh; quyết định tiêu dùng xanh, sinh viên.

THE INFLUENCE OF GREEN AWARENESS ON STUDENTS' GREEN PURCHASE DECISIONS IN HANOI

Abstract: Hanoi has the greatest number of universities in Vietnam with a huge number of students. This is a large number of consumers, whose insights, perceptions, and behaviors help businesses shape their production and business activities. In the sustainable consumption trend, green awareness and green purchase decisions of students in particular and consumers in general are important factors determining the long-term success of businesses. This study investigates the influence of the green awareness (price awareness on green products, environmental concern, awareness on green products, brand image awareness and social influence) on green purchase decisions of students in Hanoi. The study surveyed on 500 students in Hanoi and got 453 valid questionnaires. The results showed that price perception had the most influence on students' green purchase decisions. The second influential factor is the environmental perception, followed by social influence and awareness of green products and, the last one is the brand image.

Keywords: Hanoi, green awareness, green purchase decision, student.

Mã bài báo: JHS - 119
Ngày nhận bài sửa: 12/05/2023

Ngày nhận bài: 15/03/2023
Ngày duyệt đăng: 20/05/2023

Ngày nhận phản biện: 28/03/2023

1. Tính cấp thiết của nghiên cứu

Nhiều quốc gia trên thế giới khẳng định môi trường là mối quan tâm lớn nhất hiện nay, tiêu dùng xanh tất yếu trở thành xu hướng tiêu dùng của tương lai. Nhiều chuyên gia cho rằng, sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng trong bối cảnh dịch Covid-19 sẽ vừa là cơ hội vừa là thách thức đối với các đơn vị kinh doanh trong việc sản xuất, cung ứng hàng hóa theo các tiêu chí xanh, sạch, minh bạch thông tin sản phẩm để thu hút người tiêu dùng. Để hướng tới các mô hình sản xuất xanh, tiêu dùng xanh, tiêu dùng bền vững, bên cạnh những cơ chế, chính sách, chương trình hỗ trợ phù hợp của các cơ quan chức năng, địa phương cần có sự nỗ lực từ phía các doanh nghiệp sản xuất, nhà cung cấp cũng như những thay đổi trong thói quen mua sắm của người tiêu dùng, đặc biệt là người tiêu dùng trẻ nhằm khuyến khích các mô hình sản xuất, tiêu dùng xanh, bền vững.

Tiêu dùng xanh đã khá phổ biến ở các nước phát triển và có những bước tiến ban đầu ở các nước đang phát triển khi thu nhập cá nhân và ý thức tiêu dùng ngày càng tăng lên. Các chuyên gia môi trường xem tiêu dùng xanh như một biện pháp “giải cứu trái đất” trước những biến đổi xấu của môi trường sống trên toàn cầu. Hà Nội là địa bàn có nhiều trường đại học lớn nhất trên cả nước, có số lượng lớn sinh viên theo học. Trong bộ phận người tiêu dùng, sinh viên là lực lượng chiếm số lượng đáng kể, việc hiểu được nhu cầu, mong muốn của sinh viên sẽ giúp các doanh nghiệp định hình việc sản xuất và kinh doanh cho mình. Sinh viên là đội ngũ trí thức trong xã hội, những nhận thức và tri thức mà họ tiếp nhận được sẽ ảnh hưởng tới hành vi của họ và một khi sinh viên đã định hình được nhận thức và hành vi tiêu dùng xanh, tin rằng họ sẽ là lực lượng tiên phong và dẫn dắt người tiêu dùng nói chung tham gia mạnh mẽ vào tiêu dùng xanh và phát triển bền vững. Vì vậy, nghiên cứu này có ý nghĩa cả về cơ sở lý luận và thực tiễn.

2. Cơ sở luận của nghiên cứu

2.1. Nhận thức xanh của người tiêu dùng

Theo Shikha Kalra (2019) cho rằng nhận thức của người tiêu dùng là nhận thức về các khía cạnh khác nhau của hoạt động tiêu dùng như: giá cả, chất lượng, hạn sử dụng của sản phẩm, nhận thức về quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng... Người tiêu dùng không chỉ nhận thức được các khía cạnh thương mại của việc mua bán hàng hóa mà còn cả khía cạnh sức khỏe và an toàn trong sử dụng hàng hóa. Borin và cộng sự (2013) cho rằng “nhận thức xanh bao gồm việc đánh giá cao các sản phẩm ít có hại cho môi trường, các sinh vật sống và có khả năng phân hủy sinh học.

Norazah Mohd Suki (2013) với đề tài “Green awareness effects on consumers’s purchasing decision: Some insights from Malaysia” đã giải thích sự ảnh hưởng của mối quan tâm đến môi trường, “Nhận thức về sản phẩm xanh”, “Nhận thức về giá cả” và hình ảnh thương hiệu đến quyết định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng. Malaysia cũng đang gặp phải thách thức với thực tế là môi trường ô nhiễm và biến đổi khí hậu: ô nhiễm nguồn nước, không khí. Theo Suki (2013), “nhận thức xanh thay đổi quan điểm của người tiêu dùng: giảm tiêu thụ các sản phẩm thông thường, khuyến khích lựa chọn và tiêu dùng các sản phẩm thân thiện với môi trường”. Suki (2013) cũng cho rằng: nhận thức xanh của cá nhân có ảnh hưởng tới quyết định tiêu dùng.

Aoydelde và cộng sự (2017) với đề tài “Green Awareness and Consumer Purchase Intention of Environmentally-Friendly Electrical Products in Anambra, Nigeria” nghiên cứu về nhận thức xanh bao gồm sự quan tâm đến môi trường, nhận thức về ảnh hưởng xã hội, nhận thức về sức mạnh của thương hiệu, nhận thức về luật môi trường ảnh hưởng đến ý định mua sắm sản phẩm điện máy thân thiện với môi trường tại Nigeria.

Trí (2022) với bài viết “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm xanh của

sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh” xem xét ảnh hưởng của các yếu tố tới quyết định mua sản phẩm xanh của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh như: trải nghiệm sản phẩm xanh, tính thân thiện với môi trường của các công ty, thúc đẩy trách nhiệm với môi trường.

Nhóm tác giả kế thừa nghiên cứu của Suki (2013) và Ayodele và cộng sự (2017) với quan điểm cho rằng: “*Nhận thức xanh là tập hợp những hiểu biết, nhận thức của người tiêu dùng trong mua sắm nhằm đưa ra các lựa chọn tiêu dùng có lợi với môi trường và trái đất*”. Nhận thức xanh bao gồm: sự quan tâm tới môi trường; nhận thức về sản phẩm xanh; nhận thức giá cả sản phẩm xanh; nhận thức hình ảnh thương hiệu sản phẩm xanh và nhận thức về các ảnh hưởng xã hội trong quyết định tiêu dùng xanh. Là các quốc gia đang phát triển, sự tăng trưởng tập trung vào chiều rộng khiến cho các sản phẩm ít gây hại với môi trường chưa được quan tâm đúng mức, đồng thời nhận thức của người tiêu dùng còn rất thấp đối với môi trường ở nhiều quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Nghiên cứu của Nezakati và Hosseinpour (2018) chỉ ra rằng, ở Malaysia, khái niệm sản phẩm ít gây hại với môi trường vẫn còn mới mẻ, lạ lẫm, thái độ, kiến thức của người tiêu dùng hướng tới các sản phẩm xanh còn rất thấp. Việt Nam và Malaysia là hai nền kinh tế có nét tương đồng, lại cùng mang những nét văn hóa đặc trưng của khu vực Đông Nam Á, vì vậy việc kế thừa nghiên cứu này là hoàn toàn phù hợp.

2.2. Quyết định tiêu dùng xanh

Quyết định tiêu dùng của người tiêu dùng là một tập hợp các quyết định về các lựa chọn thay thế có sẵn. Mramba (2015) cho rằng quyết định tiêu dùng chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố, trong đó có yếu tố thuộc về cá nhân, tâm lý, xã hội và văn hóa. Điều này gây khó khăn cho các nhà tiếp thị để dự đoán người tiêu dùng một sản phẩm cụ thể. Quyết định tiêu dùng là một quá trình hợp nhất kết hợp kiến thức về sản phẩm và tập hợp các lựa chọn của người tiêu dùng. Quyết

định tiêu dùng xanh là một tập hợp các quyết định về các lựa chọn thay thế có sẵn đối với các sản phẩm xanh, thân thiện với môi trường của người tiêu dùng.

Quyết định tiêu dùng xanh là sự kết hợp các cân nhắc về môi trường vào tất cả các khía cạnh của quá trình tiêu dùng (Yang và cộng sự, 2022). Quyết định tiêu dùng xanh là quyết định tiêu dùng trong đó người tiêu dùng quan tâm tới môi trường đối với những sản phẩm đã mua cũng như những công ty cung cấp sản phẩm đó (Kanapathy và cộng sự, 2016).

2.3. Ảnh hưởng của nhận thức xanh tới quyết định tiêu dùng xanh

* Sự quan tâm tới môi trường và quyết định tiêu dùng xanh

Theo Rasaputra và Yin (2015): “Quyết định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng được ghi nhận là có bị ảnh hưởng bởi nhận thức về các vấn đề của môi trường, nhằm góp phần bảo vệ môi trường thông qua các quyết định mua sắm sản phẩm”.

Abdulsatar và cộng sự (2021) cho rằng người tiêu dùng với đầy đủ kiến thức về môi trường sẽ có ảnh hưởng tới quyết định tiêu dùng xanh của chính họ. Quyết định tiêu dùng xanh có thể được khuyến khích bởi các công ty hướng khách hàng của họ mua sản phẩm xanh bằng cách quảng bá giá trị xanh mà họ truyền vào sản phẩm của họ. Abdulsatar (2021) đã đưa ra nhận định rằng hiểu biết và kiến thức về môi trường sẽ có ảnh hưởng đến người tiêu dùng khi họ đưa ra quyết định tiêu dùng xanh. Thôi thúc của bản thân trong việc bảo vệ và việc ủng hộ các hành động vì môi trường là một trong các nhân tố chính liên quan đến quyết định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng. Tác giả đưa ra giả thuyết:

H1: Sự quan tâm đến môi trường của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định tiêu dùng xanh

* Nhận thức về sản phẩm xanh và quyết định tiêu dùng xanh

Qua sự tò mò và việc sử dụng các sản phẩm

xanh sẽ làm cho người tiêu dùng có thêm kiến thức về các khía cạnh thuộc về việc bảo vệ môi trường. Theo M. Laroche và cộng sự (2001) người tiêu dùng tự mình tìm hiểu về các sản phẩm xanh và có được kiến thức liên quan đến các thành phần của sản phẩm xanh, tác động của sản phẩm đến môi trường và chức năng của sản phẩm. Tiếp tục như vậy, họ chia sẻ kiến thức và thông tin về các sản phẩm xanh cho bạn bè của họ hoặc cũng có thể tiếp nhận thông tin từ những người khác nữa. Xa hơn, trải nghiệm đối với sản phẩm xanh ảnh hưởng đến quyết định tiêu dùng, cho phép họ đưa ra lựa chọn đúng đắn trong quyết định tiêu dùng và giúp họ sẵn sàng hơn trong việc chi trả nhiều tiền hơn cho các sản phẩm xanh (Zhao và cộng sự, 2014).

H2: Nhận thức về sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định tiêu dùng xanh

* Nhận thức về giá cả sản phẩm xanh và quyết định tiêu dùng xanh

Giá cả sản phẩm xanh là một yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tiêu dùng xanh. Khi lựa chọn mua các sản phẩm xanh, người tiêu dùng sẽ cân nhắc, tính toán đến những lợi ích của việc tiêu dùng xanh cũng như trách nhiệm của cá nhân đến môi trường với mức chi phí đã bỏ ra. Nếu giá bán của sản phẩm cao thì kỳ vọng của cá nhân người tiêu dùng về đóng góp của mình đến môi trường sẽ cao và ngược lại.

Người tiêu dùng thực sự so sánh giá cả và chất lượng sản phẩm vì họ đồng ý chi nhiều tiền hơn cho những sản phẩm ít gây hại với môi trường và quan tâm đến sức khỏe con người (Laroche và cộng sự, 2001). Bukhari (2011) mô tả rằng giá cả là một trong các nguyên nhân chính khi người tiêu dùng cân nhắc việc không mua sản phẩm xanh nếu chúng đắt đỏ.

Quyết định tiêu dùng ảnh hưởng bởi giá của một sản phẩm, người tiêu dùng luôn thích mua hoặc mua những sản phẩm có giá thành thấp so với các sản phẩm khác. Trong trường hợp người tiêu dùng mua những sản phẩm, hàng hóa thân

thiện với môi trường thì họ phải chịu trả nhiều tiền hơn so với các sản phẩm thông thường, có thể có hại cho sức khỏe và môi trường. Lượng người tiêu dùng muốn mua sản phẩm xanh hiện nay còn nhỏ nhưng họ sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho sản phẩm xanh. Tác giả đưa ra giả thuyết:

H3: Nhận thức về giá cả sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội ảnh hưởng thuận chiều tới quyết định tiêu dùng xanh

* Nhận thức về hình ảnh thương hiệu sản phẩm xanh và quyết định tiêu dùng xanh

Nghiên cứu của Loureiro (2005) đã khẳng định: “người tiêu dùng cho thấy họ sẵn sàng mua hàng cao hơn cho các sản phẩm được gắn nhãn sinh thái”. Theo Rahbar và Wahid (2011) “Thương hiệu xanh có các thuộc tính và lợi thế của việc sử dụng hình ảnh xanh, các công ty chứng minh được rằng họ an toàn với sinh thái, có ý thức bảo vệ môi trường và “xanh”, như vậy người tiêu dùng sẽ ưa thích các công ty có thương hiệu xanh khi ra quyết định tiêu dùng. Tác giả đưa ra nhận định:

H4: Nhận thức của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội về hình ảnh của thương hiệu sản phẩm xanh có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định tiêu dùng xanh

* Nhận thức về ảnh hưởng xã hội và quyết định tiêu dùng xanh

Ayodele và cộng sự (2017) cho rằng nhận thức về ảnh hưởng xã hội được coi là sự thay đổi thái độ hoặc hành vi của một cá nhân thông qua ảnh hưởng của người khác.

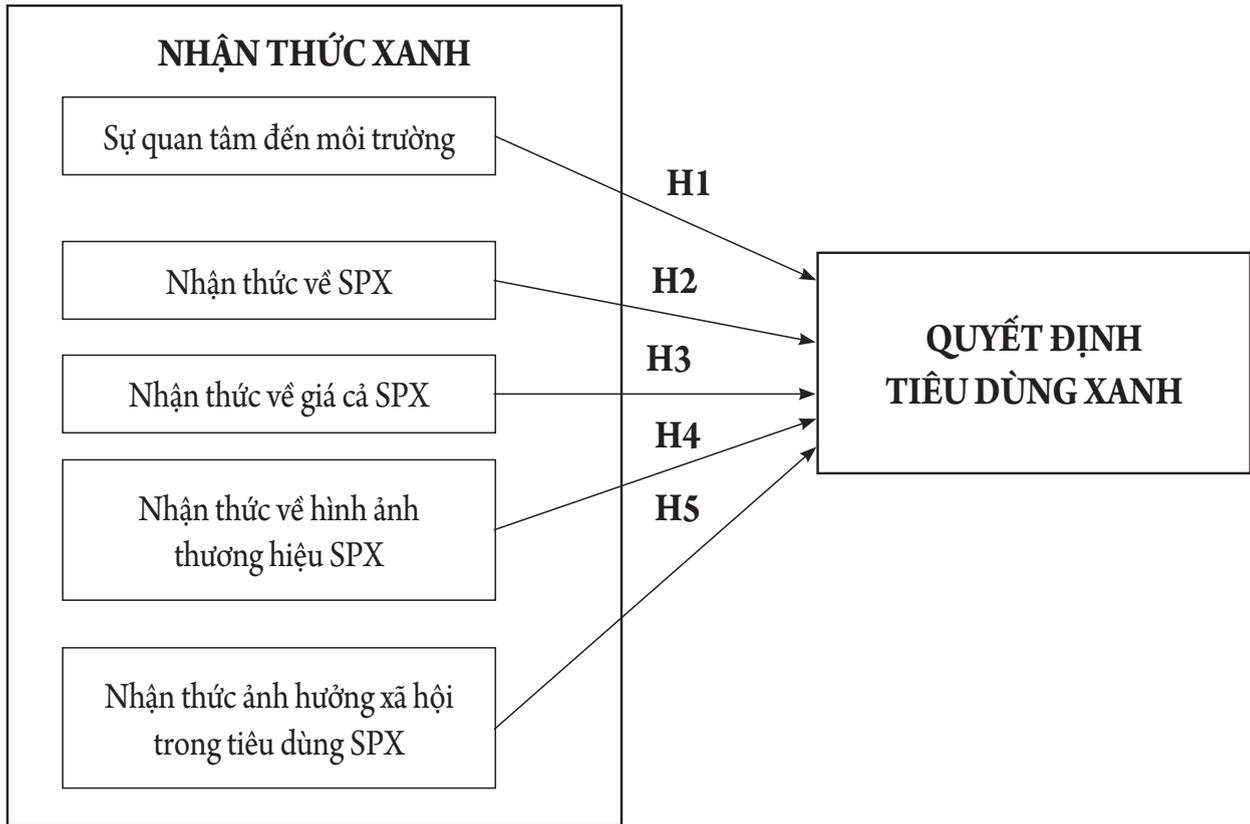
Nhiều nghiên cứu khác nhau đã xem xét tác động xã hội và các nhóm tham khảo đến ý định mua hàng và hành vi mua hàng. Wahid, Rahbar (2011) cho rằng ảnh hưởng xã hội là đại diện của chuẩn mực chủ quan. Lee (2010) tuyên bố rằng ảnh hưởng xã hội bao gồm bạn bè, gia đình, nhà giáo dục, nhà tuyển dụng, đồng nghiệp chuyên nghiệp, chuyên gia và giới truyền thông. Nhiều nghiên cứu đã xác thực rằng các chuẩn

mục chủ quan và các nhóm tham khảo có mối tương quan thuận chiều với ý định mua và hành vi mua thực tiễn các sản phẩm xanh. Tuy nhiên, một số nghiên cứu lại khám phá ra rằng quyết định tiêu dùng chịu tác động tiêu cực từ ảnh hưởng xã hội Connell (2010) và Lee (2010).

H5: Nhận thức của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội về ảnh hưởng xã hội trong tiêu dùng sản phẩm xanh ảnh hưởng thuận chiều tới quyết định tiêu dùng xanh

Từ những luận giải trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Quy mô mẫu

Theo Hair và cộng sự (2014): “Trong quá trình phân tích nhân tố EFA, kích cỡ mẫu tối thiểu là 50, tốt nhất là trên 100. Tỷ lệ số quan sát trên một biến phân tích là 5:1 hoặc 10:1. Nghiên cứu này sử dụng 22 biến quan sát, từ đó tìm ra kích cỡ mẫu là $n = 5 \times 22 = 110$. Để đảm bảo tính đại diện và đầy đủ, tác giả chọn số lượng quan sát là $n = 500$ để đảm bảo giá trị thống kê. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, 350 phiếu khảo sát được phát tận tay các sinh viên bởi các giảng viên

đứng lớp và 150 phiếu khảo sát online qua các kênh mạng xã hội. Thời gian khảo sát từ tháng 2 đến tháng 5/2023.

3.2. Xây dựng thang đo

Dựa vào mô hình nghiên cứu và các lý thuyết thu thập được xây dựng các dữ liệu hình thành các thang đo, tham khảo các nghiên cứu nước ngoài có từ trước, áp dụng vào trong nghiên cứu và được dịch sang tiếng Việt dựa vào thang đo trước đó. Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng trong nghiên cứu gồm: 1: hoàn toàn không đồng ý; 5: hoàn toàn đồng ý. Thang đo của nghiên cứu và mục hỏi được trình bày trong bảng 1.

Bảng 1. Thang đo và mục hỏi của nghiên cứu

Biến	Thang đo	Nguồn
Sự quan tâm đến môi trường	Tôi thấy vấn đề về môi trường là một vấn đề khẩn cấp	Mohd Suki, Norazah. (2013).
	Vấn đề môi trường là trách nhiệm của NTD	
	Tôi mong muốn rằng sẽ có ít chất thải được tạo ra từ việc SX các sản phẩm	
	Tôi lo lắng về các hoạt động của tôi sẽ ảnh hưởng như thế nào đến môi trường	
Nhận thức về SPX	Nhiều công ty đang phát triển và cung cấp các sản phẩm ít gây hại với môi trường	
	Bằng cách mua một SPX, tôi sẽ bảo vệ môi trường một cách gián tiếp	
	Nếu NTD tiếp tục mua các SPX, việc SX các SPX sẽ được gia tăng	
	Sản phẩm xanh thường chiếm tỉ lệ nhỏ nhưng giá thành lại cao	
	Tôi thích mua các SPX được đóng gói theo cách thân thiện với môi trường và dễ dàng được tái chế hoặc phân hủy	
Nhận thức về giá cả SPX	Tôi có thể chọn sử dụng các loại hàng hóa, dịch vụ, hoặc sản phẩm từ các nhà cung cấp thân thiện với môi trường nếu như giá sản phẩm là như nhau	
	Tôi sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho các sản phẩm ít gây hại với môi trường	
	Nếu giá bán của các SPX thấp hơn, tôi sẵn sàng thay đổi lối sống bằng cách mua sắm các SPX	
Nhận thức về hình ảnh của thương hiệu SPX	Tôi cảm thấy thoải mái hơn khi mua sản phẩm từ một thương hiệu có hình ảnh màu xanh lá	
	Tôi nhận thức được rằng một hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ sẽ cho tôi niềm tin vào SPX của họ	
	Hình ảnh sáng tạo và mới mẻ của sản phẩm thân thiện môi trường được tạo ra bởi các công ty nhằm đến thu hút NTD chuyên sang TDX	
Nhận thức ảnh hưởng xã hội của tiêu dùng SPX	Tôi được biết về các SPX từ những người xung quanh như bạn bè, gia đình, đồng nghiệp	Ayodele et al., 2017.
	Tôi sẽ bị coi là kém hấp dẫn về mặt xã hội nếu tôi không có các hành động vì môi trường	
	Các phương tiện truyền thông xã hội thông qua internet, báo chí và quảng cáo truyền hình giúp tôi biết đến các thương hiệu thân thiện với môi trường	
	Tôi sẽ có trách nhiệm với xã hội khi tôi khuyến khích mọi NTD SPX	
Quyết định TDX	Tôi chọn mua những sản phẩm ít gây hại với môi trường	Mohd Suki, Norazah. (2013)
	Tôi mua SPX ngay cả khi chúng đắt hơn các sản phẩm thông thường khác	
	Tôi thích SPX hơn các sản phẩm thông thường	

Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.3. Thu thập dữ liệu

- Dữ liệu thứ cấp: nguồn dữ liệu thứ cấp được tham khảo từ giáo trình, tạp chí, nghiên cứu, các bài luận, các bài báo, hoặc trang tin tức online.

- Dữ liệu sơ cấp: tác giả thực hiện điều tra bằng bảng hỏi các sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội về nhận thức xanh cũng như tìm hiểu ảnh hưởng của nó tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên. Phiếu bảng hỏi có 3 phần cơ bản: lời ngỏ, thông tin người được khảo sát, câu hỏi khảo sát.

3.4. Thống kê, xử lý dữ liệu

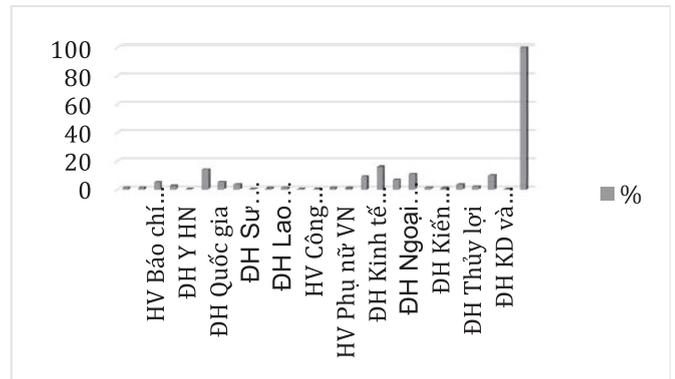
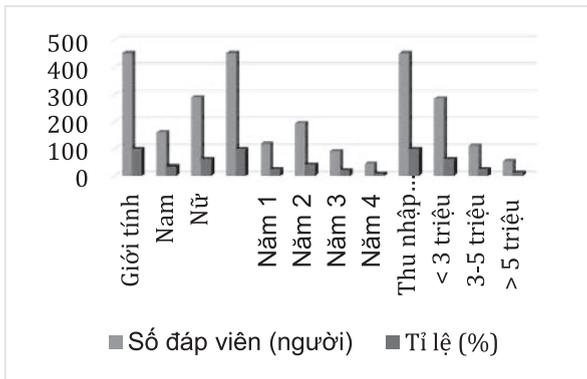
Sau khi xử lý thô dữ liệu, dựa vào ứng dụng SPSS, nhận được kết quả đã được thống kê và phân tích. Thang đo Likert 5 cấp độ được áp dụng với từng câu hỏi trong mô hình. Tác giả thực hiện EFA (Exploratory Factor Analysis) để khám phá các nhân tố, Cronbach's Alpha để kiểm định hệ số tin cậy, tiếp đến là thống kê

mô tả phân tích ANOVA và hồi quy đa biến cho việc làm rõ mối quan hệ giữa nhận thức xanh và quyết định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng. Để rút gọn lại tập dữ liệu tác giả dùng EFA, từ đó thu được danh sách các nhân tố có tác động đối với quyết định tiêu dùng xanh. Để xem xét mức độ tác động của từng yếu tố nhận thức xanh tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên, tác giả phân tích hồi quy đa biến. Cuối cùng, dựa vào những hiểu biết thực tiễn, cùng với số dữ liệu đã có được tác giả đề xuất các ý kiến, giải pháp, khuyến nghị nhằm nâng cao nhận thức của sinh viên nói riêng, người tiêu dùng nói chung trong tiêu dùng xanh cũng như khuyến nghị cho các doanh nghiệp trong sản xuất và cung ứng hàng hóa dịch vụ trong xu thế mới.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Hình 2. Thống kê mô tả mẫu



Nguồn: Kết quả điều tra

4.2. Kiểm định độ tin cậy

Kết quả phân tích độ tin cậy cho thấy: hầu hết các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 các biến đạt yêu cầu và tương quan biến tổng > 0,3. Riêng thang đo *Nhận thức về sản phẩm xanh*, kết quả kiểm định cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của nhóm bằng 0,496 < 0,6

không đạt được tiêu chuẩn tối thiểu của giá trị Cronbach's Alpha. Biến quan sát NTSP1 và NTSP5 có hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm. Sau khi loại NTSP1 và NTSP5 thì hệ số Cronbach Alpha mới của nhóm là 0,725 > 0,6 thang đo đạt yêu cầu.

Bảng 2. Kết quả Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Sự quan tâm đến môi trường			Cronbach's Alpha = 0,769	
QTMT1	10,77	7,771	0,613	0,691
QTMT2	10,74	7,832	0,616	0,690
QTMT3	10,96	8,131	0,479	0,765
QTMT4	10,55	8,128	0,581	0,709
Nhận thức về sản phẩm xanh			Cronbach's Alpha = 0,725	
NTSP2	6,61	3,841	0,487	0,710
NTSP3	6,75	3,544	0,546	0,640
NTSP4	6,83	3,808	0,617	0,562
Nhận thức về giá cả sản phẩm xanh			Cronbach's Alpha = 0,809	
NTGC1	6,73	3,219	0,634	0,762
NTGC2	6,40	2,997	0,690	0,705
NTGC3	6,55	2,995	0,650	0,747
Nhận thức về hình ảnh của thương hiệu sản phẩm xanh			Cronbach's Alpha = 0,792	
HATH1	7,11	2,764	0,642	0,710
HATH2	7,21	2,763	0,693	0,653
HATH3	7,19	3,179	0,572	0,780
Nhận thức về ảnh hưởng xã hội của tiêu dùng xanh			Cronbach's Alpha = 0,782	
AHXXH1	11,41	5,123	0,505	0,769
AHXXH2	11,17	4,659	0,646	0,697
AHXXH3	11,37	4,777	0,678	0,684
AHXXH4	11,44	4,875	0,531	0,759
Quyết định tiêu dùng xanh			Cronbach's Alpha = 0,717	
QĐ1	6,58	1,876	0,528	0,642
QĐ2	6,59	1,826	0,557	0,604
QĐ3	6,82	2,193	0,536	0,638

Nguồn: Kết quả điều tra

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích EFA các biến độc lập, phương pháp sử dụng là Principal component với

phương pháp xoay vòng góc cho 20 biến quan sát, thu được kết quả EFA dưới đây.

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA cho biến độc lập

Hệ số KMO		0,827
Kiểm định Barlett	Giá trị Chi bình phương xấp xỉ	2760,727
	Df	136
	Sig.	0,000

Nguồn: Kết quả điều tra

Phân tích nhân tố lần đầu tiên: “KMO = 0,827 > 0,5”; tất cả 17 biến quan sát có hệ số tải nhân tố (Factor loading) lớn hơn 0,5 được trích thành 5 nhóm, dữ liệu phân tích phù hợp để phân tích nhân tố khám phá. Bartlett’s Test of Sphericity là 2760,727; “sig. = 0,000 < 0,05”: về tổng thể, các biến được sử dụng để quan sát có tương quan. Theo Garson (2003) thì chỉ số KMO > 0,5 là đủ điều kiện, cùng với kiểm định Barlett tiêu chuẩn của phương pháp phân tích nhân tố là chỉ số KMO phải lớn hơn 0,5 (Garson, 2003) và kiểm định Barlett có ý nghĩa thống kê với sig < 0,05. Tác giả quyết định dùng EFA.

Tác giả thực hiện phép trích principal component cùng phép quay vuông góc, 5 nhóm được hình thành từ 17 biến quan sát. Total Variance Explained (Tổng phương sai trích) bằng 66,24% > 50%: thỏa mãn điều kiện; rút ra nhận xét nhóm các nhân tố được lựa chọn trong nghiên

cứu giải thích 66,24 % biến thiên của dữ liệu. Eigenvalues của các nhân tố đều >1. Trong bảng ma trận nhân tố xoay, biến quan sát AHXH2 tải lên ở 2 nhân tố nhưng chênh lệch hệ số tải lớn hơn 0,2 (0,77-0,311= 0,459), vì vậy biến này được giữ lại và xếp vào nhân tố 1 có hệ số tải cao hơn. Như vậy, kết quả thu được cho thấy trọng số nhân tố đều ở mức 0,5 trở lên, các biến được đưa vào nhóm nhân tố của mình, đảm bảo được giá trị hội tụ và phân biệt khi phân tích EFA. Thêm vào đó các nhân tố không bị xáo trộn, câu hỏi của nhóm này không bị chuyển sang nhóm câu hỏi của nhân tố khác. Như vậy, nhóm nhân tố độc lập này không bị thay đổi, không tăng thêm và cũng không giảm đi.

Chạy EFA cho biến phụ thuộc chỉ ra hệ số KMO = 0,608, Bartlett’s test có mức ý nghĩa Sig. = 0,000 < 0,05, các biến đều có trọng số nhân tố > 0,5. Như vậy, yếu tố quyết định tiêu dùng xanh QD gồm 3 biến quan sát.

Bảng 4. Kết quả phân tích EFA cho biến phụ thuộc

Hệ số KMO và kiểm định Bartlett

Hệ số KMO		0,680
Kiểm định Barlett	Giá trị Chi bình phương xấp xỉ	264,954
	Df	3
	Sig.	0,000

Nguồn: Kết quả điều tra

Mô hình nghiên cứu được giữ nguyên.

4.4. Phân tích tương quan

Phân tích tương quan Pearson dựa vào các biến độc lập và biến phụ thuộc để thực hiện, sau

khi phân tích các biến này có giá trị của Pearson mà càng nhỏ thì mối quan hệ tuyến tính của các biến càng chặt.

Bảng 5. Hệ số tương quan giữa các biến

	QTMT	NTSP	NTGC	HATH	AHXX	QD
QTMT	1	0,407**	0,299*	0,403**	0,353**	0,566**
NTSP	0,407**	1	0,339**	0,302**	0,205**	0,473**
NTGC	0,299**	0,339**	1	0,373**	0,222**	0,560**
HATH	0,403**	0,302**	0,373**	1	0,380**	0,507**
AHXX	0,353**	0,205**	0,222**	0,380**	1	0,456**
QD	0,566**	0,473**	0,560**	0,507**	0,456**	1

** Tương quan có ý nghĩa ở mức 0,01 (2 phía)

Nguồn: Kết quả điều tra

Hệ số tương quan giữa nhận thức xanh và biến phụ thuộc quyết định tiêu dùng xanh đều có ý nghĩa ở mức 99%, các biến tương quan tốt.

Do vậy, có thể tiếp dụng dùng trong phân tích hồi quy ở bước tiếp theo.

4.5. Phân tích hồi quy

Bảng 6. Bảng kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai	
1	(Hằng số)	0,265	0,133		1,992	0,047		
	QTMT	0,196	0,026	0,271	7,431	0,000	0,708	1,413
	NTSP	0,121	0,025	0,167	4,796	0,000	0,774	1,292
	NTGC	0,252	0,027	0,322	9,347	0,000	0,795	1,259
	HATH	0,124	0,029	0,153	4,214	0,000	0,712	1,404
	AHXX	0,181	0,032	0,196	5,738	0,000	0,805	1,242
Hệ số Sig.F		0,000						
Hệ số R2		0,580						
Hệ số R2 hiệu chỉnh		0,575						

a. Biến phụ thuộc: QD

Nguồn: Kết quả điều tra

Hệ số R² hiệu chỉnh (Adjusted R Square) = 0,575: mô hình nghiên cứu giải thích được 57,5% đối với Quyết định tiêu dùng xanh, hay 57,5% các biến độc lập thay đổi giải thích cho các biến phụ thuộc trong mô hình đề xuất, 42,5% còn lại là ảnh hưởng của sai số tự nhiên và biến ngoài mô hình. Khi các biến độc lập ảnh hưởng tới biến phụ thuộc là khi giá trị P-value trong phân tích ANOVA = 0,000 < 0,05. Khi các biến độc lập mức độ tin cậy trong khoảng 5% mức độ cho phép sẽ có kết quả kiểm định F = 123,224, điều này cho thấy mô hình hồi quy thì các biến độc lập có tác động tới quyết định tiêu dùng xanh, độ phù hợp của các của các dữ liệu. Dựa vào kết quả có được cho thấy hệ số của đa cộng tuyến có giá trị <2 hệ số phóng đại phương sai VIF kiểm soát được. Như vậy, các biến trong mô hình này chấp nhận được, đa cộng tuyến không đáng lo. Kết quả phân tích hồi quy cũng cho thấy:

- Sig. của thang đo QTMT < 0,05, chấp nhận giả thuyết H1: người tiêu dùng càng quan tâm

đến môi trường càng có khả năng cao ra quyết định tiêu dùng xanh.

- Sig. của thang đo NTSP < 0,05, chấp nhận giả thuyết H2: Nhận thức của người tiêu dùng về sản phẩm xanh càng lớn thì càng có khả năng dẫn đến quyết định tiêu dùng xanh.

- Sig. của thang đo NTGC < 0,05, chấp nhận giả thuyết H3: Giá cả của sản phẩm xanh có ảnh hưởng đến quyết định tiêu dùng xanh.

- Sig. của thang đo HATH < 0,05, giả thuyết H4 được chấp nhận: nhận thức về hình ảnh được gắn với mỗi nhãn hiệu có ảnh hưởng đến quyết định tiêu dùng xanh.

- Sig. của thang đo AHXX < 0,05, giả thuyết H5 được chấp nhận: Ảnh hưởng xã hội tác động đến quyết định tiêu dùng xanh.

Phương trình hồi quy (sử dụng β chuẩn hóa):

$$Y = 0,322*NTGC + 0,271*QTMT + 0,196*AHXX + 0,167*NTSP + 0,153*HATH$$

Từ phương trình hồi quy chuẩn hóa, trị tuyệt đối hệ số Beta càng lớn thì tầm quan trọng của

biến độc lập với biến phụ thuộc càng lớn. Như vậy, nhận thức về giá cả ảnh hưởng nhiều nhất tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên. Nhân tố ảnh hưởng nhiều thứ hai là sự quan tâm đến môi trường, tiếp đó là nhận thức về ảnh hưởng xã hội, nhận thức về sản phẩm xanh. Ảnh hưởng ít nhất đến quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên là hình ảnh thương hiệu.

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu này nhằm tìm hiểu ảnh hưởng của nhận thức xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội, bao gồm: “Sự quan tâm đến môi trường”, “Nhận thức về sản phẩm xanh”, “Nhận thức về giá cả”, “Hình ảnh thương hiệu” và “Nhận thức về ảnh hưởng xã hội” đến quyết định tiêu dùng xanh. Phương pháp định lượng được sử dụng trong nghiên cứu chính thức, thông qua khảo sát bằng bảng câu hỏi định lượng, với cỡ mẫu $n=453$. Mẫu được lấy theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Thang đo được kiểm định bằng phương pháp phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố EFA. Sau khi kiểm định độ tin cậy, độ giá trị của thang đo, tính giá trị trung bình của các biến độc lập và sử dụng kết quả đó để chạy mô hình hồi quy. Kết quả này được thảo luận như sau:

- Đối với nhận thức về giá cả của sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội: yếu tố này tác động mạnh nhất đến quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên ($\beta=0,322$, Sig.=0,000). Từ đó có thể nhận định rằng, với mức giá bán phù hợp với khả năng chi trả của sinh viên, với điều kiện kinh tế không dư giả thì quyết định tiêu dùng xanh của đối tượng khách hàng này sẽ được tăng lên. Người tiêu dùng có xu hướng đánh giá xem số tiền họ phải trả cho một sản phẩm xanh có xứng đáng hay không. Kết quả này cũng phù hợp với nghiên cứu của Zahid và cộng sự (2018). Hoài và cộng sự (2021) cho rằng trong quá trình mua sắm của thế hệ Z, giá là yếu tố ảnh hưởng không nhiều đến quyết định của thế hệ này ($\beta=0,098$). Mặc dù vậy, các nhà quản trị nên chú trọng phát triển các giải pháp để có mức giá phù hợp nhất

với khách hàng, như vậy sẽ thu hút được lượng khách hàng lớn hơn.

- Đối với nhận thức về sự quan tâm đến môi trường của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội: kết quả cũng cho thấy mối quan hệ giữa “Sự quan tâm đến môi trường” và quyết định tiêu dùng xanh cũng ở mức cao ($\beta = 0,271$, Sig.=0,000). Khi “Sự quan tâm đến môi trường” của sinh viên được đẩy mạnh, được tuyên truyền, sinh viên sẽ thấy tầm quan trọng rất lớn của việc quan tâm hơn đến môi trường, hướng đến quyết định tiêu dùng xanh ngày càng tăng. Kết quả nghiên cứu này cũng tương đồng với các nghiên cứu trước. Khách hàng luôn tìm thấy những sản phẩm được thiết kế để có những tính năng có lợi cho môi trường, những sản phẩm mà việc sử dụng nó không hoặc ít gây ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường và những sản phẩm tạo ra sự khác biệt có ý nghĩa trong việc bảo vệ môi trường (K. Lee, 2008). Nhận thức về vai trò của sản phẩm xanh trong việc bảo vệ môi trường, khách hàng cho thấy họ sẽ ủng hộ việc bảo vệ môi trường bằng cách mua và tiêu dùng các sản phẩm xanh (Suki, 2013).

- Đối với nhận thức về ảnh hưởng xã hội tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội: kết quả cũng cho thấy mối quan hệ giữa “Ảnh hưởng xã hội” và quyết định tiêu dùng xanh cũng ở mức tương đối ($\beta = 0,196$, Sig.=0,000). Xem xét vấn đề này, ảnh hưởng từ các đối tượng như người thân, bạn bè, đồng nghiệp, từ các phương tiện truyền thông và sự quan tâm đến hình ảnh bản thân, cảm giác vai trò của bản thân với xã hội có tác động khuyến khích sinh viên hướng đến quyết định tiêu dùng xanh. Kết quả nghiên cứu này không thực sự có sự tương đồng hoàn toàn với các nghiên cứu trước. Nghiên cứu của Trí (2022) đối với sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh cho thấy rằng sự hấp dẫn của xã hội, nói cách khác là ảnh hưởng xã hội, không ảnh hưởng đến quyết định tiêu dùng xanh. Đồng nghĩa với việc các bạn trẻ không để ý đến những suy nghĩ, nhận định khác khi quyết định mua sản phẩm. Điều này có thể lý giải một phần là do các đáp viên vốn là

những sinh viên sống ở Thành phố Hồ Chí Minh có thể có nhiều chủ nghĩa cá nhân hơn. Yếu tố này ảnh hưởng rất ít đến thể hệ Z với $\beta=0,085$, điều này thể hiện đúng tính cách của thế hệ Z, độc lập khi ra quyết định và ít chịu ảnh hưởng bởi cộng đồng. Hoài và cộng sự (2021) cũng cho rằng ảnh hưởng xã hội ảnh hưởng rất ít đến thế hệ Z, dùng ảnh hưởng từ xã hội như từ người nổi tiếng có thể sẽ không phải là cách thức phù hợp với thế hệ Z khi đưa ra lời khuyên tiêu dùng xanh.

- Đối với nhận thức về sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội: kết quả cũng cho thấy mối quan hệ giữa “Nhận thức về sản phẩm xanh” của sinh viên với quyết định tiêu dùng xanh ở một đại lượng tương đối ($\beta = 0,167$, Sig.=0,000). Nhìn chung, cùng với hiệu ứng tích cực của hành động tiêu dùng sản phẩm xanh mang đến những lợi ích cho môi trường được lan tỏa nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng thì sinh viên cũng sẽ nhận được ảnh hưởng tích cực và quyết định tiêu dùng xanh nhờ đó sẽ càng tăng. Kết quả này cũng cho thấy sự tương đồng với các nghiên cứu trước. Maniatis (2016) đã chỉ ra rằng nhận thức về sản phẩm xanh, kiến thức về sản phẩm xanh... là yếu tố có ảnh hưởng tới quyết định tiêu dùng xanh của người dân ở Athens. Hoài và cộng sự (2021) khi nghiên cứu đối với người tiêu dùng trẻ (thế hệ Z) cho rằng đặc tính sản phẩm xanh là yếu tố có mức độ ảnh hưởng cao nhất trong các yếu tố của nghiên cứu với $\beta=0,605$. Các nhà quản trị cần lưu ý tập trung vào sản xuất và kinh doanh các sản phẩm có thể tái chế, loại bỏ dần các mặt hàng nhựa và giấy dùng một lần; giảm thiểu các sản phẩm chế biến

từ động vật và tăng cường phát triển các sản phẩm hữu cơ.

- Đối với nhận thức về hình ảnh thương hiệu của sản phẩm xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội: yếu tố này ít ảnh hưởng nhất trong số các yếu tố của nhận thức xanh của sinh viên tới quyết định tiêu dùng xanh ($\beta = 0,153$, Sig.=0,000). Kết quả này cũng tương đồng với các nghiên cứu trước, nhận thức về hình ảnh thương hiệu (Loureiro và Lotade, 2005), thương hiệu có ảnh hưởng tích cực đến quyết định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng. Các doanh nghiệp sử dụng thương hiệu về các sản phẩm với yếu tố xanh là nguồn thông tin chính trong việc xác định các sản phẩm xanh. Các thương hiệu xanh có thể gợi lên cảm xúc tích cực đối với quyết định tiêu dùng xanh của người tiêu dùng.

6. Kết luận

Nghiên cứu này khảo sát 500 sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội, với số phiếu khảo sát hợp lệ thu về là 453. Nghiên cứu cho thấy tiêu dùng xanh đang trở nên phổ biến đối với người tiêu dùng nói chung và sinh viên nói riêng. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả năm yếu tố của nhận thức xanh đều có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Kết quả nghiên cứu này khá tương đồng với các công trình nghiên cứu trước nên một lần nữa khẳng định ảnh hưởng của các yếu tố này tới quyết định tiêu dùng xanh của sinh viên tại Hà Nội. Điều dễ nhận thấy là khi nhận thức xanh của sinh viên gia tăng thì họ sẽ có xu hướng đưa ra quyết định tiêu dùng xanh, hướng tới lợi ích không chỉ cho bản thân mà còn cho cộng đồng, xã hội trong xu thế phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Abdulsatar Fathe G. Il Tohamea, Genoveva. (2021). Investigating libyan consumers' acceptance towards green purchasing concept. *Journal of Humanities and Social Studies, Vol 05, Number 01, Page 68 - 76*.
Ayodele, Adeola Adetola. (2017). Green Awareness and Consumer Purchase Intention of Environmentally-

Friendly Electrical Products in Anambra, Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development Vol.8, No.22, pp 98-111*.
Alamsyah, D. P., Othman, N. A., & Mohammed, H. A. A. (2020). The awareness of environmentally friendly products: The impact of green advertising and green

- brand image. *Management Science Letters*, 10(9), 1961-1968.
- Alamsyah, D., Othman, N., Bakri, M., Udjaja, Y & Aryanto, R. (2021). Green awareness through environmental knowledge and perceived quality. *Management Science Letters*, 11(1), 271-280.
- Borin, N., Lindsey-Mullikin, J., & Krishnan, R. (2013). An Analysis of Consumer Reactions to Green Strategies. *Journal of Product & Brand Management*, 22(2), 118-128. <https://doi.org/10.1108/10610421311320997>
- K. Connell. (2010). *Internal and external barriers to eco-conscious apparel acquisition*, DOI:10.1111/J.1470-6431.2010.00865.X
- Hoài và cộng sự. (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng xanh của thế hệ Z Việt Nam. *Tạp chí Khoa học xã hội và nhân văn* 63(10).19-23.
- Kanopathy, K., Yee, G. W., Zailani, S., & Aghapour, A. H. (2016). An intra-regional comparison on RoHS practices for green purchasing management among electrical and electronics SMEs in Southeast Asia. *International Journal of Procurement Management*, 9(3), 249-271.
- Kumar, P. and Ghodeswar, B.M. (2015). Factors affecting consumers' green product purchase decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 33 No. 3, pp. 330-347. <https://doi.org/10.1108/MIP-03-2014-0068>.
- Lassar, W., Mittal, B. and Arun, S. (1995). Measuring consumer based brand equity. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 12 No. 4, pp. 11-19.
- Lee, K. (2008). Opportunities for Green Marketing: Young Consumers. *Marketing Intelligence & Planning* 26(6), pp 573-586.
- Lee, K. (2010). The Green Purchase Behavior of Hong Kong Young Consumers: The Role of Peer Influence, Local Environmental Involvement, and Concrete Environmental Knowledge. *Journal of International Consumer Marketing* Vol 23, Issue 1
- Mahammad Thauseef P et al (2015). A study on awareness and perception among students about green products with special reference to Dakshina Kannada. *International Journal of Science Technology & Management*.
- Paraschos Maniatis. (2016). Investigating factors influencing consumer decision-making while choosing green products. *Journal of Cleaner Production* Vol 132, Pages 215-228
- Maria L. Loureiro (2005). Do Fair Trade and Eco-Labels in Coffee Wake Up the Consumer Conscience? *Ecological Economics* 53(1):129-138.
- M. Laroche et al. (2001). Targeting Consumers Who Are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products. *Journal of Consumer Marketing* · November 2001.
- Mramba, Nasibu Rajabu. (2015). The Marketing Communication Strategies of Street Vendors in Dar es Salaam Tanzania, *American Academic & Scholarly Research Journal* 7(4), p. 33 - 41.
- Nezakati, Hosseinpour. (2018). Understanding Generation Y Green Purchasing Decision in Malaysia. *Global Business and Management Research: An International Journal* Vol. 10, No. 4
- Ottman, J. A. (1993). Green Marketing: Challenges and Opportunities. *NTCBusiness Books*. Chicago.
- Prashant Kumar Bhimrao M Ghodeswar. (2015). Factors affecting consumers' green product purchase decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 33 Iss 3 pp. 330 - 347, <http://dx.doi.org/10.1108/MIP-03-2014-0068>.
- Rahman, Md. Shahinur. (2019). Green Products' Attributes and Price: How Do They Affect Consumers' Green Purchasing Behavior and Loyalty Status in Bangladesh. *i-manager's Journal on Management*, 13(3):12.
- Rahbar and Wahid. (2011). Investigation of green marketing tools' effect on consumers' purchase behavior. *Article in Business Strategy Series*. DOI: 10.1108/17515631111114877
- Rasaputra, C. J., & Yin, S. C. (2015). An Investigation on Consumer Purchasing Decision of Green Products: The Case of Singapore. *International Journal of Advances in management and Economics*, 87-94.
- Shikha kalra (2019). A study on consumer awareness, consumer rights with respect to different household products. *International Journal of 3600 Management Review* Volume-7, pp: 127-131.
- Suki Norazah Mohd. (2013). Green awareness effects on consumers' purchasing decision: some insights from malaysia, *International journal of Asia-Pacific studies*, 9(2), p 49-63.
- Syeda Shazia Bukhari. (2011). Green Marketing and its impact on consumer behavior. *European Journal of Business and Management* Vol 3, No.4, p 375-383.
- Tiwari, S., Tripathi, D. M., Srivastava, U., & Yadav, P. K. (2011). Green Marketing - Emerging Dimensions. *Journal of Business Excellence*, 2(1), 18-23.
- Trọng, H. & Ngọc, C. N. M. (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
- Trí, H. M. (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm xanh của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Kinh tế và Quản trị Kinh doanh*, 17(2), 19-35.
- Yang, J., Wang, Y., Gu, Q., & Xie, H. (2021). The antecedents and consequences of green purchasing: an empirical investigation. *Benchmarking: An International Journal* 29(1), 1-21. DOI:10.1108/BIJ-11-2020-0564
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, (3), 58-62.
- Zhao et al. (2014). What affects green consumer behavior in China? A case study from Qingdao. *Journal of Cleaner Production* 63:143-151.

HOẠT ĐỘNG CÔNG TÁC XÃ HỘI TRONG PHÒNG, CHỐNG BẠO LỰC GIA ĐÌNH ĐỐI VỚI PHỤ NỮ HUYỆN CHI LĂNG, TỈNH LẠNG SƠN

ThS. Nguyễn Thị Huệ

Trường Đại học Lao động - Xã hội

nguyenthihue1310@gmail.com

Tóm tắt: Bạo lực gia đình đã và luôn là một vấn đề nhức nhối của xã hội. Những nghiên cứu về các vấn đề có liên quan đến bạo lực gia đình với phụ nữ đã được ghi nhận rằng dù bị bạo hành theo hình thức nào thì ngoài những tổn thương về thể chất, họ còn bị khủng hoảng về tinh thần trầm trọng. Phụ nữ luôn là một trong số các đối tượng được hỗ trợ đặc biệt của công tác xã hội. Tác giả tiến hành nghiên cứu trên 150 người dân huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn trong độ tuổi từ 18-60; 10 cán bộ quản lý và làm việc trực tiếp trong lĩnh vực công tác phụ nữ; 10 phụ nữ là nạn nhân của bạo lực gia đình nhằm đánh giá các hoạt động công tác xã hội trong phòng, chống bạo lực gia đình, qua đó đề xuất giải pháp khắc phục tồn tại, hạn chế. Kết quả cho thấy huyện Chi Lăng đã triển khai nhiều hoạt động công tác xã hội nhằm phòng ngừa và can thiệp bạo lực gia đình trên địa bàn, nhưng hiệu quả các hoạt động này vẫn là một vấn đề cần bàn luận như: hoạt động công tác xã hội trong phòng, chống bạo lực gia đình ở địa phương vẫn mang tính phong trào bề nổi, chưa sâu sát và thực sự mang lại hiệu quả như mong muốn; những hoạt động can thiệp như tham vấn tâm lý, hỗ trợ phụ nữ là nạn nhân của bạo lực gia đình chưa thực sự được quan tâm và triển khai có hiệu quả.

Từ khóa: Công tác xã hội, phòng chống bạo lực gia đình, tỉnh Lạng Sơn

SOCIAL WORK ACTIVITIES IN PREVENTION OF DOMESTIC VIOLENCE AGAINST WOMEN IN CHI LANG DISTRICT, LANG SON PROVINCE

Abstract: Domestic violence is a terrible problem in society. Studies on issues related to domestic violence against women have shown that regardless of the form of violence and physical harm, they suffer both physical problems and serious mental crises. Women are always one of the clients getting special support from social work. The author researched 150 people in Chi Lang district, Lang Son province, aged from 18 to 60; 10 managers and staff directly working with women and 10 women who are victims of domestic violence. The research evaluated social work activities in domestic violence prevention, thereby proposing solutions to overcome shortcomings and limitations. The results show that Chi Lang district implemented many social work activities for the prevention and intervention of domestic violence in the locality, however, the effectiveness of these activities is still a matter of discussion as social work activities in the prevention of domestic violence in the locality remain formalistic, not close enough, and not brings effects as expected; intervention activities such as psychological counseling and support for women who are victims of domestic violence have not been paid enough attention and implemented effectively.

Keywords: social work, prevention of domestic violence, Lang Son province.

Mã bài báo: JHS - 120

Ngày nhận bài sửa: 20/04/2023

Ngày nhận bài: 18/02/2023

Ngày duyệt đăng: 20/05/2023

Ngày nhận phản biện: 29/03/2023

1. Đặt vấn đề

Tại Việt Nam, điều tra quốc gia bạo lực với phụ nữ được Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Tổng cục Thống kê, Quỹ Dân số Liên hợp quốc tại Việt Nam thực hiện năm 2019, công bố năm 2020 cho thấy: năm 2019, có 31,6% phụ nữ phải chịu ít nhất một hình thức bạo lực trong 12 tháng (kể từ lúc điều tra). Cứ 3 phụ nữ thì có gần 1 người (32%) bị chồng bạo lực thể xác hoặc bạo lực tình dục. Có 90,4% phụ nữ bị chồng bạo lực thể xác và/hoặc tình dục không tìm kiếm sự giúp đỡ, chỉ có 4,8% tìm kiếm sự giúp đỡ của công an (Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Tổng cục Thống kê, Quỹ Dân số Liên hợp quốc tại Việt Nam, 2019). Năm 2019, bạo lực gia đình với phụ nữ gây thiệt hại 1,8% GDP (tăng 0,2% so với năm 2012) (Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Tổng cục Thống kê, Quỹ Dân số Liên hợp quốc tại Việt Nam, 2019). Theo số liệu thống kê của Trung tâm Phụ nữ và Phát triển, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, 6 tháng đầu năm 2021, Tổng đài hỗ trợ nạn nhân bạo lực 1900969680 đã tiếp nhận hơn 1.300 cuộc gọi, tăng khoảng 140% so với năm 2020, trong đó 83% các cuộc gọi liên quan đến bạo lực gia đình (Trung tâm Phụ nữ và Phát triển, 2020). Bạo lực gia đình (BLGD) làm tổn thương đến sức khỏe, thể chất và tổn thương tinh thần không chỉ cho nạn nhân mà còn ảnh hưởng đến những người xung quanh, gây ra nhiều hậu quả cho xã hội.

Trong những năm qua, tỉnh Lạng Sơn nói chung và huyện Chi Lăng nói riêng đã và đang diễn ra quá trình đô thị hóa, làm thay đổi đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương. Hiện nay, có nhiều dịch vụ, hoạt động nhằm giảm thiểu tình trạng BLGD cũng như hỗ trợ các nạn nhân của BLGD đặc biệt là những hoạt động công tác xã hội (CTXH) hỗ trợ phụ nữ. Tuy nhiên, những dịch vụ CTXH hỗ trợ nhóm phụ nữ là nạn nhân của BLGD còn nhiều tồn tại trong quá trình triển khai thực

hiện. Với mục đích đánh giá thực trạng các hoạt động CTXH trong phòng chống BLGD, người nghiên cứu tiến hành nghiên cứu các hoạt động CTXH trong phòng chống BLGD đối với phụ nữ huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn, tập trung ở những hoạt động phòng ngừa và những hoạt động can thiệp. Nghiên cứu góp phần làm rõ thêm thực trạng BLGD đối với phụ nữ trên địa bàn huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn. Qua đây, các chuyên gia, nhà nghiên cứu, người quản lý, người làm luật có thêm căn cứ cho các giải pháp phù hợp và hiệu quả nhằm góp phần phòng, chống BLGD đặc biệt với đối tượng nạn nhân yếu thế như phụ nữ.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Nghiên cứu ngoài nước

Nghiên cứu “BLGD đối với phụ nữ kết hôn” của tác giả Sanjana Asma (2017) cùng các cộng sự chỉ ra rằng BLGD đối với các nữ y tá đã kết hôn là một trong những vấn đề lớn ở Bangladesh. Họ phải trải qua nhiều loại BLGD trong bất kỳ giai đoạn nào của cuộc đời. Mục đích nghiên cứu là đánh giá mức độ BLGD ở các nữ y tá đã kết hôn. Phương pháp nghiên cứu cắt ngang này được thực hiện với 192 nữ y tá đã kết hôn từ tháng 1 đến tháng 12 năm 2017. Dữ liệu được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp bằng bảng bán cấu trúc. Kết quả cho thấy, trong số 192 nữ y tá, khoảng 32% là nạn nhân của BLGD, 22,4% bị bạo lực tinh thần. Nghiên cứu phát hiện ra có mối liên hệ chặt chẽ ($p=0,002$) giữa nền tảng giáo dục của người chồng và hành vi bạo lực. Thu nhập hàng tháng của các nạn nhân bị bạo lực có mối quan hệ rất cao ($p=0,001$) với tình trạng BLGD mà họ phải chịu đựng.

Nghiên cứu “BLGD và rối loạn tâm thần” được thực hiện bởi TS. Jyoti Srivastava (2016), Đại học Banaras Hindu nghiên cứu về mối quan hệ giữa thực trạng BLGD mà phụ nữ gặp phải với các rối loạn tâm thần. Phụ nữ tham gia vào tất cả các khía cạnh của xã hội. Họ được tôn trọng, nhưng khi nói đến việc đối xử với họ, vẫn

còn nhiều điều cần bàn luận. Phụ nữ gánh nặng trách nhiệm liên quan đến việc làm vợ, làm mẹ và chăm sóc những người khác. Có rất nhiều nghiên cứu trường hợp về vấn đề này. BLGD ở phụ nữ có các bệnh về tâm thần chưa được quan tâm đúng mức. Có một số thống kê như sau: Trầm cảm được dự đoán là nguyên nhân thứ hai dẫn tới những gánh nặng khuyết tật trên toàn cầu vào năm 2020, phổ biến ở phụ nữ cao gấp đôi. Trầm cảm không chỉ là vấn đề sức khỏe tâm thần phổ biến nhất của phụ nữ, mà ở phụ nữ còn có thể dai dẳng hơn nam giới. Bệnh tật tâm thần như một nguyên nhân của BLGD, nhưng lại nhận được rất ít sự chú ý. Nghiên cứu so sánh giữa nhóm những phụ nữ đã kết hôn có bệnh tâm thần và nhóm phụ nữ kết hôn không có bệnh tâm thần và nghiên cứu bản chất của bệnh tật tâm thần ở phụ nữ đã kết hôn. 35 phụ nữ có bệnh tâm thần ở khoa tâm thần OPD của Bệnh viện SSL (Nhóm 1) và 30 phụ nữ không có bệnh tâm thần (Nhóm 2) đã được nghiên cứu về mức độ BLGD. Kết quả nghiên cứu cho thấy: trong năm qua, những phụ nữ trong nhóm 1 cho rằng phải chịu các hành vi bạo lực (cả về tâm lý và thể chất) cao hơn ở nhóm 2. Cụ thể: ở nhóm 1 có 80% phải chịu các hành vi bạo lực về tâm lý; 65,7% chịu bạo lực thể chất và ở nhóm 2 (phụ nữ không có bệnh tâm thần) có 50% phải chịu các hành vi bạo lực tâm lý; 43,3% chịu bạo lực thể chất. Kết luận: Phụ nữ mắc bệnh tâm thần phải chịu các hành vi BLGD của người chồng trong năm qua cao hơn nhóm phụ nữ không mắc bệnh tâm thần vì rối loạn tâm thần có thể làm tăng tính dễ bị tổn thương đối với phụ nữ nạn nhân của BLGD.

Nghiên cứu “Thái độ của nhân viên công tác xã hội (NVCTXH) đối với nạn nhân nữ của BLGD: nghiên cứu tại một cơ quan địa phương ở Anh” được thực hiện bởi tác giả Laura Witt (2018) nhằm mục đích khám phá thái độ của NVCTXH chăm sóc trẻ em đối với các nạn nhân nữ của BLGD ở Anh. Nghiên cứu thảo

luận về khái niệm “làm mẹ” và các quá trình mà qua đó các bà mẹ có khả năng bị miệt thị hơn là được trao quyền. Các cuộc phỏng vấn bán cấu trúc được thực hiện với các NVCTXH trong một cơ quan bảo vệ trẻ em duy nhất để điều tra nhận thức của họ về BLGD, bản chất giới tính và những tác động đối với hành vi của họ. Các câu trả lời của người tham gia được mã hóa bằng cách sử dụng phân tích chuyên đề. Kết quả cho thấy NVCTXH nhận thức được những thách thức mà BLGD đặt ra đối với các bà mẹ bị bạo hành về khả năng nuôi dạy con cái của họ một cách an toàn. Mặc dù nghiên cứu này có những hạn chế riêng, nhưng nghiên cứu chỉ ra sự cần thiết phải có cách tiếp cận toàn diện hơn để bảo vệ trẻ em trong môi trường BLGD. Hơn nữa, nghiên cứu nhấn mạnh sự cần thiết của việc nâng cao nhận thức về mức độ phổ biến và tầm quan trọng của BLGD như một mối quan tâm bảo vệ trẻ em trong quá trình đào tạo về CTXH. Đào tạo nâng cao giúp phát triển kiến thức và hiểu biết của NVCTXH về các điều khoản dịch vụ và các cơ quan đối tác, do đó có khả năng cải thiện thực hành trong lĩnh vực cực kỳ quan trọng này.

Các nghiên cứu của học viên CTXH về BLGD của Deirdre Lanesskog và Janet Chang (2018), cho thấy: BLGD là một vấn đề được công nhận rộng rãi trong xã hội ngày nay và trong lĩnh vực CTXH. Nó cũng được coi là một trong những vấn đề phức tạp nhất cần được giải quyết và ngăn chặn một cách thỏa đáng. Có nhiều thách thức trong việc hiểu về BLGD có thể xảy ra và xấu đi theo thời gian, cũng như lý do tại sao một số nạn nhân chọn việc im lặng, tha thứ và ở lại cùng người gây ra BLGD. Can thiệp vào các mối quan hệ và gia đình đang trải qua BLGD không phải là một nhiệm vụ dễ dàng, đặc biệt nếu NVCTXH đang giải quyết vấn đề này không hiểu biết hoặc có thành kiến trước về BLGD. Trong nghiên cứu này, các nghiên cứu định lượng đánh giá nhận thức của sinh viên

CTXH trong chương trình sau đại học đối với các nạn nhân của BLGD ở cùng với kẻ gây ra bạo lực với họ. Những người tham gia đã hoàn thành một cuộc khảo sát trực tuyến do nhà nghiên cứu tạo ra bằng phần mềm Qualtrics. Những phát hiện này và ý nghĩa của chúng đối với thực hành và chương trình giảng dạy CTXH được thảo luận kỹ trong nghiên cứu.

Nghiên cứu “NVCTXH tác động như thế nào đến nạn nhân của BLGD” (2020) được thực hiện bởi Đại học King chỉ ra rằng: Một trong những thách thức lớn của CTXH là tìm ra cách hiệu quả nhất để kết nối với các cộng đồng dễ bị tổn thương. Rào cản này trở nên phức tạp hơn nhiều khi có sự tham gia của trẻ em và gia đình. Cụ thể, trong các trường hợp BLGD, NVCTXH phải giữ vị trí cấp cao trong khi họ cung cấp hỗ trợ và nguồn lực cần thiết để giúp bảo vệ phụ nữ và trẻ em có nguy cơ. Mặc dù nhiều nỗ lực đã được thực hiện để giảm thiểu các trường hợp và mức độ nghiêm trọng của BLGD, nhưng vẫn còn rất nhiều việc phải làm. Những tình huống BLGD khó tiếp cận với NVCTXH bởi vì các vấn đề lạm dụng thường có nhiều khía cạnh. Do đó, NVCTXH có một số cách họ tiếp cận vấn đề BLGD ngày càng nghiêm trọng. Nhiều tổ chức toàn cầu đang áp dụng các cách tiếp cận hiệu quả khác nhau đối với vấn đề bạo lực trong gia đình.

Bài viết “CTXH với trẻ em bị ảnh hưởng bởi BLGD - Phân tích chính sách và ý nghĩa thực tiễn” của tác giả Anna Fairtlough (2006) cho rằng: thập kỷ qua chúng ta nhận thấy rằng có xu hướng gia tăng những tác động tiêu cực đến tâm lý tình cảm của trẻ em do tiếp xúc với BLGD. Bài viết phát triển khung pháp lý xã hội, sử dụng những phân tích về sự phát triển trong hệ thống chính sách của Anh làm ví dụ minh họa. Điều này cho rằng để hiểu sự phát triển này có ý nghĩa gì trong thực tế, chúng ta cần tăng cường những phân tích về các quan điểm giá trị làm nền tảng. Các vấn đề phải đối mặt trong thực

hiện chính sách và những thay đổi trong thực tiễn được thảo luận theo ba cấp độ: vĩ mô, trung mô và “cấp đường phố”- vi mô. Bài viết kết luận bằng cách kêu gọi hợp tác chặt chẽ hơn giữa các nhà hoạch định chính sách, nhà làm thực tiễn và người sử dụng dịch vụ trong việc xây dựng chính sách.

2.2. Một số công trình nghiên cứu trong nước

“Nghiên cứu quốc gia về BLGD với phụ nữ tại Việt Nam” năm 2010, là nghiên cứu được thực hiện trong khuôn khổ Chương trình phối hợp chung giữa Liên hiệp quốc và Chính phủ Việt Nam về Bình đẳng giới do Tổng cục Thống kê tiến hành với trợ giúp kỹ thuật của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), sự hỗ trợ về kinh phí của Quỹ phát triển Mục tiêu thiên niên kỷ do Chính phủ Tây Ban Nha tài trợ (MDG-F) cùng với văn phòng của Cơ quan phát triển và hợp tác quốc tế Tây Ban Nha (AECID) tại Việt Nam năm 2009-2010. Đây là một cuộc nghiên cứu lần đầu tiên được tiến hành trên phạm vi cả nước nhằm thu thập những thông tin chi tiết về mức độ phổ biến và các loại hình bạo lực đối với phụ nữ, các hậu quả về mặt sức khỏe của BLGD, các yếu tố rủi ro, phòng ngừa bạo lực, cách xử trí của phụ nữ khi gặp phải BLGD cũng như các dịch vụ trợ giúp mà họ đã sử dụng. Kết quả của nghiên cứu này tạo điều kiện cho các cơ quan Chính phủ và các tổ chức xã hội dân sự nâng cao nhận thức và xây dựng những chính sách và chương trình nhằm ngăn ngừa và giải quyết vấn đề BLGD đối với phụ nữ một cách hiệu quả hơn. Nghiên cứu quốc gia về BLGD với phụ nữ tại Việt Nam là một nghiên cứu định tính và định lượng trên diện rộng đầu tiên về chủ đề này được tiến hành tại Việt Nam. Thông qua khảo sát này, Việt Nam đã có được một bức tranh toàn cảnh, một cơ sở dữ liệu mang tính đại diện quốc gia về tình hình BLGD đối với phụ nữ.

Báo cáo Điều tra quốc gia về bạo lực đối với phụ nữ ở Việt Nam năm 2019 cho thấy, cứ 3 phụ nữ thì có gần 2 phụ nữ (gần 63%) bị một

hoặc hơn một hình thức bạo lực thể chất, tình dục, tinh thần và bạo lực kinh tế cũng như kiểm soát hành vi do chồng gây ra trong cuộc đời và gần 32% phụ nữ bị bạo lực hiện thời (trong 12 tháng qua). Điều tra gồm 3 phần: nghiên cứu định lượng (do Tổng cục Thống kê thực hiện); nghiên cứu định tính (do Trung tâm Sáng kiến Sức khỏe và Dân số - CCIHP thực hiện); và nghiên cứu về thiệt hại kinh tế do bạo lực đối với phụ nữ gây ra (do các chuyên gia quốc tế được UNFPA ủy thác thực hiện). Gần 6.000 phụ nữ trong độ tuổi từ 15 - 64 được phỏng vấn và kết quả cho thấy ở Việt Nam hầu hết bạo lực đối với phụ nữ thường do chồng gây ra. Nghiên cứu cũng chỉ ra ngoại trừ bạo lực tình dục, tỷ lệ bạo lực đối với phụ nữ ở tất cả các hình thức năm 2019 đều thấp hơn so với năm 2010 và sự thay đổi tích cực này đang diễn ra ở nhóm phụ nữ trẻ. Ngoài ra, báo cáo cũng ước tính bạo lực đối với phụ nữ đang gây thiệt hại về kinh tế cho Việt Nam ước khoảng 1,8% GDP năm 2018.

Ngoài ra, còn rất nhiều giáo trình, luận văn, luận án hay các tạp chí thông tin khoa học về phụ nữ có đăng các báo cáo phân tích và đánh giá về vấn đề bình đẳng giới và bạo lực gia đình đối với phụ nữ. Đề tài luận văn “Công tác xã hội nhóm đối với phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường Bàn La, quận Đống Đa, thành phố Hải Phòng)” của học viên Phan Thị Hồng Quyên thực hiện năm 2019 xác định được nội dung của CTXH nhóm đối với đối tượng phụ nữ bị BLGD ở 3 nội dung chính đó là hoạt động tham vấn, hoạt động hỗ trợ sinh kế và hoạt động truyền thông nâng cao nhận thức. Đề tài cho thấy ứng dụng CTXH đối với phụ nữ bị BLGD là một hoạt động chuyên nghiệp nhằm trợ giúp cho nạn nhân nâng cao năng lực và chức năng xã hội để có thể giải quyết, phòng ngừa những vấn đề gặp phải do BLGD gây ra; đồng thời thúc đẩy môi trường xã hội về chính sách, nguồn lực và dịch vụ để đáp ứng những nhu cầu của nạn nhân cũng như phòng ngừa BLGD.

Đề tài luận văn “Công tác xã hội cá nhân đối

với phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường Hùng Thắng, thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh” của học viên Dương Thị Thanh Nga thực hiện năm 2019 nghiên cứu làm rõ thực trạng về sự bạo hành trong gia đình và những khó khăn, nhân viên CTXH đối mặt, trong công tác trợ giúp phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường Hùng Thắng, thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh; đồng thời bằng kiến thức, kỹ năng đã học ứng dụng tiến trình công tác xã hội cá nhân để giúp phụ nữ bị bạo lực: ổn định tâm lý, tìm ra nguyên nhân, hậu quả của bạo lực, từ đó trang bị kiến thức và kỹ năng sống cho thân chủ để họ tự giải quyết vấn đề của chính mình, đồng thời tham gia vào các nguồn lực và dịch vụ CTXH phòng chống BLGD. Từ kết quả nghiên cứu, đưa ra những giải pháp, khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động CTXH đối với lĩnh vực phòng chống BLGD tại phường Hùng Thắng nói riêng và thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh nói chung. Đề tài ứng dụng các kỹ thuật can thiệp cá nhân vào tình huống cụ thể để giúp hạn chế vấn đề phụ nữ bị bạo lực gia đình. Thông qua trường hợp thực tiễn mà luận văn sẽ cung cấp cái nhìn sâu sắc hơn về các mâu thuẫn gia đình đang có bạo lực, các phản ứng của người trong cuộc về bạo lực gia đình. Các thông tin này hy vọng sẽ giúp ích cho các nhân viên CTXH làm việc trong lĩnh vực gia đình, đặc biệt là vấn đề bạo lực gia đình có thể tham khảo, từ đó không chỉ nâng cao các kỹ thuật can thiệp mà còn tìm ra những xu hướng xây dựng các mô hình can thiệp phù hợp, hiệu quả đối với BLGD đặt trong các điều kiện kinh tế - xã hội đặc thù của Việt Nam.

Nghiên cứu luận văn “Công tác xã hội cá nhân với phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường Hồng Hải, thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh” nghiên cứu làm rõ thực trạng về bạo lực trong gia đình và những khó khăn mà nhân viên CTXH phải đối mặt trong công tác trợ giúp phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường Hồng Hải,

thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh. Luận văn này đồng thời cũng trình bày rõ phương thức học viên sử dụng kiến thức và các kỹ năng đã học vào ứng dụng thực tiễn để xây dựng một tiến trình CTXH cá nhân bao gồm hướng dẫn và trợ giúp những phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường. Trên cơ sở đó, đề xuất các hoạt động bao gồm việc kết nối với các cơ quan liên quan, triển khai trợ giúp nhằm giúp phụ nữ giảm thiểu hoặc vượt qua những khó khăn trong đời sống hàng ngày từ vật chất, tinh thần, chữa trị sức khỏe cho tới việc phục hồi sự vận hành các chức năng xã hội của họ. Qua nghiên cứu thực tiễn, luận văn đã trình bày và khẳng định vai trò quan trọng của ngành CTXH. Đặc biệt, nhấn mạnh nhu cầu cần thiết cũng như bốn phạm vi và trách nhiệm của nhân viên CTXH đối với nhóm đối tượng yếu thế. Đồng thời, đưa ra một số phương thức nhằm nâng cao hiệu quả CTXH cá nhân đối với phụ nữ bị bạo hành tại phường Hồng Hải, thành phố Hạ Long. Trên cơ sở đó phát triển một hệ thống CTXH chuyên nghiệp ở cùng cấp.

Nghiên cứu luận văn “Vai trò của nhân viên công tác xã hội trong trợ giúp phụ nữ bị bạo lực gia đình tại xã Nghĩa Thái, huyện Nghĩa Hưng, tỉnh Nam Định” của học viên Vũ Thanh Huyền năm 2019 làm rõ thực trạng phụ nữ bị bạo lực gia đình và hệ thống dịch vụ xã hội hỗ trợ phụ nữ bị bạo lực gia đình tại xã Nghĩa Thái, huyện Nghĩa Hưng, tỉnh Nam Định; đồng thời vận dụng kiến thức và kỹ năng để làm rõ những khó khăn và vai trò của nhân viên CTXH trong trợ giúp phụ nữ bị BLGD tại xã Nghĩa Thái. Trên cơ sở đó, đề xuất giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao vai trò của nhân viên CTXH trong hỗ trợ phụ nữ bị BLGD dưới góc độ CTXH tại xã Nghĩa Thái, huyện Nghĩa Hưng, tỉnh Nam Định. Qua nghiên cứu thực tiễn khẳng định vai trò của ngành CTXH, nhân viên CTXH là thực sự cần thiết đối với nhóm đối tượng yếu thế, trong đó có phụ nữ bị bạo lực gia đình. Nâng

cao hiệu quả của vai trò nhân viên CTXH đối với phụ nữ bị BLGD cấp cơ sở nhằm phát triển hệ thống CTXH chuyên nghiệp từ cơ sở.

Như vậy, có thể thấy vấn đề bạo lực trong gia đình đã được nhiều nhà khoa học quan tâm nghiên cứu. Các nghiên cứu đi trước đã cung cấp những góc nhìn đa dạng, sâu sắc về vấn đề BLGD; nhiều nghiên cứu đã đi sâu tìm hiểu, phân tích các hình thức bạo lực, thực trạng, nguyên nhân và hậu quả của BLGD, việc ứng dụng một số phương pháp CTXH trong hỗ trợ phụ nữ nạn nhân của BLGD, phòng chống BLGD. Hiện nay, ngành CTXH đang tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền phổ biến pháp luật và xây dựng các mô hình hoạt động phòng chống BLGD có hiệu quả tại các địa phương như là các hoạt động tương trợ nhóm phụ nữ là nạn nhân của BLGD; bình vực quyền lợi cho chị em và hướng tới sự bình đẳng. Trong bối cảnh chung đó, kế thừa các giá trị của những công trình nghiên cứu khoa học về nền tảng kiến thức của lĩnh vực CTXH trong phòng chống BLGD, nghiên cứu nhằm góp thêm tiếng nói vào công tác phòng chống BLGD nhìn từ góc độ CTXH.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Khảo sát bằng bảng hỏi

Nghiên cứu viên khảo sát thông qua bảng hỏi dành cho người dân huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn. Cụ thể khảo sát với 150 người dân trong độ tuổi từ 18-60 tuổi huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn (cơ cấu nam nữ ngẫu nhiên). Huyện Chi Lăng có 21 xã/ thị trấn rải rác, với địa hình huyện miền núi. Do vậy, nghiên cứu viên tiến hành triển khai khảo sát mỗi xã 7 phiếu, riêng thị trấn Đồng Mỏ nhóm khảo sát lấy 10 phiếu khảo sát để cộng dồn đủ 150 phiếu khảo sát. Trên cơ sở thông tin thu thập được, nghiên cứu phân tích để thấy rõ thực trạng hoạt động CTXH trong phòng chống BLGD trên địa bàn huyện.

3.2. Phỏng vấn sâu

Để tìm hiểu sâu hơn và bổ sung các thông tin về các hoạt động phòng chống BLGD, người

ngiên cứu sử dụng bảng hỏi nhằm hướng tới đánh giá được các hoạt động phòng chống BLGD địa phương, đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động CTXH phòng chống BLGD. Cụ thể cơ cấu phỏng vấn sâu như sau: 10 cán bộ quản lý và làm việc trực tiếp trong lĩnh vực công tác phụ nữ tại địa phương (phân bố đều cho các vị trí: nhân viên CTXH, nhân viên làm công tác gia đình, phụ nữ, cán bộ làm công tác văn hóa tại 10 xã ngẫu nhiên trong huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn); 10 phụ nữ là nạn nhân của BLGD (phân bố tại 10 xã ngẫu nhiên trên địa bàn huyện).

3.3. Phương pháp xử lý số liệu

Kết quả thu được từ phỏng vấn định lượng bằng bảng hỏi định lượng được xử lý bằng phần mềm SPSS 16 for Windows. Thông tin định tính được phân tích theo chủ đề, sử dụng phần mềm Atlas.ti để phân tích dữ liệu từ kết quả phỏng vấn sâu.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Hoạt động công tác xã hội trong phòng chống bạo lực gia đình với phụ nữ tại huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn

4.1.1. Hoạt động phòng ngừa

4.1.1.1. Thông tin tuyên truyền về hành vi bạo lực và biện pháp ngăn ngừa

Trên thực tế kết quả khảo sát về tần suất triển khai các hoạt động tuyên truyền nâng cao nhận thức về lĩnh vực BLGD tại địa bàn nghiên cứu ta thấy: huyện Chi Lăng có triển khai đầy đủ các hoạt động tuyên truyền nâng cao nhận thức cho người dân về lĩnh vực BLGD như truyền thanh trên loa; phát tờ rơi, treo băng zôn khẩu hiệu; tổ chức tập huấn, tọa đàm; lồng ghép các hoạt động truyền thông trong các buổi họp ở địa phương... Tuy nhiên, số liệu cho thấy rằng việc triển khai các hoạt động này tập trung chủ yếu ở mức độ tần suất thỉnh thoảng và các hoạt động truyền thông chủ yếu tập trung vào thời điểm cao điểm như: ngày Gia đình Việt Nam, những ngày, tháng kỷ niệm...

Bảng 1. Mức độ triển khai các hoạt động truyền thông về BLGD đối với phụ nữ huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn

Hình thức truyền thông	Phát thanh trên loa		Phát tờ rơi, treo băng zôn		Tập huấn, tọa đàm		Lồng ghép vào họp địa phương	
	Số lượng (n=150)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (n=150)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (n=150)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (n=150)	Tỷ lệ (%)
Không bao giờ	5	3.4	4	2.6	6	4	12	8
Hiếm khi	17	11.3	3	2	12	8	0	0
Thỉnh thoảng	68	45.3	127	84.7	79	52.7	79	52.7
Thường xuyên	43	28.7	10	6.7	41	27.3	48	32
Rất thường xuyên	17	11.3	6	4	12	8	11	7.3
Tổng số	150	100	150	100	150	100	150	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

Kết quả số liệu trên cũng cho thấy trong số những hoạt động truyền thông triển khai trên địa bàn, hoạt động phát tờ rơi, treo băng zôn và tổ chức các buổi tập huấn, tọa đàm được triển khai nhiều hơn cả. Thực trạng này mang đặc thù vùng miền khá nhiều bởi Chi Lăng, Lạng Sơn là huyện miền núi, nhiều xã vùng sâu vùng xa địa

hình khó khăn, đặc thù nhà dân cách xa nhau nên hình thức phát thanh trên loa không mang lại hiệu quả, thay vào đó là các hình thức tổ chức tập huấn, tọa đàm vào những ngày lễ, ngày kỷ niệm hoặc cuối tuần, buổi tối và hình thức treo băng zôn, phát tờ rơi. Khi đó, đội ngũ cán bộ xã hội, văn hóa, phụ trách mảng gia đình, phụ

nữ sẽ đến tận thôn bản, về từng gia đình thực hiện nhiệm vụ phát tờ rơi, tuyên truyền nâng cao nhận thức của người dân về phòng chống BLGD đối với phụ nữ. Thực trạng này không phủ nhận hình thức truyền thông phát thanh trên loa. Trên địa bàn huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn vẫn có hình thức truyền thông như loa phát thanh. Tuy nhiên, đây là hình thức được sử dụng nhiều hơn cả tại những xã/ thị trấn trung tâm, dân cư tập trung và điều kiện cơ sở vật chất cho phép.

“UBND các xã, thị trấn cũng đã triển khai thực hiện công tác tuyên truyền về phòng, chống bạo lực gia đình: Tuyên truyền trên hệ thống loa truyền thanh cơ sở, tuyên truyền thông qua các kỳ họp thôn được 600 lượt. Thực hiện treo 60 panô, 80 băng rôn khẩu hiệu tuyên truyền cho ngày Quốc tế Hạnh phúc 20/3, ngày Gia đình Việt Nam 28/6 và Tháng hành động vì bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới. Phối hợp với Chi hội Phụ nữ các thôn tổ chức hội nghị gặp mặt, tọa đàm nhân hưởng ứng ngày Quốc tế Hạnh phúc 20/3, ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10 với hơn 1.600 lượt người tham gia. Bên cạnh đó, tuyên truyền lưu động về phòng chống BLGD, tuyên truyền kỷ niệm ngày Quốc tế Hạnh phúc 20/3 và ngày Gia đình Việt Nam 28/6 năm 2020 được 12 buổi tại các khu vực đông dân cư, khu vực trung tâm của huyện; Tổ chức tuyên truyền kiến thức pháp luật trong đó có lồng ghép nội dung bình đẳng giới và phòng, chống BLGD được 14 buổi với 8.463 lượt người nghe. Đặc biệt, tập trung cao điểm vào các ngày kỷ niệm: Quốc tế hạnh phúc (20/3); Ngày Gia đình Việt Nam (28/6); Tháng hành động quốc gia PCBLGD (Tháng 6); Tháng hành động vì bình đẳng giới và phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới (Tháng 11 và tháng 12).” (Kết quả phỏng vấn sâu bà MTHY, 46 tuổi, cán bộ phòng Lao động Thương binh Xã hội huyện Chi Lăng)

Bên cạnh đó, kết quả phỏng vấn sâu nhóm phụ nữ là nạn nhân bị BLGD trong huyện cho biết, những nội dung truyền thông họ nhận được gắn với những vấn đề liên quan đến phụ nữ như sức khỏe sinh sản, sức khỏe tình dục, giáo dục

chăm sóc con cái, đảm bảo an toàn thực phẩm, đặc biệt là những nội dung gắn với phòng chống BLGD như: kiến thức về tổ chức cuộc sống gia đình (xây dựng gia đình “No ấm, tiến bộ, hạnh phúc”, bình đẳng giới, phòng chống bạo lực gia đình, bạo lực trên cơ sở giới, giáo dục đạo đức, lối sống, giao tiếp, ứng xử trong gia đình...), thông tin về các nguồn hỗ trợ đối với phụ nữ khi bị bạo lực gia đình, những ứng xử khi bị bạo hành trong gia đình.

“Trước đây, mỗi lần bị chồng đánh chị chỉ biết chạy vào trong nhà ôm con, ôm đầu vì đau quá, lại sợ chạy đi thì bị đuổi đánh nhiều hơn nên cứ cố mà chịu cho ông ấy đánh cho xong. Từ khi tham gia tập huấn, chị mới biết khi bị chồng đánh thì mình không nên chạy vào trong nhà mà nên chạy ra ngoài đường, tìm chỗ trốn hay nhờ người giúp đỡ để tránh đòn trước đã. Rồi chị còn được cán bộ cung cấp một số địa chỉ nếu bị đánh mình có thể đến đó nhờ giúp đỡ.” (Kết quả phỏng vấn sâu chị NTTTP, 33 tuổi, công nhân)

4.1.1.2. Xây dựng mạng lưới hỗ trợ trong cộng đồng

Công tác phòng ngừa BLGD đối với phụ nữ không chỉ được triển khai thông qua các hoạt động tác động trực tiếp tới người dân và cộng đồng mà còn được triển khai với đội ngũ cán bộ làm công tác chuyên môn như hoạt động xây dựng mạng lưới hỗ trợ trong cộng đồng. Hoạt động này nhằm tác động và tăng cường chuyên môn của đội ngũ cán bộ làm công tác gia đình qua đó góp phần nâng cao hiệu quả phòng chống BLGD.

Kết quả khảo sát cho thấy huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn đã có những hoạt động nhằm xây dựng mạng lưới cán bộ hỗ trợ phòng chống BLGD đối với phụ nữ trong cộng đồng. Cụ thể, có tới 95% người tham gia khảo sát rằng địa phương nơi họ sinh sống có các hội nhóm phòng chống BLGD đối với phụ nữ. Những người tham gia trong mạng lưới hỗ trợ phòng chống BLGD có thể là nhân viên CTXH các xã, nhân viên văn hóa, cán bộ phụ nữ, cán bộ đoàn thanh niên, trưởng thôn/bản, công an viên... Họ được tập hợp thành mạng

lưới với những vai trò khác nhau trong công tác phòng chống BLGD. 5% cho rằng không có và 3% trả lời không biết trên địa bàn mình sinh sống có mạng lưới hỗ trợ phòng, chống BLGD hay không. Điều này đặt ra vấn đề hiệu quả truyền thông và việc thực hiện công tác phòng, chống BLGD đối với phụ nữ còn chưa thực sự sâu sát đến với người dân cộng đồng.

“Mỗi xã trong huyện đều thành lập nhóm nông cốt gồm các thành phần khác nhau như trưởng thôn/ bản, cán bộ phụ nữ, cán bộ đoàn thanh niên, có cả công an viên... để cùng nhau phối hợp phòng, chống bạo lực gia đình. Khi địa phương xã mình phụ trách có những vụ việc bạo lực gia đình, nắm được tình hình, họ cùng nhau tham gia vào các công việc hỗ trợ giải quyết các vụ việc như hòa giải, đảm bảo an toàn cho phụ nữ và trẻ em...” (Kết quả phỏng vấn sâu bà MTHY, 46 tuổi, cán bộ phòng Lao động Thương binh Xã hội huyện Chi Lăng)

Bên cạnh đó, các thành viên tham gia mạng lưới cũng được hỗ trợ tập huấn, đào tạo các kiến thức, kỹ năng thực hiện nhiệm vụ phòng, chống bạo lực gia đình đối với phụ nữ. Điều này đảm bảo đội ngũ mạng lưới hỗ trợ phòng, chống bạo lực gia đình có đủ kiến thức, kỹ năng phục vụ công việc.

4.1.1.3. Thành lập các câu lạc bộ

Trong các phương pháp của CTXH, phương pháp CTXH nhóm có ý nghĩa và hiệu quả không nhỏ. Trong công tác phòng, chống BLGD, phương pháp CTXH nhóm được vận dụng vào với cả mục đích phòng ngừa và hỗ trợ thông qua hoạt động thành lập các câu lạc bộ và sinh hoạt nhóm câu lạc bộ đó. Việc thành lập các câu lạc bộ nhằm mục đích nâng cao hiệu quả phòng, chống BLGD là rất cần thiết. Khi tham gia câu lạc bộ, thành viên có cơ hội tiếp nhận thông tin, chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức, kỹ năng nhằm phòng tránh BLGD cho chính gia đình mình và lan tỏa tới những thành phần khác trong cộng đồng. Đối với các trường hợp đang có mâu thuẫn, xung đột được các thành viên chung tay tìm hướng giải quyết.

Kết quả khảo sát chỉ ra rằng, ở địa phương huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn đã triển khai tổ chức thành lập các câu lạc bộ trong công tác

phòng, chống BLGD. Cụ thể, đa phần (85%) số người được hỏi đều trả lời rằng địa phương mình sinh sống có các câu lạc bộ, tổ nhóm hoạt động với phục vụ nâng cao hiệu quả phòng, chống BLGD như: Câu lạc bộ làm chồng làm cha; Câu lạc bộ Gia đình hạnh phúc 5 không 3 sạch; Câu lạc bộ Phụ nữ... Bên cạnh đó, vẫn có 4% người được hỏi trả lời không có câu lạc bộ hoạt động trên địa phương mình sinh sống và có tới 11% số người tham gia khảo sát trả lời họ không biết về những câu lạc bộ này, nhóm người trả lời không biết chủ yếu rơi vào những người đi lao động xa nhà, hoặc bởi đặc thù công việc (công nhân làm ca kíp,...) khiến họ không có sự quan tâm với những vấn đề này.

“Việc thành lập CLB đã tạo điều kiện tốt để chúng tôi tuyên truyền kiến thức về BLGD cho người dân, đặc biệt là có các hoạt động can thiệp, xử lý kịp thời đối với nạn nhân bạo lực gia đình. Mô hình câu lạc bộ “Xây dựng gia đình hạnh phúc” luôn được Ban chỉ đạo công tác gia đình huyện chỉ đạo các đơn vị chú trọng và duy trì. Ban chỉ đạo công tác gia đình huyện đã phối hợp cùng Hội Liên hiệp Phụ nữ huyện chỉ đạo và thành lập mô hình CLB “Gia đình hạnh phúc” đầu tiên tại thôn Đông Mỗ, xã Quang Lang, huyện Chi Lăng từ năm 2008 với 48 thành viên tham gia. Đến năm 2015, tiếp tục chỉ đạo các cơ sở xã, thị trấn nhân rộng mô hình và thành lập đồng bộ tại 20 xã, thị trấn còn lại. Đến nay toàn huyện đã có 21/21 xã, thị trấn có CLB với 651 thành viên; có 1 mô hình CLB gia đình hạnh phúc bền vững tại thôn Bãi Hào, xã Chi Lăng, huyện Chi Lăng có 40 thành viên; 01 CLB gia đình hạnh phúc 5 không, 3 sạch tại thôn Nà Pe, xã Bằng Mạc có 35 thành viên. Trong năm, các câu lạc bộ đã tổ chức sinh hoạt được 68 cuộc/ 3.060 lượt người tham gia. Qua đó, nhận thức của hội viên phụ nữ, thành viên CLB được nâng lên rõ rệt, các thành viên tham gia CLB gắn bó hơn, cùng nhau xây dựng gia đình ngày càng no ấm, tiến bộ, hạnh phúc.” (Kết quả phỏng vấn sâu chị NTP, 40 tuổi, cán bộ phụ nữ - cộng tác viên nhóm phòng chống bạo lực gia đình).

4.1.2. Can thiệp về vấn đề bạo lực gia đình

4.1.2.1. Giáo dục xử lý người gây ra bạo lực

Bảng 2. Mức độ tần suất các hình thức xử lý người gây ra BLGD đối với phụ nữ huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn

Hình thức	Mức độ tần suất										Tổng	
	Không bao giờ		Hiếm khi		Thỉnh thoảng		Thường xuyên		Rất thường xuyên			
	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Khuyên răn, nhắc nhở tại nhà	6	4	14	9.3	32	21.3	<u>77</u>	<u>51.4</u>	21	14	150	100
Kiểm điểm trước dân	39	26	29	19.3	<u>65</u>	<u>43.3</u>	12	8	5	3.4	150	100
Phạt hành chính	27	18	24	16	<u>58</u>	<u>38.7</u>	22	14.7	19	12.6	150	100
Giáo dục cải tạo tập trung	24	16	<u>101</u>	<u>67.3</u>	19	12.7	6	4	0	0	150	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

Qua bảng thống kê kết quả khảo sát ta thấy hình thức xử lý phổ biến nhất, thường xuyên được thực hiện tại địa phương huyện Chi Lăng, Lạng Sơn đối với người gây ra bạo lực chủ yếu vẫn là khuyên răn, nhắc nhở tại gia đình với tỷ lệ 51.4 % (77/150 người tham gia trả lời). Bên cạnh đó, những hình thức như kiểm điểm trước dân hay phạt hành chính cũng được áp dụng nhưng với mức độ ít hơn đó là thỉnh thoảng. Hình thức giáo dục cải tạo tập trung là ít được áp dụng nhất, chỉ hiếm khi mới được thực hiện ở địa phương, cụ thể có 101/150 (67.3%) người tham gia trả lời cho rằng hình thức giáo dục cải tạo tập trung chỉ hiếm khi được thực hiện để xử lý người gây ra BLGD ở địa phương. Như vậy, có thể thấy việc xử lý với người gây bạo lực vẫn còn ở mức nhẹ. Việc thực hiện này còn tương đối khó khăn một phần là do tâm lý của chính những nạn nhân vẫn muốn bao che cho người gây bạo lực, không muốn “chuyện bé xé ra to”, thậm chí nhiều phụ nữ nạn nhân của BLGD ở địa phương còn che giấu, không muốn nói ra việc mình bị BLGD.

Tuy vậy, qua thăm dò ý kiến cũng có nhiều gợi ý về biện pháp xử lý được người dân đưa ra. Chẳng hạn nếu sự việc xảy ra lần đầu (to tiếng gây mất trật tự, đánh đập vợ con...) thì

sẽ phân tích, nhắc nhở, nhưng nếu tái diễn thì tùy theo mức độ cần phạt lao động công ích hoặc truy cứu trách nhiệm. Biện pháp phạt lao động công ích tại địa phương được nhiều ý kiến đề xuất vì nó đánh trúng vào lòng tự trọng, sĩ diện của người gây ra bạo lực. Biện pháp truy tố trước pháp luật cũng được nêu ra đối với các thủ phạm gây ra bạo lực gây thương tích nghiêm trọng đến nạn nhân. Bên cạnh đó, một số người dân cũng phê phán cách xử lý nửa vời, không triệt để một số vụ việc của những người có trách nhiệm ở địa phương. Tuy hiện tượng này không nhiều nhưng nó cũng làm người dân giảm lòng tin vào sự can thiệp từ phía chính quyền.

4.1.2.2. Hỗ trợ cho phụ nữ bị bạo lực

Kết quả khảo sát cho thấy các hình thức hỗ trợ phụ nữ nạn nhân của BLGD đã được triển khai ở địa phương nhưng thực chất, những hoạt động chưa thực sự đi vào thực tiễn hỗ trợ nạn nhân, mới được triển khai rất ít tại địa phương. Bên cạnh đó, hoạt động truyền thông tới đồng đảo người dân trong địa phương đặc biệt là nhóm phụ nữ nạn nhân hoặc có nguy cơ trở thành nạn nhân của BLGD cũng còn bỏ ngỏ. Điều này khiến cho không ít người thậm chí không biết được các hình thức hỗ trợ này và cũng không biết nhờ cậy vào ai mỗi khi có khó khăn hoặc có nhu cầu trợ giúp.

Bảng 3. Mức độ tần suất các hình thức hỗ trợ phụ nữ là nạn nhân BLGD đối với phụ nữ huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn

Mức độ tần suất	Hỗ trợ khẩn cấp như giới thiệu nhà tạm lánh, địa chỉ tin cậy, đường dây nóng...		Hỗ trợ kinh tế, việc làm, nhận thức...		Hỗ trợ sinh hoạt nhóm phụ nữ là nạn nhân của BLGD	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Không bao giờ	35	23.3	17	11.4	22	14.7
Hiếm khi	89	59.3	38	25.3	6	4
Thỉnh thoảng	11	7.3	68	45.3	45	30
Thường xuyên	11	7.4	22	14.7	43	28.6
Rất thường xuyên	4	2.7	5	3.3	34	22.7
Tổng	150	100	150	100	150	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

Khi được hỏi về mức độ triển khai các hình thức hỗ trợ cho phụ nữ là nạn nhân của hành vi BLGD tại địa phương, đa số những người tham gia khảo sát cho rằng các hình thức hỗ trợ phụ nữ là nạn nhân của BLGD hiện nay mới chỉ được triển khai rất ít, chủ yếu ở các mức độ tần suất hiếm khi (89/150 tương đương 59.3%) số người được hỏi cho rằng hiếm khi hỗ trợ khẩn cấp như giới thiệu nhà tạm lánh, địa chỉ tin cậy, đường dây nóng...) và thỉnh thoảng (45.3% cho rằng thỉnh thoảng có hỗ trợ nạn nhân về kinh tế, công việc, nhận thức...; 30% cho rằng thỉnh thoảng sinh hoạt nhóm phụ nữ là nạn nhân của BLGD). Những hoạt động hỗ trợ cho phụ nữ bị BLGD tại địa bàn huyện không được tổ chức thực hiện thường xuyên hay rất thường xuyên: chỉ 4/150 người được hỏi trả lời rất thường xuyên có các hoạt động hỗ trợ khẩn cấp như giới thiệu nhà tạm lánh, địa chỉ tin cậy hay đường dây nóng và chỉ 5/150 người được hỏi trả lời các hoạt động hỗ trợ về kinh tế, việc làm, nhận thức được triển khai rất thường xuyên cho những phụ nữ bị BLGD ở đây.

“Các cơ quan chức năng cần quan tâm hơn, đưa các dự án về gia đình và cộng đồng đến những địa phương ở nông thôn, miền núi. Hỗ trợ thành lập các câu lạc bộ trợ giúp pháp lý... Hiện nay, công tác hòa giải đã được chú trọng, tuy nhiên nhiều địa phương ở nông thôn, miền núi vẫn chưa có những câu lạc bộ trợ giúp pháp lý để tập hợp các hội viên tham gia sinh hoạt và tuyên truyền về luật...” (Kết quả phỏng

vấn sâu bà MTHY, 46 tuổi, cán bộ phòng Lao động - Thương binh và Xã hội huyện Chi Lăng)

4.2. Đánh giá kết quả đạt được và những vấn đề tồn tại của hoạt động công tác xã hội trong phòng chống bạo lực gia đình với phụ nữ huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn

Hoạt động CTXH trong phòng, chống BLGD đối với phụ nữ tại huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Kết quả khảo sát với 150 người dân trên địa bàn huyện cho thấy đa phần những hoạt động CTXH được triển khai trên địa bàn nhằm mục đích phòng, chống BLGD đều được đánh giá ở mức độ hiệu quả và rất hiệu quả. Có một số hoạt động như sửa đổi chính sách, chương trình địa phương cho phù hợp; hoặc xử phạt nghiêm minh các trường hợp có hành vi BLGD được đánh giá không hiệu quả. Việc sửa đổi chính sách, chương trình địa phương cho phù hợp là một hoạt động rất khó để có thể triển khai thực hiện ở một địa phương miền núi phía Bắc, đặc biệt trong trường hợp hệ thống Luật và chính sách của nước ta tương đối đầy đủ và hoàn thiện. Việc xử phạt nghiêm minh các trường hợp gây ra hành vi BLGD (xử phạt hành chính, giáo dục cải tạo tập trung...) tưởng như dễ thực hiện nhưng trong thực tế lại rất khó triển khai. Bởi lẽ hệ tư tưởng của cả xã hội vẫn cho rằng việc xô xát, cãi vã là việc riêng của mỗi gia đình, các gia đình có thể tự đóng cửa bảo nhau. Bên cạnh đó, chính những nạn nhân là phụ nữ bị BLGD cũng có

những quan điểm sai lệch trong xử lý với các tình huống bị BLGD như nhân nhện, bỏ qua, thậm chí che giấu cho hành vi BLGD mà mình phải chịu đựng. Qua đây ta thấy, mặc dù nhận được những đánh giá tốt về hiệu quả các hoạt động CTXH phòng chống BLGD nhưng vẫn tồn tại những đánh giá hiệu quả còn hạn chế của các hoạt động CTXH phòng chống BLGD tại địa phương. “*Mỗi lần chồng tôi đánh tôi, tôi thường trình báo lên chính quyền địa phương nhưng họ chỉ xử phạt hành chính từ 100.000 đến 200.000 đồng nên chồng tôi không sợ và vẫn tiếp tục tái diễn các hành vi bạo lực gia đình (Kết quả phỏng vấn sâu cô DTQ, 50 tuổi, lao động tự do).*”

Kết quả khảo sát cho thấy, có một số hoạt động phòng chống BLGD đặc biệt thể hiện sự

không hiệu quả, cụ thể hơn một nửa số người tham gia trả lời khảo sát cho biết hoạt động xử phạt các trường hợp vi phạm BLGD (50%) và sửa đổi chính sách, chương trình tại địa phương (51.3%) là không hiệu quả. Nhiều nghiên cứu và các chuyên gia phân tích về hiệu quả của cơ chế xử lý vi phạm luật phòng, chống BLGD, về mặt cơ chế xử lý vi phạm, chúng ta thấy rõ những bất cập và hạn chế của các cơ chế này trong tính răn đe, hiệu quả. Bên cạnh đó, về mặt triển khai thực thi văn bản quy phạm pháp luật, với một địa bàn huyện miền núi ảnh hưởng bởi tư tưởng Nho giáo, xã hội phong kiến cũ ảnh hưởng lớn đến tư tưởng không chỉ người dân mà cả với đội ngũ cán bộ làm công tác gia đình khiến cho việc thực thi luật ở địa phương chưa hiệu quả.

Bảng 4. Mức độ hiệu quả của các hoạt động CTXH phòng, chống BLGD huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn

STT	Hoạt động	Mức độ hiệu quả								Tổng	
		Không hiệu quả		Ít hiệu quả		Hiệu quả		Rất hiệu quả			
		Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %
1.	Phát thanh trên loa	15	10	20	13.3	73	48.7	42	28	150	100
2.	Phát tờ rơi	23	15.3	24	16	63	42	40	26.7	150	100
3.	Tổ chức tập huấn cho phụ nữ	13	8.7	8	5.3	79	52.7	50	33.3	150	100
4.	Sinh hoạt nhóm nam giới	6	4	51	34	47	31.3	46	30.7	150	100
5.	Sinh hoạt nhóm phụ nữ	15	10	15	10	31	20.7	89	59.3	150	100
6.	Lồng ghép vào các buổi họp địa phương	13	8.7	19	12.7	75	50	43	28.7	150	100
7.	Xử phạt nghiêm minh các trường hợp có hành vi BLGD	75	50	20	13.3	13	8.7	42	28	150	100
8.	Hỗ trợ khẩn cấp như giới thiệu nhà tạm lánh, địa chỉ tin cậy, đường dây nóng...	14	9.3	19	12.7	27	18	90	60	150	100
9.	Hỗ trợ nạn nhân về kinh tế, công việc, nhận thức...	19	12.7	41	27.3	44	29.3	46	30.7	150	100
10.	Đẩy mạnh phong trào xây dựng gia đình văn hóa	15	10	14	9.3	35	23.3	86	57.3	150	100
11.	Sửa đổi chính sách, chương trình địa phương cho phù hợp.	77	51.3	17	11.3	47	31.3	9	6	150	100
12.	Khuyến răn, nhắc nhở người gây BLGD tại nhà	12	8	32	21.3	69	46	37	24.7	150	100
13.	Kiểm điểm người gây BLGD trước dân	16	10.7	34	22.7	68	45.3	32	21.3	150	100
14.	Xử phạt hành chính người gây BLGD	13	8.7	79	52.7	12	8	46	30.7	150	100
15.	Giáo dục cải tạo tập trung với người gây BLGD	37	24.7	49	32.7	16	10.7	48	32	150	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2020

Những hoạt động được đánh giá rất hiệu quả và hiệu quả là: Sinh hoạt nhóm phụ nữ (59.3%), hỗ trợ khẩn cấp như giới thiệu nhà tạm lánh, địa chỉ tin cậy, đường dây nóng, ... (60%), hỗ trợ nạn nhân về kinh tế, công việc, nhận thức ... (30.7%) và đẩy mạnh phong trào xây dựng gia đình văn hóa (57.3%). Nhìn vào số liệu có thể thấy, mặc dù những hoạt động này được đánh giá là hiệu quả và rất hiệu quả nhưng số liệu đánh giá không cao. Câu trả lời của khách thể nghiên cứu không tập trung mà trải ra trong các đáp án. Điều này cho thấy những hoạt động này không được đông đảo người tham gia khảo sát đồng tình đánh giá mức độ hiệu quả và rất hiệu quả. Vẫn còn nhiều ý kiến bàn luận xoay quanh mức độ hiệu quả của những hoạt động này.

Bên cạnh những ưu điểm về hiệu quả mà các hoạt động CTXH trong phòng chống BLGD đã đạt được thì còn tồn tại một số hạn chế như: hoạt động này còn ít, lẻ tẻ, chưa phổ biến trong toàn bộ huyện, mới chỉ xuất hiện ở các địa bàn trung tâm, vào các thời điểm cao điểm như các ngày kỷ niệm, ngày Gia đình Việt Nam... do thiếu kinh phí, nhân lực... Chính vì thế, việc truyền thông cung cấp kiến thức, các hình thức hỗ trợ cho nạn nhân và xử lý người gây BLGD không được bao phủ trên diện rộng cũng như mang lại hiệu quả như mong muốn.

"Khi có xô xát cãi vã, hay thậm chí là đánh đập giữa chồng với vợ, mọi người xung quanh không can ngăn đâu em ạ vì họ nghĩ rằng đó là chuyện riêng của mỗi gia đình" (Kết quả phỏng vấn sâu cô ĐTQ, 50 tuổi, lao động tự do)

Ngoài ra, các hoạt động phòng chống BLGD đặc biệt như truyền thông, sinh hoạt các câu lạc bộ chưa thu hút được nhiều thành viên tham gia vì người dân cho rằng đó là các kiến thức vô bổ, không ảnh hưởng đến cuộc sống gia đình họ, họ không quan tâm. Nội dung sinh hoạt còn chưa phong phú, tổ chức lộn xộn, lặp lại nên dễ gây nhàm chán. Điều này dẫn đến các thành viên trong các câu lạc bộ, nhóm không tham

gia đầy đủ, tích cực. Số lượng thành viên ngày càng giảm sút. Cán bộ tuyên truyền còn ít, thiếu kỹ năng khiến cho các thành viên khó tiếp thu được các kiến thức, nội dung mà các cán bộ truyền đạt. Hơn nữa, đa số người dân còn bận làm ăn, kiếm tiền, chăm sóc gia đình, không có thời gian tham gia. Một lý do nữa đó là không ít phụ nữ bị BLGD không có cơ hội tham gia các hoạt động truyền thông bởi chồng không cho tham gia các hoạt động này, bắt ở nhà.

"Thực ra thì khi bị chồng bạo hành tôi đã chán và rất xấu hổ không muốn nói rồi. Gặp mấy ông bà cán bộ hòa giải hay làm công tác phụ nữ ở xã không nhiệt tình, không thân thiện mình lại càng thấy không nên nói. Biết họ có thông cảm giúp đỡ được mình hay lại chê cười, dè bủ." (Kết quả phỏng vấn sâu cô TNG, 46 tuổi, công nhân).

5. Đề xuất giải pháp

5.1. Giải pháp về trình độ, kỹ năng chuyên môn nhân viên công tác xã hội

Thường xuyên củng cố, kiện toàn và đảm bảo đủ năng lực hoàn thành tốt nhiệm vụ của đội ngũ cán bộ thực hiện công tác gia đình, nhất là cán bộ tại các thôn bản; phát huy vai trò nhân viên y tế xã để phối hợp tác nghiệp công tác cụ thể tại cơ sở.

Cần quan tâm tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn chuyên môn thường kỳ cho đội ngũ cán bộ, nhân viên CTXH làm công tác phòng, chống BLGD. Qua đó, đội ngũ nhân viên được tiếp cận kiến thức chuyên môn còn thiếu, cập nhật cách thức triển khai những thông tin liên quan đến triển khai luật pháp, chính sách, các văn bản quy phạm pháp luật...

Địa phương cần tổ chức những buổi tổng kết kết quả thực hiện công tác phòng, chống BLGD hàng quý, hàng năm và có nhiều hoạt động tập huấn, học tập, chia sẻ kinh nghiệm, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ, nhân viên CTXH. Bên cạnh đó, bản thân mỗi nhân viên CTXH cần có ý thức tự rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp của mình thông qua quá trình thực hiện nhiệm vụ.

5.2. Giải pháp về nhận thức của cộng đồng và phong tục tập quán

5.2.1. Về nhận thức cộng đồng

Nâng cao nhận thức của phụ nữ và cộng đồng về gia đình và phòng, chống bạo lực gia đình. Điều này đòi hỏi cần thường xuyên tổ chức các hoạt động tuyên truyền giáo dục, truyền thông về giới, bình đẳng và hòa nhập giới thông qua tổ chức các hình thức và nội dung truyền thông đa dạng, rộng rãi cho cán bộ lãnh đạo, các tổ chức đoàn thể, các báo cáo viên từ đó truyền thông xuống hộ gia đình và phụ nữ như kỹ năng ứng xử giữa các thành viên trong gia đình; kỹ năng làm mẹ (cha), kỹ năng làm vợ (chồng); pháp luật Việt Nam đối với việc xử lý các trường hợp có hành vi bạo lực gia đình...

5.2.2. Về phong tục tập quán

Huyện Chi Lăng là địa phương với đa số dân tộc Nùng sinh sống với những phong tục tập quán mang đậm bản sắc văn hóa đặc trưng. Tuy nhiên, có không ít phong tục tập quán còn lạc hậu, mang nặng tính trọng nam khinh nữ, ảnh hưởng đến công tác phòng, chống BLGD. Do đó, một trong những giải pháp cần được thực hiện là tuyên truyền cho người dân nhận thức được mặt trái, không còn phù hợp của những phong tục tập quán, tăng cường vị trí của người phụ nữ trong gia đình, dòng tộc và xã hội qua việc kiên trì thực hiện các hình thức truyền thông, lồng ghép trong các cuộc họp thôn bản, tuyên truyền đến nhiều đối tượng trong cộng đồng đặc biệt là những người có uy tín trong cộng đồng.

5.3. Giải pháp về kinh phí

Tăng cường CTXH hóa trong nhằm phát huy sức mạnh tổng hợp các nguồn lực xã hội cho công tác phòng, chống BLGD.

Bên cạnh đó, cần thiết lập quỹ phòng, chống bạo lực gia đình để các chương trình phòng, chống BLGD có thể triển khai và đạt hiệu quả trong thực tiễn. Nếu quỹ phòng, chống BLGD vận hành hiệu quả, sẽ giúp cho các nạn nhân đặc biệt là phụ nữ phụ thuộc kinh tế mạnh dạn tố cáo những kẻ gây ra hành vi bạo lực. Bởi lẽ,

có rất nhiều phụ nữ không dám tố cáo kẻ gây ra hành vi bạo lực, trong đó có một nguyên nhân rất quan trọng là họ bị cô lập về kinh tế và sống phụ thuộc vào kẻ gây ra hành vi bạo lực.

5.4. Giải pháp về cơ chế quản lý của địa phương

Huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn thường xuyên củng cố, tập huấn nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ làm công tác gia đình và phòng, chống BLGD ở các cấp; triển khai các văn bản quy phạm pháp luật như: Luật Phòng, chống bạo lực gia đình; Luật Bình đẳng giới; Luật Hôn nhân và gia đình; Luật Bảo vệ, chăm sóc và giáo dục trẻ em; Luật Người cao tuổi và các văn bản liên quan đến lĩnh vực gia đình.

Tổ chức sơ, tổng kết định kỳ để đánh giá và nhân rộng các mô hình phòng, chống BLGD hoạt động có hiệu quả; biểu dương. Tăng cường hiệu lực pháp luật ở các thôn bản trên địa bàn huyện, trợ giúp pháp lý, tuyên truyền pháp luật, tư vấn cho phụ nữ; giải quyết thực trạng không nghiêm túc thực hiện pháp luật bởi tư tưởng phép vua thua lệ làng.

5.5. Giải pháp khác

Tăng cường đội ngũ cán bộ CTXH, cán bộ trẻ, lực lượng tình nguyện viên trong công tác gia đình, phòng, chống bạo lực gia đình. Bởi lẽ địa bàn huyện miền núi Chi Lăng có đặc thù riêng, các hoạt động truyền thông tập trung đôi khi khó triển khai. Chúng ta cần có đội ngũ cán bộ CTXH dày dề để triển khai tới từng hộ gia đình hỗ trợ phòng, chống BLGD. Xây dựng mạng lưới cộng tác viên, tình nguyện viên về công tác phòng, chống BLGD tại cộng đồng.

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy BLGD đối với phụ nữ trên địa bàn huyện Chi Lăng, Lạng Sơn vẫn tồn tại, có tác động tiêu cực tới sự phát triển của địa phương. Chính quyền và các cơ quan đoàn thể huyện Chi Lăng đã triển khai đồng bộ nhiều hoạt động CTXH nhằm phòng ngừa và can thiệp BLGD trên địa bàn, đã ghi nhận một số kết quả nổi bật. Tuy nhiên, vẫn cần xem xét

và cải thiện hiệu quả các hoạt động CTXH này. Bởi lẽ các hoạt động CTXH trong phòng, chống BLGD ở địa phương vẫn mang tính phong trào bề nổi, chưa sâu sát và thực sự mang lại hiệu quả như mong muốn. Những hoạt động truyền

thông, câu lạc bộ, mạng lưới hỗ trợ đa phần triển khai vào các dịp như Ngày Gia đình, mang ý nghĩa phong trào nhiều, những hoạt động can thiệp như tham vấn tâm lý, hỗ trợ phụ nữ là nạn nhân của bạo lực gia đình chưa được quan tâm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Anna, F. (2006). Social Work with Children Affected by Domestic Violence. *Journal of Emotional Abuse* 6 (1): 25-47
- Ban chỉ đạo Công tác gia đình huyện Chi Lăng, Lạng Sơn. (2020). *Báo cáo Tổng hợp thông tin về gia đình và phòng, chống bạo lực gia đình 2019*.
- Department and Statistic Directorate. (2005). *Tackling domestic violence: effective interventions and approaches*. UK.
- Deirdre, L. (2018). *Studies of Social Work Learners on Domestic Violence*. California State University
- Huyền, V.T. (2019). Luận văn thạc sĩ *Vai trò của nhân viên công tác xã hội trong trợ giúp phụ nữ bị bạo lực gia đình tại xã Nghĩa Thái, huyện Nghĩa Hưng, tỉnh Nam Định*. Đại học Quốc gia Hà Nội, Việt Nam
- Hường, N.T. (2019). Luận văn thạc sĩ *Công tác xã hội cá nhân với phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường Hồng Hải, thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh*. Đại học Quốc gia Hà Nội
- King University. (2020). *How Social Workers are Impacting Victims of Family Violence*
- Kim, M. (2012). Recovery: Resilience and Growth in the Aftermath of Domestic Violence. *Violence Against Women Journal*. Sage.
- Mai, L.T.P. và cộng sự. (2009). *Nghiên cứu Ngăn chặn bạo hành trong gia đình: Phổ biến tài liệu hướng dẫn tư vấn chống bạo hành cho các cộng đồng ở nông thôn*. NXB Hà Nội.
- Mạng lưới phòng, chống bạo lực gia đình tại Việt Nam (DOVIPNET). (2009). *Nghiên cứu Đánh giá việc thực thi Luật Phòng, chống bạo lực gia đình trong việc hỗ trợ nạn nhân của bạo lực gia đình*. NXB Lao động - Xã hội.
- Nga, D.T.T. (2019). Luận văn thạc sĩ *Công tác xã hội cá nhân đối với phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường Hùng Thắng, thành phố Hạ Long, tỉnh Quảng Ninh*. Đại học Quốc gia Hà Nội
- Quỹ Dân số Liên Hiệp Quốc. (2007). *Phòng, chống bạo lực trên cơ sở giới ở Việt Nam*.
- Quyên, P.T.H. (2019). Luận văn thạc sĩ *Công tác xã hội nhóm đối với phụ nữ bị bạo lực gia đình tại phường Bàn La, quận Đồ Sơn, thành phố Hải Phòng*. Đại học Quốc gia Hà Nội, Việt Nam
- Sanjana, A. (2017). Domestic violence against married women. *Journal of Family Violence* 25(5):449-460
- Tổng cục Thống kê tiến hành với trợ giúp kỹ thuật của Tổ chức Y tế Thế giới. (2009-2010). *Nghiên cứu quốc gia về bạo lực gia đình với phụ nữ tại Việt Nam*.
- Tonia, L. (2006). *Family Interventions in Domestic Violence: A handbook - Inclusive Theory and Treatment*. University of British Columbia. Canada.
- Jyoti, S. (2016). Domestic violence and mental disorders performed. *Indian Journal of Psychiatry*.
- Witt, L., & Diaz, C. (2019), Social workers' attitudes towards female victims of domestic violence: A study in one English local authority. *Child & Family Social Work*, 24(2). 209-217.

QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ NHÀ Ở XÃ HỘI CỦA THÀNH PHỐ HÀ NỘI HIỆN NAY

TS. Nguyễn Thị Giáng Hương

Trường Đại học Lao động - Xã hội
gianghuongnt@ulsa.edu.vn

TS. Triệu Thị Trinh

Trường Đại học Lao động - Xã hội
trieutrinh26@gmail.com

ThS. Nguyễn Thị Nguyệt

Học viện Phụ nữ Việt Nam
nguyetnt@hvpn.edu.vn

Hà Thị Trang

NCS khóa 7, Trường Đại học Lao động - Xã hội
hatrang2310@gmail.com

Tóm tắt: Thành phố Hà Nội được coi là đơn vị luôn đi đầu trong việc cố gắng giải quyết những bức xúc về nhà ở xã hội (NOXH) trên địa bàn thành phố. Trong những năm qua, chính quyền thành phố đã có nhiều nỗ lực trong việc giải quyết vấn đề NOXH cho các đối tượng gặp khó khăn về nhà ở trong thành phố nhưng việc thực thi chủ trương, chính sách NOXH cho các đối tượng có thu nhập thấp, các hộ nghèo tại khu vực đô thị cũng còn những bất cập, việc thu hút các cá nhân và tổ chức đầu tư phát triển các dự án NOXH gặp nhiều khó, khăn trở ngại. Các đối tượng có khó khăn về nhà ở tại khu vực đô thị (gồm cán bộ, công chức, viên chức, sĩ quan, quân nhân chuyên nghiệp thuộc lực lượng vũ trang nhân dân được hưởng lương từ ngân sách; người lao động thuộc các thành phần kinh tế...) không đủ khả năng tài chính để cải thiện chỗ ở. Vậy cần có những giải pháp nào để khắc phục được những thực trạng trên? Đây là câu hỏi mà nhóm tác giả muốn đi tìm lời giải cho vấn đề này.

Từ khóa: Nhà ở xã hội cho người thu nhập thấp; quản lý nhà ở xã hội; quản lý nhà nước về nhà ở xã hội của thành phố Hà Nội.

THE CURRENT STATE MANAGEMENT SITUATION OF SOCIAL HOUSING OF HANOI CITY

Abstract: Hanoi is considered a leading unit in solving pressing problems of social housing in the city. Over the years, the municipal government has made many efforts in solving the problem of social housing for those who have difficulty in housing in the city, however, the implementation of social housing guidelines and policies for low-income people and poor households in urban areas also has shortcomings; attracting individuals and organizations to invest in the development of social housing projects faces many difficulties and obstacles. Subjects with housing difficulties in urban areas (including cadres, civil servants, public employees, officers and professional soldiers of the people's armed forces are entitled to get salaries from the state budget; laborers from all economic

sectors...) do not have enough financial capacity to improve their accommodation. So what solutions are needed to overcome these situations? This is the question that the authors want to find an answer to.

Keywords: social housing for low-income people; management of social housing, state management of social housing of Hanoi City.

Mã bài báo: JHS - 121

Ngày nhận bài sửa: 8/05/2023

Ngày nhận bài: 16/04/2023

Ngày duyệt đăng: 20/05/2023

Ngày nhận phản biện: 29/04/2023

1. Giới thiệu

Trong những năm qua, Ủy ban nhân dân (UBND) Thành phố Hà Nội rất tăng cường quản lý, phát triển nhà ở xã hội cho các đối tượng thu nhập thấp và công nhân tại các khu công nghiệp. Sự quan tâm đó đã được cụ thể hóa bằng nhiều cơ chế, chính sách ưu đãi và kết quả là nhiều dự án nhà ở xã hội, nhà ở công nhân đã được hoàn thành giúp hàng trăm nghìn hộ gia đình có được chỗ ở an toàn. Tại Hội nghị trực tuyến Thúc đẩy phát triển nhà ở xã hội cho công nhân, người thu nhập thấp tháng 8/2022, Thủ tướng Chính phủ đã phát biểu: “Phát triển nhà ở xã hội cho người thu nhập thấp, công nhân là trách nhiệm, nghĩa vụ, đạo đức của cả hệ thống chính trị, của những người làm nhiệm vụ quản lý Nhà nước, của doanh nghiệp và của người dân” và giao Bộ Xây dựng chủ trì thực hiện Đề án đầu tư xây dựng ít nhất 1 triệu căn hộ nhà ở xã hội cho đối tượng thu nhập thấp, công nhân khu công nghiệp giai đoạn 2021-2030. Để thực hiện mục tiêu nêu trên của Đề án, thành phố cũng cụ thể hóa để quản lý tốt vấn đề phát triển NOXH. Thời gian qua, bên cạnh những thành quả đạt được thì công tác quản lý Nhà nước về nhà ở xã hội của thành phố cũng đã bộc lộ một số tồn tại, hạn chế, bất cập như một số cơ chế chính sách được ban hành triển khai chưa phù hợp với thực tiễn, nhiều quận, huyện chưa thực sự quan tâm vấn đề quản lý nhà ở xã hội... Do vậy, để triển khai thành công các mục tiêu của Đề án phát triển nhà ở xã hội giai đoạn 2021-2030, đòi hỏi công tác quản lý Nhà nước của thành phố cần thẳng thắn nhìn nhận một cách khách quan các vấn đề bất cập để có giải pháp về cơ chế chính sách thích hợp hơn đáp ứng yêu

cầu của thực tiễn.

2. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu về vấn đề NOXH trên phạm vi cả nước đã có nhiều công trình của các nhà khoa học đề cập đến vấn đề này ở những góc độ khác nhau như:

Tác giả Thủy (2018, 2019) có một loạt nghiên cứu về NOXH: “Phát triển nhà ở xã hội tại Việt Nam. Tạp chí KHXH; “Tiếp cận nhà ở xã hội tại Hà Nội hiện nay, thực trạng và rào cản”; “Phát triển nhà ở cho người thu nhập thấp ở một số nước - Kinh nghiệm và bài học cho Việt Nam”; “Thực trạng sử dụng nhà ở xã hội tại Thành phố Hà Nội hiện nay”... Để nghiên cứu về phát triển NOXH cho người thu nhập thấp thế nào và thực trạng đang phát triển ra sao? Trên cơ sở đó rút ra những kinh nghiệm quý báu cho phát triển NOXH cho Việt Nam.

Tác giả Nghĩa và Thanh (2009) đã khái quát về vấn đề nhà ở cho người thu nhập thấp ở một số đô thị lớn và rút ra những kinh nghiệm quý báu về vấn đề này cho Hà Nội. Tác giả Mậu (2018) đã khẳng định nhu cầu về nhà ở là một trong những nhu cầu thiết yếu của mỗi con người. Giải quyết vấn đề nhà ở cho người dân là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của Đảng và Nhà nước trong phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là giải quyết chỗ ở cho những người thuộc diện chính sách, người nghèo. Để thực hiện chủ trương đó, nhà ở xã hội đã được Nhà nước giao cho các doanh nghiệp triển khai xây dựng từ năm 2009, cùng với sự hỗ trợ của gói tín dụng 30.000 tỷ đồng đã giúp hàng nghìn người thuộc diện hưởng chính sách có nơi chốn ăn ở. Tuy nhiên, tình trạng cung loại hình nhà ở này còn ít, mà nhu cầu thực tế lại cao, đã làm

ảnh hưởng đến mức giá trên thị trường. Từ thực tế trên, trong bài viết này, tác giả sẽ đề cập đến thực trạng nhà ở xã hội trên địa bàn Hà Nội hiện nay và đề xuất một số giải pháp. Theo tác giả Ngọc (2021) những năm gần đây Việt Nam có tốc độ phát triển về kinh tế khá nhanh, đi kèm với đó là mức độ phát triển các đô thị cả về số lượng và chất lượng. Tuy nhiên, cùng với những thuận lợi mà kinh tế mang lại, các đô thị hiện nay đang đứng trước những khó khăn như: thiếu hụt cơ sở hạ tầng, sự tập trung dân cư quá đông tại các đô thị v.v... đặc biệt là nguồn cung nhà ở đáp ứng chất lượng sống cho người dân tại các đô thị. Bài báo đề cập đến những vấn đề liên quan đến chính sách phát triển nhà ở xã hội tại Việt Nam, những bài học kinh nghiệm từ các quốc gia trên thế giới, từ đó có thể đưa ra những đề xuất giải pháp nhằm thúc đẩy quá trình phát triển nhà ở xã hội tại các đô thị ở Việt Nam.

Ngoài ra còn rất nhiều các bài báo trên mạng internet cũng bàn đến vấn đề nhà ở xã hội và phát triển NOXH. Cách thức thực hiện chính sách NOXH của Hà Nội hiện nay.

Nhìn chung các tác phẩm sách, báo, công trình khoa học đã phản ánh rất nhiều góc độ khác nhau về tình hình thị trường bất động sản nói chung, nhà ở xã hội, nhà ở cho người thu nhập thấp ở các đô thị nói riêng. Mặc dù các tác phẩm, tác giả đã phản ánh tình trạng cấp thiết cần có nhà ở xã hội và đề xuất được những giải pháp để ổn định đời sống của người dân trong tiến trình công nghiệp hóa, đô thị hóa. Tuy nhiên, cho đến nay chưa có một công trình nghiên cứu một cách có hệ thống, sâu sát, đầy đủ về cơ chế, chính sách quản lý Nhà nước về nhà ở xã hội của Thành phố Hà Nội dưới góc độ người quản lý và thực thi chính sách, cũng như người thụ hưởng chính sách. Với góc nhìn này bài viết hy vọng cung cấp cho người đọc một bức tranh đầy đủ các sắc màu và qua đó có những giải pháp để hoàn thiện chính sách, quản lý thực hiện chính sách NOXH cho người thu nhập thấp đầy đủ hơn. Qua đó làm rõ bản chất tốt đẹp của các chính sách an sinh xã hội của thành phố đối với người dân, đặc biệt là những người còn khó

khăn, thiếu nhà ở hiện nay, giúp họ ổn định cuộc sống và yên tâm công tác, cống hiến vì sự phát triển chung của thủ đô và đất nước trong tương lai.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu thông qua tập hợp các văn bản, chủ trương, chính sách của Nhà nước về quản lý NOXH của Đảng, Nhà nước và Thành phố Hà Nội từ giai đoạn 2015-2020, định hướng phát triển các năm tiếp theo. Trên cơ sở đó bài viết phân tích, tổng hợp, logic, lịch sử, thống kê, mô hình hóa để thực hiện. Với số liệu thứ cấp do các đơn vị chức năng của Thành phố Hà Nội cung cấp để đánh giá các kết quả đã đạt được, những hạn chế cần khắc phục trong thời gian tới.

Bài viết còn sử dụng phương pháp điều tra xã hội học với 300 người, số phiếu thu về là 289 người để biết đánh giá của một số đối tượng thuộc diện được mua nhà ở xã hội và đã được mua nhà ở xã hội về các chính sách của Thành phố Hà Nội, cũng như việc quản lý thực hiện chính sách này hiện nay ra sao? Khó khăn, thuận lợi gì trong tiếp cận và hưởng thụ chính sách quản lý nhà nước về nhà ở xã hội? Mong muốn của họ đối với việc quản lý chính sách nhà ở xã hội của thành phố trong tương lai như thế nào? Đồng thời phỏng vấn sâu đối với cán bộ lãnh đạo, lãnh đạo doanh nghiệp và nhân viên làm công việc liên quan đến quản lý nhà ở xã hội hiện nay xem có gì bất cập trong công tác quản lý đó? Thông qua những kết quả điều tra khảo sát, bài viết có được những đánh giá đầy đủ hơn, khách quan hơn của những nhà quản lý, lãnh đạo doanh nghiệp và những người thụ hưởng chính sách của Nhà nước và thành phố về NOXH.

4. Thực trạng quản lý nhà nước về nhà ở xã hội của Thành phố Hà Nội

4.1. Công tác ban hành và thực hiện văn bản quy phạm pháp luật về nhà ở xã hội của Thành phố Hà Nội

Hiện nay, nhu cầu nhà ở ngày càng cao mà khả năng đáp ứng nhu cầu thì thấp. Nhà nước ta

đã có nhiều chính sách, pháp luật nhằm khuyến khích, huy động mọi nguồn lực trong xã hội để đáp ứng nhu cầu nhà ở rất cấp bách này nhưng vẫn còn nhiều bất cập. Bên cạnh đó, việc thực thi pháp luật về mua bán nhà ở xã hội cũng còn nhiều vấn đề nan giải trên phạm vi cả nước nói chung và Thành phố Hà Nội nói riêng. Tại Hà Nội, UBND thành phố ban hành Quyết định số 25/2019/QĐ-UBND, ngày 05 tháng 11 năm 2019 của UBND Thành phố Hà Nội về việc ban hành quy định về quản lý bán, cho thuê, cho thuê mua nhà ở xã hội trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

Quá trình thực thi các quy định của pháp luật về NOXH cho thấy một số điểm bất cập như sau:

Thứ nhất, sự không rõ ràng trong các quy định pháp luật về khái niệm “nhà ở xã hội” và “nhà ở thu nhập thấp” đã tạo nên những hạn chế, bất cập trong thực tiễn thực hiện. Thuật ngữ “nhà ở xã hội cho người có thu nhập thấp” chỉ được nêu tại Nghị quyết số 18/2009/NQ-CP ngày 20/4/2009 của Chính phủ về một số cơ chế, chính sách nhằm đẩy mạnh phát triển nhà ở cho học sinh, sinh viên các cơ sở đào tạo và nhà ở cho công nhân lao động tại các khu công nghiệp tập trung, người có thu nhập thấp tại các đô thị, theo đó: “Nhà ở xã hội cho người có thu nhập thấp” là nhà ở dành cho đối tượng có thu nhập thấp có khó khăn về nhà ở tại khu vực đô thị, nhằm phân biệt với “nhà ở sinh viên” và “nhà ở công nhân khu công nghiệp”. Kết quả điều tra quy định của Nhà nước về nhà ở cho người có thu nhập thấp có rõ ràng và dễ xác định đối tượng ko? Đại đa số người được hỏi đều trả lời những quy định của Nhà nước chưa rõ ràng và khó thực hiện, gây khó hiểu cho người, chiếm 89,3%.

Thứ hai, những hạn chế, bất cập phát sinh từ quy định về các đối tượng, điều kiện được mua nhà ở xã hội. Ví dụ quy định về điều kiện mức thu nhập của người được mua nhà ở xã hội. Theo Quyết định số 34/2010/QĐ-UBND ngày 16/8/2010 của UBND Thành phố Hà Nội về việc ban hành quy định việc bán, cho thuê, cho thuê mua và quản lý sử dụng nhà ở cho người có thu nhập thấp tại khu vực đô thị quy định thu

nhập được coi là thấp nếu dưới mức thu nhập trung bình do UBND thành phố ban hành. Kết quả phỏng vấn về cách xác định thu nhập và tính thuế của cơ quan quản lý Nhà nước hiện nay có khó khăn và công bằng trong xác định được không? Có tới 93,5% người dân hỏi trả lời những quy định này ở Việt Nam hiện nay khó khăn và chưa công bằng. Chính vì vậy, rất khó để đánh giá chính xác đối tượng được mua, thuê NOXH của cơ quan quản lý Nhà nước hiện nay.

Thứ ba, những bất cập phát sinh từ cơ chế phối hợp giữa chủ đầu tư và Sở Xây dựng trong việc xét duyệt hồ sơ đăng ký mua nhà ở xã hội cho người có thu nhập thấp. Kết quả điều tra giám sát về quy trình, thủ tục xét duyệt hồ sơ cho người có thu nhập thấp để mua nhà ở xã hội hiện nay đã đảm bảo tính công bằng chưa? Những người được mua NOXH có đúng quy định về tiêu chuẩn của Nhà nước chưa? Có tới 98,3% người được hỏi trả lời quy trình xét duyệt hồ sơ đăng ký mua nhà ở xã hội, tiêu chuẩn hiện nay là thiếu tính khách quan và chưa công bằng, chính xác với đối tượng thụ hưởng chính sách trong thực tiễn.

Thứ tư, bất cập trong quy định về giá bán nhà ở xã hội. Theo Nghị định số 71/2010/NĐ-CP ngày 23/6/2010 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật Nhà ở khẳng định: giá bán NOXH do Nhà nước quy định, theo nguyên tắc giá bán bao gồm các khoản chi phí hợp lý chủ đầu tư bỏ ra; bảo đảm tính được các chi phí thu hồi vốn, kể cả vốn vay (nếu có) và được hưởng lợi nhuận với định mức 10%. Việc quy định lợi nhuận 10% cho doanh nghiệp xây nhà thu nhập thấp đã không khuyến khích được doanh nghiệp giảm giá bán. Mặt khác, giá bán NOXH ở Hà Nội còn cao hơn nhiều so với các địa phương khác trong cả nước. Trong khi giá bán NOXH tại Thành phố Hồ Chí Minh là từ 5,5 đến 8 triệu đồng/m², tại thành phố Đà Nẵng là từ 5 đến 8 triệu đồng/m² thì giá bán NOXH tại dự án CT1 Ngô Thi Nhậm - Hà Đông - Hà Nội của Công ty cổ phần Bê tông Vinaconex Xuân Mai là 8,8 triệu đồng/m², giá bán NOXH tại dự án Đặng Xá - Gia Lâm - Hà Nội là 11,6 triệu đồng/m² và các dự án

sắp bán trong thời gian tới, chủ đầu tư cũng đưa ra mức giá dự kiến là khoảng 14 triệu đồng/m².

Thứ năm, bất cập trong quy định về quyền của người mua nhà. Với hình thức quy định là nhà ở cho người thu nhập thấp không được phép chuyển nhượng, mua bán trong 10 năm đầu sau khi trả hết tiền mua nhà - mức thời gian này là quá dài. Kết quả người được hỏi trả lời về thời gian chuyển nhượng như hiện nay là chưa hợp lý, chiếm 88,5%.

4.2. Thực trạng nhà ở xã hội và nhu cầu nhà ở xã hội của các đối tượng khó khăn về nhà ở của Thành phố Hà Nội

Nhà nước trong những năm qua đã đưa ra nhiều chính sách tích cực để phát triển loại hình NOXH nhưng chưa đáp ứng hết được nhu cầu thực tế về NOXH. Theo khảo sát của Ngân hàng Thế giới (WB) năm 2018, tỷ lệ các gia đình của Việt Nam có thu nhập dưới 10 triệu đồng/tháng chiếm khoảng 40% và kết quả nghiên cứu thị trường nhà ở của Bộ Xây

dựng chỉ ra 80% những người có nhu cầu về nhà ở không có khả năng chi trả theo cơ chế thị trường. Do vậy, nhu cầu thực tế về NOXH rất lớn, đặc biệt khi Nhà nước tiến hành triển khai gói tín dụng hỗ trợ 30.000 tỷ đồng cho những đối tượng đáp ứng điều kiện đưa ra chỉ cần vay với lãi suất 4.8%/năm và sắp tới đây việc tiếp tục triển khai gói tín dụng hỗ trợ mới sẽ làm cho nhu cầu về NOXH ngày càng tăng. Chiến lược phát triển nhà ở quốc gia đã đề ra chỉ tiêu về số lượng NOXH tại các khu đô thị và khu công nghiệp trên cả nước giai đoạn 2011-2020 đạt 250.000 căn (nhu cầu về NOXH của cả nước là 440.000 căn, trong đó Hà Nội là khoảng 110.000 căn) nhưng tính từ thời điểm triển khai năm 2009 đến thời điểm hiện tại trên cả nước mới cung ra thị trường khoảng 72.000 căn, chỉ đáp ứng được 28% nhu cầu của người dân. Tính riêng khu vực Hà Nội, theo báo cáo của UBND thành phố, nhu cầu thực tế về NOXH trong các năm được thể hiện trong Bảng 1

Bảng 1. Nhu cầu thực tế nhà ở xã hội tại Thành phố Hà Nội đến năm 2020

Chi tiêu	Nhà ở cho các đối tượng theo Luật nhà ở năm 2014 (m ² sàn)	Nhà ở công nhân (m ² sàn)	Nhà ở sinh viên (m ² sàn)
Chương trình phát triển nhà ở được Thủ tướng phê duyệt (cộng dồn 2012-2015)	4.023.000	4.600.00	1.340.000
Nhu cầu thực tế đến năm 2020 (cộng dồn 2012-2015)	6.023	813.288	1.340.000
Kết quả thực hiện đến năm 2017	1.736.668	345.749	463.008
Chỉ tiêu phát triển trong năm 2018-2020	4.286.332	467.539	876.992

Nguồn: Báo cáo về tình hình NOXH năm 2017 và kế hoạch năm 2020 của Sở Xây dựng Hà Nội

Qua bảng 1 trên có thể thấy, lượng cung còn quá ít so với cầu (cung chỉ đáp ứng được 28,83% nhu cầu), gây ra sự lệch pha cung - cầu. Sở dĩ xảy ra tình trạng này là xuất phát từ về phía các doanh nghiệp và cơ quan quản lý.

4.3. Thực trạng quản lý nhà nước về nhà ở xã hội hiện nay của Thành phố Hà Nội

* *Thực trạng quản lý nhà nước về nhà ở xã hội.* Từ năm 2015 đến năm 2020, theo số liệu

thống kê, nhu cầu thực tế về nhà ở xã hội đến năm 2020 tăng gần 50% so với Chương trình phát triển nhà ở được Thủ tướng phê duyệt. Nhà ở cho sinh viên còn thiếu so với nhu cầu thực tế và cả theo Chương trình phát triển nhà ở được Thủ tướng phê duyệt (giai đoạn 2012-2015), thành phố cũng đã có kế hoạch sẽ bổ sung và đưa vào thực hiện ở giai đoạn 2016-2020.

Theo quy định của Luật Nhà ở các địa phương được thành lập Quỹ phát triển nhà ở để tạo vốn đầu tư xây dựng nhà ở xã hội từ các nguồn: Tiền thu từ bán, cho thuê nhà ở thuộc sở hữu Nhà nước, trích 30 - 50% tiền sử dụng đất của các dự án nhà ở thương mại và khu đô thị, ngân sách địa phương hỗ trợ hàng năm, tiền huy động từ các nguồn vốn hợp pháp khác... Tuy nhiên, các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành chưa có quy định cụ thể về cơ cấu nguồn vốn của Nhà nước dành cho đầu tư phát triển nhà ở xã hội (kể cả nguồn vốn từ ngân sách Trung ương cũng như vốn ngân sách địa phương). Trong khi điều kiện ngân sách của các địa phương còn hạn hẹp, nhu cầu chi tiêu để đầu tư cho các mục đích an sinh xã hội khác như cải thiện hệ thống giao thông, cấp thoát nước, đầu tư cho giáo dục, y tế... rất lớn, do đó các địa phương không đủ khả năng bố trí nguồn vốn dành cho NOXH. Mặt khác, hầu hết các cơ quan quản lý nhà nước, các viện nghiên cứu, các đơn vị tư vấn về nhà ở đều thiếu đội ngũ cán bộ, chuyên gia tâm huyết, có năng lực, kinh nghiệm về quản lý và phát triển nhà ở. Vì vậy, đã không kịp thời phát hiện và ngăn chặn được tình trạng phổ biến là các doanh nghiệp tranh thủ khai thác quỹ đất "chia lô" để bán nhằm thu tiền nhanh, kiếm lời lớn, không quan tâm đến đối tượng mua là người lao động hay nhà đầu cơ, nhất

là trên thị trường nhà đất sôi động như thị trường nhà đất Hà Nội. Thành phố đã có quy định dành 20% diện tích đất xây dựng nhà ở thương mại để giành phát triển nhà ở xã hội nhưng trên thực tế một số dự án không thực hiện theo quy định, việc kiểm tra, giám sát cũng bị buông lỏng, chưa có chế tài đủ mạnh để xử lý nên hiện nay tình trạng này diễn ra khá phổ biến.

* *Quản lý quỹ nhà ở xã hội tại các dự án hiện nay*

Phân phối quỹ nhà ở xã hội: Việc phân phối quỹ nhà ở xã hội trên địa bàn thành phố trong những năm qua đã được thực hiện khẩn trương và đạt được những tiến bộ vượt bậc và vững chắc, tạo lập được nhiều quỹ nhà ở để giải quyết các nhu cầu bức xúc về nhà ở của cư dân thành phố nhất là các đối tượng nghèo. Kết quả là công tác phát triển nhà của thành phố đã có nhiều tiến bộ vượt bậc và vững chắc, tạo lập được nhiều quỹ nhà ở cho các đối tượng khó khăn trên địa bàn thành phố.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được như trên, thành phố cũng đang gặp nhiều khó khăn trong việc xác định đối tượng được ưu tiên phân phối đầu tiên và phạm vi đối tượng được phân phối. Theo "Báo cáo của Thành phố Hà Nội về nhu cầu nhà ở xã hội" hiện tại trên địa bàn thành phố có các dự án đầu tư xây dựng NOXH cũng như đối tượng phân phối được thể hiện ở bảng sau:

Bảng 2. Kế hoạch phát triển nhà ở các năm giai đoạn 2016-2020

Năm	Nhà ở xã hội cho đối tượng theo luật định (m ² sàn)	Nhà ở Công nhân thuê (m ² sàn)	Nhà ở sinh viên (m ² sàn)	Nhà ở tái định cư (m ² sàn)	Nhà ở công vụ (m ² sàn)	Nhà ở thương mại (m ² sàn)
2016	950.000	110.000	150.000	175.000	0	3.500.000
2017	950.000	110.000	150.000	200.000	0	3.700.000
2018	950.000	110.000	200.000	250.000	0	4.000.000
2019	950.000	110.000	200.000	275.000	0	4.500.000
2020	876.330	127.539	276.992	300.000	0	4.718.000
Tổng	4.676.330	567.539	976.992	1.200.000	0	20.418.000

Nguồn: Báo cáo của Thành phố Hà Nội về nhu cầu nhà ở xã hội gửi Bộ Xây dựng năm 2020

5. Đánh giá quản lý nhà nước về nhà ở xã hội của Thành phố Hà Nội

5.1. Ưu điểm

- Hệ thống quy phạm pháp luật tương đối đầy đủ và đồng bộ. Trong những năm qua, hệ thống

pháp luật, cơ chế, chính sách về nhà ở nói chung và NOXH nói riêng ngày càng được hoàn thiện, phù hợp với điều kiện thực tiễn phát triển của đất nước.

- Hà Nội được coi là một trong những địa phương đi đầu trong cả nước hiện nay trong

vấn đề đẩy mạnh phát triển quỹ nhà ở xã hội, các chính sách của thành phố nhằm thu hút đầu tư cũng như những cơ chế nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho cả đối tượng tham gia tạo lập quỹ nhà ở xã hội cũng như những đối tượng nghèo được thuê, thuê mua nhà ở trên địa bàn thành phố đã phần nào phát huy hiệu quả trong những năm qua.

- Nhà ở xã hội góp phần thay đổi đời sống của nhân dân; tạo quỹ nhà ở tái định cư, nhà lưu trú công nhân, góp phần ổn định kinh tế, chính trị, xã hội, bước đầu đã thu hút một lượng lớn vốn đầu tư trong lĩnh vực NOXH.

- Việc sử dụng đất để bố trí NOXH cũng đã mang lại nhiều kết quả khả quan với nhiều công trình dự án lớn được đầu tư, Hà Nội đã có nhiều nỗ lực đáng kể trong việc bố trí nâng cấp và xây dựng các thiết chế văn hóa nhằm đem lại một đời sống tinh thần phong phú, lành mạnh cho mọi tầng lớp nhân dân thành phố.

- Nhà ở xã hội giải quyết được trước mắt vấn đề “an cư lập nghiệp” cho đối tượng thu nhập thấp, tạo động lực cho họ yên tâm làm ăn, lao động, học tập, công tác góp phần xây dựng thành phố phát triển theo hướng trọng tâm “Công nghiệp, thương mại, du lịch và dịch vụ”.

- Việc phát triển nhà NOXH có những bước chuyển tích cực, ổn định trong cơ cấu nhà ở đô thị. Giai đoạn 2016-2020, Thành phố Hà Nội có 25 dự án đã hoàn thành với 1.254.087m² sàn NOXH và 52 dự án đầu tư đang triển khai với 4.139.346m² sàn NOXH.

- Tạo động lực phát triển kinh tế - xã hội thành phố. Sự phát triển của thị trường nhà ở nói chung và NOXH nói riêng đã thu hút nguồn vốn đầu tư lớn của các thành phần kinh tế trong và ngoài nước, khai thác có hiệu quả tiềm năng đất đai, tăng thu cho ngân sách cho thành phố, thu hút lực lượng lớn lao động và thúc đẩy các ngành sản xuất khác phát triển.

5.2. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, việc quản lý nhà nước về NOXH của Thành phố Hà Nội vẫn còn tồn tại một số hạn chế:

- Thị trường NOXH thành phố hiện nay còn mất cân đối, đang có sự thiếu hụt lớn về nguồn

cung, làm cho đối tượng thụ hưởng chính sách rất khó khăn trong việc tiếp cận NOXH.

- Quá trình triển khai NOXH trên thực tế cho thấy những điểm chưa phù hợp trong quy định của pháp luật. Tại khoản 2 Điều 5 Nghị định số 100/2015/NĐ-CP, chủ đầu tư được lựa chọn hình thức nộp bằng tiền tương đương quỹ đất 20% thay cho nghĩa vụ NOXH đối với các dự án có diện tích sử dụng đất dưới 10 ha là chưa phù hợp. Quy định này dẫn đến chủ đầu tư sẵn sàng nộp tiền mà không thực hiện NOXH, làm cho nguồn cung đã khan hiếm lại càng khan hiếm.

- Thực tế hiện nay những đối tượng như cán bộ, công chức, viên chức - những đối tượng nằm trong diện được hưởng lương trên địa bàn Thành phố Hà Nội đang phải sống rất khó khăn do thiếu chỗ ở. Ngoài ra còn có công nhân đang phải sống trong những điều kiện hết sức khó khăn, đa số phải đi thuê nhà với chất lượng nhà ở thấp. Trong khi đó nguồn cung NOXH lại không thể đáp ứng đủ cho số đông người có nhu cầu như hiện nay.

- Vấn đề thu hút đầu tư vào phân khúc thị trường NOXH hiện nay cũng đang gặp nhiều khó khăn. Nguồn vốn ưu đãi và cơ chế khuyến khích chủ đầu tư, tập đoàn lớn tham gia đầu tư xây dựng nhà ở xã hội vẫn chưa đủ mạnh và hấp dẫn. Các tổ chức tín dụng được Nhà nước chỉ định chưa được bố trí nguồn vốn để cấp bù lãi suất cho vay NOXH. Vì vậy, trong giai đoạn 2016-2020 chưa có chủ đầu tư dự án NOXH nào được tiếp cận nguồn vốn vay ưu đãi¹.

- Về quản lý trong quá trình sử dụng nhà ở xã hội. Quản lý ở đây được nhìn nhận trên 2 góc độ: Ở góc độ đầu tiên, việc quản lý đang ngày càng được hoàn thiện, nhưng ở góc độ sau thì cần phải tăng cường giám sát chất lượng thi công.

- Về thủ tục xét duyệt mua bán, cho thuê NOXH. Thủ tục xét duyệt việc mua bán, cho thuê nhà vẫn còn bị người dân đánh giá là chậm chiếm 89,3%. Số lượng cán bộ chuyên trách còn ít chiếm 92%.

- Chính sách hỗ trợ người dân về NOXH. Hiện nay, do nhu cầu thuê NOXH trên địa bàn thành phố rất lớn, số lượng căn hộ chung cư

1 <https://moc.gov.vn/vn/tin-tuc/1179/72333/tra-loi-chat-van-noi-dung-lien-quan-den-nha-o-xa-hoi.aspx>

NOXH thuộc sở hữu nhà nước xây dựng dành để bố trí cho thuê không còn nhiều nên gặp một số khó khăn do cầu vượt cung.

5.3. Nguyên nhân tồn tại trong quản lý nhà nước về nhà ở xã hội của Thành phố Hà Nội

Thứ nhất, kết quả tất yếu của quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa là số lượng người hưởng lương, nhất là công nhân làm việc trong các khu công nghiệp, khu chế xuất ngày càng tăng nhanh.

Thứ hai, hệ thống pháp luật đất đai, NOXH còn bất cập, thiếu: Văn bản quản lý nhà nước về NOXH ban hành nhiều văn bản dưới luật, gây khó khăn cho việc kiểm soát và thực hiện. Cán bộ chuyên môn tham mưu còn hạn chế, còn dùn dẩy, né tránh, sợ trách nhiệm. Phân cấp, phân quyền giữa thành phố, quận và phường chưa rõ ràng.

Thứ ba, công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thi hành pháp luật, thi hành công vụ của công chức và cơ quan hành chính còn buông lỏng, chưa quyết liệt và khoa học. Năng lực của một số cán bộ công chức còn hạn chế, chưa phát huy tính sáng tạo, năng nổ, nhiệt tình, giao việc làm cầm chừng, thiếu trách nhiệm.

Bốn là, công tác tuyên truyền pháp luật về: Đất đai, quy hoạch, bố trí đất để xây dựng NOXH, thủ tục hành chính về NOXH và tiếp cận bố trí NOXH đến với người dân trong mặt trận, các hội đoàn thể chưa sâu, chưa thường xuyên.

Năm là, việc thu hút nguồn lực đầu tư vào lĩnh vực này rất khó khăn do thiếu các cơ chế tài chính có tính khuyến khích cao.

6. Giải pháp cơ bản tăng cường quản lý nhà nước về nhà ở xã hội của Thành phố Hà Nội trong thời gian tới

6.1. Hoàn thiện các văn bản pháp luật về nhà ở xã hội

Thứ nhất, hoàn thiện các cơ chế, chính sách về phát triển nhà ở xã hội nói chung

- Luật hiện hành phải quy định rõ các cơ chế, chính sách và xác định trách nhiệm của Nhà nước, các tổ chức, cá nhân có liên quan trong việc phát triển nhà ở xã hội.

- Luật Nhà ở phải xây dựng đảm bảo cơ chế, chính sách khuyến khích cụ thể và đủ mạnh để đầu tư xây dựng nhà ở xã hội cho thuê, đặc biệt

là tại các đô thị lớn có nhu cầu cao về nhà ở thì mới có thể đáp ứng các điều kiện và khả năng chi trả của người dân.

- Luật cần có quy định cụ thể về các định chế tài chính tham gia hỗ trợ vốn cho phát triển nhà ở, đặc biệt là hỗ trợ cho người thu nhập thấp, hộ nghèo vay để mua, thuê, thuê mua nhà ở xã hội hoặc cho các doanh nghiệp vay để đầu tư xây dựng nhà ở xã hội như quỹ phát triển nhà ở xã hội, quỹ tín thác bất động sản... để tạo hành lang trong việc huy động vốn cho việc phát triển nhà ở thực sự thông thoáng và phát huy được hiệu quả trong thực tiễn.

Thứ hai, hoàn thiện quy định về đối tượng, điều kiện và thủ tục xét duyệt hồ sơ mua nhà ở xã hội

- Xây dựng tiêu chí rõ ràng về đối tượng như thế nào được xem là thu nhập thấp và có chính sách hỗ trợ đặc thù hơn chứ không chỉ về lãi suất vay ngân hàng như hiện nay. Bộ tiêu chí để đánh giá người thu nhập thấp cần xác định rõ đối tượng đó có chịu thuế thu nhập cá nhân hay không, thuế thu nhập này xuất phát từ nguồn và thời điểm nào tính đến ngày người này nộp hồ sơ.

- Sửa đổi phương thức xét duyệt các đối tượng được quyền mua, thuê hoặc thuê mua nhà thu nhập thấp: Việc xét duyệt các đối tượng được quyền mua (hoặc thuê hoặc thuê mua) NOXH nên giao cho một cơ quan nhà nước làm đầu mối quản lý đó là Sở Xây dựng.

Thứ ba, hoàn thiện quy định về xây dựng và kiểm soát giá bán nhà ở xã hội nhằm đảm bảo công bằng cho đối tượng thụ hưởng

Thanh tra, kiểm tra các dự án NOXH có mức giá bán cao: Các hoạt động kinh doanh hướng đến mục tiêu lợi nhuận, một số chủ đầu tư có thể có gian lận trong việc hạch toán chi phí nhằm thu lợi nhuận cao. Do vậy, các cơ quan quản lý cần các hoạt động thanh tra, kiểm tra nhằm phát hiện, hạn chế gian lận, sai sót để đưa về đúng mức giá thực.

Mở rộng quy hoạch, phát triển NOXH về các vùng ven thành phố: Thành phố cần xây dựng chiến lược, quy hoạch các dự án NOXH về các vùng ven thay vì tập trung ở nội đô. Đưa ra nhiều chính sách ưu đãi hơn cho các doanh nghiệp đồng ý đầu tư các dự án ở vùng ven như: tạo một

quỹ đất sạch mà doanh nghiệp có thể tiến hành xây dựng luôn, không phải trả tiền thuê đất trong 5 năm đầu; đối với các dự án đang được triển khai thì cần cùng với doanh nghiệp xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng, giao thông thuận tiện. Điều này sẽ giảm áp lực về NOXH ở khu vực nội đô, giá hạ nhiệt, các chủ dự án NOXH ven đô nhanh chóng giải quyết được đầu ra, đồng thời người mua dễ dàng mua được nhà với giá cả hợp lý

Thứ tư, hoàn thiện quy định về thị trường tài chính hỗ trợ người mua nhà ở xã hội

Trước hết, cần bổ sung nguồn vốn hỗ trợ cho các Quỹ phát triển nhà ở. Quỹ tiết kiệm nhà ở của địa phương có thể tạo điều kiện cho vay vốn với lãi suất ưu đãi cho nhiều đối tượng có khó khăn về nhà ở tại địa phương. Đồng thời, cần có nhiều hơn nữa các chính sách tài chính từ phía Ngân hàng Nhà nước để hỗ trợ, tạo thuận lợi cho những người có thu nhập thấp có thể vay tiền hay trả góp để mua nhà ở xã hội.

Thay đổi những quy định về giới hạn, điều kiện chưa hợp lý về đối tượng được mua nhà ở xã hội. Ví dụ như để mua NOXH trên địa bàn Thành phố Hà Nội, người đó phải có mức thu nhập từ 1,5 đến 2,1 triệu đồng/tháng. Quy định này sẽ hạn chế nhiều những đối tượng khác cũng có thu nhập thấp, nhưng trên mức 2,1 triệu đồng/tháng, vì với sự suy thoái kinh tế và lạm phát như hiện nay những người có thu nhập từ 2,1 đến 2,5 triệu đồng ở Thành phố Hà Nội vẫn gặp nhiều khó khăn. Vì vậy, cần mở rộng mức quy định này để có nhiều hơn nữa các đối tượng được mua NOXH theo tinh thần của Nghị định số 100/3015/NĐ-CP.

Thứ năm, thực hiện nghiêm việc tạo quỹ đất để xây dựng và phát triển NOXH: Quỹ đất là yếu tố quan trọng đầu tiên khi triển khai dự án NOXH nhưng hiện nay, quỹ đất dành cho NOXH còn khá eo hẹp. Do vậy, các cơ quan chức năng cần thống nhất nội dung giữa các văn bản pháp luật; tăng cường rà soát, kiểm tra, giám sát và yêu cầu các doanh nghiệp thực hiện nghiêm quy định dành 20% diện tích dự án để xây dựng NOXH, đồng thời tập trung nguồn lực xã hội phát triển một số khu đô thị NOXH tập trung có quy mô lớn, đồng bộ hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội.

Thứ sáu, tăng cường công tác quản lý, đẩy mạnh việc công khai hóa, minh bạch hóa trong quá trình thực thi pháp luật về mua bán nhà ở xã hội

Các cơ quan này cần có sự phối hợp đồng bộ trong giám sát quá trình triển khai, thực hiện mua bán nhà ở xã hội và có cơ chế hậu kiểm cụ thể hơn như: tiến hành thanh tra, kiểm tra định kỳ, đột xuất tại các khu nhà ở xã hội, tiến hành khảo sát thực trạng vận hành nhà ở xã hội thông qua lấy ý kiến của người dân đang ở tại các khu nhà ở như lập phiếu điều tra xã hội học, hòm thư góp ý... Song song với việc kiểm tra và giám sát chặt chẽ, cần có những biện pháp xử lý nghiêm minh và kịp thời đối với những hành vi vi phạm pháp luật về mua bán nhà ở xã hội của các chủ đầu tư cũng như các đối tượng mua nhà gian dối, lợi dụng để được hưởng chính sách ưu đãi của Nhà nước.

Phải công khai các dự án nhà ở xã hội về phạm vi, tiến độ dự án, quy hoạch tổng thể, quy hoạch chi tiết, đối tượng được thụ hưởng, điều kiện được thụ hưởng ngay từ khi bắt đầu triển khai dự án để đối tượng có nhu cầu tìm hiểu, công khai các thủ tục giấy tờ cần thiết để tham gia giao dịch mua nhà. Có như vậy mới ngăn ngừa được tình trạng quan liêu, tham ô, tham nhũng.

6.2. Thanh tra, kiểm tra việc chấp hành luật pháp và giải quyết khiếu nại tố cáo trong quản lý và sử dụng nhà ở xã hội

Tăng cường thanh tra, kiểm tra công tác quy hoạch, bố trí quỹ đất, nguồn vốn để phát triển nhà ở xã hội. Thành phố cần khẩn trương, nghiêm túc thực hiện đúng quy định của pháp luật về công tác quy hoạch, bố trí quỹ đất để phát triển NOXH. Khi quy hoạch các khu đô thị mới, khu công nghiệp mới phải kèm theo quy hoạch NOXH, nhà ở công nhân bảo đảm hạ tầng xã hội, hạ tầng kỹ thuật theo quy định. Thực hiện xây dựng, điều chỉnh, bổ sung chương trình phát triển NOXH của địa phương theo quy định của Luật Nhà ở. Khẩn trương đưa các tiêu chí phát triển nhà ở, đặc biệt là các tiêu chí phát triển NOXH, nhà ở cho công nhân vào kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm và hằng năm của địa phương.

Tăng cường thanh tra, kiểm tra việc thực hiện và có chế tài xử lý nghiêm với những cá nhân, tổ chức nếu không đáp ứng quy định về việc dành 20% quỹ đất ở đã đầu tư hạ tầng kỹ thuật trong các dự án nhà ở thương mại, khu đô thị để đầu tư phát triển NOXH theo quy định pháp luật về nhà ở. Bên cạnh đó, thành phố cần quyết liệt hơn nữa trong công tác cải cách thủ tục hành chính trong khâu thẩm định, phê duyệt quy hoạch, giải phóng mặt bằng, giao đất... nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ đầu tư, doanh nghiệp và người dân tham gia đầu tư xây dựng NOXH.

Thành phố cần sớm bố trí thêm nguồn vốn cho Ngân hàng Chính sách xã hội để cho chủ đầu tư phát triển NOXH vay từ sau năm 2020; bố trí nguồn vốn bù lãi suất cho các ngân hàng thương mại được Nhà nước chỉ định để cho cá nhân và doanh nghiệp vay phát triển NOXH; tiếp tục triển khai chương trình cho vay ưu đãi đối với cá nhân, hộ gia đình để mua, thuê mua NOXH, theo chính sách về NOXH và Nghị quyết số 11/NQ-CP, ngày 31/1/2022, “Về Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội và triển khai Nghị

quyết số 43/2022/QH15 của Quốc hội về chính sách tài khoá, tiền tệ hỗ trợ chương trình”. Ngân hàng Nhà nước cần tập trung chỉ đạo các ngân hàng thương mại được chỉ định, quan tâm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đầu tư NOXH, nhà ở công nhân đủ điều kiện được vay vốn ưu đãi theo quy định của Nghị định số 31/2022/NĐ-CP ngày 20/5/2022 “Về hỗ trợ lãi suất từ ngân sách nhà nước đối với khoản vay của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh”.

Như vậy có thể thấy UBND Thành phố Hà Nội cần có những thay đổi căn bản về cơ chế chính sách cũng như cách thức quản lý đối với NOXH thì các đối tượng có thu nhập thấp có nhiều cơ hội hơn trong việc thụ hưởng những chính sách tốt đẹp của Đảng và Nhà nước về NOXH. Đồng thời, khi họ đã an cư thì người dân sẽ yên tâm cống hiến cho sự phát triển của thủ đô và đất nước trong tương lai. Chính vì vậy, thay đổi việc quản lý nhà nước về NOXH là hết sức cần thiết và cấp bách vì có những chủ trương, chính sách, cách thức quản lý NOXH đã quá lạc hậu so với sự thay đổi của thực tiễn cuộc sống.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Chính phủ. (2009). *Nghị quyết số 18/2009/NQ-CP ngày 20/4/2009 của Chính phủ về một số cơ chế, chính sách nhằm đẩy mạnh phát triển nhà ở cho học sinh, sinh viên các cơ sở đào tạo và nhà ở cho công nhân lao động tại các khu công nghiệp tập trung, người có thu nhập thấp tại các đô thị*.
- Chính phủ. (2010). *Nghị định số 71/2010/NĐ-CP ngày 23/6/2010 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật Nhà ở*.
- Chính phủ. (2015). *Nghị định số 100/2015/NĐ-CP ngày 20/10/2015 về phát triển và quản lý nhà ở xã hội*.
- Chính phủ. (2022). *Nghị quyết số 11/NQ-CP, ngày 31-1-2022 về Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội*.
- Chính phủ. (2022). *Nghị định số 31/2022/NĐ-CP ngày 20/5/2022 về hỗ trợ lãi suất từ ngân sách nhà nước đối với khoản vay của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh*.
- Đảng Cộng sản Việt Nam. (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, NXB Chính trị Quốc gia.
- Mậu, H.T. (2018). Nhà ở xã hội trên địa bàn Hà Nội: Thực trạng và giải pháp, *Tạp chí Công thương*, 8.
- Nghĩa, T.M và Thanh, N.T. (2009). Một số kinh nghiệm phát triển nhà ở thu nhập thấp trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Hà Nội. *Tạp chí Khoa học Kiến trúc và Xây dựng*, Số 38/2009.
- Ngọc, B.N. (2021). Thực trạng và giải pháp phát triển nhà ở xã hội tại các đô thị ở Việt Nam, *Tạp chí Công thương*.
- Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam. (2022). *Nghị quyết số 43/2022/QH15 của Quốc hội về chính sách tài khóa, tiền tệ hỗ trợ chương trình*.
- Thùy, N.T.T. (2020). *Tiếp cận và sở hữu nhà ở xã hội tại Hà Nội hiện nay* (Luận án Tiến sĩ), Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- Thùy, N.T.T. (2018). Phát triển nhà ở xã hội tại Việt Nam. *Tạp chí Khoa học xã hội*.
- UBND Thành phố Hà Nội. (2010). *Quyết định số 34/2010/QĐ-UBND ngày 16/8/2010 của UBND Thành phố Hà Nội về việc ban hành quy định việc bán, cho thuê, cho thuê mua và quản lý sử dụng nhà ở cho người có thu nhập thấp tại khu vực đô thị*.
- UBND Thành phố Hà Nội. (2020). *Báo cáo phát triển nhà ở xã hội của Hà Nội từ năm 2015 đến năm 2020*.
- UBND Thành phố Hà Nội. (2017). *Báo cáo tình hình về nhà ở xã hội năm 2017 và kế hoạch đến năm 2020 của Sở Xây dựng Hà Nội trình Bộ Xây dựng*.
- Văn phòng Quốc hội. (2019). *Văn bản hợp nhất Luật Nhà ở 2019 số 09/VBHN ngày 04 tháng 07 năm 2019*.

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
Social Affairs