



ISSN 1859-4794

TẠP CHÍ

KHOA HỌC & CÔNG NGHỆ Việt Nam

**Vietnam Journal of
Science and Technology - MOST**

B

Tập 62 - Số 10 - Tháng 10 năm 2020

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

Nguyễn Văn Hiệu - Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam
Nguyễn Việt Anh - Trường Đại học Xây dựng
Bùi Chí Bửu - Viện Khoa học Kỹ thuật Nông nghiệp Miền Nam
Vũ Dũng - Hội Tâm lý học Việt Nam
Trần Thọ Đạt - Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Nguyễn Đình Đức - Trường Đại học Công nghệ - Đại học Quốc gia Hà Nội
Vũ Minh Giang - Đại học Quốc gia Hà Nội
Trương Nam Hải - Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam
Từ Quang Hiến - Trường Đại học Nông lâm Thái Nguyên
Phạm Huy Khang - Trường Đại học Giao thông Vận tải
Phạm Gia Khánh - Chủ tịch Hội Ghép tạng Việt Nam
Hồ Đắc Lộc - Trường Đại học Kỹ thuật Công nghệ TP Hồ Chí Minh
Nguyễn Thị Mỹ Lộc - Trường Đại học Giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội
Bành Tiến Long - Trường Đại học Bách khoa Hà Nội
Lê Quan Nghiệm - Đại học Y Dược TP Hồ Chí Minh
Mai Trọng Nhuận - Đại học Quốc gia Hà Nội
Nguyễn Thanh Phương - Trường Đại học Cần Thơ
Nguyễn Thanh Thủy - Trường Đại học Công nghệ - Đại học Quốc gia Hà Nội
Phạm Hùng Việt - Trường Đại học Khoa học Tự nhiên - Đại học Quốc gia Hà Nội

TỔNG BIÊN TẬP

Đặng Ngọc Bảo

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

Nguyễn Thị Hải Hằng
Nguyễn Thị Hương Giang

TRƯỞNG BAN BIÊN TẬP

Phạm Thị Minh Nguyệt

TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ

Lương Ngọc Quang Hưng

TRÌNH BÀY

Đinh Thị Luận

EDITORIAL COUNCIL

Nguyen Van Hieu - Vietnam Academy of Science and Technology
Nguyen Viet Anh - National University of Civil Engineering
Bui Chi Buu - Institute of Agricultural Science for Southern Vietnam
Vu Dung - Vietnam Association of Social Psychology
Tran Tho Dat - National Economics University
Nguyen Dinh Duc - University of Engineering and Technology - Vietnam National University, Hanoi
Vu Minh Giang - Vietnam National University, Hanoi
Truong Nam Hai - Vietnam Academy of Science and Technology
Tu Quang Hien - Thai Nguyen University of Agriculture and Forestry
Pham Huy Khang - University of Transport and Communications
Pham Gia Khanh - President of Vietnam Society of Organ Transplantation
Ho Duc Loc - Ho Chi Minh City University of Technology
Nguyen Thi My Loc - University of Education, Vietnam National University, Hanoi
Banh Tien Long - Hanoi University of Science and Technology
Le Quan Nghiem - University of Medicine and Pharmacy of Ho Chi Minh City
Mai Trong Nhuan - Vietnam National University, Hanoi
Nguyen Thanh Phuong - Can Tho University
Nguyen Thanh Thuy - University of Engineering and Technology - Vietnam National University, Hanoi
Pham Hung Viet - VNU University of Science

EDITOR-IN-CHIEF

Dang Ngoc Bao

DEPUTY EDITORS

Nguyen Thi Hai Hang
Nguyen Thi Huong Giang

HEAD OF EDITORIAL BOARD

Pham Thi Minh Nguyet

HEAD OF ADMINISTRATION

Luong Ngoc Quang Hung

ART DIRECTOR

Dinh Thi Luan

TÒA SOẠN

113 Trần Duy Hưng - Cầu Giấy - Hà Nội
Tel: (84.24) 39436793; Fax: (84.24) 39436794
Email: khcnvn@most.gov.vn
Tạp chí điện tử: b.vjst.vn

EDITORIAL OFFICE

113 Tran Duy Hung Str. - Cau Giay Dist. - Hanoi
Tel: (84.24) 39436793; Fax: (84.24) 39436794
Email: khcnvn@most.gov.vn
E-journal: b.vjst.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 1153/GP-BTTTT ngày 26/7/2011
Số 2528/GP-BTTTT ngày 26/12/2012
Số 592/GP-BTTTT ngày 28/12/2016
Giá: 18000^d

PUBLICATION LICENCE

No.1153/GP-BTTTT 26th July 2011
No.2528/GP-BTTTT 26th December 2012
No.592/GP-BTTTT 28th December 2016

Phát triển bền vững thị trường mua bán nợ doanh nghiệp tại Việt Nam: Góc nhìn từ Công ty TNHH Mua bán nợ Việt Nam

Đỗ Hồng Nhung^{1*}, Trần Thị Diệu Hương²

¹Trường Đại học Kinh tế quốc dân

²Trường Đại học Quy Nhơn

Ngày nhận bài 26/3/2020; ngày chuyển phản biện 30/3/2020; ngày nhận phản biện 24/4/2020; ngày chấp nhận đăng 29/4/2020

Tóm tắt:

Cùng với hoạt động sản xuất kinh doanh (SXKD) thì nợ cũng đang là một mối quan tâm lớn của các doanh nghiệp Việt Nam. Nợ có thể giúp các doanh nghiệp kinh doanh tốt hơn, tuy nhiên nó cũng có thể khiến các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn về dòng tiền và khả năng thanh khoản. Trong khi đó, thị trường mua bán nợ ở Việt Nam còn sơ khai, chưa phát triển. Bài viết phân tích thực trạng nợ của các doanh nghiệp và thị trường mua bán nợ doanh nghiệp ở Việt Nam trên góc nhìn từ hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Mua bán nợ Việt Nam (Bộ Tài chính) để có một cái nhìn tổng quan nhằm phát triển thị trường mua bán nợ doanh nghiệp ở Việt Nam.

Từ khóa: mua bán nợ, nợ doanh nghiệp, thị trường mua bán nợ.

Chỉ số phân loại: 5.2

Thực trạng nợ của các doanh nghiệp ở Việt Nam

Quan điểm về nợ doanh nghiệp, nợ xấu và hoạt động mua bán nợ ở Việt Nam

Theo Hoàng Trần Hậu và Vũ Sỹ Cường (2015) [1], trước hết nợ doanh nghiệp cũng là một khoản nợ, tức là một cam kết chưa được thanh toán. Doanh nghiệp phát sinh nợ phải trả khi (i) không trả cho một dịch vụ, hàng hóa hay tài sản đã được thỏa thuận trước; (ii) không trả các khoản bắt buộc theo luật định đầy đủ và kịp thời; (iii) đi vay tiền mặt của người cho vay hoặc phát hành trái phiếu doanh nghiệp và (iv) cam kết với ngân hàng sự bảo lãnh về khoản vay của người khác, khi người đi vay không trả tiền, ngân hàng sẽ truy đòi doanh nghiệp bảo lãnh.

Nợ doanh nghiệp có đặc trưng đầy đủ của một khoản nợ nên phải đi kèm với nguyên tắc hoàn trả, đảm bảo khả năng thanh toán cả gốc và cả phần giá trị tăng thêm biểu hiện qua tiền lãi. Khi nguyên tắc này không được đáp ứng ở mức độ nhất định thì khoản nợ đó bị coi là “nợ xấu”. Tổng kết quan điểm về “nợ xấu” của một số tổ chức như Ngân hàng thế giới, nhóm chuyên gia tư vấn Advisory Expert Group (AEG), Ủy ban Basel về giám sát ngân hàng (BCBS), Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF) cũng như Chuẩn mực kế toán quốc tế (IAS), Nguyễn Thu Hương (2016) [2], đưa ra kết luận: “Nợ xấu là những khoản nợ quá hạn trả nợ trên 90 ngày và/hoặc được đánh giá là khó có khả năng thu hồi đầy đủ cả gốc và lãi”.

Khi nợ đã được coi là một loại hàng hóa, thì cùng với đó là hoạt động mua bán nợ. Theo Nghị định số 69/2016/NĐ-CP ngày 1/7/2016 quy định hoạt động được coi là mua bán nợ khi “bên bán nợ chuyển giao một phần hoặc toàn bộ quyền đòi nợ và các quyền khác liên quan đến khoản nợ cho bên mua nợ và bên mua nợ trả tiền cho bên bán nợ”. Như vậy có thể đưa ra kết luận về hoạt động mua bán nợ nói chung hay cụ thể là đối với các khoản “Nợ xấu”, thực chất là việc bên bán nợ (chủ nợ ban đầu) chuyển “khoản nợ phải thu” của mình đối với bên khách nợ sang cho bên mua nợ và bên mua nợ sẽ trở thành chủ nợ mới của bên khách nợ.

Đặc điểm nợ của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Nợ được các doanh nghiệp sử dụng nhiều, đơn giản và tiềm ẩn nhiều rủi ro: hiện nay, ở Việt Nam với sự cạnh tranh gay gắt của thị trường thì hình thức mua bán chịu hàng hóa diễn ra ngày càng thường xuyên hơn. Theo thống kê với bộ dữ liệu của tác giả thì các khoản phải thu khách hàng chiếm 18,68% tổng tài sản và khoản phải trả người bán chiếm 11,60% tổng tài sản. Tín dụng thương mại gần như thành quy luật chung của thị trường, người bán nhiều khi phải chấp nhận cho người mua thanh toán tiền hàng trả chậm như một hình thức khuyến mãi, cạnh tranh, thu hút người mua hàng. Do đó, các điều kiện mua hàng trả chậm tương đối đơn giản, dễ dàng và ít các điều khoản ràng buộc. Nó chủ yếu dựa trên mối quan hệ quen biết, bạn hàng, tin tưởng lẫn nhau, bởi vì người Việt thường hay cả nể, giúp đỡ nhau trong nhiều mối quan hệ. Tuy nhiên, đó chính là lý do làm

*Tác giả liên hệ: Email: nhungdh@gmail.com

Sustainable development of the business debt trading market in Vietnam: A view of Vietnam Debt and Asset Trading Corporation

Hong Nhung Do^{1*}, Thi Dieu Huong Tran²

¹National Economics University

²Quy Nhon Univesity

Received 26 March 2020; accepted 29 April 2020

Abstract:

Along with production and business activities, debt is also a major concern of Vietnamese businesses. Debt can help businesses do business better, but it can also make businesses face difficulties in cash flow and liquidity. Meanwhile, the debt trading market in Vietnam is still primitive and underdeveloped. The article analyses the debt situation of businesses and the debt trading market in Vietnam from the perspective of business activities of Vietnam Debt and Asset Trading Coporation to gain an overview of the debt trading market and business debt trading activities to develop the business debt trading market in Vietnam.

Keywords: business debt, debt trading, debt trading market.

Classification number: 5.2

cho nợ phát sinh nhiều rủi ro cho người bán, vì sẽ xảy ra những tình trạng quyt nợ, nợ kéo dài giữa các doanh nghiệp.

Chưa có những quy định cụ thể cho nợ: tại Việt Nam, hình thức mua bán chịu hàng hóa đang dần trở nên quen thuộc với các doanh nghiệp. Nhưng trong số đó, có nhiều giao dịch chỉ được lập một văn bản thỏa thuận đơn giản về số tiền và thời gian thanh toán chậm. Do đó, chúng ít có giá trị pháp lý và khó giải quyết khi phát sinh tranh chấp hay khởi kiện. Bên cạnh đó, cũng có nhiều giao dịch được lập một hợp đồng bài bản với cơ sở pháp lý là giấy chứng nhận nợ hay còn gọi là thương phiếu. Liên quan đến thương phiếu, Việt Nam có hai văn bản pháp luật là “Pháp lệnh 17/1999/PL-UBTVQH10 về thương phiếu” và “Nghị định 32/2001/NĐ-CP hướng dẫn chi tiết thi hành Pháp lệnh Thương phiếu”. Tuy nhiên, các quy định pháp luật về thương phiếu có một số bất cập, nhiều quy định không phù hợp với thực tế và chưa xuất phát từ lợi ích của doanh nghiệp.

Nợ của các doanh nghiệp Việt Nam từ kết quả điều tra khảo sát

Dữ liệu khảo sát: mẫu được chọn theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên. Sau khi thu thập dữ liệu, tác giả loại ra những công ty có đặc thù không phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Cuối cùng, nhóm tác giả thu được bảng dữ liệu là báo cáo tài chính đã được kiểm toán của 326 công ty cổ phần phi tài chính niêm yết trên sở giao dịch HNX và HOSE được cung cấp bởi Tổng cục Thống kê trong thời gian 2013-2017 với khoảng 1.630 quan sát. Nợ của doanh nghiệp trên cơ sở khảo sát hoạt động tín dụng thương mại của doanh nghiệp gồm khoản phải thu khách hàng, phải trả nhà cung cấp và nợ ròng.

Khoản phải thu khách hàng: tỷ lệ khoản phải thu khách hàng được xác định là tỷ lệ khoản phải thu khách hàng trên tổng tài sản của doanh nghiệp. Qua bảng 1 cho thấy, tỷ lệ khoản phải thu khách hàng trên tổng tài sản của các doanh nghiệp Việt Nam đang chiếm một tỷ lệ không nhỏ (18,68%). Tuy nhiên, nếu so với nghiên cứu của García-Teruel và Martínez-Solano (2010) [3] thì tỷ lệ khoản phải thu trên tổng tài sản của Việt Nam còn thấp so các nước khác, ví dụ như tỷ lệ này ở Tây Ban Nha là 39,28%, ở Hy Lạp là 36,55%, ở Pháp là 35,55%... và thấp nhất là Phần Lan với tỷ lệ là 19,18%. Trong đó, ngành công nghệ là ngành có giá trị trung bình tỷ lệ khoản phải thu lớn nhất, chiếm 31,29% tổng tài sản. Điều này cho thấy, trong nền kinh tế hiện đại, công nghệ là một ngành đặc thù có tốc độ tăng trưởng cao, mức độ cạnh tranh trong ngành lớn, do đó buộc các doanh nghiệp phải mở rộng chính sách nợ nhằm thu hút khách hàng và mở rộng thị trường. Trong khi đó, hai ngành sử dụng chính sách nợ ít nhất là ngành các dịch vụ hạ tầng và ngành dịch vụ tiêu dùng với tỷ lệ khoản phải thu trên tài sản tương ứng là 11,55% và 12,86%.

Bảng 1. Tỷ lệ khoản phải thu khách hàng của các doanh nghiệp.

Chỉ tiêu	Toàn ngành	Các dịch vụ hạ tầng	Công nghệ	Công nghiệp	Dịch vụ tiêu dùng	Hàng tiêu dùng	Vật liệu cơ bản	Y tế
Trung bình (%)	0,1868	0,1155	0,3129	0,2293	0,1286	0,1418	0,1656	0,2391
Giá trị nhỏ nhất (%)	0,0000	0,0000	0,0583	0,0038	0,0062	0,0007	0,0019	0,0851
Giá trị lớn nhất (%)	0,9604	0,4603	0,6485	0,9604	0,4797	0,5743	0,6513	0,6847
Số quan sát (doanh nghiệp)	1.630	135	95	565	195	280	290	70

Nguồn: tổng hợp số liệu khảo sát của nhóm tác giả.

Khoản phải trả người bán: khoản phải trả người bán được xác định là tỷ lệ khoản phải trả người bán trên tổng tài sản (hay tổng nguồn vốn) của doanh nghiệp. Trung bình khoản phải trả người bán toàn ngành chiếm 11,60% trên tổng nguồn vốn. Trong đó, ngành công nghệ là ngành có mức chiếm dụng vốn của nhà cung cấp lớn nhất, với tỷ lệ trung bình là 14,44% tổng nguồn vốn. Cá biệt, trong ngành này có doanh nghiệp với tỷ lệ chiếm dụng vốn của nhà cung cấp lên tới 69,45% tổng nguồn vốn của doanh nghiệp (bảng 2). Đây cũng chính là ngành cấp nợ cho khách hàng nhiều nhất trong toàn ngành. Tuy nhiên, tỷ lệ chiếm dụng vốn của người bán ở các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn thấp hơn rất nhiều so với các nước khác trên thế giới. Ví dụ như tỷ lệ này ở Pháp là 28,52%, Bỉ là 27,00%, Hy Lạp là 26,70%... trong đó, ít nhất là ở Phần Lan nhưng vẫn còn lớn hơn ở Việt Nam với tỷ lệ 13,17% [3]. Mặc dù vậy, vẫn có những ngành như ngành y tế và ngành hàng tiêu dùng sử dụng rất ít nguồn vốn này với tỷ lệ lần lượt là 9,39% và 9,62% tổng nguồn vốn.

Bảng 2. Tỷ lệ khoản phải trả người bán của các doanh nghiệp.

Chỉ tiêu	Toàn ngành	Các dịch vụ hạ tầng	Công nghệ	Công nghiệp	Dịch vụ tiêu dùng	Hàng tiêu dùng	Vật liệu cơ bản	Y tế
Trung bình (%)	0,1160	0,1234	0,1444	0,1211	0,1164	0,0962	0,1173	0,0939
Giá trị nhỏ nhất (%)	0,0000	0,0013	0,0017	0,0000	0,0077	0,0001	0,0015	0,0189
Giá trị lớn nhất (%)	0,6945	0,5967	0,6945	0,5273	0,4034	0,6437	0,4746	0,2725
Số quan sát (doanh nghiệp)	1.630	135	95	565	195	280	290	70

Nguồn: tổng hợp số liệu khảo sát của nhóm tác giả.

Nợ ròng: nợ ròng được xác định là chênh lệch giữa khoản phải thu và khoản phải trả trên tổng tài sản. Như vậy, nếu nợ ròng dương chứng tỏ doanh nghiệp đang bị khách hàng chiếm dụng vốn và nếu nợ ròng âm chứng tỏ doanh nghiệp đang chiếm dụng vốn của nhà cung cấp. Nhìn chung ở Việt Nam, nợ ròng trong toàn ngành cũng như trong từng ngành đều dương, chứng tỏ hầu hết các doanh nghiệp đều cấp nợ cho khách hàng nhiều hơn là chiếm dụng vốn của người bán. Qua bảng 3 ta thấy, nợ ròng trung bình toàn ngành là 7,08% tổng tài sản, điều này có nghĩa là trong toàn ngành

thì trung bình các doanh nghiệp đang cho khách hàng chiếm dụng vốn nhiều hơn là đi chiếm dụng vốn của nhà cung cấp là 7,08%. Riêng nhóm ngành các dịch vụ hạ tầng thì nợ ròng mang giá trị âm, tức là trung bình các doanh nghiệp trong ngành này chiếm dụng vốn của người bán nhiều hơn là cấp nợ cho khách hàng là 0,8% tổng tài sản. Nhưng với giá trị nhỏ như vậy thì có thể thấy nhóm ngành các dịch vụ hạ tầng có tình hình công nợ phải thu và phải trả tương đối cân bằng nhất so với các nhóm ngành còn lại.

Bảng 3. Tỷ lệ nợ ròng của các doanh nghiệp.

Chỉ tiêu	Toàn ngành	Các dịch vụ hạ tầng	Công nghệ	Công nghiệp	Dịch vụ tiêu dùng	Hàng tiêu dùng	Vật liệu cơ bản	Y tế
Trung bình	0,0708	-0,0080	0,1685	0,1082	0,0122	0,0456	0,0483	0,1453
Giá trị nhỏ nhất	-0,3472	-0,2577	-0,2125	-0,2596	-0,3472	-0,3292	-0,2782	-0,0648
Giá trị lớn nhất	0,7221	0,2111	0,5096	0,7221	0,2776	0,4316	0,4343	0,5831
Số quan sát	1.630	135	95	565	195	280	290	70

Nguồn: tổng hợp số liệu khảo sát của nhóm tác giả.

Đánh giá mức độ ảnh hưởng nợ của các doanh nghiệp

Vai trò của nợ đối với các doanh nghiệp tại Việt Nam:

- Tăng nguồn vốn phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh (SXKD). Nhờ có nợ, các doanh nghiệp có thể tận dụng được nguồn vốn nhàn rỗi để duy trì hoạt động SXKD với thủ tục đơn giản và chi phí có thể thấp hơn so với đi vay ngân hàng, tùy thuộc vào mối quan hệ tín nhiệm giữa người bán và người mua. Như vậy, nợ giúp gia tăng nguồn vốn phục vụ cho hoạt động SXKD của doanh nghiệp.

- Tiết kiệm chi phí sử dụng vốn và chi phí lưu thông tiền tệ. Thay vì phải đi vay ngân hàng với thủ tục phức tạp, thời gian giải ngân lâu, lãi suất cao và có thể phát sinh những chi phí trung gian liên quan đến việc vay vốn, thì doanh nghiệp có thể mua nguyên vật liệu, hàng hóa phục vụ cho hoạt động SXKD với chi phí trả sau và mức chiết khấu theo thỏa thuận của hai bên mua bán. Như vậy, việc sử dụng nợ không chỉ có lợi cho doanh nghiệp sản xuất mà còn có lợi cho nền kinh tế vĩ mô, vì Ngân hàng nhà nước (NHNN) không phải cung ứng thêm tiền ra lưu thông, giúp cho các nhà hoạch định chính sách của NHNN thực hiện chính sách tiền tệ dễ dàng hơn.

- Đẩy nhanh tốc độ chu chuyển hàng hóa. Trong nền kinh tế thị trường, hiện tượng doanh nghiệp này thừa vốn nhưng doanh nghiệp khác lại thiếu vốn thường xuyên diễn ra. Nhờ có nợ nên làm cho hoạt động SXKD được liên tục, không gián đoạn ngắt quãng khi doanh nghiệp bị thiếu tiền tạm thời, đồng thời nó giúp cho các doanh nghiệp khác tiêu thụ được hàng hóa. Điều này giúp nâng cao hiệu quả SXKD của doanh nghiệp.

- Khuyến khích SXKD. Theo mẫu nghiên cứu thì các doanh nghiệp Việt Nam trung bình đang chiếm dụng vốn của nhà cung cấp khoảng 11,60% tổng vốn kinh doanh. Với số vốn này, nó có thể tạo động lực khuyến khích các doanh nghiệp SXKD và tạo ra nhiều cơ hội kiếm lời. Hơn nữa, các doanh nghiệp này còn có khả năng được hưởng một khoản lợi từ chiết khấu nếu thanh toán sớm theo thời gian quy định. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cung ứng nợ cũng bán được hàng để tiếp tục chu kỳ SXKD mới, giảm chi phí bảo quản lưu kho và tạo động lực SXKD.

Ảnh hưởng của nợ:

- Ảnh hưởng đối với doanh nghiệp có nợ tồn đọng. Áp lực của một doanh nghiệp có nợ tồn đọng là vô cùng to lớn do các khoản nợ sẽ tạo ra những chi phí không mong đợi, sẽ ăn mòn dần vốn của doanh nghiệp và có khả năng dẫn đến nguy cơ phá sản.

- Ảnh hưởng đối với hoạt động của các tổ chức tín dụng (TCTD). Nếu doanh nghiệp bị đối tác nợ nhiều thì sẽ có khả năng gia tăng nợ đối với các TCTD. Một tác động lớn đối với TCTD khi có nợ là làm giảm hiệu quả tín dụng và làm tăng chi phí cho TCTD. Nợ tăng cao có thể dẫn đến tình trạng thua lỗ và giảm lòng tin của người gửi tiền, ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín của TCTD.

- Ảnh hưởng đối với nền kinh tế. Mối quan hệ giữa ngân hàng - khách hàng - nền kinh tế là hết sức chặt chẽ. Nợ phát sinh do khách hàng, doanh nghiệp SXKD kém hiệu quả sẽ tác động đến toàn bộ nền kinh tế, ảnh hưởng đến sự tăng trưởng và phát triển nền kinh tế do vốn ứ đọng, SXKD đình trệ. Sự phá sản của doanh nghiệp, đặc biệt là hệ thống ngân hàng sẽ tạo ra một cú sốc lớn đối với cả nền kinh tế. Thất nghiệp, bất ổn về an ninh, mất nguồn thu từ thuế hay thiếu sản phẩm đều là các yếu tố làm giảm GDP, giảm sức cạnh tranh của nền kinh tế so với các nước khác.

Thực trạng thị trường mua bán nợ của các doanh nghiệp Việt Nam

Để tìm hiểu thực trạng thị trường mua bán nợ của các doanh nghiệp Việt Nam, nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn sâu theo hình thức bán cấu trúc các chuyên gia trong lĩnh vực mua bán nợ gồm có Lãnh đạo của Công ty TNHH Mua bán nợ Việt Nam (DATC) thuộc Bộ Tài chính và Công ty TNHH MTV Quản lý tài sản của các TCTD Việt Nam (VAMC) thuộc NHNN.

Thực trạng cơ sở pháp lý và cơ sở hạ tầng

Thị trường mua bán nợ tại Việt Nam chỉ mới bao gồm thị trường mua bán các loại trái phiếu sau khi đã phát hành và thị trường mua bán các khoản nợ khác giữa các cá nhân, tổ chức trong nền kinh tế. Hiện nay chưa có các văn bản

pháp luật quy định về hoạt động mua bán các sản phẩm phức tạp hơn của thị trường mua bán nợ như các công cụ phái sinh tín dụng và chứng khoán hoá. Trên thực tế, các loại hàng hoá này cũng chưa xuất hiện trên thị trường mua bán nợ tại Việt Nam.

Theo VAMC, khung pháp lý cao nhất hiện nay chỉ có Nghị định 69/2016/NĐ-CP về điều kiện kinh doanh dịch vụ mua bán nợ nhưng rất sơ sài, sơ khai, chứ không phải khung pháp lý hoàn chỉnh. Đồng quan điểm trên, DATC cũng cho rằng tất cả khung pháp lý, cơ sở hạ tầng đều ở giai đoạn mới phát triển, thí điểm. Nếu sau này muốn thị trường mua bán nợ phát triển hơn nữa thì phải có luật, nghị định điều chỉnh. Ngoài ra, Việt Nam cũng chưa xây dựng được khung pháp lý đủ mạnh có tính răn đe trong việc yêu cầu các doanh nghiệp minh bạch trong cung cấp thông tin và cũng chưa có khung pháp lý trong việc bảo vệ nhà đầu tư.

Thực trạng cấu trúc thị trường mua bán nợ

Chủ thể tham gia thị trường mua bán nợ ở Việt Nam:

Bên bán	Trung gian	Bên mua
- TCTD - Doanh nghiệp	- Trung gian tạo lập thị trường - Đơn vị tư vấn - Đơn vị xếp hạng tín nhiệm	- DATC - VAMC - Các AMC thuộc các NHTM

Ghi chú: AMC: Công ty Quản lý nợ và khai thác tài sản thuộc ngân hàng thương mại (NHTM).

Hàng hóa trên thị trường mua bán nợ: bao gồm trái phiếu chính phủ và trái phiếu doanh nghiệp.

Hình thức mua bán nợ: bao gồm mua bán nợ thông qua đấu giá, mua bán nợ bằng cách thương lượng, đàm phán, mua bán nợ bằng trái phiếu đặc biệt, mua bán nợ theo giá trị thị trường, mua bán nợ theo chỉ định của cấp có thẩm quyền và mua bán nợ thông qua hoạt động mua bán sáp nhập (M&A).

Thực trạng các tổ chức hỗ trợ

Bên môi giới, tư vấn và cung cấp dịch vụ sàn giao dịch nợ: theo Nghị định 69/2016/NĐ-CP ngày 1/7/2016 về điều kiện kinh doanh dịch vụ mua bán nợ, ngoài bên mua nợ và bên bán nợ, hoạt động kinh doanh dịch vụ mua bán nợ còn có các bên liên quan sau: bên môi giới, bên tư vấn mua bán nợ và bên cung cấp dịch vụ sàn giao dịch nợ. Trên thực tế, thị trường chưa có sự tham gia của các bên môi giới, tư vấn mua bán nợ chuyên nghiệp và cũng chưa có dịch vụ sàn giao dịch nợ.

Các tổ chức xếp hạng tín nhiệm và thẩm định giá: Chính phủ đã có Nghị định số 88/2014/NĐ-CP ngày 26/9/2014 quy định về dịch vụ xếp hạng tín nhiệm. Hơn nữa, theo

Quyết định 517/QĐ-TTg ngày 17/4/2015 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch phát triển dịch vụ xếp hạng tín nhiệm đến 2020 và tầm nhìn đến 2030, việc phát hành trái phiếu doanh nghiệp sẽ phải qua xếp hạng tín nhiệm kể từ năm 2020. Ngoài ra, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 101/2005/NĐ-CP ngày 31/8/2005 về thẩm định giá và Bộ Tài chính đã ban hành bộ 12 tiêu chuẩn thẩm định giá. Tuy nhiên, theo thống kê của ADB (2016) [4], hiện Việt Nam chưa có các tổ chức xếp hạng tín nhiệm và định giá có uy tín. Điều này gây khó khăn trong việc định giá các khoản nợ và nợ xấu trong quá trình mua bán nợ, cũng như làm hạn chế sự phát triển của thị trường trái phiếu doanh nghiệp do chưa có các “điểm chuẩn” (benchmark) nhất định để nhà đầu tư và doanh nghiệp phát hành trái phiếu xác định mức giá trái phiếu phù hợp. Hơn nữa, VAMC nhận định các tổ chức độc lập như xếp hạng tín nhiệm và thẩm định giá là cực kỳ quan trọng cho việc phát triển thị trường mua bán nợ nhưng ở Việt Nam thì chưa phát triển. Từ đó VAMC cũng chỉ ra có một khoảng trống đó là chưa có khung pháp lý cho việc định giá các khoản nợ.

Thực trạng các tổ chức quản lý, giám sát thị trường mua bán nợ của các TCTD ở Việt Nam

Trách nhiệm của Bộ Tài chính: chịu trách nhiệm trước Chính phủ về quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ mua bán nợ; thực hiện quản lý, kiểm tra, thanh tra, giám sát theo thẩm quyền hoạt động kinh doanh dịch vụ mua bán nợ.

Trách nhiệm của UBND tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương: thực hiện kiểm tra, thanh tra việc chấp hành quy định của pháp luật về hoạt động kinh doanh dịch vụ mua bán nợ trên địa bàn tỉnh, thành phố và xử lý vi phạm theo thẩm quyền đối với những hành vi vi phạm hoạt động kinh doanh dịch vụ mua bán nợ; báo cáo Bộ Tài chính về tình hình kinh doanh dịch vụ mua bán nợ trên địa bàn tỉnh, thành phố theo định kỳ, đột xuất.

Trách nhiệm của cơ quan đăng ký kinh doanh: tiếp nhận, xử lý hồ sơ đăng ký doanh nghiệp, đăng ký thay đổi nội dung Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp đối với hoạt động kinh doanh dịch vụ mua bán nợ; báo cáo UBND tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương về tình hình cấp, bổ sung Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh đối với hoạt động kinh doanh dịch vụ mua bán nợ theo định kỳ, đột xuất.

Trách nhiệm của NHNN Việt Nam: NHNN Việt Nam phối hợp với Bộ Tài chính thực hiện kiểm tra, thanh tra, giám sát theo thẩm quyền hoạt động kinh doanh dịch vụ mua bán nợ theo quy định của Nghị định 69/2016/NĐ-CP ngày 1/7/2016 của Chính phủ về điều kiện kinh doanh dịch vụ mua bán nợ đối với công ty quản lý nợ và khai thác tài sản trực thuộc ngân hàng thương mại.

Đánh giá chung về thị trường mua bán nợ doanh nghiệp ở Việt Nam và khuyến nghị

Hiện nay, nợ đang là vấn đề nan giải của các doanh nghiệp. Bởi vì để tăng cường cạnh tranh, các doanh nghiệp đang cho khách hàng vay nợ ngày càng nhiều thông qua chính sách tín dụng thương mại, nhưng nó lại tiềm ẩn nhiều rủi ro. Tuy nhiên, khi nợ được coi là một loại hàng hóa và hoạt động mua bán nợ đã được đề cập tới trong các văn bản luật chính thức thì khái niệm “thị trường mua bán nợ” hoặc “thị trường mua bán nợ xấu” vẫn chưa được các văn bản luật của Việt Nam đề cập tới. Ở Việt Nam hiện nay, thị trường nợ của doanh nghiệp vẫn chủ yếu là thị trường sơ cấp, tức là các khoản nợ đi từ chủ nợ ban đầu tới tay các công ty mua nợ, đặc biệt là DATC mà chưa có nhiều sự mua đi bán lại tại thị trường thứ cấp do sự hạn chế về đối tượng tham gia, sự phát triển của thị trường và các tổ chức định giá uy tín.

VAMC và DATC đều cho biết, hiện nay đã có sự mua bán các khoản nợ nhưng chưa mang tính tập trung, chưa mang tính thị trường hoàn chỉnh và chưa theo chuẩn mực quốc tế. Các doanh nghiệp phát hành trái phiếu và mua bán với nhau; các ngân hàng cũng mua bán trái phiếu của doanh nghiệp, đồng thời cũng mua bán nợ giữa các ngân hàng với nhau. Nhưng nhìn chung mức độ phát triển của thị trường mua bán nợ chỉ ở giai đoạn ban đầu, sơ khai, còn yếu, không có thị trường tập trung.

Với vai trò quản lý vĩ mô nền kinh tế nói chung và thị trường mua bán nợ nói riêng tại Việt Nam, để thiết lập thị trường mua bán nợ, Chính phủ cần ban hành và hướng dẫn chi tiết khung pháp lý quản lý thị trường mua bán nợ, tổ chức quản lý, giám sát hoạt động thị trường mua bán nợ, thông tin cho các bên tham gia thị trường, các tổ chức độc lập hỗ trợ (các tổ chức độc lập hỗ trợ gồm công ty thẩm định giá tài sản chuyên nghiệp, tổ chức xếp hạng tín nhiệm và hiệp hội các công ty mua bán nợ). Cụ thể như sau:

Thứ nhất, Chính phủ phải có những quy định để quản lý hoạt động của thị trường mua bán nợ cũng như có cơ quan chuyên trách quản lý. Những quy định này phải được thể hiện rõ trong các văn bản pháp quy để kiểm soát thị trường mua bán nợ. Trong các điều kiện để vận hành thị trường mua bán nợ thì hạn chế lớn nhất ở Việt Nam là vấn đề khung pháp lý quản lý thị trường. Thêm vào đó, theo DATC thì một trong những nguyên nhân chính khiến thị trường tài chính của Việt Nam chưa phát triển đó là tính minh bạch của thị trường tài chính ở Việt Nam rất yếu. Do vậy, Chính phủ cần xây dựng được khung pháp lý có tính răn đe đủ mạnh buộc các doanh nghiệp và các tổ chức phải minh bạch trong cung cấp thông tin cũng như xây dựng khung pháp lý trong việc bảo vệ nhà đầu tư.

Thứ hai, Chính phủ cần có những tổ chức quản lý và giám sát thị trường một cách chặt chẽ và hiệu quả để đảm

bảo lợi ích cho các thành viên chính tham gia thị trường, cụ thể là bên bán nợ, bên mua nợ và khách hàng (con nợ), mà mấu chốt là hoạt động thu nợ phải được diễn ra một cách công bằng, minh bạch và hợp pháp. Đặc biệt là giúp các công ty thu nợ có đủ thông tin về khoản nợ trước khi tiến hành quá trình thu nợ để đảm bảo liên lạc đúng đối tượng khách hàng theo một cách thức trung thực và đầy đủ sự tôn trọng cần thiết.

Thứ ba, một điều kiện để thị trường mua bán nợ phát triển thuận lợi hơn chính là thông tin và chứng từ về khoản nợ được minh bạch và sẵn có. Ngoài ra thông tin chính xác về chủ nợ đầu tiên, về chuyển đổi chủ nợ, về con nợ cũng rất cần thiết để thị trường hoạt động có hiệu quả.

Thứ tư, để thị trường mua bán nợ hoạt động có hiệu quả thì cần thiết phải có mặt các công ty thẩm định giá chuyên nghiệp có chức năng định giá độc lập các khoản nợ sẽ được đưa ra mua bán trên thị trường. Sự tham gia của các công ty này trong quá trình mua bán nợ sẽ giúp cả bên mua và bên bán nợ có cơ sở để xem xét, quyết định việc mua bán và đảm bảo việc mua bán nợ được thực hiện khách quan. Các công ty thẩm định giá sẽ thực hiện việc phân loại, thẩm định, định giá các khoản nợ một cách khách quan, phản ánh đúng bản chất của tài sản kèm theo món nợ tại thời điểm mua bán. Hoạt động của các công ty này sẽ góp phần làm minh bạch và thúc đẩy thị trường mua bán nợ phát triển. Do đó hoạt động của các công ty này cũng cần có sự giám sát chặt chẽ của các đơn vị có liên quan để tạo niềm tin cho các bên mua bán nợ trên thị trường.

Thứ năm, để đảm bảo tính minh bạch cho thị trường mua bán nợ, cụ thể liên quan tới quy trình định giá các khoản nợ cần có sự tham gia của các tổ chức xếp hạng tín nhiệm, đặc biệt là các công ty xếp hạng tín nhiệm trong nước, vì kết quả đánh giá xếp hạng do các công ty nước ngoài cung cấp có thể không giúp ích gì nhiều do hạn chế của dữ liệu thông tin. Do đó, cần xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý cho sự hình thành và hoạt động của các tổ chức xếp hạng tín nhiệm.

Những quy định này sẽ là cơ sở pháp lý cơ bản nhất để điều chỉnh các mối quan hệ phát sinh trong lĩnh vực xếp hạng tín nhiệm, đồng thời định ra hướng đi đúng cho các hành vi xử sự của cá nhân, tổ chức liên quan trong khuôn khổ mà pháp luật quy định.

Thứ sáu, việc thành lập hiệp hội các công ty mua bán nợ có thể là nhân tố cần thiết để thị trường mua bán nợ Việt Nam có điều kiện phát triển. Hiệp hội sẽ là đại diện cho tiếng nói của các công ty mua bán nợ, bao gồm VAMC, DATC và các AMC của các tổ chức tín dụng cũng như các tổ chức, doanh nghiệp khác có chức năng mua bán nợ. Trong phạm vi hoạt động của mình, hiệp hội sẽ thực hiện việc đưa ra những thông lệ tốt nhất hướng dẫn hoạt động cho các thành viên của mình đảm bảo cho các thành viên luôn hiểu rõ và tuân thủ các quy định quản lý và giám sát do các cơ quan nhà nước đề ra.

LỜI CẢM ƠN

Bài viết nằm trong khuôn khổ đề tài KX.01.27/16-20. Nhóm tác giả xin chân thành cảm ơn Bộ Khoa học và Công nghệ và Chương trình KX.01/16-20.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Hoàng Trần Hậu và Vũ Sỹ Cường (2015), *Chuyên đề 24: Thị trường mua bán nợ - thực trạng và triển vọng phát triển ở Việt Nam*, <http://www.daotaomof.vn/bvct/chi-tiet/369/chuyen-de-24-thi-truong-mua-ban-no-thuc-trang-va-trien-vong-phat-trien-o-viet-nam.html>, truy cập ngày 7/12/2017.
- [2] Nguyễn Thu Hương (2016), *Phát triển thị trường mua bán nợ xấu tại Việt Nam*, Luận án Tiến sỹ kinh tế, Học viện Tài chính.
- [3] García-Teruel and Martínez-Solano (2010), "Determinants of trade credit: A comparative study of European SMEs", *International Small Business Journal*, **28**(3), pp.215-233.
- [4] ADB (2016), *Báo cáo thường niên*.

Tăng cường cơ hội phát hành trái phiếu doanh nghiệp - Nghiên cứu thực nghiệm tại các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Phạm Tiến Mạnh*

Học viện Ngân hàng, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Ngày nhận bài 18/8/2020; ngày chuyển phản biện 24/8/2020; ngày nhận phản biện 28/9/2020; ngày chấp nhận đăng 2/10/2020

Tóm tắt:

Nghiên cứu sử dụng số liệu của 218 doanh nghiệp đang niêm yết trên HOSE, trong khoảng thời gian 2010-2019 nhằm tìm ra các yếu tố có ảnh hưởng đến việc phát hành trái phiếu của các doanh nghiệp này, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường việc phát hành trái phiếu của các doanh nghiệp tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, quy mô và đòn bẩy tài chính của doanh nghiệp, GDP và lạm phát có tác động đến việc doanh nghiệp có lựa chọn phương án phát hành trái phiếu hay không; trong khi đó, giá trị của đợt phát hành bị tác động bởi ROE, quy mô doanh nghiệp và tỷ lệ lạm phát.

Từ khóa: trái phiếu doanh nghiệp, yếu tố nội tại, yếu tố vĩ mô.

Chỉ số phân loại: 5.2

Giới thiệu chung

Huy động vốn thông qua phát hành trái phiếu đóng vai trò quan trọng đối với doanh nghiệp nói riêng, nền kinh tế nói chung. Tuy nhiên, theo số liệu từ Ngân hàng Phát triển châu Á - ADB (năm 2019), trong giai đoạn 2008-2018, mặc dù tổng giá trị trái phiếu huy động trong nền kinh tế Việt Nam có đã tăng trưởng mạnh mẽ, nhưng phần lớn là do phát hành trái phiếu Chính phủ, trong khi giá trị và số lượng phát hành trái phiếu của doanh nghiệp thành công vẫn ở mức khiêm tốn. Cụ thể, quy mô thị trường trái phiếu doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ chiếm khoảng 1,5% GDP, so với 46,3% của Malaysia, 21,3% của Thái Lan, 7,1% của Philippines và 2,9% của Indonesia. Điều này cho thấy phần lớn dòng vốn đầu tư còn phụ thuộc vào tín dụng ngân hàng, với số liệu thống kê cho thấy, tỷ lệ tín dụng/GDP của Việt Nam năm 2008 đạt 82,87%; năm 2014 đạt 100,3%; năm 2017 đạt 130,67%.

Do đặc tính vốn tín dụng của ngân hàng khá rủi ro khi dùng một phần vốn ngắn hạn để cho vay dài hạn, nên năm 2018 Ngân hàng Nhà nước đã ban hành Thông tư số 16/2018/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 36/2014/TT-NHNN quy định các giới hạn, tỷ lệ bảo đảm an toàn trong hoạt động của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài. Theo đó, kể từ ngày 1/1/2019, tỷ lệ vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung và dài hạn áp dụng với ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài giảm xuống còn 40%. Với nguồn vốn cho vay trung và dài hạn bị giảm xuống, bắt buộc các ngân hàng phải siết chặt các điều kiện cho vay, gây khó khăn cho các doanh nghiệp khi có nhu cầu vay vốn. Chính vì vậy, bản thân các doanh nghiệp cần phải đẩy mạnh các kênh huy động vốn khác để đáp ứng nhu cầu

phát triển, trong đó phát hành trái phiếu doanh nghiệp là một hướng đi đúng đắn. Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm tìm ra các yếu tố tác động đến việc phát hành trái phiếu của doanh nghiệp, bao gồm cả việc doanh nghiệp cân nhắc có quyết định phát hành trái phiếu hay không và giá trị của các đợt phát hành trái phiếu. Thông qua đó đề xuất một số giải pháp để tăng cường việc phát hành trái phiếu của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

Cơ sở lý thuyết về các nhân tố tác động đến phát hành trái phiếu doanh nghiệp

Mizen và cộng sự (2008) [1] đã phân tích quyết định phát hành trái phiếu của doanh nghiệp dựa trên 2 nhóm nhân tố: uy tín (quy mô doanh nghiệp, số năm hoạt động, tăng trưởng) và tính thanh khoản của doanh nghiệp (tỷ lệ tiền mặt, cổ tức, quy mô sử dụng đòn bẩy tài chính). Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhóm nhân tố uy tín doanh nghiệp có ảnh hưởng lớn đến việc quyết định phát hành trái phiếu, trong đó quy mô doanh nghiệp là nhân tố quan trọng ảnh hưởng lớn đến quyết định phát hành, theo sau là nhân tố năm hoạt động và tăng trưởng doanh nghiệp. Nhóm tác giả cũng cho rằng, nhóm nhân tố uy tín và khả năng phát hành trái phiếu có mối quan hệ cùng chiều, tức là với các biến trong nhóm này có giá trị càng cao, thì càng làm tăng khả năng phát hành trái phiếu của doanh nghiệp.

Miguel và Julian (2000) [2] đã nghiên cứu về các nhân tố giúp cho doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro vỡ nợ, gồm có quy mô doanh nghiệp, dòng tiền ổn định, lợi nhuận cao, có lượng tài sản thế chấp lớn, lãi suất thấp. Kết quả cho thấy, những doanh nghiệp phát hành trái phiếu thành công thường

*Email: manhpham@hvnv.edu.vn

Enhancing corporate bond issuing opportunities - empirical research in listed firms on Vietnam's stock market

Tien Manh Pham

Banking Academy, The State Bank of Vietnam

Received 18 August 2020; accepted 2 October 2020

Abstract:

This research uses data from 218 listed firms on HOSE, in the 2010-2019 period of time, to find out the determinants of corporate bond issuing. Then, the recommendations will be proposed to these companies to enhance corporate bond issuing opportunities. The results show that firm size, financial leverage, GDP, and inflation rate impact on the corporate bond issuing decisions; whereas the value of bond issuing is influenced by ROE, firm size, and inflation rate.

Keywords: company intrinsic factors, corporate bond issuing, macro factors.

Classification number: 5.2

là những doanh nghiệp có quy mô lớn, dòng tiền ổn định, có mức lợi nhuận tăng trưởng đều qua các năm, đồng thời những doanh nghiệp này có nguồn tài sản thế chấp dồi dào. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, các doanh nghiệp có cùng điều kiện nội tại như trên, nhưng thời gian hoạt động khác nhau, thì doanh nghiệp hoạt động lâu hơn sẽ dễ tham gia vào thị trường trái phiếu hơn và có nhiều đợt phát hành thành công hơn. Điều này được giải thích bởi doanh nghiệp hoạt động lâu hơn đã chứng minh cho thị trường thấy khả năng tồn tại qua thời gian, giúp các nhà đầu tư tự tin hơn khi đầu tư vào trái phiếu của doanh nghiệp này so với các doanh nghiệp có thời gian hoạt động ngắn hơn.

Nghiên cứu của Nyamita và cộng sự (2014) [3] cho rằng, quy mô, lợi nhuận và tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp đều đóng vai trò rất lớn trong việc quyết định phát hành trái phiếu. Ngoài ra, các yếu tố vĩ mô như GDP và chỉ số lạm phát cũng được nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra được mối quan hệ cùng chiều giữa GDP và quyết định phát hành trái phiếu của doanh nghiệp. Điều này giải thích bởi hiệu ứng đòn bẩy, khi nền kinh tế phát triển, doanh nghiệp sẽ cố gắng trung dụng nhiều vốn từ thị trường với mong muốn sử dụng đòn bẩy để tăng tỷ suất sinh lời cho các dự án của doanh nghiệp, từ đó phát hành nhiều trái phiếu hơn. Chỉ số lạm phát cho ra kết quả ngược chiều, khi chỉ số lạm phát tăng cao sẽ đẩy chi phí vay vốn nói chung cao hơn, làm chi phí lãi khi phát hành trái phiếu doanh nghiệp lớn hơn, dẫn đến huy động vốn từ trái phiếu trở nên thiếu hấp dẫn.

Tại Việt Nam, có một số nghiên cứu đã đề cập đến vấn đề phát hành trái phiếu doanh nghiệp, trong đó Phạm Tiến Mạnh và cộng sự (2020) [4] đã nghiên cứu mối quan hệ giữa thành phần ban lãnh đạo với việc phát hành trái phiếu của doanh nghiệp; và chỉ ra rằng, các thành viên hội đồng quản trị độc lập, các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ của các công ty kiểm toán lớn có tác động tích cực đến phát hành trái phiếu của doanh nghiệp; trong khi quy mô của thành phần ban lãnh đạo, thành viên ban lãnh đạo là người nước ngoài không tác động đến việc phát hành trái phiếu. Tuy nhiên, hiện nay rất ít nghiên cứu đề cập đến các yếu tố nội tại của doanh nghiệp có tác động như thế nào đến việc phát hành trái phiếu, và đây chính là khoảng trống mà nghiên cứu này đề cập đến.

Số liệu, phương pháp và giả thuyết nghiên cứu

Số liệu nghiên cứu

Nghiên cứu thu thập dữ liệu từ 387 công ty đang niêm yết trên Sàn giao dịch chứng khoán TP Hồ Chí Minh (HOSE) trong giai đoạn 2010-2019 với tổng số 3.483 quan sát. Tuy nhiên trên thực tế, một số doanh nghiệp có thời gian hoạt động chưa đủ dài, hoặc thiếu số liệu trong quá trình thu thập, vì thế tác giả đã lựa chọn dữ liệu của 218 doanh nghiệp, với 10 nhóm ngành nghề khác nhau, có 1.962 quan sát sử dụng làm số liệu nghiên cứu. Số liệu của doanh nghiệp được lấy từ các báo cáo tài chính và báo cáo thường niên qua các năm (bảng 1).

Bảng 1. Số lượng các công ty trong nghiên cứu.

STT	Ngành	Số lượng
1	Nguyên vật liệu	37
2	Bất động sản	26
3	Năng lượng	7
4	Dịch vụ thiết yếu	11
5	Hàng hóa tiêu dùng thiết yếu	25
6	Chăm sóc sức khỏe	8
7	Công nghiệp	62
8	Hàng tiêu dùng	26
9	Công nghệ thông tin	6
10	Tài chính	10
Tổng		218

Nguồn: tác giả tổng hợp.

Mô hình nghiên cứu

Dựa trên mô hình nghiên cứu của Nyamita và cộng sự (2014) [3], kết hợp với các yếu tố tác động đến việc phát hành trái phiếu của doanh nghiệp, tác giả đề xuất 2 mô hình nghiên cứu với các nhân tố tác động bao gồm: 1) Việc doanh nghiệp lựa chọn phát hành trái phiếu doanh nghiệp; 2) Giá trị của đợt phát hành trái phiếu với các biến độc lập và biến kiểm soát (bảng 2).

Bảng 2. Diễn giải các biến trong mô hình nghiên cứu.

Tên biến	Ký hiệu	Cách tính
Biến phụ thuộc		
Doanh nghiệp phát hành trái phiếu	PHTP	Biến giả, giá trị 1 nếu trong năm đó doanh nghiệp có phát hành trái phiếu; ngược lại, giá trị 0
Giá trị trái phiếu phát hành	GTPH	Logarit tự nhiên của giá trị trái phiếu phát hành trong năm
Biến độc lập		
Quy mô doanh nghiệp	QUY MO	Logarit của tổng tài sản
Đòn bẩy tài chính	DBTC	Tổng nợ/Tổng tài sản
Lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu	ROE	Lợi nhuận sau thuế/Vốn chủ sở hữu
Lượng tiền mặt trong doanh nghiệp	TIEN MAT	Logarit tự nhiên của tổng tiền và tương đương tiền trong doanh nghiệp
Cổ tức bằng tiền mặt doanh nghiệp chi trả	COTUC	Cổ tức bằng tiền doanh nghiệp chi trả trong năm
Thời gian hoạt động của doanh nghiệp	NAM	Số năm hoạt động của doanh nghiệp, tính đến năm 2019
Biến kiểm soát		
Tăng trưởng GDP	GDP	Tăng trưởng GDP của Việt Nam
Lạm phát	L.PHAT	Chỉ số lạm phát của Việt Nam

Từ các biến nghiên cứu xây dựng, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về việc phát hành trái phiếu của doanh nghiệp, dựa trên hai góc độ, đó là (1) doanh nghiệp quyết định lựa chọn phát hành trái phiếu hay không; và (2) giá trị của đợt phát hành trái phiếu đó.

Mô hình 1:

$$PHTP_{i,t} = \alpha_1 + \beta_{1.1}QMO_{i,t} + \beta_{1.2}DBTC_{i,t} + \beta_{1.3}ROE_{i,t} + \beta_{1.4}T.MAT_{i,t} + \beta_{1.5}COTUC_{i,t} + \beta_{1.6}NAM_{i,t} + \beta_{1.7}GDP_{i,t} + \beta_{1.8}L.PHAT_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

Mô hình 2:

$$GTPH_{i,t} = \alpha_1 + \beta_{2.1}QMO_{i,t} + \beta_{2.2}DBTC_{i,t} + \beta_{2.3}ROE_{i,t} + \beta_{2.4}T.MAT_{i,t} + \beta_{2.5}COTUC_{i,t} + \beta_{2.6}NAM_{i,t} + \beta_{2.7}GDP_{i,t} + \beta_{2.8}L.PHAT_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

Giả thuyết nghiên cứu

Nhằm tìm ra các yếu tố nội tại của doanh nghiệp ảnh hưởng như thế nào đến việc phát hành trái phiếu, tác giả đề xuất một số giả thuyết nghiên cứu sau:

H_1 : các yếu tố nội tại có tác động đến việc phát hành trái phiếu của doanh nghiệp;

H_{1a} : quy mô doanh nghiệp có tác động đến việc phát hành trái phiếu;

H_{1b} : đòn bẩy tài chính có tác động đến việc phát hành trái phiếu;

H_{1c} : lợi nhuận có tác động đến việc phát hành trái phiếu;

H_{1d} : lượng tiền mặt có tác động đến việc phát hành trái phiếu;

H_{1e} : chi trả cổ tức cho các cổ đông có tác động đến việc phát hành trái phiếu;

H_{1f} : thời gian hoạt động của doanh nghiệp có tác động đến việc phát hành trái phiếu;

H_2 : các yếu tố nội tại không tác động đến việc phát hành trái phiếu doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu

Thống kê mô tả

Đối với hai biến phụ thuộc là biến phát hành trái phiếu và giá trị trái phiếu có số quan sát là 1.962, giá trị trung bình lần lượt là 0,0234 và 0,2802; độ lệch chuẩn là 0,1513 và 1,7881; các giá trị tối thiểu và tối đa của các biến lần lượt là 0 và 1 với biến phát hành trái phiếu do đây là biến giả, tượng trưng cho việc có hay không phát hành trái phiếu của doanh nghiệp, với biến giá trị lần lượt là 0 và 12,6902.

Nhóm các nhân tố nội tại của doanh nghiệp, giá trị trung bình của các biến ROE, quy mô doanh nghiệp, đòn bẩy tài chính, tỷ lệ tiền mặt, cổ tức lần lượt là 0,2453; 12,1748; 2,9356; 0,0919; 7,0643. Độ lệch chuẩn của các biến có giá trị lần lượt

là 0,2995; 0,6331; 4,8741; 0,1067; 9,5714. Biến ROE có giá trị nhỏ nhất, lớn nhất lần lượt là -1,0322 và 2,1092; QMO là 8,9834 và 15,0661; cá biệt có doanh nghiệp không sử dụng vay nợ, với DBTC đạt giá trị 0, trong khi có những doanh nghiệp có đòn bẩy tài chính rất lớn, lên tới 73,0924. Các doanh nghiệp được chọn lấy dữ liệu bao gồm 218 doanh nghiệp với thời gian hoạt động trung bình là 22,9052 năm, doanh nghiệp có thời gian hoạt động ngắn nhất là 4 năm và dài nhất là 67 năm.

Với các biến vĩ mô, tỷ lệ tăng trưởng GDP trong các năm nghiên cứu có giá trị trung bình là 0,0621, năm có mức tăng GDP cao nhất chính là 2018 với mức GDP đạt 0,0708, mức GDP thấp nhất vào năm 2012 với mức tăng trưởng chỉ ở 0,0503. Với chỉ số lạm phát, giá trị bình quân đạt được là 0,0877, năm có chỉ số lạm phát đỉnh điểm là 2011 với giá trị 0,184 và năm thấp nhất là 2018 với giá trị 0,0353 (bảng 3).

Bảng 3. Thống kê mô tả biến nghiên cứu.

Biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị tối thiểu	Giá trị tối đa
PHTP	1.962	0,0234	0,1513	0	1
GTTP	1.962	0,2802	1,7881	0	12,6902
ROE	1.962	0,2453	0,2995	-1,0332	2,1092
QMO	1.962	12,1748	0,6331	8,9834	15,0661
DBTC	1.962	2,9356	4,8741	0	73,0924
T.MAT	1.962	0,0919	0,1067	0	0,8649
COTUC	1.962	7,0643	9,5714	0	11000
NAM	1.962	22,9052	11,9471	4	67
GDP	1.962	0,0621	0,0066	0,0503	0,0708
L.PHAT	1.962	0,0877	0,0557	0,0353	0,184

Nguồn: kết quả nghiên cứu.

Phân tích mô hình hồi quy

Mô hình hồi quy logistic: đối với mô hình hồi quy logistic đánh giá yếu tố tác động đến việc doanh nghiệp có phát hành trái phiếu hay không, kết quả nghiên cứu cho thấy có tổng số 1.962 quan sát thỏa mãn điều kiện của mô hình. Bảng 4 thể hiện các hệ số coefficients, sai số chuẩn standard errors, kiểm định z-statistics, p-value và 95% confidence interval of the coefficients.

Bảng 4. Kết quả chạy mô hình hồi quy OLS với biến quyết định phát hành trái phiếu.

Logistic regression					
				Number of obs	= 1,962
				LR chi2(13)	= 95,40
				Prob > chi2	= 0,0000
				Pseudo R2	= 0,2187
	Coef.	Std. Err.	Z	P> z	[95% Conf. Interval]
ROE	0,554	0,463	-0,71	0,480	0,108 2,484
QMO	5,525	1,521	6,21	0,000	3,220 9,479

DBTC	-0,093	0,003	-1,66	0,003	0,858	1,012
COTUC	0,999	0,000	-0,68	0,498	0,999	1,000
T.MAT	4,914	8,983	0,87	0,384	0,136	176,786
NAM	0,991	0,016	-0,51	0,613	0,960	1,023
GDP	86,034	27,303	2,55	0,011	13,400	56,116
L.PHAT	-1,650	94,906	-2,72	0,006	2,170	0,012
_CONS	3,000	6,125	-6,92	0,000	8,530	1,060

Nguồn: kết quả nghiên cứu.

Kết quả tại mô hình hồi quy logistic cho thấy, có 4 biến có ý nghĩa thống kê (do có giá trị p-value nhỏ hơn 0,05) là quy mô doanh nghiệp, đòn bẩy tài chính, GDP và lạm phát. Theo kết quả hồi quy, quy mô doanh nghiệp có tác động cùng chiều với quyết định phát hành trái phiếu của doanh nghiệp, khi quy mô doanh nghiệp tăng lên 1 phần trăm thì khả năng doanh nghiệp phát hành trái phiếu của doanh nghiệp tăng 5,525%. Nhân tố đòn bẩy tài chính có tác động ngược chiều với quyết định phát hành trái phiếu, khi đòn bẩy tài chính của doanh nghiệp tăng 1 đơn vị thì khả năng phát hành trái phiếu của doanh nghiệp giảm 0,093 đơn vị. Từ kết quả này, chấp nhận giả thuyết H_{1a} và H_{1b} , tức là quy mô và đòn bẩy tài chính có tác động đến việc phát hành trái phiếu của doanh nghiệp.

Phân tích hồi quy biến giá trị phát hành trái phiếu: với mô hình kiểm định OLS cho ra kết quả như trên, ta thấy mô hình OLS có giá trị p-value=0%, nhỏ hơn mức ý nghĩa 5% cho nên mô hình cho ra kết quả phù hợp để kiểm định giả thuyết về giá trị trái phiếu. Tuy nhiên, với mức R-squared là 0,0587, nghĩa là mô hình chỉ giải thích được 5%, quá thấp để kết quả đạt được đủ mức độ tin cậy để giải thích cho mô hình này nên ta không chọn mô hình OLS để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến giá trị các đợt phát hành trái phiếu của doanh nghiệp (bảng 5).

Bảng 5. Kết quả mô hình hồi quy OLS, REM và FEM.

Biến	OLS		REM		FEM	
	Coef	P> t	Coef	P> z	Coef	P> z
GTTP						
ROE	-0,2869	0,091	-0,391	0,032	-0,5922	0,008
QMO	0,5953	0,000	0,654	0,000	0,9791	0,000
DBTC	-0,0037	0,669	-0,006	0,575	-0,0075	0,782
COTUC	-0,004	0,366	0	0,993	-0,0052	0,266
T.MAT	0,4474	0,264	0,318	0,473	0,0307	0,957
NAM	0,0015	0,635	0,003	0,452	0,0447	0,032
GDP	20,767	0,001	19,56	0,001	11,9549	0,065
L.PHAT	-2,1945	0,003	-2,048	0,003	-0,6591	0,434
Significant F	0,000		0,000		0,000	
R-square	0.0587					

Đối với mô hình nhân tố ảnh hưởng ngẫu nhiên (REM), p-value đạt giá trị 0, tức nhỏ hơn 0,05; như vậy mô hình này phù hợp để kiểm định tác động của các nhân tố đến giá trị các đợt phát hành trái phiếu của doanh nghiệp. Các biến được đưa ra và mô hình để xem xét tác động của chúng lên giá trị phát hành trái phiếu doanh nghiệp bao gồm 8 biến, chia thành 2 nhóm: (1) nhóm nhân tố nội tại của doanh nghiệp bao gồm 6 biến: ROE, QMO, DBTC, COTUC, T.MAT, NAM; (2) nhóm nhân tố vĩ mô bao gồm GDP và L.PHAT. Theo kết quả hồi quy, chỉ 4 nhân tố có ý nghĩa thống kê trong mô hình (có p-value nhỏ hơn 5%) bao gồm biến chỉ số lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (p-value ROE=0,032), quy mô doanh nghiệp (p-value QMO=0,000), chỉ số tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (p-value GDP=0,001), chỉ số lạm phát (p-value L.PHAT=0,003). Các nhân tố có ý nghĩa thống kê nằm trong 2 nhóm nhân tố, nhóm nhân tố nội tại bao gồm nhân tố ROE và quy mô doanh nghiệp, nhóm nhân tố vĩ mô với biến GDP và chỉ số lạm phát.

Đối với mô hình tác động cố định (FEM), có giá trị p-value nhỏ hơn 5%, cũng phù hợp để kiểm định tác động của các yếu tố đến giá trị đợt phát hành trái phiếu doanh nghiệp. Do đó, tác giả sử dụng kiểm định Hausman để xem mô hình nào phù hợp với mục tiêu của nghiên cứu này. Kết quả cho thấy, kiểm định Hausman cho giá trị p-value=0,0012 (nhỏ hơn mức ý nghĩa 5%), vì thế mô hình nhân tố tác động cố định (FEM) phù hợp hơn để giải thích tác động của các nhân tố đến giá trị trái phiếu so với mô hình nhân tố ảnh hưởng ngẫu nhiên (REM).

Kết luận và khuyến nghị

Với 218 doanh nghiệp đang niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán TP Hồ Chí Minh (HOSE), được phân chia thành 10 nhóm ngành nghề khác nhau, 1.962 quan sát được sử dụng, nghiên cứu này nhằm mục tiêu tìm ra các yếu tố nội tại tác động đến việc phát hành trái phiếu doanh nghiệp; với hai góc độ tiếp cận là xem xét yếu tố nào tác động đến việc doanh nghiệp lựa chọn có hay không phát hành trái phiếu, và yếu tố nào tác động đến giá trị trái phiếu phát hành ra. Quá trình xử lý số liệu và sử dụng mô hình nghiên cứu cho thấy, mô hình nhân tố tác động cố định (FEM) phù hợp với việc kiểm định các yếu tố trong mô hình nghiên cứu.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 4 yếu tố tác động đến việc quyết định phát hành trái phiếu doanh nghiệp, đó là quy mô doanh nghiệp, tỷ lệ đòn bẩy tài chính, GDP và chỉ số lạm phát; trong khi đó, yếu tố quyết định đến giá trị trái phiếu phát hành là ROE, quy mô doanh nghiệp và chỉ số lạm phát.

Từ kết quả nghiên cứu trên, tác giả xin có một vài khuyến nghị nhằm tăng cường quyết định phát hành trái phiếu, cũng như giá trị phát hành trái phiếu doanh nghiệp:

Thứ nhất, khuyến khích các doanh nghiệp đẩy mạnh phát

triển quy mô doanh nghiệp thông qua việc mở rộng sản xuất kinh doanh, tăng tài sản của doanh nghiệp.

Thứ hai, tuy đòn bẩy tài chính có tác động ngược chiều với quyết định phát hành trái phiếu của doanh nghiệp, nhưng mức độ tác động thấp. Do đó, các nhà quản lý doanh nghiệp khi cân nhắc việc lựa chọn phát hành trái phiếu vay nợ tài trợ cho các dự án của doanh nghiệp hoặc giảm tỷ lệ vay nợ của doanh nghiệp thì nên ưu tiên tiếp tục phát hành trái phiếu để phát triển. Tuy nhiên, vốn vay nên được sử dụng cho các dự án tiềm năng tạo ra tăng trưởng của doanh nghiệp, có khả năng thu hồi vốn tốt để trả nợ cho các nhà đầu tư nắm giữ trái phiếu.

Thứ ba, doanh nghiệp cần có những theo dõi về môi trường kinh doanh nói chung và ngành mà doanh nghiệp đang hoạt động nói riêng để nhìn nhận khả năng tăng trưởng trong tương lai, nhằm đưa ra quyết định có nên phát hành trái phiếu hay không. Theo kết quả hồi quy, chỉ số GDP có tác động cùng chiều với quyết định phát hành trái phiếu, đồng nghĩa với việc doanh nghiệp chỉ nên phát hành trái phiếu khi thị trường đang có những bước tăng trưởng tốt, mang lại nhiều cơ hội để doanh nghiệp phát triển đầu tư tìm kiếm lợi nhuận.

Thứ tư, nhà quản lý doanh nghiệp trước khi ra quyết định phát hành trái phiếu nên xem xét kỹ lưỡng chỉ số lạm phát của nền kinh tế và có những ước tính dự đoán về chỉ số này để giảm thiểu gánh nặng về chi phí vay nợ khi chỉ số này thay đổi. Theo kết quả hồi quy, chỉ số lạm phát có tác động ngược chiều đến quyết định có phát hành trái phiếu của doanh nghiệp hay không, điều này là do khi chỉ số lạm phát tăng lên sẽ đẩy lãi suất cần phải trả khi phát hành trái phiếu cao hơn rất nhiều do nhà đầu tư thường yêu cầu mức lãi suất cao hơn tỷ lệ lạm phát, nhằm mong muốn duy trì mức lãi suất thực dương. Điều này sẽ gây áp lực lên dòng tiền ngắn hạn của doanh nghiệp mỗi năm tới kỳ trả lãi do phải trả lãi cao hơn so với khi thị trường có mức lạm phát thấp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] P. Mizen, J. Tsoukalas, S. Tsoukas (2008), *What influences a firm's decision to issue corporate bonds? The role of creditworthiness, reputation and incentives*, Centre for Finance & Credit Markets.
- [2] Miguel Cantillo, W. Julian (2000), "How do firms choose their lenders? An empirical investigation", *The Review of Financial Studies*, **13**(1), pp.155-189.
- [3] M.O. Nyamita, H.L. Garbharran, N. Dorasamy (2014), "Factors influencing debt financing decisions of corporations - Theoretical and empirical literature review", *Problems and Perspectives in Management*, **12**(4), pp.189-202.
- [4] P.T. Manh, T.T.T. Huong, N.T. Phuong (2020), "What influences corporate bond issuing decision and value? The role of board of director and large audit firms in Vietnam", *International Journal of Entrepreneurship*, **24**(1), pp.1-12.

Tác động của Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản đến nền kinh tế Việt Nam

Nguyễn Mạnh Toàn¹, Huỳnh Thị Diệu Linh^{1*}, Huỳnh Thị Diễm Trinh²

¹Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

²Phòng Tài chính - Kế hoạch huyện Đức Phổ, tỉnh Quảng Ngãi

Ngày nhận bài 20/2/2020; ngày chuyển phản biện 24/2/2020; ngày nhận phản biện 8/4/2020; ngày chấp nhận đăng 10/4/2020

Tóm tắt:

Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA) là hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương đầu tiên của Việt Nam. VJEPA không những chỉ tập trung vào tự do hóa thương mại hàng hóa và thương mại dịch vụ mà còn thỏa thuận hợp tác về đầu tư và các hợp tác kinh tế khác giữa hai nước. Việc giảm thuế nhập khẩu theo lộ trình cam kết trong VJEPA sẽ tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến tình hình sản xuất của các ngành nói riêng và nền kinh tế nói chung. Bài viết vận dụng mô hình cân bằng tổng thể động (DCGE) với dữ liệu Ma trận hạch toán xã hội Việt Nam năm 2012 (VSAM2012) mô phỏng tác động của giảm thuế nhập khẩu theo lộ trình trong VJEPA đến nền kinh tế Việt Nam. Kết quả mô phỏng cho thấy, việc cắt giảm thuế nhập khẩu theo VJEPA làm cho nền kinh tế tăng trưởng dương trong dài hạn, gia tăng phúc lợi hộ gia đình và giảm khoảng cách giàu nghèo; trong đó, nhóm ngành công nghiệp tăng trưởng mạnh, đặc biệt là ngành da giày, sản xuất máy móc thiết bị phụ tùng. Trái lại, tác động của VJEPA làm cho thu ngân sách chính phủ giảm và gây nên tình trạng thâm hụt thương mại.

Từ khóa: cơ cấu ngành, nhập khẩu, tăng trưởng kinh tế, thuế nhập khẩu, xuất khẩu.

Chỉ số phân loại: 5.2

Đặt vấn đề

VJEPA là hiệp định FTA song phương đầu tiên của Việt Nam, được ký kết ngày 25/12/2008 và chính thức có hiệu lực từ ngày 1/10/2009. VJEPA không những chỉ tập trung vào tự do hóa thương mại hàng hóa và thương mại dịch vụ mà còn thỏa thuận hợp tác về đầu tư và các hợp tác kinh tế khác giữa hai nước. Tham gia vào các FTA nói chung, VJEPA nói riêng mang lại nhiều cơ hội cho nền kinh tế, đó là: (1) mở rộng thị trường, thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội, tạo việc làm; (2) tạo động lực thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, làm tăng khả năng thu hút đầu tư vào nền kinh tế; và (3) làm tăng cơ hội cho các doanh nghiệp trong nước tiếp cận thị trường quốc tế, nguồn tín dụng và các đối tác quốc tế. Tuy nhiên, thực hiện các FTA có thể tiềm ẩn các nguy cơ cho nền kinh tế, như: (1) làm gia tăng cạnh tranh khiến nhiều doanh nghiệp và ngành kinh tế gặp khó khăn, thậm chí là phá sản; (2) làm tăng sự phụ thuộc của nền kinh tế quốc gia vào thị trường bên ngoài, khiến nền kinh tế dễ bị tổn thương trước những biến động của thị trường quốc tế; (3) trong quá trình hội nhập, các nước đang phát triển phải đối mặt với nguy cơ chuyển dịch cơ cấu kinh tế tự nhiên bất lợi, do thiên hướng tập trung vào các ngành sử dụng nhiều tài nguyên, nhiều sức lao động, nhưng có giá trị gia tăng thấp.

Tác động của các FTA đến nền kinh tế ngày càng được các nhà hoạch định chính sách, các nhà kinh tế học ở nhiều quốc

gia trên thế giới, đặc biệt là các nước đang phát triển quan tâm nghiên cứu. Trong các nghiên cứu đó, nhìn chung, có 2 nhóm phương pháp được sử dụng đánh giá tác động của các hiệp định FTA đến nền kinh tế. Nhóm thứ nhất dựa vào cách tiếp cận hậu nghiệm, sử dụng các mô hình kinh tế lượng để kiểm chứng và đánh giá hiệu quả của các hiệp định. Nhóm thứ hai sử dụng cách tiếp cận tiên liệu, cơ bản sử dụng DCGE để dự báo các tác động đến nền kinh tế. Cách tiếp cận dựa trên mô hình DCGE có nhiều ưu việt hơn vì cho phép xem xét tổng thể các mối liên kết trong nền kinh tế, giúp dự đoán xu hướng và lý giải các cơ chế phân bổ nguồn lực khi thực thi các hiệp định FTA đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong bối cảnh và điều kiện cụ thể, đặc thù của mỗi nước. Đặc biệt, mô hình DCGE là một công cụ rất phù hợp, cho phép mô phỏng các hoạt động kinh tế quốc tế như thương mại, đầu tư và dịch chuyển các yếu tố sản xuất theo từng ngành, phân tích xu hướng biến động và cách thức chuyển dịch của các ngành và cả nền kinh tế trong dài hạn.

Bài viết này sử dụng DCGE với bộ dữ liệu Ma trận hạch toán xã hội Việt Nam năm 2012 để phân tích tác động của việc giảm thuế suất thuế nhập khẩu theo lộ trình trong VJEPA đến các ngành kinh tế, tăng trưởng kinh tế, cán cân thương mại, ngân sách nhà nước và phúc lợi hộ gia đình cả trong ngắn hạn và dài hạn. Điểm cân bằng ban đầu được so sánh với điểm cân bằng sau “cú shock thuế suất” để đo lường tác động của việc giảm thuế suất thuế nhập khẩu theo lộ trình cam kết trong VJEPA. Kết quả phân tích giúp cho nhà quản lý kinh tế vĩ mô có cái nhìn tổng thể

*Tác giả liên hệ: Email: linhhtd@due.edu.vn

Effects of Vietnam - Japan Economic Partnership Agreement on Vietnam's economy

Manh Toan Nguyen¹, Thi Dieu Linh Huynh^{1*},
Thi Diem Trinh Huynh²

¹University of Economics, The University of Danang

²Finance - Planning Department of Ducpho district, Quangngai province

Received 20 February 2020; accepted 10 April 2020

Abstract:

The Vietnam - Japan Economic Partnership Agreement (VJEPA) is the first bilateral FTA agreement of Vietnam. The VJEPA focuses on not only the liberalisation of trade in goods and services but also the cooperation agreement on investment and other economic cooperation between the two countries. The reduction of import tariff under the roadmap of VJEPA will directly or indirectly affect the production of the sectors in particular and of the economy in general. This paper applied the dynamic general equilibrium model (DGE) with the 2012 Social Accounting Matrix (SAM) for Vietnam to simulate the scheduled impact of reducing the import tariff of VJEPA on the Vietnamese economy. The simulation results exhibited that the reduction of import tariff under the VJEPA made positive economic growth in the long term, increased household welfare and reduced the gap between rich and poor; in particular, the industry groups grew strongly, especially the leather industry and the production of machinery and equipment. On the contrary, the impact of VJEPA reduced government revenue and caused a trade deficit.

Keywords: economic growth, exports, import tariff, imports, industry structure.

Classification number: 5.2

về những tác động của việc giảm thuế nhập khẩu giữa hai nước đến nền kinh tế Việt Nam. Đây là cơ sở để Chính phủ thay đổi thuế suất các sắc thuế khác và lựa chọn các chính sách kinh tế vĩ mô phù hợp cho từng ngành, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, ổn định nguồn thu ngân sách và gia tăng phúc lợi hộ gia đình.

Bài viết cũng trình bày cơ chế tác động của giảm thuế suất thuế nhập khẩu đến nền kinh tế, cấu trúc cơ bản của mô hình DCGE, dữ liệu cho mô hình, xây dựng kịch bản mô phỏng giảm thuế nhập khẩu theo lộ trình trong VJEPA. Cuối cùng là thực hiện mô phỏng, phân tích đánh giá tác động của việc giảm thuế nhập khẩu đến cơ cấu ngành, tăng trưởng kinh tế, cán cân thương mại, ngân sách, phúc lợi hộ gia đình và một số hàm ý chính sách.

Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Tổng quan nghiên cứu tác động của các FTA đến nền kinh tế

Việc giảm thuế nhập khẩu mang lại cơ hội cho các nước đang phát triển phát huy các ngành có lợi thế [1, 2]. Xóa bỏ hàng rào thuế quan trong các hiệp định FTA đã được kiểm chứng có tác động tích cực đối với các ngành khuyến khích xuất khẩu và tác động tiêu cực đến các ngành bảo hộ nhập khẩu [3]. Các nghiên cứu tiêu biểu gần đây của K. Itakura và H. Lee (2015) [4] quan tâm đến dự báo tác động của Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) và Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) đối với cơ cấu kinh tế và năng suất của Nhật Bản. Các tổ chức quốc tế như Ngân hàng thế giới (WB), Chương trình phát triển của Liên hợp quốc (UNDP) đã hỗ trợ cho các trung tâm và viện kinh tế quốc tế sử dụng mô hình cân bằng tổng thể (CGE) thực hiện các nghiên cứu phân tích, dự báo tác động của việc cắt giảm thuế quan đối với nhóm các quốc gia đang phát triển [5, 6].

Từ thập niên 2000, khi Việt Nam từng bước hội nhập với kinh tế khu vực và thế giới thông qua các FTA, đã có một số nghiên cứu về sự tác động của việc cắt giảm thuế quan đến nền kinh tế. T. Nguyen Manh (2005) [7] đã phát triển một mô hình DCGE cho nền kinh tế Việt Nam dựa trên dữ liệu I/O năm 2000 và SAM 1999 nhằm phân tích tác động của tự do hóa thương mại đến phân phối thu nhập ở Việt Nam, Trương Bá Thanh (2009) [8] ứng dụng mô hình CGE tĩnh đánh giá mối quan hệ giữa tự do hóa thương mại và thay đổi cơ cấu kinh tế theo ngành của kinh tế Việt Nam, sử dụng bảng I/O 2000, kết hợp với SAM 1999 và các nguồn số liệu khác. Phát hiện từ việc mô phỏng xác định các ngành thâm dụng lao động sẽ nhiều lợi thế, trong khi đó các ngành thâm dụng vốn và được bảo hộ cao sẽ gặp nhiều khó khăn. J. Cassing và cộng sự (2010) [9], Nguyễn Đức Thành và Nguyễn Thị Thu Hằng (2015) [10] sử dụng DCGE cho dự án phân tích thương mại toàn cầu (GTAP) nhằm mô phỏng tác động của các hiệp định FTA đến nền kinh tế Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, những thay đổi phần lớn xảy ra trong ngành dệt may và dịch vụ. Với các tiếp cận tương tự, Viện Chiến lược Phát triển (2008) [11] ứng dụng mô hình MIRAGE tập trung đánh giá tác động của việc cắt giảm mức thuế quan hợp nhất đến cơ cấu kinh tế, hoạt động sản xuất và thương mại. Kết quả mô phỏng cho thấy, việc cắt giảm thuế quan khi Việt Nam gia nhập

WTO làm cho sản xuất của các ngành may mặc, da giày, điện tử sẽ mở rộng, đồng thời tác động tích cực tới ngành chăn nuôi và sản xuất sản phẩm cơ khí; trong khi đó, quy mô sản xuất ngành nông - lâm sản (chè, hạt tiêu, cà phê) giảm.

Quan hệ kinh tế giữa Việt Nam - Nhật Bản được đi sâu phân tích trong các nghiên cứu của Bùi Đức Hưng (2010) [12], Đoàn Thị Bích Thủy (2014) [13] nhằm so sánh tình hình xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản trước và sau Hiệp định để thấy những tác động tích cực và những mặt còn hạn chế, từ đó đề ra các giải pháp phát huy lợi ích của Hiệp định đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản. Tuy nhiên các nghiên cứu này chỉ đi sâu phân tích tình hình xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản dựa trên phương pháp định tính, chưa sử dụng phương pháp định lượng để phân tích các vấn đề cần nghiên cứu.

Tác động của các FTA đến nền kinh tế

Tác động của các FTA đến tăng trưởng kinh tế: tạo hiệu ứng thúc đẩy tăng nhanh giá trị thương mại giữa các nước, tác động đến tăng trưởng kinh tế của các nước thông qua sự gia tăng tốc độ xuất khẩu và thu hút đầu tư FDI. Đồng thời, góp phần tích cực vào việc giải quyết việc làm và thu nhập cho người lao động.

Tác động của các FTA đến xuất khẩu, nhập khẩu: tăng cường các cơ hội tiếp cận, mở rộng thị trường xuất khẩu. Thông qua việc dỡ bỏ các rào cản về thuế quan và phi thuế quan, các quốc gia có thể tiếp cận thị trường rộng lớn của các bên còn lại một cách dễ dàng hơn, nhờ đó mà tăng kim ngạch xuất khẩu. Đây chính là lợi ích rõ rệt nhất và cũng là một trong những mục tiêu hàng đầu của các cuộc đàm phán FTA. Mặc dù vậy, hiệu quả tăng trưởng kinh tế đối với mỗi quốc gia là khác nhau tùy thuộc vào năng lực tận dụng các thời cơ FTA đem lại.

Tạo nên môi trường cạnh tranh bình đẳng, tạo động lực tăng trưởng, thúc đẩy doanh nghiệp cải tiến công nghệ, chú trọng tới người tiêu dùng. Hàng hóa được tự do lưu thông trong thị trường rộng lớn gồm các quốc gia tham gia FTA, những người dân trong khu vực thương mại tự do sẽ là những người hưởng lợi. Họ sẽ có nhiều sự lựa chọn hàng hóa hơn với những mức giá rẻ hơn. Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sẽ càng lớn hơn để đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng. Do đó, những hàng hóa kém chất lượng sẽ bị tẩy chay, dẫn tới các doanh nghiệp yếu kém, không còn đủ sức chống chịu sẽ bị đào thải. Như vậy các FTA đã tạo ra sức ép, buộc các doanh nghiệp trong nước cần phải có những biện pháp cải cách phù hợp với xu thế phát triển toàn cầu để có thể trụ vững và phát triển trên chính mảnh đất nội địa và hướng tới xuất khẩu sang các thị trường thành viên khác.

Tác động của các FTA đến cơ cấu ngành kinh tế: để nâng cao năng lực cạnh tranh, cũng như hạn chế sự biến động về giá cả thì không còn con đường nào khác là phải đổi mới cơ cấu xuất khẩu theo hướng tăng cường xuất khẩu các mặt hàng tinh chế, giảm dần sản phẩm thô và sản phẩm sơ chế.

Thông qua việc cắt giảm các hàng rào thuế quan và phi thuế quan đã tạo điều kiện cho các nước đang phát triển có thể mở rộng và đa dạng hóa các mặt hàng xuất khẩu mà quốc gia đó có thể mạnh. Các quốc gia không thể phát triển kinh tế dựa vào xuất khẩu những gì hiện có mà cần phải xuất khẩu các sản phẩm có chất lượng và cơ cấu xuất khẩu hàng hoá phù hợp với nhu cầu của thị trường thế giới và khu vực, dẫn đến làm thay đổi cơ cấu ngành kinh tế của các quốc gia tham gia FTA.

Tác động của các FTA đến phân phối thu nhập và phúc lợi hộ gia đình: khi tham gia vào các FTA thì người dân của một nước sẽ có nhiều sự lựa chọn hàng hóa hơn với những mức giá rẻ hơn. Các doanh nghiệp sẽ không ngừng cải tiến công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm để nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường, dẫn đến người tiêu dùng sẽ mua được sản phẩm giá rẻ với chất lượng tốt. Bên cạnh đó, quá trình toàn cầu hóa đòi hỏi người lao động cần phải có tay nghề, trình độ chuyên môn cao để đáp ứng quá trình phát triển của sản xuất, vì thế một số công nhân có trình độ thấp sẽ bị sa thải, không có việc làm, ảnh hưởng đến phúc lợi gia đình và xã hội. Vì vậy, phân phối thu nhập giữa thành thị và nông thôn, giữa những người có thu nhập cao và người có thu nhập thấp sẽ có sự khác biệt rõ rệt.

Cấu trúc cơ bản của mô hình DCGE

Mô hình DCGE có nền tảng vững chắc dựa trên lý thuyết cân bằng kinh tế Walrasian. Theo mô hình này, nền kinh tế ban đầu được giả định đang ở vị trí cân bằng, nghĩa là với thuế suất và mức giá cả hiện tại, tổng cung trên tất cả các thị trường đang ở thể cân bằng với tổng cầu của nó. Dưới tác động của các kịch bản thay đổi về thuế suất, nền kinh tế sẽ dịch chuyển từ điểm cân bằng cũ sang điểm cân bằng mới. Tại điểm cân bằng mới của nền kinh tế có thể ước lượng được sự thay đổi của các ngành, tính toán được những ảnh hưởng lên từng ngành nói riêng và lên toàn bộ nền kinh tế nói chung. Đối với mô hình DCGE, nền kinh tế không chỉ hướng đến cân bằng trong ngắn hạn mà còn chỉ ra xu hướng dịch chuyển theo thời gian để hướng đến cân bằng trong dài hạn.

Mô hình DCGE được sử dụng trong nghiên cứu này là chuẩn cho nền kinh tế mở, quy mô nhỏ, chấp nhận giá và cạnh tranh theo định hướng thị trường, đa nhóm ngành (25 ngành), đa đối tác thương mại (Nhật Bản và các nước còn lại), đa nhóm hộ gia đình (20 nhóm), đa nhân tố sản xuất (6 nhân tố lao động và 1 nhân tố vốn). Cấu trúc lý thuyết của mô hình được xây dựng trên cơ sở các nghiên cứu của N. Hosoe (2001) [14], K. Chen (2004) [15] và T. Nguyen Manh (2005) [7].

Dữ liệu cho mô hình là Ma trận hạch toán xã hội Việt Nam năm 2012 (VSAM2012) do Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM) công bố [16]. Số ngành trong VSAM2012 được gộp thành 25 ngành, bao gồm: Trồng trọt (1), Chăn nuôi (2), Lâm nghiệp (3), Thủy sản (4), Khai thác than (5), Dầu thô (6), Khí tự nhiên (7), Khai khoáng khác (8), Công nghiệp chế biến thực phẩm (9), Dệt may (10), Giày da (11), Gỗ và các sản phẩm từ gỗ (12), Sản xuất sản phẩm dầu mỏ (13), Sản xuất các sản phẩm hóa chất khác (14), Luyện kim (15), Máy móc thiết

bị (16), Phương tiện vận tải (17), Sản xuất khác (18), Xây dựng (19), Thương mại (20), Khách sạn, nhà hàng (21), Vận tải (22), Bưu chính viễn thông (23), Tài chính ngân hàng (24), Dịch vụ công (25).

Kịch bản mô phỏng

Để thực hiện cam kết trong VJEPA, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 25/2015/BTC-TT ngày 14/2/2015 về việc ban hành Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt cho giai đoạn 2015-2018. Các mặt hàng có mức cam kết tự do hóa mạnh mẽ nhất bao gồm thủy sản, hóa chất, linh kiện điện tử, nông sản, dệt may, sắt thép. Trong khi đó, khoảng 9% dòng thuế bao gồm ô tô chưa lắp ráp, một số sản phẩm hóa chất, chất nổ, cao su, rượu, thuốc lá, bông, vải, sắt thép thuộc danh mục không cam kết cắt giảm hoặc duy trì mức thuế cao. Lộ trình cắt giảm thực tế của Việt Nam dành cho Nhật Bản được thể hiện qua bảng 1.

Bảng 1. Lộ trình cắt giảm thực tế của Việt Nam dành cho Nhật Bản.

Năm	2009	2015-2018	Năm 2026
Phần trăm dòng thuế	29,14%	41,78%	90,64%
Số dòng thuế	2.723	3.920	8.873
Mức thuế suất tối đa	0%	0%	0%

Nguồn: Tổng hợp từ <http://investvietnam.gov.vn/vi/epa-viet-nam-nhat-ban-vjeпа.тррl.html>

Nhật Bản xóa bỏ nhiều dòng thuế quan hơn so với Việt Nam. Đến năm cuối của lộ trình cắt giảm thuế quan (năm 2026), Nhật Bản cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 96,45% tổng số các dòng thuế đối với các sản phẩm từ Việt Nam. Những mặt hàng được xóa bỏ thuế quan tập trung chủ yếu ở các nhóm nông sản, hàng dệt may, giấy dép, thủy sản, đồ gỗ, linh kiện điện tử. Ngay sau khi hiệp định có hiệu lực, các mặt hàng có thuế suất 0% bao gồm linh kiện điện tử, máy móc, thiết bị, điện thoại, máy vi tính, đồ điện gia dụng, sản phẩm nhựa, giấy.

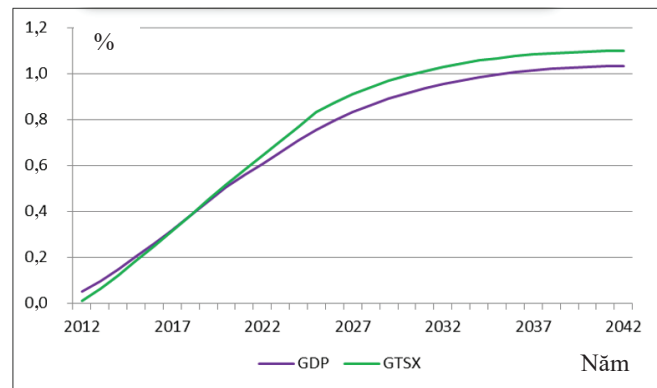
Trên cơ sở các cam kết về thuế quan giữa hai nước Việt Nam và Nhật Bản, thuế suất thuế nhập khẩu sẽ dần về 0% vào năm cuối của Hiệp định (2026) cho cả hai bên. Vì vậy, trong nghiên cứu này, kịch bản giảm thuế suất được xây dựng như sau: “Giảm đồng thời thuế suất thuế nhập khẩu của Việt Nam đối với hàng hóa của Nhật Bản và thuế suất thuế nhập khẩu của Nhật Bản đối với hàng hóa của Việt Nam theo lộ trình đã cam kết”.

Kết quả mô phỏng

Tác động của VJEPA đến tăng trưởng kinh tế Việt Nam

Dưới tác động của việc giảm thuế nhập khẩu đối với hàng hóa của Nhật Bản, tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất (GO), tổng sản phẩm quốc nội (GDP) trong những năm đầu thực thi Hiệp định tăng mạnh, những năm sau vẫn tăng nhưng tốc độ chậm dần. Khi Việt Nam cắt giảm thuế nhập khẩu đối với hàng hóa của Nhật Bản thì hàng hóa của Nhật Bản sẽ có cơ hội xuất khẩu sang Việt Nam nhiều hơn, các ngành sản xuất trong nước được Nhà nước bảo hộ

sẽ bị cạnh tranh mạnh mẽ, đòi hỏi các doanh nghiệp trong nước phải đổi mới phương thức sản xuất để tạo ra những sản phẩm rẻ, có chất lượng để cạnh tranh với những sản phẩm nhập khẩu từ Nhật Bản. Mặt khác, các doanh nghiệp chuyên sản xuất những sản phẩm để xuất khẩu ra nước ngoài tận dụng được lợi thế của Hiệp định, họ nhập khẩu nhiều vật tư, thiết bị với chi phí rẻ hơn so với trước đây từ Nhật Bản để sản xuất và xuất khẩu, làm gia tăng giá trị sản xuất, thu hút vốn đầu tư từ nước ngoài, dẫn đến tốc độ tăng trưởng GDP trong nước tăng. Kết quả mô phỏng cho thấy, GO và GDP lần lượt tăng 0,01% và 0,05% trong ngắn hạn, tăng 1,1% và 1,03% trong dài hạn so với kịch bản ban đầu (hình 1).



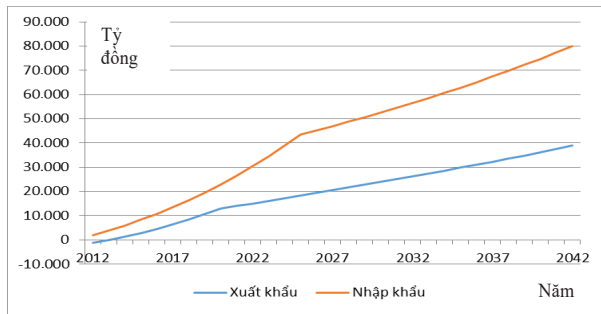
Hình 1. Tốc độ tăng GO, GDP.

Trong nhóm ngành công nghiệp, có sự tăng lên mạnh mẽ GO ngành da giày. Bên cạnh đó, ngành sản xuất máy móc thiết bị phụ tùng và ngành luyện kim cũng tăng mạnh, điều này khẳng định được vai trò của nhóm ngành chế tạo trong nền kinh tế Việt Nam. Nền kinh tế sẽ dần chuyển dịch theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Tác động của VJEPA đến nhập khẩu, xuất khẩu

Khi thuế suất thuế nhập khẩu giảm xuống, nhập khẩu sẽ tăng. Tuy vậy, điều này không phải lúc nào cũng dẫn đến thâm hụt thương mại mà còn phụ thuộc vào xuất khẩu. Có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu: (1) giá một số mặt hàng nhập khẩu giảm xuống giúp giảm chi phí sản xuất hàng xuất khẩu, làm tăng năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu; (2) đối tác Nhật Bản cũng cắt giảm thuế quan, nên cũng sẽ gia tăng nhập khẩu về phía Nhật Bản.

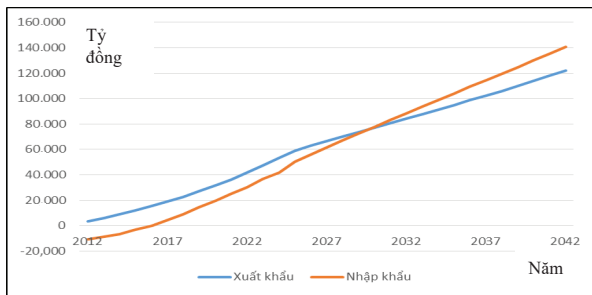
Theo kết quả mô phỏng trên hình 2, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam đối với hàng hóa Nhật Bản tăng dần theo từng năm sau khi thực thi Hiệp định và tăng mạnh trong dài hạn. Nguyên nhân là do sự thay đổi thuế suất thuế nhập khẩu của Việt Nam đối với hàng hóa của Nhật Bản, theo đó, Việt Nam cam kết tự do hoá đối với khoảng 87,66% kim ngạch thương mại trong vòng 10 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực và 92,95% kim ngạch thương mại sau 16 năm thực thi Hiệp định. Kim ngạch xuất khẩu giảm trong ngắn hạn, tăng trong dài hạn. Nguyên nhân là do Nhật Bản cam kết tự do hoá đối với 94,53% kim ngạch thương mại trong vòng 10 năm kể từ khi thực hiện Hiệp định nên hàng Việt Nam có nhiều cơ hội để xuất khẩu sang Nhật Bản.



Hình 2. Thay đổi kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu với Nhật Bản.

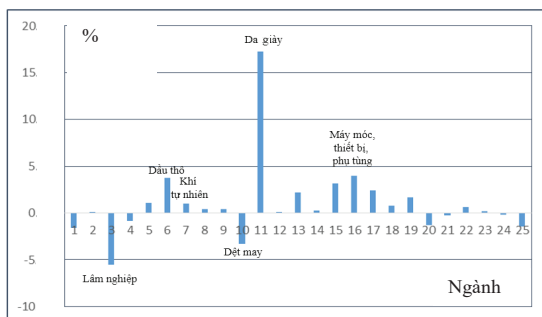
Nhìn chung, dưới tác động của VJEPA, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Nhật và kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Nhật Bản vào Việt Nam đều tăng trong dài hạn, kim ngạch nhập khẩu sản phẩm từ Nhật Bản có khuynh hướng tăng hơn so với kim ngạch xuất khẩu sang Nhật Bản.

Nhập khẩu của Việt Nam giảm trong ngắn hạn, nhưng sau khi ổn định thị trường thì kim ngạch nhập khẩu tăng trở lại và tăng mạnh trong dài hạn. Xuất khẩu tăng mạnh trong các năm đầu nhưng trong dài hạn lại tăng chậm và giảm so với nhập khẩu, dẫn đến cán cân thương mại trong dài hạn sẽ bị thâm hụt (hình 3).



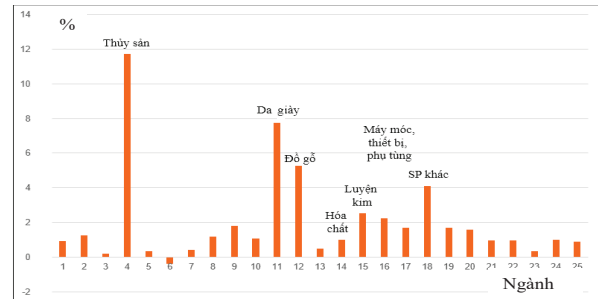
Hình 3. Thay đổi kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu của cả nước.

Dưới sự tác động của việc giảm thuế nhập khẩu giữa Việt Nam và Nhật Bản, kim ngạch xuất nhập khẩu sản phẩm các ngành của Việt Nam có sự thay đổi đáng kể. Việt Nam xuất khẩu chủ yếu là các mặt hàng da giày, dầu thô, máy móc thiết bị phụ tùng. Ngược lại, các mặt hàng chủ lực của Việt Nam như dệt may, lâm nghiệp lại có kim ngạch xuất khẩu giảm (hình 4).



Hình 4. Tỷ lệ % thay đổi kim ngạch xuất khẩu các ngành trong dài hạn.

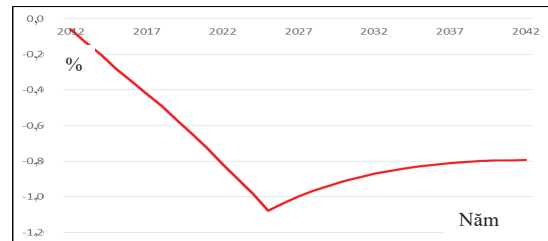
Trong dài hạn, kim ngạch nhập khẩu của các ngành hàng có sự thay đổi rõ rệt, ngành có kim ngạch nhập khẩu cao nhất là thủy sản, sau đó là da giày và đồ gỗ (hình 5).



Hình 5. Tỷ lệ % thay đổi kim ngạch nhập khẩu các ngành trong dài hạn.

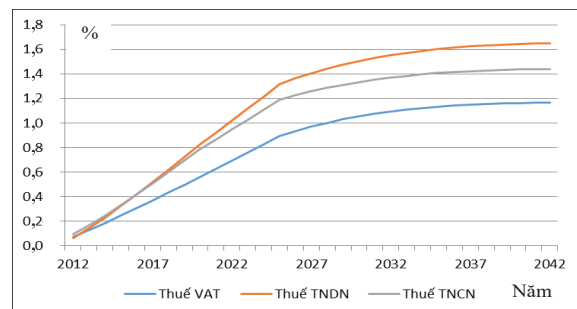
Tác động của VJEPA đến ngân sách nhà nước và phúc lợi hộ gia đình

Theo lộ trình đã cam kết Việt Nam giảm thuế nhập khẩu cho Nhật Bản nên trong những năm đầu thực thi Hiệp định, thu ngân sách chính phủ giảm mạnh, sau đó có xu hướng tăng lên trở lại nhưng tổng thu ngân sách vẫn giảm so với năm cơ sở (hình 6).



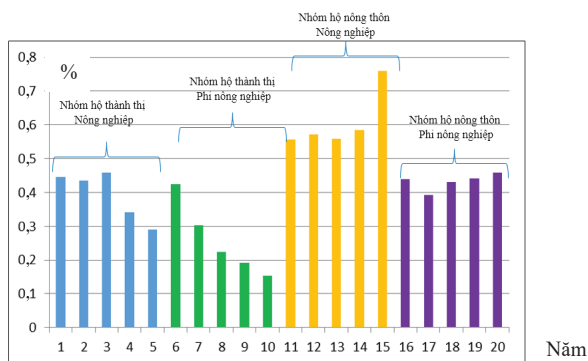
Hình 6. Thay đổi thu ngân sách chính phủ.

Thuế nhập khẩu từ Nhật Bản giảm làm tổng thu ngân sách giảm. Tuy nhiên, giảm thu thuế nhập khẩu lại đi kèm với gia tăng kim ngạch thương mại và mở rộng kinh tế, từ đó lại tạo điều kiện tăng thu từ các sắc thuế khác (giá trị gia tăng - VAT, thu nhập cá nhân - TNCN, thu nhập doanh nghiệp - TNDN) (hình 7) trong thời gian đầu sau khi thực thi Hiệp định nên làm cho % giảm thu ngân sách ít hơn.



Hình 7. Thay đổi thu từ thuế TNDN, TNCN, VAT.

Sự tác động của giảm thuế suất thuế nhập khẩu trong VJEPA làm thay đổi phúc lợi của các hộ gia đình. Kết quả mô phỏng (hình 8) cho thấy, phúc lợi của 20 nhóm hộ gia đình đều được cải thiện, trong đó nhóm hộ gia đình trong lĩnh vực nông nghiệp ở nông thôn được hưởng lợi nhiều nhất, sau đó là nhóm hộ phi nông nghiệp thành thị; nhóm ít chịu sự tác động nhất là nhóm hộ nông nghiệp thành thị. Tác động này làm giảm sự chênh lệch giàu nghèo giữa khu vực nông thôn và thành thị, giảm sự chênh lệch giữa các hộ có thu nhập cao và các hộ thu nhập thấp, góp phần tạo sự công bằng trong xã hội.



Hình 8. Tỷ lệ % thay đổi phúc lợi của các nhóm hộ gia đình.

Kết luận

Sử dụng mô hình DCGE, bộ dữ liệu SAM2012 cùng với phần mềm GAMS, nghiên cứu này đã lượng hóa mức độ tác động của giảm thuế suất thuế nhập khẩu trong VJEPA đến các ngành và cả nền kinh tế trong dài hạn. Kết quả chính được rút ra như sau:

1. Giảm thuế suất thuế nhập khẩu trong VJEPA làm cho nền kinh tế Việt Nam tăng trưởng trong dài hạn. Trong đó, nhóm ngành công nghiệp tăng trưởng mạnh, đặc biệt là ngành da giày, sản xuất máy móc thiết bị phụ tùng và ngành luyện kim.

2. Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam - Nhật Bản tăng trong dài hạn. Trong đó, kim ngạch nhập khẩu từ Nhật Bản có xu hướng tăng hơn so với kim ngạch xuất khẩu sang Nhật Bản. Mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam: da giày, dầu thô, máy móc thiết bị phụ tùng. Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu: thủy sản và đồ gỗ.

3. Thu ngân sách giảm, tuy nhiên trong dài hạn thu ngân sách được cải thiện do tăng thu từ các sắc thuế khác.

4. Sự tác động của giảm thuế suất thuế nhập khẩu trong VJEPA sẽ làm gia tăng phúc lợi hộ gia đình và giảm khoảng cách giàu nghèo.

LỜI CẢM ƠN

Bài viết là sản phẩm của đề tài cấp quốc gia KX.01.20/16-20 thuộc Chương trình KH&CN trọng điểm cấp quốc gia KX.01/16-20. Nhóm tác giả xin chân thành cảm ơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] World Bank (2002), *Building institutions for markets*, World Development Report 2002.
- [2] A.O. Krueger (1997), "Free trade agreements versus customs unions", *Journal of Development Economics*, **54**(1), pp.169-187.
- [3] A. Santos-Paulino, A.P. Thirlwall (2004), "The impact of trade liberalisation on exports, imports and the balance of payments of developing countries", *The Economic Journal*, **114**(493), pp.50-72.
- [4] K. Itakura & H. Lee (2015), *Applied general equilibrium analysis of mega-regional free trade initiatives in the Asia-Pacific*, OSIPP Discussion Papers.
- [5] P.A. Petri & M.G. Plummer (2016), *The Economics of Analyzing the TPP*, Peterson Institute for International Economics Working Paper No. 16-2; East-West Center Workshop on Mega-Regionalism - New Challenges for Trade and Innovation.
- [6] G. Wignaraja, P. Morgan, M.G. Plummer & F. Zhai (2015), *Economic implications of deeper South Asian-Southeast Asian Integration: A CGE approach*, Asian Economic Papers.
- [7] T. Nguyen Manh (2005), *The long-term effect of trade liberalization on income distribution in Vietnam: A multi-household dynamic computable general equilibrium approach*, Kobe University, Japan.
- [8] Trương Bá Thanh (2009), *DCGE ứng dụng trong nghiên cứu cơ cấu ngành và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam*, Nxb Đà Nẵng, Đà Nẵng.
- [9] J. Cassing và cộng sự (2010), *Báo cáo Đánh giá tác động của các hiệp định thương mại tự do đối với kinh tế Việt Nam*, Hà Nội, Việt Nam.
- [10] Nguyễn Đức Thành và Nguyễn Thị Thu Hằng (2015), *Tác động của TPP và AEC lên nền kinh tế Việt Nam*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
- [11] Viện Chiến lược phát triển (2008), *Đánh giá tác động của gia nhập WTO tới nền kinh tế Việt Nam sử dụng DCGE (CGE)*, Diễn đàn kinh tế và tài chính, Khóa họp lần 7, Triển vọng phát triển của Việt Nam một năm sau khi gia nhập WTO, Đà Nẵng.
- [12] Bùi Đức Hưng (2010), *Phát triển quan hệ thương mại đầu tư giữa Việt Nam và Nhật Bản trong bối cảnh hình thành hiệp định thương mại song phương giữa hai nước*, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.
- [13] Đoàn Thị Bích Thủy (2014), *Nghiên cứu xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản sau Hiệp định đối tác kinh tế giữa hai nước*, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [14] N. Hosoe (2001), *Computable General Equilibrium with GAMS*, National Graduate Institute for Policy Studies.
- [15] K. Chen (2004), *An Illustrative CGE model*, Graduate School of International Corporation Studies (GSICS), Kobe University, Japan.
- [16] CIEM (2016), *Ma trận hạch toán xã hội (SAM) Việt Nam năm 2012*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.

Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ do nữ làm chủ tiếp cận với thị trường quốc tế ở Việt Nam

Tạ Minh Thảo^{1*}, Lê Hương Linh²

¹*Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương*

²*Khoa Quốc tế, Đại học Quốc gia Hà Nội*

Ngày nhận bài 31/7/2020; ngày chuyển phản biện 3/8/2020; ngày nhận phản biện 28/8/2020; ngày chấp nhận đăng 31/8/2020

Tóm tắt:

Thương mại điện tử (TMĐT) mang lại cơ hội thuận lợi tiếp cận trực tiếp thị trường nước ngoài, tuy nhiên nhiều doanh nghiệp vẫn gặp rào cản trong việc tận dụng những lợi ích do TMĐT đem lại, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ (DNNVSN) do phụ nữ làm chủ. Nghiên cứu này khảo sát 151 DNNVSN từ tháng 1 đến tháng 4/2020 tại Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Thái Nguyên và Lâm Đồng nhằm: (i) Rà soát các chính sách khuyến khích ứng dụng TMĐT trong sản xuất - kinh doanh của DNNVSN do phụ nữ làm chủ để đánh giá có sự tiếp cận công bằng hay không của các đối tượng doanh nghiệp này; (ii) Phân tích những hạn chế của DNNVSN do phụ nữ làm chủ khi áp dụng TMĐT, có phân tích so sánh với DNNVSN do nam làm chủ; và (iii) Trên cơ sở phân tích đánh giá đưa ra khuyến nghị chính sách cho thời gian tới.

Từ khóa: chính sách, doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ do phụ nữ làm chủ, thương mại điện tử.

Chỉ số phân loại: 5.2

Mở đầu

Các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ thường bị hạn chế khi khai thác những lợi thế của công nghệ trong thời đại kỹ thuật số. Số liệu điều tra doanh nghiệp của WB (World Bank's Enterprise Survey's dataset) cho thấy, doanh nghiệp do nữ làm chủ sử dụng email thấp hơn 12% so với doanh nghiệp do nam làm chủ. Trên thế giới đã xuất hiện các sáng kiến/chương trình tìm cách kết nối các DNNVSN do nữ làm chủ với thị trường, trao đổi kinh nghiệm thông qua sử dụng công nghệ, nâng cao nhận thức của nữ doanh nhân về kỹ thuật số và đề xuất những hành động vượt qua rào cản về mặt giới tính. Ví dụ, Mobile Technology Programme là một chương trình của Quỹ Cherie Blair dành cho phụ nữ nhằm tận dụng công nghệ di động để hỗ trợ các doanh nhân nữ trở thành chủ doanh nghiệp thành công. Chương trình này cung ứng 3 mô hình hỗ trợ phụ nữ đã đem lại lợi ích cho hơn 115.000 phụ nữ: (i) 1.500 phụ nữ được hỗ trợ để quản lý chuỗi cung ứng nông nghiệp thông qua một ứng dụng di động (tại Ấn Độ); (ii) 100.500 phụ nữ được đào tạo về kinh doanh qua điện thoại di động; (iii) 3.000 đại lý tài chính di động được đào tạo ở châu Phi. WEConnect International [1] là một mạng lưới toàn cầu kết nối trực tuyến các doanh nhân nữ từ các quốc gia với các tập đoàn đa quốc gia, đã cung cấp một nền tảng website để dù ở bất kỳ đâu các nữ doanh nhân cũng đều có thể đăng ký tham gia nếu đáp ứng được yêu cầu. Thông qua việc đăng ký, các công ty có ít nhất 51% vốn do phụ nữ sở hữu sẽ được xác định, đào tạo và chứng nhận... Bên cạnh đó, ở quy mô quốc gia, có các chương trình của Cameroon (Femmes Digitales), Chilê (ChileCompra), Tanzania (Apps And Girls), Malaysia

(WED) cung cấp các khóa hỗ trợ đào tạo, tài chính, mô hình kinh doanh cho giới nữ. Nghiên cứu này tập trung khảo sát về ứng dụng TMĐT trong DNNVSN do nữ làm chủ ở Việt Nam, từ đó đưa ra một số khuyến nghị có liên quan.

Nghiên cứu hoạt động kinh doanh và ứng dụng TMĐT của DNNVSN do nữ làm chủ ở Việt Nam

Nghiên cứu của AlphaBeta (2018) [2] về áp dụng TMĐT cho biết doanh số kinh doanh trên nền tảng TMĐT của các doanh nghiệp Việt Nam ước đạt 97 nghìn tỷ đồng (4,3 tỷ đô la Mỹ), chiếm 2% tổng giá trị xuất khẩu của năm 2017. Nếu không có rào cản đối với thương mại trên nền tảng số, ước tính xuất khẩu số của Việt Nam có thể tăng trưởng 570%, đạt 652 nghìn tỷ đồng (28,7 tỷ USD) vào năm 2030. Hiện nay, các sàn TMĐT trong nước như Lazada, Tiki, Sendo, Shopee... đã giúp các doanh nghiệp tiếp cận dễ dàng, thuận lợi với thị trường trong nước. Các sàn TMĐT nước ngoài như Amazon, eBay, Alibaba đã giúp nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia tiếp cận trực tiếp thị trường nước ngoài. Với những nền tảng này, TMĐT được kỳ vọng sẽ giúp thay đổi nhanh chóng về hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung.

Có thể thấy tiềm năng phát triển sản xuất - kinh doanh dựa vào ứng dụng TMĐT là khả quan, tuy nhiên theo báo cáo Chỉ số thương mại điện tử năm 2019 cho thấy hiện có những khó khăn được cho là xuất phát từ phía năng lực của các doanh nghiệp nói chung, làm ảnh hưởng đến hoạt động TMĐT của doanh nghiệp, đó là: (i) Thiếu nguồn nhân lực, nhất là trong lĩnh vực quản trị website và sản giao dịch TMĐT; (ii) Không chú trọng đầu tư vào phần

*Tác giả liên hệ: Email: minhthaota19@gmail.com

Application of e-commerce in women-owned micro and small enterprises in Vietnam to access international markets

Minh Thao Ta^{1*}, Huong Linh Le²

¹Central Institute for Economic Management

²International School, Vietnam National University, Hanoi

Received 31 July 2020; accepted 31 August 2020

Abstract:

E-commerce is an opportunity to bring favourable direct access to foreign markets, but many businesses still face barriers in taking advantage of the benefits of e-commerce, especially businesses in women-owned micro and small enterprises (MSEs). This study surveyed 151 MSEs from January to April 2020 in Hanoi, Ho Chi Minh city, Thai Nguyen and Lam Dong provinces in order to i) Review policies to encourage e-commerce application of production - business focusing on women-owned MSEs to analyse whether they have equal access to these businesses; (ii) Analyse the limitations of women-owned MSEs when applying e-commerce with comparative analysis of the MSEs owned by men; (iii) Suggest some policy recommendations in the coming time.

Keywords: e-commerce, policy, women-owned MSEs.

Classification number: 5.2

mềm; (iii) Nhiều doanh nghiệp không có website; (iv) Ít doanh nghiệp tham gia vào sàn TMĐT. Từ năm 2011, báo cáo Chỉ số TMĐT được thực hiện hàng năm nhưng chỉ đề cập những khó khăn chung của các doanh nghiệp mà chưa có những phân tích cụ thể về những khó khăn trong ứng dụng TMĐT của các doanh nghiệp do nữ làm chủ nói chung và DNNVSN do nữ làm chủ nói riêng.

Theo số liệu điều tra doanh nghiệp năm 2016 của Tổng cục Thống kê, Việt Nam có 482.350 DNNVSN (chiếm 93% tổng số doanh nghiệp), trong đó 27% là DNNVSN do phụ nữ làm chủ. Cũng như phụ nữ ở các lĩnh vực khác, phụ nữ là chủ doanh nghiệp phải cố gắng nhiều hơn các đồng nghiệp nam vì họ có nhiều “vai” trong cuộc sống. Một số nghiên cứu về doanh nghiệp do nữ làm chủ đã cố gắng nhận định các đặc điểm, thách thức của doanh nhân nữ Việt Nam.

IFC (2017) đã khảo sát, phỏng vấn 500 chủ doanh nghiệp hoặc

quản lý cấp cao [3], bao gồm 322 doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và 178 doanh nghiệp do nam giới làm chủ nhằm mục đích xác định nhu cầu tài chính của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và những khó khăn khi vay vốn ngân hàng; giúp các ngân hàng hiểu rõ hơn về các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và xác định các nhu cầu phi tài chính của các nữ là chủ doanh nghiệp nhỏ và vừa liên quan đến khởi sự, vận hành và tăng trưởng doanh nghiệp. Phát hiện của nghiên cứu cho thấy, nhìn chung môi trường đầu tư kinh doanh ở Việt Nam hỗ trợ phụ nữ kinh doanh, và những thách thức gặp phải không có sự khác biệt giữa các doanh nghiệp do nữ và do nam làm chủ trong điều hành kinh doanh. Một điều thú vị của nghiên cứu này là phát hiện ra 7 quan điểm sai lầm đã hạn chế sự phát triển kinh doanh của doanh nhân nữ, có thể kể đến như sau: các doanh nhân nữ ngại rủi ro trong tìm kiếm tài trợ hơn so với các doanh nhân nam; phụ nữ chỉ tập trung vào các hoạt động kinh doanh nhỏ như “công việc tay trái”; phụ nữ có con không có thời gian để lãnh đạo doanh nghiệp; phụ nữ có những ưu tiên khác và ít có khả năng trả nợ hơn so với nam giới; phụ nữ chỉ làm việc trong các doanh nghiệp gia đình và phần lớn do nam giới làm chủ; phụ nữ cần được đào tạo về tài chính nhiều hơn so với nam giới; và phụ nữ không có thời gian cho học hỏi và xây dựng mạng lưới. Nghiên cứu này đưa ra khuyến nghị chủ yếu cho các ngân hàng nhằm phát huy phân khúc khách hàng là các doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ và ghi nhận đầy đủ đóng góp của doanh nghiệp do nữ làm chủ vào nền kinh tế Việt Nam.

Lê Quang Cảnh và cộng sự (2016) [4] đã nêu lên những đặc điểm chính của doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ ở Việt Nam như sau: (i) Chủ yếu là doanh nghiệp siêu nhỏ (72%) và nhỏ (27%), chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ; (ii) Có tỷ lệ lao động là nữ lớn hơn các doanh nghiệp do nam làm chủ; (iii) Doanh nghiệp do nữ làm chủ liên chính hơn so với đồng nghiệp nam. Những thách thức chủ yếu của doanh nghiệp do nữ làm chủ được phát hiện là: (i) Thiếu kiến thức, kỹ năng về quản trị doanh nghiệp, nhân sự, tài chính, marketing; (ii) Tiếp cận nguồn vốn, thị trường còn hạn chế; (iii) Khó khăn trong xây dựng mạng lưới khách hàng, quan hệ kinh doanh; (iv) Khó cân bằng giữa công việc quản lý doanh nghiệp với quản lý gia đình; (v) Ít thời gian hơn nam doanh nhân trong việc kinh doanh.

VCCI (2019) [5] thông qua điều tra khoảng 10.000 doanh nghiệp tại 63 tỉnh/thành phố để tìm hiểu về những khó khăn các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ đang gặp phải cho biết, khó khăn lớn nhất hiện nay là tìm kiếm khách hàng (63%). Như vậy phát triển TMĐT là một giải pháp để giúp các doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với khách hàng một cách dễ dàng hơn.

Theo rà soát của nhóm nghiên cứu, hiện chưa có nghiên cứu nào liên quan đến việc áp dụng TMĐT của các DNNVSN do nữ làm chủ tại Việt Nam. Trong khi một số nghiên cứu trên thế giới đã đề cập, phát hiện nhiều thách thức gặp phải của các DNNVSN do nữ làm chủ khi áp dụng kinh doanh trực tuyến..., chính vì vậy có nhiều sáng kiến/chương trình đã được thực hiện để kết nối các DNNVSN do phụ nữ làm chủ với thị trường dựa trên ứng dụng TMĐT ở cấp toàn cầu, cấp vùng và cấp quốc gia.

Phân tích kết quả từ số liệu điều tra hoạt động kinh doanh và ứng dụng TMĐT của DNNVSN do nữ làm chủ ở Việt Nam

Hoạt động kinh doanh và ứng dụng TMĐT của DNNVSN do nữ làm chủ ở Việt Nam

Nhóm nghiên cứu đã thực hiện điều tra 151 DNNVSN¹ trên địa bàn Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Lâm Đồng, Thái Nguyên, trong đó có 73 doanh nghiệp do nam làm chủ và 78 doanh nghiệp do nữ làm chủ để tìm hiểu về nhu cầu, những khó khăn, thách thức khi áp dụng TMĐT phát triển sản xuất - kinh doanh. Trong số các doanh nghiệp được khảo sát có: (i) 38,4% doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu và chủ yếu là xuất khẩu trực tiếp. Thị trường xuất khẩu chính: Mỹ, Tây Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN, Trung Quốc, Đài Loan; (ii) 63,2% doanh nghiệp hoạt động trong các ngành sản xuất gồm may mặc, chế biến thực phẩm, đồ gốm, mây tre đan, đồ thủ công mỹ nghệ, còn lại hoạt động trong ngành xây dựng, thương mại và vận tải. Theo kết quả điều tra, hầu hết các doanh nghiệp (98,7%) sử dụng Internet phục vụ công việc, trung bình có 32,1% lao động thường xuyên sử dụng Internet phục vụ công việc. Tuy nhiên con số này là khác nhau ở các ngành nghề, ở lĩnh vực sản xuất là 24,3%; trong khi lĩnh vực thương mại, dịch vụ, xây dựng, vận tải con số này là 44,6%. Các doanh nghiệp phần lớn sử dụng Internet để gửi/nhận email giao dịch với khách hàng (98,0%) và tìm kiếm thông tin (97,7%). Tỷ trọng doanh nghiệp cập nhật thông tin trên website (31,1%) và kinh doanh trên sàn TMĐT (31,8%) là thấp. Điều này cho thấy việc ứng dụng TMĐT trong sản xuất kinh doanh còn khiêm tốn. Các hoạt động chủ yếu của TMĐT như giao dịch, đặt hàng, thanh toán, và giao hàng còn hạn chế. Trong đó, doanh nghiệp do nữ làm chủ có tỷ lệ cao hơn đáng kể trong việc sử dụng Internet để: (i) Điều hành doanh nghiệp; (ii) Kinh doanh trên sàn TMĐT và (iii) Cập nhật thông tin trên website của doanh nghiệp so với các đồng nghiệp nam (bảng 1).

Bảng 1. Tỷ lệ doanh nghiệp sử dụng Internet cho các hoạt động.

Hoạt động	Tất cả doanh nghiệp được khảo sát	Doanh nghiệp do nam làm chủ	Doanh nghiệp do nữ làm chủ
Gửi/nhận email giao dịch với khách hàng	98,0	100,0	96,2
Tìm kiếm thông tin	94,7	95,9	93,6
Quảng cáo trên mạng xã hội	57,6	49,3	65,4
Điều hành doanh nghiệp	49,7	41,1	57,7
Kinh doanh trên sàn TMĐT	31,8	20,5	42,3
Cập nhật thông tin trên website của doanh nghiệp	31,1	23,3	38,5

Nguồn: điều tra doanh nghiệp về ứng dụng TMĐT tháng 4/2020, đơn vị tính: %.

Bảng 2 là số liệu về mức độ thuận lợi áp dụng TMĐT phân theo doanh nghiệp do nữ làm chủ và doanh nghiệp do nam làm chủ.

¹Đối tượng nghiên cứu là các DNNVSN, phân loại doanh nghiệp căn cứ theo Nghị định số 39/2018/NĐ-CP ngày 11/3/2018.

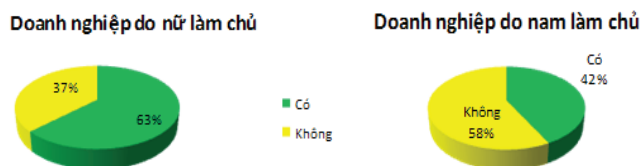
Bảng 2. Cho điểm về mức độ thuận lợi áp dụng TMĐT phân theo DNNVSN do nữ và nam làm chủ.

Nội dung	Điểm trung bình	
	Doanh nghiệp do nữ làm chủ	Doanh nghiệp do nam làm chủ
Hạ tầng kết nối Internet và công nghệ thông tin	2,67	2,63
Hạ tầng thanh toán online	2,49	2,40
Tìm kiếm lao động có kỹ năng/chuyên môn về TMĐT	2,51	2,21
Quy định về giao dịch điện tử, khuyến khích giao dịch điện tử	2,40	2,25
Quy định chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử	2,27	2,16
Quy định khuyến khích không dùng tiền mặt trong thanh toán	2,23	2,16
Quy định khuyến khích thành lập và kinh doanh trực tuyến	2,21	2,16
Quy định tiếp cận dữ liệu và dịch vụ số	2,17	2,10
Quy định về thủ tục hải quan cho các bưu kiện hàng hóa nhỏ/bưu kiện có giá trị thấp	2,15	2,06
Quy định về bảo vệ người tiêu dùng mua sắm trực tuyến theo tiêu chuẩn quốc tế	2,07	2,06
Quy định giải quyết tranh chấp giữa doanh nghiệp và khách hàng trực tuyến	2,03	2,07
Quy định về sở hữu trí tuệ	2,00	2,00

Nguồn: điều tra doanh nghiệp về ứng dụng TMĐT tháng 4/2020, đơn vị tính: %.

Mức độ thuận lợi cho áp dụng TMĐT của DNNVSN do nữ làm chủ và nam làm chủ khác nhau không đáng kể. Cụ thể, trừ quy định về sở hữu trí tuệ là giống nhau, còn trong các quy định còn lại, doanh nghiệp do nữ làm chủ có mức độ thuận lợi cao hơn chưa đến 0,1 điểm so với doanh nghiệp do nam làm chủ.

Trong việc xây dựng và quản lý nội dung website, 37% doanh nghiệp do nữ làm chủ cho rằng không gặp khó khăn và tương ứng số doanh nghiệp do nam làm chủ là 58% (hình 1).



Hình 1. Khó khăn trong việc xây dựng và quản lý nội dung website.

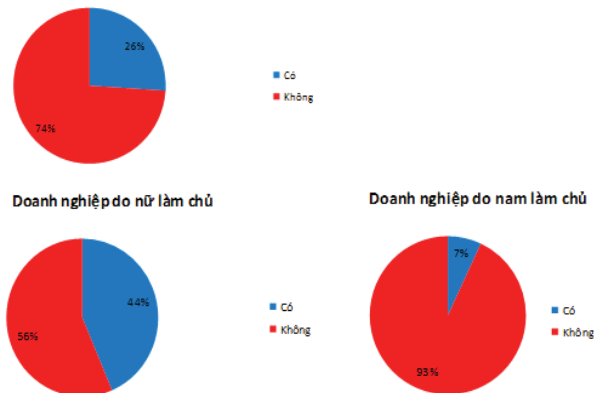
Nguồn: điều tra doanh nghiệp về ứng dụng TMĐT tháng 4/2020.

Mặt khác, trong TMĐT, dịch vụ hậu cần, giao hàng, vận chuyển hàng là một khâu vô cùng quan trọng, nhưng có khoảng 2/3 doanh nghiệp không gặp khó khăn gì (74%). Tuy nhiên, khi phân biệt về giới cho thấy có sự khác biệt lớn, hầu như các doanh

²Các phân tích DNNVSN do nam và nữ làm chủ tính theo tỷ trọng số doanh nghiệp được điều tra được phân loại theo giới tính.

ngành do nam làm chủ không gặp khó khăn (93%), trong khi chỉ có 56% doanh nghiệp nữ trả lời là không gặp khó khăn, nghĩa là có tới 44% gặp khó khăn về vấn đề này (hình 2).

Tất cả các doanh nghiệp được khảo sát



Hình 2. Khó khăn trong việc tìm kiếm/sử dụng dịch vụ hậu cần, giao hàng, vận chuyển.

Nguồn: điều tra doanh nghiệp về ứng dụng TMĐT tháng 4/2020, đơn vị tính: %.

Về tham gia sàn TMĐT, đa số các doanh nghiệp đều cho biết không gặp khó khăn (82,2%). Đối với các doanh nghiệp trả lời có gặp khó khăn thì tỷ trọng doanh nghiệp do nữ làm chủ trả lời gặp khó khăn cao hơn doanh nghiệp do nam làm chủ. Đối với các doanh nghiệp trả lời gặp khó khăn thì có 2 khó khăn chính sau: thiếu nhân lực có trình độ ngoại ngữ để tiếp cận được với thị trường nước ngoài và thiếu nhân lực có kỹ năng chuyên môn về TMĐT (bảng 3).

Bảng 3. Tỷ trọng doanh nghiệp trả lời về khó khăn khi tham gia sàn TMĐT.

Trả lời	Tất cả các doanh nghiệp được khảo sát	Doanh nghiệp do nữ làm chủ	Doanh nghiệp do nam làm chủ
Có	17,8	28,0	12,5
Không	82,2	72,0	87,5

Nguồn: điều tra doanh nghiệp về ứng dụng TMĐT tháng 4/2020, đơn vị tính: %.

Lý do gặp khó khăn trong việc xây dựng và quản lý nội dung website của doanh nghiệp được mô tả trong bảng 4.

Bảng 4. Lý do gặp khó khăn trong việc xây dựng và quản lý nội dung website.

Lý do	Doanh nghiệp do nữ làm chủ	Doanh nghiệp do nam làm chủ
Lo lắng về vấn đề an toàn và bảo mật đối với thanh toán trực tuyến khi bán hàng qua website	57,1	45,2
Đầu tư xây dựng và duy trì website tốn kém	63,3	32,3
Thiếu nhân lực để đăng tải và quản lý nội dung trên website (như mô tả và chụp hình sản phẩm)	81,6	67,7

Nguồn: điều tra doanh nghiệp về ứng dụng TMĐT tháng 4/2020, đơn vị tính: %.

Các hình thức bán hàng áp dụng TMĐT của doanh nghiệp được mô tả ở bảng 5. Theo đó, có sự khác biệt giữa doanh nghiệp do nữ làm chủ và doanh nghiệp do nam làm chủ, tỷ trọng doanh nghiệp do nữ làm chủ sử dụng sàn TMĐT trong nước để bán hàng cao gấp gần 3 lần doanh nghiệp do nam làm chủ, trong khi tỷ lệ doanh nghiệp do nam làm chủ sử dụng sàn TMĐT nước ngoài cao hơn 1,8 lần so với doanh nghiệp nữ.

Bảng 5. Các hình thức bán hàng.

		B2B	B2C	Sàn TMĐT trong nước*	Sàn TMĐT nước ngoài**	Website doanh nghiệp
Tất cả doanh nghiệp được khảo sát	Đã tham gia/Thực hiện	46,3	43,3	22,1	7,5	32,6
	Đã biết/đã tìm hiểu	51,7	55,3	70,5	78,2	58,3
	Chưa biết thông tin	2,0	1,3	7,4	14,3	9,0
	Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0	91,0
Doanh nghiệp do nữ làm chủ	Đã tham gia/Thực hiện	64,5	61,0	32,5	5,3	43,8
	Đã biết/đã tìm hiểu	32,9	37,7	57,1	78,9	45,2
	Chưa biết thông tin	2,6	1,3	10,4	15,8	11,0
	Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Doanh nghiệp do nam làm chủ	Đã tham gia/Thực hiện	27,4	24,7	11,1	9,9	21,1
	Đã biết/đã tìm hiểu	71,2	74,0	84,7	77,5	71,8
	Chưa biết thông tin	1,4	1,4	4,2	12,7	7,0
	Tổng	100	100	100	100	100

Nguồn: điều tra doanh nghiệp về ứng dụng TMĐT tháng 4/2020, đơn vị tính: %.

*: Tiki, Sendo, Shopee, Lazada... **: Amazon, Alibaba, Ebay...

Để đánh giá về hiệu quả khi tham gia vào TMĐT, nhóm nghiên cứu đã đề nghị các doanh nghiệp đánh giá kết quả sản xuất - kinh doanh và tương tác với khách hàng trực tuyến đã thay đổi như thế nào sau khi tham gia vào TMĐT³, và cho kết quả ở bảng 6.

Bảng 6. Hiệu quả tham gia TMĐT.

	Tất cả doanh nghiệp được khảo sát		Doanh nghiệp do nữ làm chủ		Doanh nghiệp do nam làm chủ	
	Tăng	Giảm	Tăng	Giảm	Tăng	Giảm
Tổng doanh thu	93,2	2,3	96,6	0,0	86,7	6,7
Doanh thu từ xuất khẩu	84,1	2,3	86,2	0,0	80,0	6,7
Lượng truy cập website của doanh nghiệp	84,1	0,0	82,8	0,0	86,7	0,0
Xuất hiện trên google search	77,3	0,0	86,2	0,0	60,0	0,0
Chi phí xuất khẩu trực tuyến so với xuất khẩu truyền thống	22,7	40,9	27,6	34,5	13,3	53,3

Nguồn: điều tra doanh nghiệp về ứng dụng TMĐT tháng 4/2020, đơn vị tính: %.

Phần lớn các doanh nghiệp đã tham gia TMĐT đánh giá TMĐT giúp tăng doanh thu (93,2%). Ở đây, không thấy sự khác biệt về hiệu quả tác động của TMĐT giữa doanh nghiệp do nữ làm chủ và

³Tỷ trọng được tính bằng số doanh nghiệp lựa chọn trên tổng số doanh nghiệp (trong phiếu điều tra không có câu hỏi để phân biệt các doanh nghiệp tham gia TMĐT hay chưa).

do nam làm chủ khi đánh giá hiệu quả TMĐT dựa trên doanh thu, doanh thu từ xuất khẩu, lượng truy cập website của doanh nghiệp và xuất hiện trên google search. Chỉ khi đánh giá so sánh về chi phí thì tỷ trọng doanh nghiệp do nữ làm chủ cho là chi phí xuất khẩu trực tuyến so với xuất khẩu truyền thống giảm thấp hơn nhiều so với doanh nghiệp do nam làm chủ.

Một số nhận xét

Nhìn chung, hiểu biết về TMĐT, kinh doanh trên nền tảng số, xuất khẩu trên nền tảng số của doanh nghiệp do nữ làm chủ cũng không khác biệt lớn so với đồng nghiệp nam, các doanh nghiệp do nữ làm chủ và nam làm chủ cũng không có nhiều khác biệt khi đề cập đến thách thức áp dụng TMĐT nói chung và áp dụng TMĐT trong xuất khẩu nói riêng. Tuy nhiên, khác biệt của doanh nghiệp do nữ làm chủ và nam làm chủ khi áp dụng TMĐT trong sản xuất - kinh doanh ở Việt Nam là: *Thứ nhất*, doanh nghiệp do nữ làm chủ có tỷ trọng cao hơn đáng kể trong sử dụng Internet để: (i) Điều hành doanh nghiệp; (ii) Kinh doanh trên sàn TMĐT; (iii) Cập nhật thông tin trên website của doanh nghiệp; (iv) Quảng cáo trên mạng xã hội. *Thứ hai*, doanh nghiệp do nữ làm chủ gặp khó khăn nhiều hơn so với đồng nghiệp nam trong việc xây dựng và quản lý nội dung website. *Thứ ba*, trong dịch vụ hậu cần, giao hàng, vận chuyển hàng có sự khác biệt lớn giữa hai giới, tỷ trọng doanh nghiệp do nữ làm chủ gặp khó khăn hơn rất nhiều so với đồng nghiệp nam. *Thứ tư*, tỷ trọng doanh nghiệp do nữ làm chủ sử dụng sàn TMĐT trong nước để bán hàng cao gấp gần 3 lần doanh nghiệp do nam làm chủ, trong khi tỷ lệ doanh nghiệp do nam làm chủ sử dụng sàn TMĐT nước ngoài cao hơn 1,8 lần so với đồng nghiệp nữ.

Kết luận và khuyến nghị

Từ các kết quả trên, nhóm nghiên cứu rút ra một số kết luận và khuyến nghị một số giải pháp để tháo gỡ những khó khăn cho doanh nghiệp nói chung và DNNVSN do phụ nữ làm chủ nói riêng như sau:

DNNVSN do nữ làm chủ vốn ít có tiếng nói trong xã hội. Sự xuất hiện của những doanh nghiệp này không thường xuyên trên các phương tiện thông tin đại chúng thể hiện hai vấn đề. Trước hết, các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ cần chủ động có tiếng nói, những hoạt động bài bản nhằm kêu gọi sự chú ý và từ đó giành được quyền lợi của mình trong các chương trình hỗ trợ của Nhà nước, xã hội. Bên cạnh đó, về phía cơ quan quản lý nhà nước cũng cần nhìn nhận đúng đắn tầm quan trọng phát triển TMĐT đối với các DNNVSN do phụ nữ làm chủ. Sự thiếu gắn kết xuất hiện từ

cả hai phía (Nhà nước và doanh nghiệp) khiến thông tin về các chương trình, chính sách hỗ trợ, đào tạo chưa tới được DNNVSN do phụ nữ làm chủ.

Tăng nguồn lực cho hoạt động hỗ trợ DNNVSN do phụ nữ làm chủ tham gia TMĐT tại cả Trung ương và địa phương. Hoạt động hỗ trợ DNNVSN tham gia TMĐT tập trung vào đối tượng này là hướng tới đối tượng doanh nghiệp yếu thế trong xã hội, cần phải có sự đầu tư về nguồn lực (nhân lực và tài chính) mới có thể triển khai được các quy định của pháp luật và phát huy được quyền và lợi ích hợp pháp của DNNVSN do phụ nữ làm chủ cũng như đảm bảo môi trường kinh doanh lành mạnh, không rơi vào “bẫy” phân biệt đối xử với các thành phần doanh nghiệp khác.

Trong điều kiện nguồn lực hạn chế, các tổ chức như Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, các hiệp hội ngành nghề cần quan tâm phối hợp với các cơ quan nhà nước trong các dự án/chương trình để đưa nội dung hỗ trợ DNNVSN do nữ làm chủ tăng cường ứng dụng TMĐT trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, xuất khẩu trong thời gian tới.

Sắp tới, để hỗ trợ DNNVSN do nữ làm chủ ở Việt Nam tăng cường năng lực ứng dụng TMĐT trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, xuất khẩu trên thị trường trong và ngoài nước, nhóm nghiên cứu có một số đề xuất: i) Nghiên cứu tiếp cận với một số sáng kiến/chương trình toàn cầu hỗ trợ cho các doanh nghiệp nữ, trong đó lưu ý các sáng kiến/chương trình hỗ trợ áp dụng TMĐT trong sản xuất - kinh doanh và xuất khẩu; ii) Xây dựng chương trình hỗ trợ cho nhà xuất khẩu là nữ; iii) Triển khai các chương trình đào tạo, hỗ trợ cho DNNVSN do phụ nữ làm chủ ứng dụng TMĐT trực tiếp trong sản xuất - kinh doanh và xuất khẩu; iv) Xây dựng website doanh nghiệp, tiếp cận sàn TMĐT nước ngoài.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] <https://weconnectinternational.org/en/> (truy cập ngày 2/3/2020).
- [2] AlphaBeta (2019), *The data revolution: how Vietnam can capture the digital trade opportunity at home and abroad*, Working paper supported by the Hinrich Foundation, in collaboration with the Central Institute for Economic Management (CIEM), p.43.
- [3] IFC (2017), *Doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam: nhận thức và tiềm năng*, Báo cáo nghiên cứu trong khuôn khổ đề tài do WB tài trợ, tr.80.
- [4] Lê Quang Cảnh và cộng sự (2016), *Doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam: thực trạng và khuyến nghị chính sách*, Báo cáo nghiên cứu được tài trợ bởi ADB và Chính phủ Úc, tr.39.
- [5] VCCI (2019), *Báo cáo kinh doanh tại Việt Nam: đánh giá của các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ*, Báo cáo tóm tắt, tr.24.

Bảo hiểm nuôi trồng thủy sản ở Trung Quốc và hàm ý chính sách đối với Việt Nam

Nguyễn Xuân Trinh*, Trịnh Văn Tiến, Nguyễn Mạnh Cường

Viện Kinh tế và Quy hoạch Thủy sản

Ngày nhận bài 5/8/2020; ngày chuyển phản biện 10/8/2020; ngày nhận phản biện 14/9/2020; ngày chấp nhận đăng 22/9/2020

Tóm tắt:

Bảo hiểm (BH) đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển ổn định và bền vững của lĩnh vực nuôi trồng thủy sản (NTTS). Kể từ năm 2012 đến nay, Chính phủ Trung Quốc đã triển khai Chương trình thí điểm BH NTTS với nhiều sản phẩm và mô hình BH, qua đó hình thành được thị trường BH và thu hút đông đảo đối tượng từ phía cung và cầu tham gia; trong đó BH theo chỉ số thời tiết là phương pháp được áp dụng với nhiều đối tượng NTTS và đạt được kết quả khả quan. Nghiên cứu, đúc rút kinh nghiệm triển khai BH NTTS ở Trung Quốc là cơ sở giúp cho các nhà nghiên cứu và hoạch định chính sách tìm kiếm và đề xuất các giải pháp nhằm phát triển thị trường BH NTTS tại Việt Nam.

Từ khóa: bảo hiểm, nuôi trồng thủy sản, rủi ro, Trung Quốc.

Chỉ số phân loại: 5.2

Đặt vấn đề

NTTS là ngành sản xuất chịu nhiều rủi ro từ thiên tai. Rủi ro không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến người sản xuất mà còn ảnh hưởng đến chuỗi sản xuất và an ninh lương thực của toàn xã hội [1]. Tham gia BH không chỉ người nông dân và doanh nghiệp BH có lợi mà các tổ chức tài chính, ngân hàng cũng có lợi (giúp đảm bảo chắc chắn các nguồn vốn vay, giảm nợ xấu); Nhà nước khơi thông được nguồn vốn vào hoạt động sản xuất [2]. Tuy nhiên, tổng kết 3 năm thực hiện Quyết định 315/QĐ-TTg ngày 1/3/2011 của Thủ tướng Chính phủ về thí điểm bảo hiểm nông nghiệp (BHNN) cho thấy lĩnh vực NTTS có tỷ lệ thất thu trong BH là hơn 300% [3]. Điều này cho thấy những khó khăn trong việc xây dựng và triển khai chính sách BH NTTS ở Việt Nam.

BH NTTS đã được nhiều nước trên thế giới quan tâm, nghiên cứu. Tuy nhiên các mô hình áp dụng chủ yếu vẫn là các mô hình thí điểm. Đối với Việt Nam, trong bối cảnh tác động gia tăng của thiên tai và biến đổi khí hậu, vai trò của BH đối với NTTS trở nên quan trọng hơn, do đó việc nghiên cứu tìm kiếm các giải pháp thúc đẩy BH NTTS là rất cần thiết, nhằm giảm thiểu thiệt hại do rủi ro thiên tai, góp phần đảm bảo sản xuất ổn định và bền vững lĩnh vực thủy sản hiện nay.

Chương trình thí điểm BH NTTS ở Trung Quốc

Trung Quốc là quốc gia dẫn đầu thế giới về quy mô và sản lượng NTTS. Trong những năm qua, Chương trình thí điểm BH NTTS được thực hiện ở nhiều nơi với nhiều mô hình khác nhau và đã đạt được những kết quả nhất định, đóng góp tích cực cho phát triển lĩnh vực NTTS của nước này.

Tóm lược Chương trình thí điểm BH NTTS của Trung Quốc

Chương trình thí điểm BH NTTS của Trung Quốc đã được triển khai từ năm 2012 tại 8 tỉnh/thành phố (Bắc Kinh, Thượng Hải, Trùng Khánh, An Huy, Giang Tô, Phúc Kiến, Quảng Tây, Cát Lâm), với sự tham gia của 6 công ty BH trong nước, 2 công ty nước ngoài và triển khai trên diện tích NTTS là 5.300 ha, chiếm gần 1% diện tích NTTS của Trung Quốc [4]. Đến năm 2015, Chương trình đã mở rộng ra các tỉnh Quảng Đông, Chiết Giang, Sơn Đông, Tứ Xuyên, Hồ Bắc, Liêu Ninh, Hải Nam, nâng tổng số các tỉnh/thành phố tham gia Chương trình lên con số 15.

Hai phương thức BH NTTS được áp dụng trong Chương trình thí điểm BH NTTS ở Trung Quốc là BH tương hỗ và BH thương mại. Trong đó, BH tương hỗ do Hiệp hội BH tương hỗ thủy sản Trung Quốc (CFMI) điều hành và chịu sự quản lý, giám sát của Bộ Nông nghiệp Trung Quốc (MOA); BH thương mại do các công ty BH điều hành dưới sự giám sát của Ủy ban Giám sát BH Trung Quốc [5].

Trong giai đoạn 2012-2015 đã có 27 đề án thí điểm BH được triển khai thực hiện cho 8 đối tượng NTTS, theo 2 loại hình BH chính: BH tương hỗ và BH thương mại nhưng được thử nghiệm theo 4 mô hình khác nhau, gồm: BH tương hỗ, BH thương mại, BH tương hỗ + thương mại và BH thương mại + dịch vụ. Khách hàng tham gia Chương trình chủ yếu là các hợp tác xã (HTX) NTTS hoặc trang trại NTTS có quy mô trung bình. Bảng 1 trình bày các thông tin tóm lược của Chương trình thí điểm BH NTTS ở Trung Quốc trong giai đoạn 2012-2015.

*Tác giả liên hệ: Email: nguyentuantrinh2003@gmail.com

Overview the aquaculture insurance in China and policy implications for Vietnam

Xuan Trinh Nguyen*, Van Tien Trinh,
Manh Cuong Nguyen

Vietnam Institute of Fisheries Economics and Planning

Received 5 August 2020; accepted 22 September 2020

Abstract:

Aquaculture insurance plays an important role in the stable and sustainable development of the aquaculture sector. Since 2012 until now, the Chinese government has implemented the pilot program of aquaculture insurance with many products and insurance models, thereby forming an insurance market and attracting a large number of the participant on both the supply and demand sides. In particular, weather index-based insurance is the method applied to many aquaculture subjects in China and has achieved good results. Researching and learning from experiences in implementing aquaculture insurance in China is the basis for researchers and policy makers to find and propose solutions to develop the aquaculture insurance market in Viet Nam.

Keywords: aquaculture, China, insurance, risk.

Classification number: 5.2

Bảng 1. Đối tượng, phạm vi, loại hình BH và mô hình BH NTTS.

Tỉnh/thành phố	Năm	Đối tượng BH	Mô hình BH	Phương pháp BH
Quảng Đông	2013	Tôm thẻ chân trắng	Thương mại	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
Quảng Tây	2015	Tôm thẻ chân trắng	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2015	Hàu biển	Thương mại	Chỉ số gió
Giang Tô	2013	Cá nước ngọt	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2013	Cua nước ngọt	Thương mại	Chỉ số nhiệt độ
	2014	Cua nước ngọt	Thương mại	Chỉ số nhiệt độ
	2015	Rong biển	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2015	Tôm thẻ chân trắng	Tương hỗ + thương mại	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
Sơn Đông	2012	Cá nước ngọt	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2014	Rong biển	Thương mại	Chỉ số gió
Tứ Xuyên	2013	Cá nước ngọt	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2013	Cá nước ngọt	Tương hỗ + thương mại	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
Chiết Giang	2013	Rong biển	Tương hỗ	Chỉ số gió + nhiệt độ
	2013	Tôm thẻ chân trắng	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2014	Tôm thẻ chân trắng	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2015	Tôm thẻ chân trắng	Thương mại	Chỉ số bão
An Huy	2014	Cá nước ngọt	Tương hỗ + thương mại	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2015	Cá nước ngọt	Tương hỗ + thương mại	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
Hồ Bắc	2014	Tôm càng xanh	Tương hỗ + thương mại	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
Thượng Hải	2012	Tôm thẻ chân trắng	Thương mại + dịch vụ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
Phúc Kiến	2013	Rong biển	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2015	Tôm thẻ chân trắng	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2015	Cá chép	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2015	Cá + lúa	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
Cát Lâm	2014	Cá nước ngọt	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
Hải Nam	2014	Hải sản biển	Thương mại	Chỉ số gió
	2015	Cua biển	Thương mại	Chỉ số nhiệt độ
Liêu Ninh	2015	Cá nước ngọt	Tương hỗ	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh
	2015	Hải sâm	Thương mại	Chỉ số nhiệt độ

Nguồn: tổng hợp từ báo cáo của FAO (2017) [6].

Cơ chế chính sách thực hiện Chương trình

BH NTTS ở Trung Quốc chịu sự điều chỉnh của Luật Nông nghiệp, Luật Thủy sản, Luật BH và Quy chế BHNN. Trong Luật Nông nghiệp Trung Quốc (có hiệu lực từ ngày 1/3/2003), Điều 46 quy định: Chính phủ phải thiết lập và thực hiện hệ thống BHNN theo định hướng chính sách; khuyến khích và hỗ trợ thành lập các tổ chức BH tương hỗ và thực hiện các chương trình BH cho sản xuất và hoạt động nông nghiệp; đồng thời khuyến khích các công ty BH thương mại cung cấp các chương trình BHNN. Quy định này cũng tương đồng với Luật BH Trung Quốc (có hiệu lực

ngày 1/10/2009). Cụ thể, Chương 8, Điều 186 quy định: Chính phủ phải hỗ trợ BH cho sản xuất và dịch vụ nông nghiệp [7].

Quy chế BHNN và Chương trình BH thủy sản đã được Quốc hội Trung Quốc thông qua (1/3/2013). Trong đó, tại Điều 3 quy định vai trò của Chính phủ trong việc hỗ trợ phát triển các hình thức BHNN đa dạng và cải thiện hệ thống BHNN theo định hướng chính sách. Nội dung bản Quy chế cũng xác định trách nhiệm của các cấp chính quyền, tổ chức, hoạt động và tài trợ cho BHNN. Trong đó, Hiệp hội BH tương hỗ thủy sản Trung Quốc kết hợp với Bộ Nông nghiệp được xác định là tổ chức cơ bản thực hiện chương trình BH thủy sản.

Chính sách và quy định cấp địa phương: Chương trình BH NTTS dựa trên các “quy định khung” của Quy chế BHNN và căn cứ vào mô hình NTTS cụ thể để tiến hành thỏa thuận với các công ty BH về kinh phí quản lý, mức phí và tỷ lệ trợ cấp BH, trách nhiệm, quy trình và khung thời gian theo dõi, giám sát, đánh giá, đền bù của tổ chức BH cũng như người tham gia. Ngoài ra, tùy từng điều kiện của địa phương, chính quyền tỉnh còn ban hành các quy định cho phép người mua BH được sử dụng hợp đồng BH bảo lãnh vay vốn nông nghiệp, miễn thuế cho doanh nghiệp mua BH và các công ty BH tham gia chương trình.

Chính sách trợ cấp BH: trợ cấp BHNN nói chung và NTTS nói riêng từ nguồn ngân sách của chính quyền Trung ương, tỉnh và quận/huyện. Khoản trợ cấp chủ yếu cung cấp cho nông dân tham gia dưới hình thức trợ cấp phí BH; ngoài ra còn trợ cấp khoản chi phí hành chính cho đơn vị điều hành BH (trường hợp BH tương hỗ), hoặc hỗ trợ cho các công ty BH (trường hợp tỷ lệ thua lỗ vượt quá khả năng chi trả của công ty BH).

Trợ cấp BH từ nguồn ngân sách trung ương là thống nhất trên toàn quốc, trong khi mức trợ cấp của địa phương tùy theo doanh thu năm tài chính của tỉnh. Theo đó, các khoản trợ cấp phí BH là khác nhau giữa các sản phẩm BH và các tỉnh, nhưng tổng mức trợ cấp BH cho các hoạt động BH thường trên 50% giá trị phí BH [7]. Các công ty BHNN cũng được miễn thuế doanh thu (5%), thuế khoán (0,003%) và được hưởng ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp.

Chính sách tái BH: Chính phủ Trung Quốc khuyến khích các công ty BH tư nhân cung cấp dịch vụ tái BH dựa trên bản thỏa thuận tái BH thiên tai giữa chính quyền tỉnh và các công ty BH địa phương. Mức bồi thường theo từng trường hợp cho các công ty BH nếu tỷ lệ tổn thất của họ vượt quá mức quy định (từ 200 đến 500%) [7].

Sản phẩm và mô hình BH

Hai sản phẩm BH được áp dụng trong Chương trình thí điểm BH NTTS gồm: i) BH hiểm họa định danh: BH từng hiểm họa riêng rẽ (bảng 2), đó là chỉ số gió, nhiệt độ và bão; ii) BH đa hiểm họa: BH các hiểm họa thiên tai và dịch bệnh có thể gây ra tổn thất trên diện rộng. Hai sản phẩm BH này có đặc điểm chung là số tiền BH dựa vào chi phí sản xuất và phạm vi không chỉ BH trực tiếp đối với đối tượng NTTS mà còn BH các thiệt hại đối với cơ sở vật chất NTTS.

Bảng 2. Đặc điểm cơ bản của 4 mô hình BH NTTS của Trung Quốc.

Đối tượng BH	Phương pháp BH	Giá trị được BH (NDT/ha)	Tỷ lệ phí BH (%)	Tỷ lệ chia sẻ phí BH (%)	Thời gian áp dụng	Tỷ lệ tổn thất (%)
1 - BH tương hỗ						
Rong biển	Chỉ số gió + nhiệt độ	266,7	4,8	30:10:0:60	8 tháng	0
Rong biển	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	53,3	8	50:30:10:20	8 tháng	-
Cá nước ngọt	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	166,7	8	80:0:0:20	1 năm	-
Tôm thẻ chân trắng	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	333,3	8	32,5:32,5:0:35	70 ngày	155
Tôm thẻ chân trắng	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	333,3	8	32,5:32,5:0:35	70 ngày	90
Tôm thẻ chân trắng	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	133,3	9	50:20:0:30	70 ngày	-
Tôm thẻ chân trắng	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	333,3	5	40:30:0:30	70 ngày	0
Cá chép	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	266,7	5	40:30:0:30	1 năm	0
Cá nước ngọt + lúa	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	40,0	5	40:30:0:30	1 năm	0
2 - BH tương hỗ + thương mại						
Cá nước ngọt	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	133,3	9	0:30:40:30	1 năm	29,7
Cá nước ngọt	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	133,3	7	0:30:40:30	1 năm	30,6
Cá nước ngọt	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	800,0	5	0:77:0:23	1 năm	60
3 - BH thương mại						
Tôm thẻ chân trắng	Chỉ số bão	333,3	8	0:32,5:32,5:35	70 ngày	76
Hàu biển	Chỉ số gió	600,0	7	0:70:0:30	1 năm	-
Cua nước ngọt	Chỉ số nhiệt độ	122,2	6	0:25:25:50	1 năm	30
Cua nước ngọt	Chỉ số nhiệt độ	133,3	5,5	0:60:0:40	1 năm	-
Rong biển	Chỉ số gió	133,3	5	0:50:0:50	8 tháng	50
4 - BH thương mại + dịch vụ						
Tôm thẻ chân trắng	Chỉ số thủy văn + dịch bệnh	166,7	18	0:80:0:20	70 ngày	53

Nguồn: tổng hợp từ báo cáo của FAO (2017) [6].

Mô hình BH tương hỗ: rong biển, tôm thẻ chân trắng và cá nước ngọt là những đối tượng thủy sản có bề dày lịch sử về nuôi trồng ở Trung Quốc, cơ quan chức năng và người dân đã tích lũy được kinh nghiệm trong việc đối phó với dịch bệnh, kết quả kinh doanh BH trong lịch sử của các công ty BH địa phương cũng có sẵn số liệu lịch sử về tổn thất do thiên tai và dịch bệnh. Đây chính là cơ sở quan trọng để lựa chọn và đưa các đối tượng NTTS này vào mô hình BH tương hỗ. Trong mô hình này, mức tiền bồi thường và giá trị được BH được xác định dựa vào chi phí

sản xuất mà hộ nông dân đầu tư tính trên đơn vị diện tích NTTS, mức phí BH dao động từ 4,8 đến 9% so với tổng giá trị được BH tùy theo đối tượng và địa bàn triển khai. Mức phí BH được chia sẻ theo tỷ lệ chủ yếu là Nhà nước từ 30 đến 80%, chính quyền tỉnh từ 0 đến 32%, chính quyền huyện 0% và người dân bỏ ra 20-35%. Thời gian BH gắn liền với chu kỳ sinh trưởng của đối tượng nuôi và xác định dựa vào thời vụ từ khi thả nuôi đến khi cho thu hoạch. Kết quả triển khai mô hình BH này cho thấy tôm thẻ chân trắng có tỷ lệ tổn thất cao nhất (90-155%), trong khi nuôi cá nước ngọt không bị tổn thất.

Mô hình BH tương hỗ + thương mại: chủ trương “cải thiện cơ chế rủi ro và chuyển giao rủi ro đối với tổn thất thiên tai - theo định hướng chính sách” đã được các tỉnh vận dụng và triển khai theo mô hình BH tương hỗ + thương mại. Về cơ bản, mức tiền bồi thường, giá trị được BH và mức phí BH được xác định tương tự như mô hình BH tương hỗ. Khác biệt lớn nhất trong mô hình này là ngân sách trung ương không trợ cấp phí BH, chính quyền tỉnh và huyện tự cân đối ngân sách và tiến hành thương lượng với các công ty BH để xác định mức phí theo hai hình thức: 1) Định phí bằng phân tích tính toán BH theo số liệu thống kê của tỉnh về diện tích NTTS, tỷ lệ phần trăm diện tích NTTS bị ảnh hưởng bởi thiên tai và tỷ lệ phần trăm năng suất bị thiệt hại do dịch bệnh; 2) Công ty BH dựa vào nguy cơ bị tổn thất hoặc kết quả kinh doanh BH trong lịch sử để tính ra các mức phí BH khác nhau, trên cơ sở đó chính quyền tỉnh xây dựng phương án và quyết định mức chia sẻ phí BH với tỷ lệ 70-77%, người dân đóng góp 23-30%. Kết quả triển khai mô hình này cho thấy tỷ lệ tổn thất dao động 30-60%, cao hơn so với mô hình BH tương hỗ.

Mô hình BH thương mại: BH thương mại áp dụng đối với 4 đối tượng NTTS là tôm thẻ chân trắng, hàu biển, cua nước ngọt và rong biển. Mô hình này sử dụng BH hiểm họa định danh và áp dụng phương pháp BH chỉ số để xác định ngưỡng tổn thất và mức bồi thường. Các chỉ số được tính toán bằng số liệu ghi chép của các trạm khí tượng - thủy văn thuộc bên thứ ba, vì thế đưa ra biện pháp khách quan cho việc trả tiền bồi thường tổn thất.

Mô hình BH thương mại + dịch vụ: đây là mô hình duy nhất được triển khai ở Thượng Hải giữa Công ty BHNN Anxin và HTX nuôi tôm. Trong mô hình này, công ty BH quản lý rủi ro dựa trên số liệu của các trạm thủy văn để xác định mức độ tổn thất và chi trả tiền bồi thường trong trường hợp xảy ra rủi ro thiên tai; HTX chịu trách nhiệm tổ chức chương trình BH với các xã viên và thực hiện các hoạt động dịch vụ kỹ thuật với công ty BH trong việc xác định dịch bệnh, đánh giá mức độ thiệt hại do dịch bệnh gây ra. Ngoài phương thức dịch vụ kỹ thuật cho công ty BH, HTX còn được khuyến khích trao thưởng 7% nếu tỷ lệ tổn thất thấp hơn 60%. Cơ chế hoạt động của mô hình này đã mang lại lợi ích cho cả hai bên. Trong vụ sản xuất năm 2015, HTX đã báo cáo tỷ lệ tổn thất là 53% và đã được công ty thưởng 7% tổng doanh thu phí BH.

Một số vấn đề rút ra từ Chương trình thí điểm BH NTTS ở Trung Quốc

Khung pháp lý, cơ chế triển khai và tổ chức thực hiện

Về khung pháp lý đối với hoạt động BH NTTS: mặc dù chính quyền trung ương Trung Quốc đã cam kết mạnh mẽ cho việc phát triển BH và coi đây như là một công cụ quản lý rủi ro, nhưng trong hệ thống văn bản pháp luật về BH vẫn chưa có Luật BHNN mà hoàn toàn dựa vào Quy chế BHNN với các “quy định khung”. Trong khi đó, mục tiêu của BH NTTS là nhằm giúp nông dân ổn định sản xuất chứ không phải nhằm đạt lợi nhuận tối đa như lĩnh vực BH cây trồng, vật nuôi, nên cơ chế thực hiện rất khó đảm bảo cân bằng giữa lợi ích của người tham gia BH và lợi ích của công ty BH. Từ đây đặt ra vấn đề hoàn thiện khung khổ pháp lý riêng biệt đối với BHNN, cần được xây dựng để đảm bảo hoạt động BH NTTS vận hành theo cơ chế thị trường; không chỉ riêng trường hợp Trung Quốc mà Việt Nam cũng cần khắc phục điểm này.

Về cơ chế triển khai: do đang trong giai đoạn triển khai thử nghiệm, các đề án BH NTTS được triển khai theo cơ chế thỏa thuận giữa chính quyền địa phương và tổ chức BH về kinh phí quản lý, mức phí BH, trách nhiệm, quy trình và khung thời gian theo dõi, giám sát, đánh giá, đền bù của tổ chức BH. Do đó, cơ chế triển khai BH NTTS ở Trung Quốc chưa thống nhất giữa các địa phương và giữa các mô hình BH; trong khi đó Việt Nam đã thực hiện tốt hơn bước này, cơ chế triển khai đã được quy định cụ thể trong Thông tư số 101/TT-BTC.

Về tổ chức thực hiện: Chương trình BH NTTS ở Trung Quốc thực hiện thí điểm theo 2 phương thức: BH tương hỗ và BH thương mại. Trong đó, BH tương hỗ, với hạt nhân là Hiệp hội BH tương hỗ thủy sản Trung Quốc - một tổ chức dân sự phi lợi nhuận - hoạt động tương đối hiệu quả trong bối cảnh nguồn trợ cấp dồi dào từ chính quyền trung ương và địa phương; BH thương mại theo hình thức hợp tác công tư, mặc dù đã huy động được các doanh nghiệp BH tham gia, nhưng hiệu quả triển khai và kết quả đạt được vẫn chưa như mong đợi. Như vậy, BH thương mại NTTS ở Trung Quốc chưa có nhiều điểm sáng để chúng ta học hỏi, ngoại trừ các biện pháp thúc đẩy sự tham gia của các doanh nghiệp BH; BH tương hỗ có tiềm năng áp dụng cho lĩnh vực NTTS ở nước ta, tuy nhiên lĩnh vực NTTS cần phải được tổ chức lại sản xuất theo liên kết ngang, hình thành HTX ở địa phương và thúc đẩy vai trò của các tổ chức hiệp hội.

Trợ cấp BH

Chính phủ Trung Quốc chủ trương sử dụng các khoản trợ cấp phí BHNN như là một biện pháp khuyến khích nông dân nâng cao năng suất, sản lượng, nhất là đối với BH cho cây trồng và vật nuôi. Đối với lĩnh vực NTTS, khoản trợ cấp chủ yếu cung cấp cho nông dân tham gia dưới hình thức trợ cấp phí BH; ngoài ra còn trợ cấp khoản chi phí hành chính cho đơn vị điều hành BH (trường hợp BH tương hỗ), hoặc hỗ trợ cho các công ty BH

(trường hợp tỷ lệ thua lỗ vượt quá khả năng chi trả của công ty BH). Các khoản trợ cấp này đã khiến cho chi phí BH NTTS ở mức có thể chấp nhận được với phần lớn nông dân và giúp họ thu hồi vốn đầu tư sản xuất trong trường hợp gặp rủi ro. Như vậy, chính sách trợ cấp phí BH đối với BH NTTS của Trung Quốc tương tự như Việt Nam, điểm khác biệt có chăng là mức trợ cấp phí BH cao hơn đối với một số đối tượng nuôi hoặc mô hình BH cụ thể tại một số địa phương nơi có nguồn lực ngân sách dồi dào.

Tuy nhiên, chính sách trợ cấp phí BH NTTS của Trung Quốc có 3 vấn đề đáng lưu ý. *Thứ nhất*, mức trợ cấp phí BH tùy thuộc vào đối tượng được BH nhưng không phụ thuộc vào khả năng tài chính của khách hàng mua BH (không ưu đãi hộ nghèo và cận nghèo). *Thứ hai*, việc phân cấp quản lý BH đến chính quyền tỉnh/huyện tạo điều kiện chủ động cho các địa phương trong việc quyết định các khoản hỗ trợ kèm theo. *Thứ ba*, bên cạnh việc trợ cấp trực tiếp cho nông dân thông qua hỗ trợ phí BH, một số tỉnh đã thực hiện hỗ trợ tài chính cho công ty BH trong trường hợp tỷ lệ thua lỗ vượt quá khả năng chi trả của công ty BH. Những quy định này đã góp phần thúc đẩy sự tham gia của người mua và người bán BH vào thị trường BH NTTS mới hình thành; đây cũng là điều mà các nhà hoạch định chính sách của Việt Nam cần quan tâm, xem xét.

Tái BH

Việc Trung Quốc tiến hành thí điểm BH NTTS cho nhiều đối tượng và trên nhiều địa bàn có khí hậu khác nhau cho phép rút ra nhiều kinh nghiệm khi áp dụng trên diện rộng, nhưng cũng đặt ra vấn đề thiếu dữ liệu về tổn thất lịch sử đối với vùng nuôi mới hoặc đối tượng NTTS khác. Thiếu những dữ liệu này dẫn đến thách thức lớn trong việc đánh giá rủi ro thiên tai hoặc đối với mô hình BH đa hiểm họa vì thiếu căn cứ hoặc cơ sở khách quan để xây dựng các mức bồi thường trong trường hợp xảy ra tổn thất do thiên tai hoặc thiếu cơ sở để phân định bệnh tật xảy ra ở mức dịch bệnh thông thường hay ở mức thảm họa. Điều này dẫn đến các công ty BH không thể chuyển giao rủi ro đầy đủ cho các công ty tái BH quốc tế, vì thế phải chịu nguy cơ bị tổn thất cao.

Đổi mới, đa dạng hóa mô hình và sản phẩm BH

Bốn mô hình BH khác nhau đã được thực hiện thử nghiệm trong Chương trình thí điểm BH NTTS ở Trung Quốc gồm: BH tương hỗ, BH thương mại, BH tương hỗ + thương mại và thương mại + dịch vụ. Sự đa dạng và đổi mới mô hình BH đã giúp Chương trình thực hiện đa dạng hóa các sản phẩm BH, đồng thời giúp các nhà hoạch định chính sách tìm kiếm những bằng chứng và cơ sở để xây dựng và triển khai BH NTTS trong tương lai. Chẳng hạn, mô hình BH ‘tương hỗ + thương mại’ và ‘thương mại + dịch vụ’ đã chứng tỏ thành công trong BH nuôi cá ở tỉnh An Huy và BH nuôi tôm ở Thượng Hải. Công ty BH thương mại hưởng lợi từ việc sử dụng các kỹ thuật viên của HTX NTTS trong việc xác định và đánh giá rủi ro (tiết kiệm được chi phí thuê bên thứ ba giám định tổn thất). Cả hai bên đều hưởng lợi từ mô hình, chẳng hạn như bên tham gia BH được tiền thưởng

cho tỷ lệ tổn thất thấp và bên bán BH giảm được chi phí quản lý, quan trọng hơn mô hình này đã khuyến khích nông dân áp dụng các biện pháp quản lý tốt hơn nhằm giảm rủi ro và tăng năng suất.

Nhàm ý chính sách phát triển thị trường BH NTTS tại Việt Nam

Với 8 doanh nghiệp BH tham gia, 2 phương thức BH (tương hỗ và thương mại), 4 loại hình sản phẩm (BH tương hỗ, BH tương hỗ + thương mại, BH thương mại, BH thương mại + dịch vụ) cho thấy sự đa dạng về phía cung đối với thị trường BH NTTS của Trung Quốc. Để có được kết quả này, chính sách BH của Trung Quốc đã được triển khai theo hướng “khuyến khích” doanh nghiệp tham gia và thử nghiệm sản phẩm. Đối chiếu với Chương trình BH NTTS theo Nghị định số 58/2018/NĐ-CP ngày 18/4/2018 của Chính phủ, Cục Quản lý, Giám sát (Bộ Tài chính) đã phê chuẩn sản phẩm BH cho tôm thẻ chân trắng (ngày 26/5/2020) của Tổng công ty BH Bảo Việt và Tổng công ty BH Bảo Minh, thực hiện theo phương thức BH thương mại và áp dụng một loại hình BH bồi thường đi kèm với 3 lựa chọn về sản phẩm BH (theo phương thức nuôi tôm), có thể thấy nguồn cung BH NTTS ở nước ta rất nghèo nàn về sản phẩm và doanh nghiệp BH.

Về phía cầu, các đề án thí điểm BH NTTS của Trung Quốc chủ trương lựa chọn các hộ trang trại, HTX có quy mô nuôi trồng vừa và lớn, sản xuất hàng hóa, tiến hành trợ cấp phí BH. Mục tiêu mà các nhà hoạch định chính sách BH NTTS Trung Quốc hướng đến là thông qua BHNN để thay đổi tập quán sản xuất (cũ, lạc hậu) của đại bộ phận hộ NTTS và đây là việc khó, lâu dài nên cách làm phải từ những chủ thể đang có nhu cầu sản xuất hàng hóa và có khả năng về tài chính để đầu tư vào hoạt động giảm thiểu rủi ro. Việc lựa chọn những chủ thể này tham gia BH sẽ là tấm gương “lôi kéo” số hộ còn lại. Các biện pháp mà Trung Quốc thực hiện khác với chính sách hỗ trợ phí BH cho đối tượng tham gia theo mức độ nghèo quy định tại Quyết định số 22/2019/QĐ-TTg ngày 26/6/2019 của Thủ tướng Chính phủ.

Từ những điều rút ra trong Chương trình thí điểm BH NTTS ở Trung Quốc, chính sách phát triển BH NTTS của Việt Nam có thể tham khảo, vận dụng ở những điểm sau:

Về chính sách hỗ trợ người mua BH: các đề án thí điểm BH NTTS của Trung Quốc trợ cấp cho đối tượng mua BH nhưng không phụ thuộc vào khả năng tài chính của người mua, mức trợ cấp không quá 80% phí BH, cho phép sử dụng hợp đồng BH như là tài sản đảm bảo khi vay vốn ngân hàng. Đối chiếu với Nghị định 58/2018/NĐ-CP ngày 18/4/2018 của Chính phủ và Quyết định số 22/2019/QĐ-TTg, Thông tư 09/2020/TT-BNNPTNT về hướng dẫn xác nhận thiên tai, dịch bệnh trong thực hiện chính sách hỗ trợ BHNN do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) ban hành ngày 24/7/2020, chính sách hỗ trợ người mua BH mới chỉ tập trung vào hỗ trợ phí BH, mức trợ cấp và chưa có sự lồng ghép giữa BHNN với tiếp cận tín dụng. Do vậy, chính sách hỗ trợ BH được đề xuất như ở bảng 3.

Bảng 3. Đề xuất chính sách phát triển BH NTTS.

Đối tượng	Mức hỗ trợ	Văn bản quy định	Đề xuất
1. Người mua BH			
Hộ nghèo, cận nghèo	90% phí BH	Quyết định 22/2019/QĐ-TTg	Giữ nguyên
Hộ không nghèo	20% phí BH	Quyết định 22/2019/QĐ-TTg	Giữ nguyên
Doanh nghiệp, HTX	20% phí BH	Quyết định 22/2019/QĐ-TTg	Điều chỉnh tăng
2. Doanh nghiệp BH			
Các biện pháp để phòng, hạn chế tổn thất	10% doanh thu phí BH	Nghị định 58/2020/NĐ-CP	Hướng dẫn chế độ và định mức
Chi phí bán hàng, chi phí quản lý, chi phí hoa hồng BH	25% doanh thu phí BH	Thông tư 96/2013/TT-BTC ngày 23/7/2013 sửa đổi Thông tư 121/2011/TT-BTC ngày 17/8/2011 hướng dẫn Quyết định 315/QĐ-TTg thực hiện thí điểm BHNN giai đoạn 2011-2013 và Thông tư 101/2012/TT-BTC ngày 20/6/2012 về tái chính đối với các doanh nghiệp BH, doanh nghiệp tái BH thực hiện thí điểm BHNN theo Quyết định 315/QĐ-TTg thực hiện thí điểm BHNN giai đoạn 2011-2013 do Bộ trưởng Bộ Tài chính ban hành	Hướng dẫn chế độ và định mức
Ưu đãi thuế cho doanh nghiệp BH	Chưa quy định		Miễn thuế doanh thu đối với BHNN
Chi phí dịch vụ, chi phí tượng thủy văn	Chưa quy định		Hỗ trợ 100%
3. Thông tin tuyên truyền về BHNN	Bộ NN&PTNT, UBND tỉnh tổ chức tuyên truyền, vận động tổ chức, cá nhân sản xuất nông nghiệp thực hiện BHNN (Điều 36, Điều 37 Nghị định 58/2020/NĐ-CP)		Bộ NN&PTNT xây dựng và triển khai chiến lược truyền thông BHNN
4. Tổ chức sản xuất nông nghiệp theo mô hình hợp tác, liên kết... gắn với BHNN	Nghị định 58/2018/NĐ-CP		Hỗ trợ mô hình điểm để nhân rộng

Cũng liên quan đến chính sách hỗ trợ người mua BH, Chính phủ cần nghiên cứu điều chỉnh nguyên tắc thực hiện BHNN (mục 2, Điều 5, Nghị định số 58/2020/NĐ-CP). Thay vì quy định như hiện nay: “BHNN được thực hiện theo nguyên tắc tự nguyện thỏa thuận” nên bổ sung trường hợp “hộ vay vốn ngân hàng để đầu tư sản xuất bắt buộc phải mua BHNN”. Đề xuất này dựa trên cơ sở coi BHNN là quyền lợi và nghĩa vụ của người nông dân, hộ sản xuất nông nghiệp mua BH nhằm bảo vệ cho chính mình và đảm bảo an toàn đối với đồng vốn vay và nghĩa vụ trả nợ.

Về chính sách hỗ trợ người bán BH: các đề án thí điểm BH NTTS của Trung Quốc đã triển khai đầy đủ và tối đa 4 hình thức hỗ trợ doanh nghiệp BH (hỗ trợ chi phí đào tạo, chi phí quản

lý và trích lập dự phòng, thuế, tái BH). Trong khi đó, sự hỗ trợ trực tiếp từ Chính phủ đối với doanh nghiệp BH tại Việt Nam rất hạn chế, chủ yếu thông qua hoạt động đào tạo. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp BH ở nước ta chỉ được phép sử dụng tối đa 25% doanh thu phí BH thủy sản cho các khoản chi bán hàng, chi quản lý, chi hoa hồng BH, chi hỗ trợ, chi thù lao để triển khai thí điểm BH thủy sản (Thông tư 96/2013/TT-BTC do Bộ trưởng Bộ Tài chính ban hành mới hết hiệu lực ngày 2/6/2020). Như vậy, từ kinh nghiệm của Trung Quốc và các quy định hiện hành của Việt Nam, có thể thấy cần phải tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp BH hơn nữa thông qua các chính sách về ưu đãi thuế và tái BH.

Về phương pháp chi trả BH: trong hai phương pháp chi trả BH NTTS (BH theo chỉ số thời tiết và BH theo thiệt hại), phương pháp BH theo chỉ số thời tiết được áp dụng thí điểm tại nhiều nơi ở Trung Quốc cho thấy có tiềm năng áp dụng cho NTTS ở Việt Nam do khắc phục được vấn đề rủi ro đạo đức, lựa chọn đối nghịch (chỉ những hộ có khả năng bị rủi ro cao mới mua BH) và giảm thiểu chi phí quản lý. Mặt khác, áp dụng phương pháp BH theo chỉ số thời tiết trong NTTS sẽ giúp tăng sản phẩm BH và đa dạng hoá lựa chọn sản phẩm cho người mua BH. Tuy nhiên, phương pháp này đòi hỏi phải có sự tham gia của cơ quan chuyên môn về khí tượng thủy văn trong việc xây dựng chỉ số đánh giá rủi ro NTTS cũng như xây dựng đề án phát triển BH NTTS với cơ chế chính sách đặc thù và lộ trình đầu tư cụ thể.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Food and Agriculture Organization (1999), *Design assistance and operational advice for an agricultural insurance programme in the Social Republic of Vietnam*.
- [2] Nguyễn Tuấn Sơn (2008), “Nghiên cứu vận dụng phương pháp chỉ số trong BHNN Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 4, tr.367-374.
- [3] Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2014), *Hội nghị tổng kết chương trình thí điểm BHNN tại 20 tỉnh/thành phố theo Quyết định số 315/QĐ-TTg ngày 1/3/2011 của Thủ tướng Chính phủ*.
- [4] Zhang Weiguang (2016), *Overview of national policies and programmes on aquaculture insurance in China: opportunities and challenges*, Report of the FAO workshop on development of aquaculture insurance system for small-scale farmers.
- [5] Ming Junchao (2016), *Experience from aquaculture insurance pilot programmes in China*, Report of the FAO workshop on development of aquaculture insurance system for small-scale farmers.
- [6] Food and Agriculture Organization (2017), *Fishery and aquaculture insurance in China*.
- [7] Xianglin Liu (2016), *Three essays in agriculture insurance*, Ohio State University.

Nghiên cứu thực trạng và đề xuất giải pháp phát triển cây thạch đen phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn tại huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng

Vũ Quỳnh Nam*

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh Thái Nguyên

Ngày nhận bài 10/4/2020; ngày chuyển phản biện 20/4/2020; ngày nhận phản biện 15/5/2020; ngày chấp nhận đăng 22/5/2020

Tóm tắt:

Nghiên cứu dựa trên số liệu khảo sát 100 hộ trồng thạch đen trên địa bàn huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng. Thông qua kết quả khảo sát thực trạng sản xuất kinh doanh của các hộ này, bài viết phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong việc phát triển cây thạch đen tại huyện Thạch An. Từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho các hộ trồng thạch đen tại huyện Thạch An trong thời gian tới.

Từ khóa: cây thạch đen, hiệu quả sản xuất kinh doanh, Thạch An - Cao Bằng.

Chỉ số phân loại: 5.2

Đặt vấn đề

Huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng có điều kiện khí hậu, đất đai phù hợp để phát triển cây thạch đen. Những năm gần đây, cây thạch đen đã trở thành cây trồng chủ lực của huyện và là cây trồng được nhiều hộ dân lựa chọn để thoát nghèo. Năm 2017, diện tích trồng thạch toàn huyện đạt 314,69 ha, đến năm 2019 tăng lên 350 ha, tạo việc làm và xóa đói cho hàng nghìn hộ dân [1].

Sản phẩm từ cây thạch đen không chỉ giúp giải khát thông thường được người tiêu dùng ưa chuộng, mà lá thạch đen có tính mát, có tác dụng giải nhiệt, giúp quá trình chuyển hóa trong cơ thể diễn ra dễ dàng, tăng cường năng lượng và điều trị một số bệnh lý, như tiểu đường, an khai, phòng chống cảm mạo, cao huyết áp, nhuận tràng, mát gan, chống lão hóa... Do vậy, cây thạch đen hiện là cây trồng được người dân huyện Thạch An lựa chọn để thay thế các cây trồng nông nghiệp truyền thống như lúa, ngô, sắn... Theo số liệu báo cáo của Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Thạch An, sản lượng thạch đen của các hộ trồng trên địa bàn hiện không đủ để tiêu thụ trên thị trường. Đây là tín hiệu đáng mừng đối với bà con nông dân trồng thạch đen của huyện. Xuất phát từ thực tiễn trên, việc nghiên cứu thực trạng và đề xuất giải pháp phát triển cây thạch đen phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn tại huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng rất có ý nghĩa trong phát triển kinh tế - xã hội ở địa phương, giúp người dân chủ động trong sản xuất, nâng tầm cây đặc sản thành sản phẩm hàng hóa chủ lực của tỉnh trong thời gian tới.

*Email: quynhnam@tueba.edu.vn

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp thông qua báo cáo của Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng về hiện trạng sản xuất thạch của các xã trên địa bàn. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phiếu khảo sát các hộ trồng thạch đen trên địa bàn huyện Thạch An. Để xác định quy mô mẫu, tác giả sử dụng công thức Slovin (1984):

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Với N là số quan sát tổng thể; e là sai số cho phép (thường lấy bằng mức ý nghĩa alpha trong xử lý).

Trong đó N=1.539, với mức sai số cho phép là 10% cỡ mẫu được xác định là n=94 quan sát. Để đảm bảo độ tin cậy, tác giả khảo sát 100 hộ trồng thạch đen trên địa bàn. Các dữ liệu được xử lý trên phần mềm SPSS 23.0 để so sánh, phân tích.

Phương pháp SWOT được sử dụng để phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức cho phát triển cây thạch đen của huyện Thạch An. Từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất cho các hộ trồng thạch đen trên địa bàn.

Kết quả nghiên cứu

Về thực trạng sản xuất của các hộ trồng thạch đen

Thạch An là một trong những huyện có diện tích và sản lượng thạch đen lớn của tỉnh Cao Bằng. Trong ba năm gần đây diện tích trồng thạch tăng dần qua các năm, cụ thể: năm 2017 diện tích là 314,69 ha, năm 2018 đạt 316,75 ha, năm

The efficiency from *Mesona chinensis* in agricultural development in Thạch An district, Cao Bang province

Quynh Nam Vu*

TNU - University of Economic and Administration

Received 10 April 2020; accepted 22 May 2020

Abstract:

100 *Mesona chinensis*-growing households in Thạch An district, Cao Bang province had participated in the survey. The content of the article was a part of the research results of the topic “Improving production and business efficiency for *Mesona chinensis*-growing households in Thạch An district, Cao Bang province”. Through the survey results on current situation of production and business of the households, the article analysed the strengths, weaknesses, opportunities, and challenges in the development of *Mesona chinensis* in Thạch An district. From these results, the author proposed solutions to improve the efficiency of production and business for *Mesona chinensis* growing households in Thạch An district in the near future.

Keywords: *Mesona chinensis*, production and business efficiency, Thạch An - Cao Bang.

Classification number: 5.2

2019 đạt 350 ha, với số hộ trồng thạch đen từ 1.098 hộ năm 2017 tăng lên 1.539 hộ năm 2019. Năng suất tăng từ 145 tạ/ha năm 2017 lên 155 tạ/ha năm 2019. Thu nhập trung bình của hộ tăng từ 42,3 triệu đồng/hộ (năm 2017) lên 51,2 triệu đồng/hộ (năm 2019) [1] (xem bảng 1). Cây thạch đen được trồng tập trung chủ yếu trên địa bàn 8 xã: Trọng Con, Đức Thông, Canh Tân, Minh Khai, Quang Trọng, Kim Đồng, Thái Cường, Thụy Hùng. Việc trồng cây thạch đen mang lại hiệu quả cao hơn một số cây trồng khác, góp phần cải thiện đáng kể cuộc sống của người nông dân. Chính vì thế mà cây thạch đen được coi là một trong những cây trồng mũi nhọn của huyện Thạch An trong nhiều năm qua.

Bảng 1. Thực trạng sản xuất của các hộ trồng thạch đen tại huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	So sánh %		Bình quân 2017-2019
					2018/2017	2019/2018	
Số hộ sản xuất	hộ	1.098	1.233	1.539	112,3	124,82	118,39
Diện tích sản xuất	ha	314,69	316,75	350	100,65	110,5	105,46
Năng suất bình quân	tạ/ha	145	150	155	103,45	103,33	103,39
Thu nhập bình quân	triệu đồng/hộ	42,3	45,4	51,2	107,33	112,78	110,02

Nguồn: Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Thạch An.

Kết quả đầu tư, hỗ trợ phát triển cây thạch đen

Những năm gần đây, huyện Thạch An đã có nhiều cố gắng để phát triển cây thạch đen (cả về diện tích, năng suất, sản lượng) nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu (chủ yếu sang Trung Quốc) cũng như ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, chế biến sản phẩm từ cây thạch đen. Vì là cây trồng chủ lực của huyện, nên trong những năm qua các hộ trồng thạch đen nhận được sự đầu tư, hỗ trợ từ Nhà nước để phát triển cây trồng. Kết quả đầu tư, hỗ trợ được thể hiện ở bảng 2.

Bảng 2. Kinh phí hỗ trợ cho các hộ sản xuất thạch đen trên địa bàn huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.

DVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	So sánh %		Bình quân 2017-2019
				2018/2017	2019/2018	
Hỗ trợ giống	191,25	290,71	370,52	152,01	127,45	139,19
Hỗ trợ phân bón, thuốc bảo vệ thực vật	310,00	475,08	520,00	153,25	109,46	129,52
Hỗ trợ nghiên cứu ứng dụng - chuyển giao	760,50	952,93	1065,92	125,30	111,86	118,39
Hỗ trợ quảng bá, giới thiệu sản phẩm	324,67	365,87	579,89	112,69	158,50	133,64
Tổng	1.586,42	2.084,59	2.536,33	131,40	121,67	126,44

Nguồn: Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Thạch An.

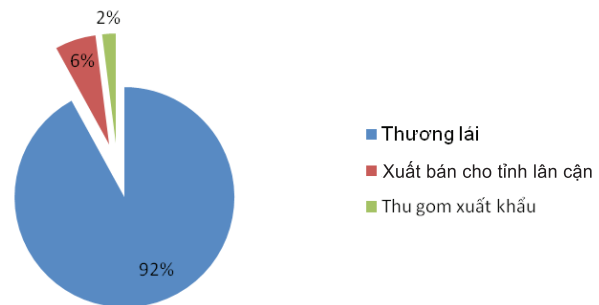
Kết quả bảng 2 cho thấy, số tiền UBND tỉnh hỗ trợ cho các hộ sản xuất thạch đen trên địa bàn huyện Thạch An tăng mạnh qua các năm. Năm 2017 tổng số tiền hỗ trợ cho phát triển cây thạch là 1.586,42 triệu đồng. Trong đó, ưu tiên cho nghiên cứu - ứng dụng - chuyển giao (đạt 760,50 triệu đồng). Đây là những nghiên cứu về đất, giống để mở rộng quy mô trồng thạch ở các xã trong huyện. Đồng thời, UBND tỉnh giao cho huyện hỗ trợ cho các hộ trồng thạch đen về chi phí mua giống, hỗ trợ phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, hỗ trợ quảng bá giới thiệu sản phẩm thông qua việc hỗ trợ các xã đem sản phẩm của địa phương đi các hội chợ trong và ngoài tỉnh. Năm 2018 tổng mức hỗ trợ cho các hộ sản xuất thạch đen trên địa bàn tăng 31,40% so với năm 2017, đạt 2.084,59 triệu đồng. Trong đó, nghiên cứu - ứng dụng - chuyển giao

vẫn đang được huyện ưu tiên, mức đầu tư đạt 952,93 triệu đồng, còn lại toàn bộ chi phí giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật được hỗ trợ tăng trên 50% so với năm 2017. Năm 2019 tổng mức hỗ trợ cho các hộ sản xuất thạch đen trên địa bàn tăng 21,67% so với năm 2018, đạt 2.536,33 triệu đồng. Trong đó, chi phí hỗ trợ nghiên cứu phát triển vùng nguyên liệu vẫn đang được huyện ưu tiên, mức đầu tư cho nghiên cứu - ứng dụng - chuyển giao đạt 1.065,92 triệu đồng. Các khoản hỗ trợ cho giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, hỗ trợ quảng bá giới thiệu sản phẩm tăng đáng kể. Trong giai đoạn 2017-2019 tổng kinh phí hỗ trợ cho các hộ sản xuất thạch đen trên địa bàn tăng 26,44%. Qua đó, mở rộng quy mô trồng cây thạch đen trên địa bàn, tăng sản lượng và năng suất sản xuất cây thạch đen của huyện, từ đó giúp nâng cao thu nhập cho các hộ trồng thạch đen tại huyện Thạch An.

Thị trường tiêu thụ thạch đen

Theo báo cáo của Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Thạch An, 100% sản lượng thạch sản xuất của hộ được tiêu thụ với giá dao động từ 30.000 đến 35.000 đồng/kg, sản lượng hộ làm ra đều được tiêu thụ hết thông qua các kênh: thương lái, xuất khẩu qua tiểu ngạch sang Trung Quốc hoặc xuất bán cho một số tỉnh lân cận.

Kết quả khảo sát 100 hộ trồng thạch đen tại huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng cho thấy, 92% số hộ được khảo sát bán cho thương lái đến thu mua tại nhà, 6% số hộ có bán buôn cho một số tỉnh lân cận, 2% số hộ bán cho đơn vị xuất khẩu sang Trung Quốc (biểu đồ 1). Nhìn chung, thị trường tiêu thụ thạch đen của các hộ trồng thạch tại huyện Thạch An là ổn định, sản



Biểu đồ 1. Thị trường tiêu thụ thạch đen của huyện Thạch An.

Nguồn: khảo sát của tác giả.

phẩm sản xuất ra đến đâu tiêu thụ hết đến đó, vì vậy bà con nông dân yên tâm sản xuất.

Phân tích SWOT về sản xuất cây thạch đen mang nhãn hiệu “Thạch An” của tỉnh Cao Bằng

Việc đánh giá thực trạng và khảo sát thực tế 100 hộ trồng thạch đen trên địa bàn huyện Thạch An nhằm rút ra điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, khó khăn, thách thức trong việc phát triển sản xuất thạch đen, từ đó đưa ra các giải pháp chiến lược trong hiện tại và tương lai đối với phát triển sản xuất thạch đen. Các yếu tố trong ma trận SWOT được thể hiện ở bảng 3.

Kết quả SWOT cho thấy, việc phát triển sản xuất cây thạch đen có điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức nhất định, vì thế cần có các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất cho các hộ trồng thạch trên địa bàn huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.

Bảng 3. Phân tích SWOT cho sản xuất thạch đen trên địa bàn huyện Thạch An.

Điểm mạnh (S)	Điểm yếu (W)
- Nguồn lao động địa phương dồi dào, có kinh nghiệm sản xuất cây thạch đen lâu đời. Toàn huyện có 1.539 hộ trồng thạch với 4.237 lao động, 61% số hộ được khảo sát có thời gian trồng thạch trên 10 năm [2]. - Khí hậu, đất đai thuận lợi cho quá trình sinh trưởng và phát triển của cây thạch đen. Do vậy, diện tích trồng thạch đen của huyện ngày càng được mở rộng. - UBND huyện Thạch An đã lựa chọn thạch đen là cây nông nghiệp chủ lực của huyện. Do vậy, huyện có chính sách hỗ trợ cho bà con trồng thạch về giống, về phân bón và kỹ thuật chăm sóc... Theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, có 71% số hộ trồng thạch đã được hỗ trợ từ Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, với mức hỗ trợ bình quân là 3,2 triệu đồng/hộ [3]. - Sản phẩm từ cây thạch đen được người tiêu dùng trong và ngoài nước ưa chuộng. Điều này đã được khẳng định thông qua số lượng sản phẩm thạch sản xuất tới đâu tiêu thụ hết tới đó. - Thạch đen là cây trồng mang lại thu nhập cao trong cơ cấu sản xuất nông nghiệp của nông hộ. Thu nhập bình quân của hộ trồng thạch đen năm 2019 đạt 51,2 triệu đồng/hộ. Trong khi thu nhập từ lúa, ngô, sắn và chăn nuôi đạt 27,1 triệu đồng/hộ (khảo sát của nhóm nghiên cứu).	- Huyện Thạch An là huyện nghèo của tỉnh Cao Bằng, với 54% hộ nghèo (4.168 hộ nghèo năm 2016), đến nay số hộ nghèo còn 35,5% (2.788 hộ nghèo năm 2019) [4]. Đây là khó khăn cho huyện trong việc đầu tư phát triển kinh tế - xã hội nói chung và đầu tư cho phát triển sản xuất thạch đen nói riêng. - Người dân vẫn trồng thạch đen theo phương thức canh tác cũ, năng suất thạch đen hiện còn thấp do nông dân chưa trồng theo quy trình kỹ thuật, 95% hộ trồng thạch được khảo sát chỉ thu hoạch 1 lần/vụ sản xuất, trong khi thực tế hộ có thể thu hoạch 2-3 lần/vụ nếu chăm sóc tốt và bón phân đúng quy trình kỹ thuật. - Đất sản xuất manh mún đang là vấn đề trở ngại lớn trong việc xây dựng vùng sản xuất với khối lượng lớn, sản xuất thạch đen hàng hóa. Kết quả khảo sát thực tế cho thấy, có 61% hộ trồng trên nương rẫy cách nhà gần 10 km, vì vậy mà khả năng trồng của hộ là manh mún và chăm sóc thạch vô cùng khó khăn [3]. - Hiện nay, chưa có nhà máy chế biến thạch thành phẩm tại địa bàn huyện Thạch An. Đây là khó khăn của các hộ dân khi mở rộng quy mô sản xuất. - Tình trạng một số tư thương găm hàng gây lũng đoạn thị trường, làm thiệt hại đến lợi ích của người trồng thạch trên địa bàn. Vì 92% hộ bán cho thương lái nên giá cả phụ thuộc vào thương lái, vì vậy hộ trồng thạch rất bị động về giá cả tiêu thụ.

Cơ hội (O)	Thách thức (T)
- Hội nhập kinh tế quốc tế, đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng nông sản chủ lực của các địa phương, trong đó có các hiệp định mới được ký kết WTO, FTA, CPTPP... là điều kiện thuận lợi để tăng trưởng xuất khẩu nói chung và xuất khẩu thạch đen nói riêng đáp ứng yêu cầu về chất lượng, xuất xứ và đã được bảo hộ ra thị trường quốc tế. - Nhu cầu về sản phẩm thạch đen trong và ngoài nước ngày càng cao. Với xu thế tiêu dùng sản phẩm tốt cho sức khỏe, hạ nhiệt và mát trong mùa hè thì thạch đen là sản phẩm được người tiêu dùng lựa chọn. Cụ thể, theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, 2% hộ được khảo sát bán cho đơn vị trực tiếp xuất khẩu, 92% hộ bán cho thương lái đi thu gom tại nhà, và các thương lái này cũng thu gom để xuất bán sang Trung Quốc theo đường tiểu ngạch. Tuy nhiên, để tạo ra thị trường tiêu thụ ổn định thì định hướng xuất khẩu chính ngạch đối với các sản phẩm từ cây thạch đen là vô cùng cần thiết. - Để đảm bảo sản phẩm nông nghiệp Việt được thị trường trong và ngoài nước chấp nhận, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 1320/QĐ-TTg về việc phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030 [5]. Đây là điều kiện thuận lợi để các sản phẩm thạch đen “Thạch An” Cao Bằng phát triển thương hiệu trên thị trường. - Năm 2019, UBND tỉnh Cao Bằng đã triển khai Dự án “Xây dựng, phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Thạch An” cho các sản phẩm từ cây thạch đen của huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng” [2], qua đó giúp bảo hộ và quảng bá rộng rãi thương hiệu ra thị trường trong và ngoài nước. - Sự quan tâm, hỗ trợ của các nhà khoa học, các chuyên gia tư vấn, chính quyền địa phương trong nghiên cứu và phát triển cây thạch đen, cũng như sản phẩm thạch đen của huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng. Do vậy, quy mô trồng thạch đen của huyện ngày càng tăng, hiện nay theo quy hoạch, vùng nguyên liệu sẽ tăng lên 500 ha vào năm 2022 [2].	- Trình độ lao động thấp, chủ yếu là đồng bào dân tộc thiểu số. Theo báo cáo của UBND huyện Thạch An, các xã trồng thạch đen trên địa bàn có trên 95% đồng bào là người dân tộc thiểu số. Đây cũng là thách thức lớn cho huyện trong việc mở rộng diện tích trồng thạch. Hiện nay, theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, có đến trên 61% hộ trồng thạch trên nương rẫy, để vận động hộ di chuyển trồng thạch xuống ruộng cũng vô cùng khó khăn. Vì thực tế, đất ở nương rất tốt, các hộ gần như không phải mất công chăm sóc, hộ chỉ mất công đốt nương và thu hoạch, trong khi nếu trồng ở ruộng thì phải chăm sóc, bón phân nhưng có thể thu hoạch được 2 vụ/năm và có thể dễ dàng ứng dụng tiến bộ khoa học và công nghệ vào sản xuất... Tuy nhiên, bài toán vận động người dân chuyển trồng cây thạch từ nương xuống ruộng cũng rất khó khăn đối với chính quyền địa phương. - Thị trường Trung Quốc đang ngày càng thắt chặt đối với sản phẩm nông sản Việt. Đây là khó khăn rất lớn cho nông sản Việt nói chung và thạch đen Thạch An nói riêng. - Áp lực cạnh tranh với các sản phẩm thạch đen của các vùng miền khác. Hiện nay, cây thạch được trồng nhiều ở Tràng Định, (Lạng Sơn) là huyện tiếp giáp với huyện Thạch An. Các sản phẩm thạch đen Tràng Định - Lạng Sơn đã được Cục Sở hữu trí tuệ bảo hộ nhãn hiệu tập thể. Vì vậy, để cạnh tranh với các sản phẩm thạch đen của Tràng Định đòi hỏi các hộ trồng thạch đen trên địa bàn Thạch An phải đặc biệt chú trọng đến chất lượng sản phẩm, chú trọng đến phát triển và bảo vệ thương hiệu thạch đen “Thạch An” đã được bảo hộ. - Yêu cầu về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm ngày càng nghiêm ngặt (đặc biệt với nông sản). Đây không chỉ là yêu cầu đối với sản phẩm thạch đen mà còn là yêu cầu đối với tất cả các sản phẩm nông sản. UBND huyện Thạch An cần chú trọng đến công tác tuyên truyền cho các hộ sản xuất kinh doanh thạch về chất lượng sản phẩm và an toàn vệ sinh thực phẩm (bao gồm cả dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trong quá trình trồng cây thạch, quy trình chế biến sản phẩm thạch...), qua đó giúp nâng cao vị thế và uy tín của sản phẩm thạch đen “Thạch An”.

Kết luận, Kiến nghị

Qua phân tích thực trạng sản xuất kinh doanh, điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với các hộ trồng thạch đen trên địa bàn huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng cho thấy, cây thạch đen hiện đang là cây trồng chủ lực của huyện Thạch An, đã góp phần xóa đói giảm nghèo và đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội nơi đây. Tuy nhiên, với thói quen canh tác lạc hậu, sản xuất manh mún, nhận thức của các hộ trồng thạch về thực phẩm an toàn, về bảo hộ tài sản trí tuệ... còn thấp. Do vậy, để phát triển bền vững cây thạch cho bà con thì cần phải thực hiện đồng bộ các giải pháp chính sau:

Thứ nhất, cần tập huấn nâng cao nhận thức của người dân về kỹ thuật chăm sóc cây thạch nhằm tăng số lần thu hoạch lên 2-3 lần/vụ sản xuất thay vì 1 lần như hiện nay; giúp bà con hiểu được việc sản xuất an toàn đối với cây thạch trên địa bàn.

Thứ hai, UBND tỉnh Cao Bằng cần quy hoạch vùng trồng thạch cho người dân. Quy hoạch toàn bộ vùng trồng thạch từ nương rẫy xuống ruộng, đảm bảo diện tích trồng tập trung nhằm xây dựng vùng sản xuất với khối lượng lớn, sản xuất hàng hóa.

Thứ ba, cần có chính sách hỗ trợ cho các hộ trồng thạch đen về giống, phân bón, thuốc trừ sâu, hỗ trợ kỹ thuật... từ đó giúp các hộ mở rộng sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm thạch đen Thạch An.

Thứ tư, cần kêu gọi các nhà đầu tư xây dựng nhà máy chế biến thạch thành phẩm quy mô, tiên tiến tại địa bàn huyện

Thạch An, tạo thị trường đầu ra ổn định cho các hộ trồng thạch đen trên địa bàn.

Thứ năm, cần có phương pháp dự báo nhu cầu thị trường cho bà con trồng thạch đen, có chế tài xử phạt đối với những thương lái găm hàng gây lũng đoạn thị trường thạch đen trên địa bàn.

Thứ sáu, cần xúc tiến giới thiệu sản phẩm và xây dựng thương hiệu “thạch đen Thạch An - Cao Bằng” nhằm quảng bá và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm thạch đen, tránh tình trạng hàng giả, hàng nhái gây ảnh hưởng đến các hộ trồng thạch đen trên địa bàn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Thạch An, Cao Bằng (2020), *Báo cáo tình hình nông nghiệp huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng*.
- [2] Vũ Quỳnh Nam (2018), *Dự án Xây dựng và phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Thạch An” cho các sản phẩm từ cây thạch đen của huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng*.
- [3] Vũ Quỳnh Nam (2019), *Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của các hộ sản xuất và kinh doanh thạch đen của huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng*, Kỷ yếu Hội thảo Khoa học quốc tế dành cho các nhà khoa học trẻ khối ngành kinh tế và kinh doanh, Nxb Đại học Kinh tế - Đại học Huế.
- [4] Cục Thống kê tỉnh Cao Bằng (2020), *Niên giám thống kê tỉnh Cao Bằng 2019*.
- [5] Thủ tướng Chính phủ (2019), *Quyết định 1320/QĐ-TTg về việc phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030*.

Mức độ định hướng thị trường các sản phẩm nông nghiệp của hộ nghèo khu vực miền núi: Nghiên cứu trường hợp tại tỉnh Kon Tum

Nguyễn Tiến Dũng*, Lê Văn Nam, Trần Cao Ủy

Trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế

Ngày nhận bài 12/6/2020; ngày chuyển phản biện 15/6/2020; ngày nhận phản biện 13/7/2020; ngày chấp nhận đăng 21/7/2020

Tóm tắt:

Sản xuất theo định hướng thị trường có ý nghĩa quan trọng trong việc tạo thu nhập và xoá đói giảm nghèo cho khu vực nông thôn và miền núi. Khảo sát 73 hộ nghèo tại tỉnh Kon Tum cho thấy tình trạng sản xuất nông nghiệp của các hộ này có mức độ định hướng thị trường thấp ($MOI=0,313<0,5$) với tỷ lệ sản phẩm trồng trọt được bán ra thị trường là 39% và sản phẩm vật nuôi là 6,4%. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 12 yếu tố tác động đến định hướng thị trường của các hộ nghèo, trong đó 6 yếu tố ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê, xếp theo mức độ quan trọng gồm: giao thông ($\beta=0,372$), diện tích đất trồng lúa ($\beta=-0,309$), tiếp cận chợ ($\beta=-0,237$), diện tích đất trồng màu ($\beta=0,174$), trình độ chủ hộ ($\beta=0,121$) và sở hữu tivi ($\beta=0,119$). Kết quả này gợi ý một số chính sách trong việc đầu tư nâng cấp hạ tầng về giao thông cho khu vực miền núi, thành lập các đầu mối thu mua nông sản tại chỗ, chuyển đổi cây trồng, phát triển chăn nuôi gia cầm, đồng thời cần hình thành các kênh hỗ trợ nâng cao thông tin thị trường cho người dân.

Từ khóa: định hướng thị trường, hộ nghèo, Kon Tum, miền núi.

Chỉ số phân loại: 5.2

Đặt vấn đề

Khu vực miền núi Việt Nam là nơi tập trung nhiều nhóm dân tộc thiểu số (DTTS), có cơ sở hạ tầng kém phát triển, mức độ tiếp cận dịch vụ y tế, giáo dục còn hạn chế và tỷ lệ nghèo đói vẫn còn cao [1]. Do xuất phát điểm thấp, địa hình chia cắt, tác động của thời tiết cực đoan như sạt lở đất, lũ ống, lũ quét, hạn hán... diễn ra nghiêm trọng, khó lường cùng với chi phí để sản xuất và lưu thông hàng hóa cao, dẫn đến khu vực miền núi khó thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư phát triển [2]. Tình trạng nghèo đói còn tồn tại khá phổ biến trong các nhóm DTTS ở khu vực miền núi khi sinh kế của người dân vẫn chủ yếu dựa vào sản xuất nông, lâm nghiệp với thu nhập chưa bằng một nửa so với mức bình quân chung của cả nước (1,1 triệu so với 2,64 triệu đồng/người/tháng) [1].

Để tăng thu nhập, giảm tỷ lệ nghèo và tăng khả năng tiếp cận với các dịch vụ cơ bản đối với nhóm hộ nghèo, Chính phủ đã có nhiều chương trình, chính sách hỗ trợ cho nhóm đối tượng này, trong đó gần đây là Chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo bền vững 2016-2020. Bên cạnh đó, còn có nhiều chương trình, dự án hỗ trợ đồng bào DTTS được thực hiện bởi các tổ chức trong nước và quốc tế. Trong chiến lược phát triển, Chính phủ cũng đã xác định thương mại hóa nông nghiệp có ý nghĩa quan trọng đối với xóa đói giảm nghèo cho người DTTS khu vực miền núi, cho

nên nhiều chính sách đã được ban hành, như Quyết định 964/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình phát triển thương mại miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo giai đoạn 2015-2020. Trong đó hướng đến việc phát triển các sản phẩm, hàng hóa có thương hiệu là đặc trưng, đặc sản, tiềm năng, lợi thế của miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo để đưa vào các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại cả nước và xuất khẩu, qua đó góp phần giảm nghèo bền vững, nâng cao thu nhập cho người dân khu vực này [3]. Năm 2019, Quốc hội đã có nghị quyết phê duyệt “Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào DTTS và miền núi giai đoạn 2021-2030” với mục tiêu chính là nâng thu nhập của hộ DTTS đến 2025 tăng gấp 2 lần so với 2020 và đến 2030 tăng gấp 2,5 lần so với 2026 [2].

Chủ trương nâng cao đời sống nông hộ miền núi thông qua sản xuất theo định hướng thị trường cũng phù hợp với xu hướng phát triển của thế giới. Sản xuất theo định hướng thị trường đã được chứng minh là con đường nâng cao thu nhập và đời sống cho các nông hộ sản xuất nhỏ ở trên thế giới [4, 5] cũng như tại Việt Nam [6, 7]. Theo đó, thương mại hóa nông nghiệp thông qua sản xuất theo định hướng thị trường là một động lực quan trọng của chuyển đổi cơ cấu kinh tế và có thể đóng một vai trò quan trọng trong phát triển nông thôn và giảm nghèo. Đối với nông hộ sản xuất nhỏ, việc tiến tới thương mại hóa nông nghiệp hoàn toàn như các trang trại lớn và các công ty đòi hỏi một quá trình

*Tác giả liên hệ: Email: nguyentientung@hual.edu.vn

Level and determinants of smallholder's agricultural market orientation in mountain areas: A case in Kon Tum province, Vietnam

Tien Dung Nguyen*, Van Nam Le, Cao Uy Tran

University of Agriculture and Forestry, Hue University

Received 12 June 2020; accepted 21 July 2020

Abstract:

Market-oriented production is a fundamental activity toward poverty reduction in rural and mountain areas. The survey of 73 poor households in Kon Tum province showed that the smallholder's orientation market is at a low level ($MOI=0.313<0.5$). The products of crops and livestock sold to the market accounted for 39% and 6.4% respectively. The study results presented 12 factors affecting smallholder's market orientation index, but only 6 of them have statistical significance. They were ranked from the most to the least important factors as: transportation ($\beta=0.372$), rice land area ($\beta=-0.309$), distance to market ($\beta=-0.237$), cropland ($\beta=0.174$), education level ($\beta=0.121$), and television ownership ($\beta=0.119$). This result recommends some policies in investing in upgrading transport infrastructure, establishing the place of purchase locally, transforming crops, developing poultry raising, and enhancing market information for farmers.

Keywords: Kon Tum, market orientation, mountain areas, smallholder.

Classification number: 5.2

chuyển đổi lâu dài nhưng cần thiết, phải bắt đầu từ việc định hướng thị trường trong quá trình sản xuất.

Là một tỉnh miền núi ở cực bắc của cao nguyên Trung Bộ với độ cao trung bình từ 550-700 m so với mực nước biển, Kon Tum có diện tích đồi núi chiếm 82,14% trong tổng số 968.960,64 ha diện tích tự nhiên, có chiều dài biên giới 280,7 km tiếp giáp với Hạ Lào và Bắc Campuchia. Tây Nguyên nói chung và Kon Tum nói riêng là địa bàn chiến lược, đặc biệt quan trọng về an ninh - quốc phòng. Việc phát triển kinh tế trên địa bàn nhằm nâng cao đời sống của người dân, đặc biệt là đồng bào DTTS, trở nên cấp bách, góp phần giữ vững sự ổn định về chính trị - xã hội, an ninh

- quốc phòng, bảo vệ vững chắc chủ quyền biên giới - lãnh thổ. Tỉnh Kon Tum có 8 huyện và 1 thành phố, 102 xã, phường, thị trấn, trong đó có 65 xã đặc biệt khó khăn, 15 xã biên giới, 849 thôn bản. Dân số toàn tỉnh khoảng 489.900 người, trong đó, DTTS chiếm 53,2%, đông nhất là Sê Đăng (chiếm 24%), Ba Na (chiếm 11,6%), còn lại là Giẻ Triêng, Gia Rai, Brâu, Rơ Mâm... Tỷ lệ hộ nghèo tại Kon Tum còn cao (chiếm 17,6%, trong tổng số 13.559 hộ, trong đó hộ nghèo đồng bào DTTS chiếm 88,5%). Phần lớn hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum có các hoạt động sinh kế chính dựa vào nông, lâm nghiệp. Các cây trồng chính như lúa nước, lúa rẫy, ngô, sắn, cây công nghiệp chưa mang lại thu nhập ổn định, trong khi các hoạt động chăn nuôi bò, gà, dê... chưa được đầu tư để trở thành kinh tế hàng hóa nên không ít hộ nghèo tại các huyện miền núi của tỉnh như Kon Plong, Kon Rẫy vẫn có các hoạt động sinh kế dựa vào rừng [8, 9]. Mặc dù vậy, chính sách đóng cửa rừng và việc hình thành nhiều khu bảo tồn đang khiến các nguồn thu dựa vào rừng của người dân ngày càng sụt giảm. Thu nhập từ nông nghiệp trở thành nguồn thu chính của các hộ nghèo DTTS, tuy nhiên những khó khăn trong tiếp cận thị trường do quy mô sản xuất nhỏ lẻ, sản lượng hàng hóa thấp, xa chợ, xa trung tâm trở thành cản trở lớn đối với việc cải thiện sinh kế cho người dân [10, 11]. Hơn nữa, việc tổ chức sản xuất của các nông hộ thiếu định hướng thị trường trở thành rào cản lớn nhất để hộ có thể chuyển đổi từ sản xuất tự cung tự cấp sang sản xuất định hướng hàng hóa [6]. Chính vì vậy, nghiên cứu mức độ định hướng thị trường các sản phẩm nông nghiệp của hộ nghèo tại khu vực miền núi tỉnh Kon Tum có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn trong việc phát triển sinh kế cho hộ nghèo khu vực miền núi tại Việt Nam.

Phương pháp nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu

Trong quá trình phát triển kinh tế, nông hộ sản xuất theo định hướng thị trường là một trong những thành phần quan trọng để chuyển đổi sản xuất nông nghiệp [4]. Mức độ định hướng thị trường là yếu tố chính quyết định lợi thế cạnh tranh [12], liên quan tích cực đến lợi nhuận [5, 7] và đa dạng sản phẩm mới [4, 6, 13]. Gần đây, định hướng thị trường của nông dân sản xuất nhỏ đã được đánh giá trong các bối cảnh khác nhau ở các quốc gia khác nhau [6, 12, 14, 15] cho thấy, định hướng thị trường về cơ bản là vấn đề quyết định sản xuất những gì để tối đa hóa lợi nhuận. Định hướng thị trường của các hộ sản xuất nhỏ đôi khi được gọi là "Thương mại hóa" [4, 5], "Tham gia thị trường" [16] hoặc "Hội nhập thị trường" [14], thường được xác định bởi số lượng sản phẩm nông nghiệp được nông hộ cung cấp cho thị trường so với tổng lượng sản phẩm nông hộ làm ra [12]. Theo đó, chỉ số định hướng thị trường (MOI - Market Orientation Index) được tính theo công thức sau:

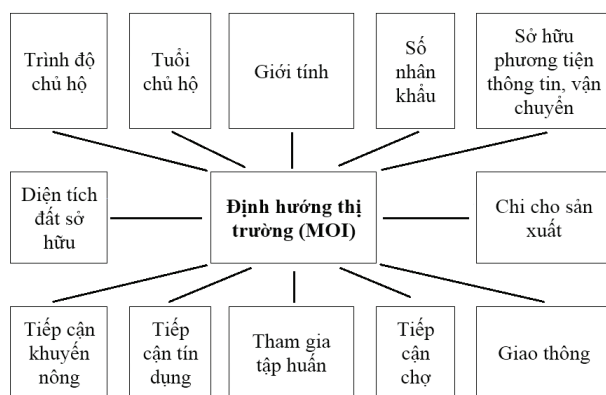
$$MOI_i = \frac{\sum_{k=1}^K \alpha_k L_{ik}}{L_i^T} \quad (L_i^T > 0 \text{ và } 0 < MOI_i < 1) \quad [13]$$

với MOI_i là chỉ số định hướng thị trường của nông hộ i ; L_{ik} là diện tích đất canh tác cho cây trồng k (nếu vật nuôi là đất dành cho chuồng trại, trồng cỏ cho vật nuôi k); L_i^T là tổng diện tích đất của hộ; α_k là chỉ số thị trường của cây trồng/vật nuôi k ; α_k được tính theo công thức:

$$\alpha_k = \frac{\sum_{i=1}^N S_{ki}}{\sum_{i=1}^N Q_{ki}} \quad (Q_k \geq S_k \text{ và } 0 < \alpha_k < 1) \quad [13]$$

trong đó: α_k là tỷ lệ cây trồng hoặc vật nuôi k được bán (S_k) trên tổng số cây trồng hoặc vật nuôi k được sản xuất (Q_k); α_k nhận giá trị từ 0 đến 1.

Định hướng thị trường trong sản xuất của nông hộ chịu ảnh hưởng của ba nhóm yếu tố chính thuộc về (1) đặc điểm kinh tế - xã hội của nông hộ; (2) đặc điểm của nông trại và (3) các yếu tố tác động từ bên ngoài như thị trường, chính sách, dịch vụ hỗ trợ, hạ tầng... Thông qua tổng quan tại liệu, kế thừa các nghiên cứu của các tác giả ngoài nước như Gebremedhin (2010) [12], Adenegan (2013) [15], Osmani (2016) [13], Kyaw (2018) [17], Otekunrin (2019) [16] và trong nước như Quân (2009) [6], Nghi (2014) [18], kết hợp khảo sát thông tin thực địa, mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến định hướng thị trường của hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum bao gồm các thành tố như ở hình 1.



Hình 1. Khung phân tích định hướng thị trường của hộ.

Để kiểm định mô hình lý thuyết này, nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính đa biến với phương trình được thiết lập như sau:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_p X_{pi} + e_i \quad [19]$$

trong đó: Y_i là biến phụ thuộc; X_{pi} là biểu hiện giá trị của biến độc lập thứ p tại quan sát thứ i ; $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$ là các hệ số hồi quy riêng phần; e_i là sai số ngẫu nhiên ($i = 1, \dots, n$).

Theo đó, định hướng thị trường (MOI) là biến phụ thuộc, các biến độc lập tác động đến định hướng thị trường ở trong mô hình này được giải thích bởi các yếu tố ở bảng 1.

Bảng 1. Định nghĩa các biến liên quan đến định hướng thị trường của hộ.

Tên biến	Định nghĩa	Đơn vị tính	Nguồn tham khảo	Kỳ vọng
Sở hữu đất	Là diện tích đất nông hộ sở hữu tại thời điểm khảo sát	ha	[12, 13, 15]	+
Trình độ	Trình độ là số năm đi học của chủ hộ tính đến thời điểm khảo sát	Năm	[13, 15, 17]	+
Giới tính	Giới tính của chủ hộ, nam = 1, nữ = 0	1/0	[12, 17]	+
Số nhân khẩu	Số nhân khẩu của hộ	Người	[12, 13]	+
Phương tiện	Phương tiện hộ sở hữu, có = 1, không = 0	1/0	[13, 18]	+
Đầu tư sản xuất	Chi phí của hộ cho sản xuất	VND	[13]	+
Tiếp cận khuyến nông	Hộ có được hỗ trợ từ khuyến nông không, có = 1, không = 0	1/0	[13, 15, 17]	+
Tiếp cận tín dụng	Số tiền hộ được vay	VND	[12, 18]	+
Tập huấn	Số lớp tập huấn hộ đã từng được tham gia	Lần	[18]	+
Tiếp cận chợ	Khoảng cách đến đường lớn gần nhất, nơi người dân có thể dễ dàng bán sản phẩm cho thương lái và người tiêu dùng	Km	[12, 17]	-
Giao thông	Tỷ lệ % đoạn đường giao thông thuận lợi	%	[12, 17]	+

“+”: kỳ vọng tác động thuận đến MOI; “-”: kỳ vọng tác động nghịch đến MOI.

Nguồn: tổng hợp, kế thừa các nghiên cứu ngoài nước và trong nước.

Chọn điểm và chọn mẫu

Nghiên cứu được thực hiện tại 4 xã của huyện Kon Plong và 3 xã của huyện Kon Rẫy, là hai huyện miền núi của tỉnh Kon Tum. Kon Plong là huyện miền núi nằm ở phía đông bắc của tỉnh Kon Tum, một trong những huyện nghèo nhất của Việt Nam với dân số 26.685 người, có 3.451 hộ nghèo. Kon Rẫy là huyện miền núi cao, nằm ở phía đông tỉnh Kon Tum, được thành lập trên cơ sở các xã tách ra từ huyện Kon Plong (cũ) từ 2001, với diện tích 911,35 km² và dân số 25.415 người, có 2.412 hộ nghèo. Tại các huyện này, lựa chọn các khu vực khảo sát tại các xã đặc biệt khó khăn có phần lớn người DTTS đang sinh sống, tập trung vào các xã Đak Tăng, Đak Rìng, Măng Bút, Hiếu của huyện Kon Plong; Đak Ruồng, Đak Pnê, Đak Kôi của huyện Kon Rẫy. Đây là các xã có tỷ lệ hộ nghèo từ 22,1 đến 58,8%. Áp dụng

phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên có định hướng, 73 hộ nghèo tại 7 xã của hai huyện Kon Plong và Kon Rẫy được tiến hành khảo sát bằng bảng hỏi bán cấu trúc. Nghiên cứu cũng tiến hành phỏng vấn sâu 14 người am hiểu là cán bộ quản lý nông nghiệp trên địa bàn 2 huyện Kon Plong và Kon Rẫy. Các số liệu thứ cấp từ các báo cáo kinh tế - xã hội của các địa phương và các cơ quan quản lý nhà nước về nông nghiệp cũng như các bài báo từ các tạp chí khoa học uy tín trong nước và thế giới được sử dụng để xây dựng cơ sở nghiên cứu và thảo luận kết quả nghiên cứu.

Xử lý, phân tích dữ liệu

Số liệu được mã hoá, xử lý bằng phần mềm Excel (2016) và phần mềm SPSS (2020). Thực hiện phân tích thống kê mô tả tần suất về tỷ lệ %, trung bình, độ lệch chuẩn... đối với các biến liên quan đến đặc điểm nhân khẩu của hộ, tỷ lệ tham gia sản xuất các loại cây trồng, vật nuôi của nông hộ, chỉ số định hướng thị trường của các cây trồng, vật nuôi của nông hộ trên địa bàn. Thống kê suy luận được thực hiện thông qua phân tích tương quan và hồi quy về mối quan hệ giữa định hướng thị trường với tuổi chủ hộ, giới tính, trình độ, tiếp cận khuyến nông, tín dụng, chợ... nhằm đánh giá chiều hướng và mức độ của các yếu tố này đến định hướng thị trường của hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum.

Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Đặc điểm kinh tế - xã hội của hộ nghèo

Các đặc điểm thuộc về nhân khẩu như tuổi chủ hộ, trình độ văn hoá chủ hộ, nhân khẩu, lao động của của nông hộ phản ánh được tiềm năng nguồn nhân lực của mỗi hộ sản xuất. Trong khi giá trị các tài sản hộ đang sở hữu như các phương tiện sản xuất, điện thoại, ti vi, xe máy cho biết nguồn lực vật chất của hộ phục vụ quá trình sản xuất và kết nối thị trường. Nghiên cứu lựa chọn các đặc điểm này và hai chỉ tiêu về thu nhập và chi tiêu để phản ánh được đặc điểm kinh tế - xã hội của các hộ nghèo đang sinh sống ở khu vực miền núi tỉnh Kon Tum (bảng 2).

Bảng 2. Đặc điểm kinh tế - xã hội của các hộ nghèo tại Kon Tum.

Đặc điểm	Đơn vị tính	Giá trị	Độ lệch chuẩn	Nhỏ nhất	Lớn nhất
Tuổi chủ hộ	Năm	31,6	9,2	21	70
Trình độ văn hóa chủ hộ	Lớp	7,0	3,7	0	12
Tổng nhân khẩu	Người	4,1	1,1	3	8
Số lao động chính	Người	2,2	0,6	1	4
Tài sản, phương tiện	VNĐ	6.993.151	7.914.637	0	32.000.000
Tổng chi tiêu	VNĐ	7.806.849	5.648.356	120.000	31.300.000
Tổng thu nhập	VNĐ	7.552.313	9.879.104	500.000	60.855.000

Nguồn: phỏng vấn hộ, 2019.

Kết quả ở bảng 2 cho thấy, các đặc điểm nhân khẩu của hộ nghèo khá cao, trong khi thu nhập và chi tiêu của hộ tương đối

thấp. Bình quân chủ hộ có độ tuổi tương đối trẻ (31,6) và trình độ văn hoá ở mức khá (lớp 7). Mỗi hộ nghèo có bình quân 2 người lao động chính để nuôi sống 4 nhân khẩu. Cá biệt có hộ có tới 8 nhân khẩu và có hộ cũng có tới 4 lao động tham gia sản xuất nông nghiệp. Các tài sản hộ sở hữu bao gồm các phương tiện, máy móc phục vụ sản xuất như máy cưa, máy bơm, xe máy và một số phương tiện có thể hữu ích trong liên lạc và thu nhận thông tin như ti vi, điện thoại, điện thoại thông minh. Trung bình tổng giá trị các tài sản này của hộ nghèo khoảng gần 7 triệu đồng, mức tương đối thấp về nguồn tài sản vật chất của hộ. Các chỉ tiêu về thu nhập và chi tiêu phản ánh thực trạng sản xuất và đời sống của hộ cho thấy hộ nghèo tại khu vực khảo sát có thu nhập và chi tiêu đang ở mức thấp, tương ứng gần 8 triệu đồng mỗi hộ. Nhìn chung, về điều kiện nguồn nhân lực của các hộ khảo sát tương đối tốt, tuy nhiên các tài sản phương tiện của hộ đang ở mức thấp, trong khi thu nhập và chi tiêu hạn chế, phản ánh cho thấy được mức độ khó khăn trong phát triển kinh tế - xã hội của hộ nghèo tại khu vực khảo sát.

Đặc điểm hoạt động sản xuất nông nghiệp của hộ nghèo

Hoạt động trồng trọt: tại khu vực nghiên cứu, bên cạnh lâm nghiệp, hoạt động trồng trọt có vai trò quan trọng trong sinh kế của nông hộ. Đặc biệt trong bối cảnh chính sách đóng cửa rừng hiện nay, các hoạt động trồng cây lương thực như lúa, ngô có ý nghĩa đối với an ninh lương thực của hộ nghèo, trong khi nhiều loại cây công nghiệp, cây dược liệu đã được chứng minh mang lại thu nhập cho nông hộ miền núi.

Bảng 3. Đặc điểm hoạt động trồng trọt của hộ nghèo tại tỉnh Kon Tum.

Hoạt động	Tỷ lệ hộ trồng (%)	Diện tích trung bình (sào)	Độ lệch chuẩn (sào)	Giá trị lớn nhất (sào)
Trồng lúa rẫy	20,6	0,9	3,0	20,0
Trồng lúa nước	94,5	1,8	1,4	6,0
Trồng ngô	9,6	0,2	0,7	4,0
Trồng sắn	75,3	2,4	3,1	20,0
Trồng cây công nghiệp	49,3	0,9	1,3	7,0
Trồng cây lâm nghiệp	24,7	1,2	4,4	25,0
Tổng		7,4	6,7	35,0

1 sào = 500 m².

Nguồn: phỏng vấn hộ, 2019.

Bảng 3 mô tả các cây trồng chính của hộ nghèo tại khu vực khảo sát bao gồm lúa rẫy, lúa nước, ngô, sắn, cây công nghiệp, cây lâm nghiệp, cho thấy hoạt động trồng trọt của nông hộ khá đa dạng. Lúa nước và sắn là hai loại cây trồng phổ biến nhất, tương ứng 94,5% và 75,3% hộ tham gia canh tác. Các cây công nghiệp như cao su, cà phê được khoảng 50% hộ thực hiện, trong khi lúa rẫy và cây lâm nghiệp có khoảng 20-25% số hộ sản xuất, và chỉ khoảng gần 10% nông hộ có trồng ngô. Về quy mô sản xuất, trung bình mỗi hộ có khoảng 7,4 sào để thực hiện canh tác nông nghiệp, trong đó diện tích lớn nhất là đất trồng sắn và lúa nước, tương ứng 2,4 và 1,8 sào/hộ. Tiếp

đến hộ có khoảng 0,9 đến 1,2 sào để trồng cây lâm nghiệp, cây công nghiệp, lúa rẫy, và thấp nhất là đất trồng ngô chỉ khoảng 0,2 sào/hộ. Nhìn chung đối với vùng miền núi, sinh kế phụ thuộc nhiều vào nguồn vốn đất đai, nhưng bình quân diện tích đất canh tác của các hộ nghèo tại khu vực khảo sát cho thấy còn khá thấp. Điều này dẫn đến những khó khăn cho các hộ trong việc chuyển hướng sang sản xuất hàng hoá theo định hướng thị trường.

Hoạt động chăn nuôi: xu hướng chuyển dịch từ trồng trọt sang chăn nuôi là hướng đi tăng hiệu quả trong điều kiện diện tích đất canh tác hạn chế. Việc xác định và lựa chọn các vật nuôi phù hợp với điều kiện vùng miền núi là một trong những giải pháp phát triển sinh kế hướng đến giảm nghèo bền vững cho người dân.

Bảng 4. Đặc điểm hoạt động chăn nuôi gia súc, gia cầm.

Hoạt động	Tỷ lệ hộ nuôi (%)	Trung bình (con)	Độ lệch chuẩn (con)	Giá trị lớn nhất (con)
Chăn nuôi trâu bò	49,3	0,8	1,1	5,0
Chăn nuôi lợn	52,1	1,7	2,5	8,0
Chăn nuôi dê	2,7	0,1	0,4	3,0
Chăn nuôi gà	58,9	3,7	4,8	20,0
Chăn nuôi ngan	58,9	3,6	6,7	50,0
Tổng		9,9	9,4	69,0

Nguồn: phỏng vấn hộ, 2019.

Thực trạng hoạt động chăn nuôi của hộ nghèo ở khu vực miền núi tỉnh Kon Tum được mô tả ở bảng 4 cho thấy tỷ lệ hộ tham gia các hoạt động chăn nuôi chưa cao, đặc biệt quy mô chăn nuôi các gia súc lớn còn thấp. Tỷ lệ chăn nuôi trâu bò và lợn gần tương đương nhau (49,3% và 52,1%), tuy nhiên bình quân mỗi hộ nghèo chỉ có khoảng 0,8 con trâu, bò, trong khi chăn nuôi lợn với quy mô trung bình chỉ 1,7 con/hộ. Dê là một loại vật nuôi khá phổ biến tại các vùng đồi núi nhưng lại chỉ có khoảng 2,7% hộ nghèo tại Kon Tum nuôi. Điều này có thể do điều kiện khí hậu địa phương, cũng có thể do tập quán chăn nuôi và năng lực của hộ chưa phù hợp với phương thức chăn nuôi dê. Trong khi đó, các loại gia cầm bao gồm ngan, gà được các hộ nghèo nuôi nhiều hơn, nhưng cũng chưa tới 60% hộ áp dụng. Đáng chú ý, quy mô chăn nuôi gia cầm rất nhỏ, với trung bình chưa tới 4 con/hộ, điều này là yếu tố hạn chế để có thể cung ứng sản lượng sản phẩm chăn nuôi gia cầm ra thị trường.

Mức độ định hướng thị trường các sản phẩm nông nghiệp của hộ nghèo

Định hướng thị trường là một chỉ tiêu quan trọng trong tiến trình chuyển đổi sản xuất nông nghiệp từ tự cung tự cấp sang sản xuất hàng hoá. Để giải thích mức độ định hướng thị trường, nghiên cứu sử dụng chỉ số MOI. Chỉ số này thể hiện mối quan hệ giữa tỷ lệ sản lượng sản phẩm hộ bán ra thị trường so với sản lượng sản phẩm hộ sản xuất và liên quan đến mức độ sử dụng đất đai của hộ. Giá trị của chỉ số MOI nằm trong khoảng (0, 1) sẽ nói lên mức độ thương mại hoá trong sản xuất của nông hộ. Theo đó, nếu $MOI < 0,5$ chứng tỏ sản xuất nông hộ đang

ở dạng tự cung tự cấp (subsistence system), $0,5 \leq MOI < 0,75$ thể hiện sản xuất nông hộ đã thương mại hoá một phần (semi-commercial system) và nếu $MOI \geq 0,75$ chứng tỏ sản xuất nông hộ đã thương mại hoá (commercial system) [4, 15]. Kết quả về mức độ định hướng thị trường của nông hộ nghèo tại khu vực miền núi tỉnh Kon Tum được thể hiện ở bảng 5.

Bảng 5. Mức độ định hướng thị trường sản phẩm trồng trọt của hộ nghèo tại Kon Tum năm 2019.

Cây trồng	Lúa rẫy	Lúa nước	Ngô	Sắn	Cây công nghiệp	Cây lâm nghiệp	Tổng
Tổng giá trị (VNĐ)	378.699	1.803.151	80.959	2.247.740	551.781	556.849	5.619.178
Giá trị bán (VNĐ)	0	56.027	0	1.647.945	396.534	89.041	2.189.548
Tỷ lệ cây trồng bán của hộ - α_c (%)	0,0	3,1	0,0	73,3	71,9	16,0	39,0
Vật nuôi	Trâu bò	Lợn	Dê	Gà	Ngan	-	Tổng
Tổng giá trị (VNĐ)	5.904.110	1.415.068	95.890	302.192	456.164	-	8.173.425
Giá trị bán (VNĐ)	188.356	102.593	18.265	90.137	121.972	-	521.323
Tỷ lệ vật nuôi bán của hộ - α_v (%)	3,2	7,3	19,0	29,8	26,7	-	6,4
Chỉ số định hướng thị trường của hộ							
Chỉ tiêu	Số quan sát	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất		
Chỉ số định hướng thị trường cây trồng (CMOI)	73	0,314	0,254	0	0,77		
Chỉ số định hướng thị trường vật nuôi (LMOI)	73	0,087	0,189	0	0,64		
Chỉ số định hướng thị trường của hộ (MOI)	73	0,313	0,253	0	0,76		

Nguồn: phỏng vấn hộ, 2019.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, chỉ số định hướng thị trường của hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum chỉ là $0,313 < 0,5$, cho thấy sản xuất nông nghiệp của nông hộ đang ở tình trạng tự cung tự cấp. Hoạt động trồng trọt có mức độ định hướng thị trường cao hơn hoạt động chăn nuôi, tương ứng chỉ số CMOI và LMOI lần lượt là 0,314 và 0,087. Điều này cũng thể hiện rõ, có 39% sản lượng sản phẩm trồng trọt được hộ bán ra thị trường, trong khi chỉ có 6,4% sản lượng sản phẩm chăn nuôi lưu thông ra thị trường. Trong số các cây trồng, sắn có khả năng thương mại hoá cao nhất, khi có tới 73,3% được hộ bán ra thị trường. Nguyên nhân do đây là sản phẩm hộ có thể sản xuất số lượng lớn và có nhà máy chế biến sắn trên địa bàn, tuy nhiên một số hộ cách xa nhà máy cũng không thể tiêu thụ thông qua nhà máy và phải sử dụng cho chăn nuôi hoặc nấu rượu. Lúa nước là cây trồng có tổng giá trị sản xuất lớn thứ hai trong tổng số cây trồng của hộ nghèo, tuy nhiên mức độ thương mại hoá rất thấp, chỉ có 3,1% được bán ra thị trường do đây là cây trồng chính để đảm bảo an ninh lương thực cho hộ. Hơn nữa, mức độ tiêu thụ lúa cũng chỉ trong phạm vi nội tại của các địa phương và rất khó để thương mại hoá khi quỹ đất hạn chế và trình độ canh tác của nông hộ nghèo còn thấp, khó đạt sản lượng đủ lớn để bán ra thị trường. Cây công nghiệp như cao su, cà phê là sản phẩm thương mại hoá tiềm năng của hộ với 71,9% sản lượng được bán ra thị trường nhưng thường tập trung vào những hộ có diện tích đất phù hợp và được hỗ trợ của các dự án hỗ trợ phát

triển sản xuất trên địa bàn nghiên cứu. Đối với hoạt động chăn nuôi, gà là vật nuôi có tiềm năng thị trường cao nhất với 29,8% sản lượng sản phẩm được hộ bán, ngan xếp thứ hai với 26,7%. Đây là những sản phẩm được hộ đánh giá dễ tiêu thụ do có thể tiêu thụ nội địa hoặc được bán theo hình thức đổi thực phẩm với các thương lái bán hàng lưu động. Đáng chú ý trong các gia súc, dê có tiềm năng thị trường cao hơn lợn và trâu bò với tỷ lệ bán ra thị trường là 19% so với 7,3% ở lợn và 3,2% ở trâu, bò. Đây có thể là một gợi ý để các hộ nghèo hướng đến phát triển chăn nuôi dê trong tương lai. Nhìn chung, mức độ định hướng thị trường của các hộ nghèo ở miền núi tỉnh Kon Tum đang rất thấp, hệ thống sản xuất đang ở dạng tự cung tự cấp nên khó tạo sự đột phá trong cải thiện thu nhập của hộ. Nội dung tiếp theo của nghiên cứu này sẽ xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ định hướng thị trường của hộ, qua đó đề xuất các giải pháp nâng cao khả năng định hướng thị trường cho hộ.

Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ định hướng thị trường của hộ nghèo

Nghiên cứu tiến hành phân tích hồi quy đa biến để xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến biến định hướng thị trường (MOI - biến phụ thuộc) về mức độ và chiều hướng. Trên cơ sở phân tích tương quan giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập và loại bỏ các biến có hệ số tương quan thấp, các biến còn lại được đưa vào mô hình gồm diện tích đất trồng lúa nước, diện tích đất trồng màu, trình độ chủ hộ, sở hữu điện thoại, sở hữu xe máy, sở hữu ti vi, chi phí đầu tư sản xuất, tiếp cận khuyến nông, tiếp cận tín dụng, tập huấn, tiếp cận chợ, giao thông. Kết quả phân tích hồi quy được thể hiện ở bảng 6.

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ định hướng thị trường.

Biến độc lập	Hệ số hồi quy (B)	Sai số chuẩn	Hệ số hồi quy chuẩn hoá (β)	t	Mức ý nghĩa (Sig)	Nhân tố phóng đại phương sai (VIF)
(Hằng số)	0,308	0,215		1,438	0,156	
Diện tích đất trồng lúa nước	-0,076	0,019	-0,309	-3,971	0,000***	1,518
Diện tích đất trồng màu	0,020	0,009	0,174	2,321	0,024*	1,411
Trình độ chủ hộ	0,011	0,007	0,121	1,732	0,088*	1,222
Sở hữu điện thoại	-0,056	0,060	-0,064	-0,919	0,362	1,213
Sở hữu xe máy	-0,054	0,052	-0,072	-1,035	0,305	1,209
Sở hữu ti vi	0,098	0,057	0,119	1,716	0,091*	1,194
Đầu tư sản xuất	0,026	0,020	0,090	1,300	0,198	1,202
Tiếp cận khuyến nông	0,058	0,053	0,082	1,099	0,276	1,405
Tiếp cận tín dụng	0,001	0,001	0,066	0,936	0,353	1,244
Tập huấn	-0,026	0,021	-0,098	-1,261	0,212	1,513
Tiếp cận chợ	-0,005	0,002	-0,237	-2,097	0,040**	1,891
Giao thông	0,640	0,201	0,372	3,183	0,002***	1,413

Biến phụ thuộc: MOI; dung lượng mẫu quan sát=73
F=15,851***; R=0,872; R²=0,760; R² hiệu chỉnh=0,712; Durbin-Watson=1,623

*, **, ***: mức tin cậy 90%, 95% và 99%.

Kết quả phân tích hồi quy thấy kiểm định F có giá trị là 15,851 với mức ý nghĩa (Sig = 0,000), chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính bội là phù hợp và có thể sử dụng được. Hệ số phóng đại phương sai (VIF) lớn nhất là 1,891 < 2 chứng tỏ không có hiện tượng đa cộng tuyến. Hệ số Durbin-Watson (1 < d = 1,623 < 3) đảm bảo mô hình không có sự tự tương quan. Giá trị R²=0,760, R² hiệu chỉnh=0,712, chứng tỏ mức độ phù hợp của mô hình ở mức khá. Điều này cũng có ý nghĩa rằng, các biến được đưa vào mô hình giải thích 71,2% phương sai của biến phụ thuộc, hay 71,2% sự thay đổi về chỉ số MOI do 12 biến độc lập quyết định.

Số liệu từ bảng 6 cho thấy các yếu tố diện tích đất trồng màu, trình độ chủ hộ, sở hữu ti vi, đầu tư sản xuất, tiếp cận khuyến nông, tiếp cận tín dụng và giao thông ảnh hưởng tích cực đến định hướng thị trường của hộ nghèo (hệ số β dương), trong khi các yếu tố diện tích đất trồng lúa, sở hữu điện thoại, sở hữu xe máy, tập huấn và tiếp cận chợ ảnh hưởng tiêu cực (hệ số β âm). Thông qua giá trị hệ số hồi quy β cho thấy, yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến định hướng thị trường của hộ là yếu tố giao thông (β=0,372), tiếp đến là diện tích đất trồng lúa (β=-0,309), tiếp cận chợ (β=-0,237), diện tích đất trồng màu (β=0,174), trình độ chủ hộ (β=0,121) và sở hữu ti vi (β=0,119). Các yếu tố này có ý nghĩa thống kê α từ 0,01 đến 0,1, trong khi các yếu tố tác động còn lại không có ý nghĩa thống kê. Giải thích về mức độ ảnh hưởng này, kết quả nghiên cứu cho thấy, yếu tố đường giao thông (dựa trên chỉ tiêu về tỷ lệ chất lượng các đoạn đường giao thông được nông hộ đánh giá thuận lợi khi họ muốn đưa sản phẩm ra thị trường) có tác động thuận với chỉ số MOI, có nghĩa chất lượng đường giao thông càng tốt thì sản phẩm nông hộ tiêu thụ ra thị trường càng dễ dàng hơn. Thực tế tại Kon Tum, các xã Đak Ruông, Đak Pơ và Đak Kôi của huyện Kon Rẫy có điều kiện đường giao thông thuận lợi, nên các hộ nghèo ở các xã này dễ dàng hơn trong việc bán các sản phẩm đến người tiêu dùng, thương lái và nhà máy, trong khi một số xã ở huyện Kon Plong như xã Đak Ring, Măng Bút, địa hình cách trở, đường hẹp, dốc, mặt đường xấu, đi lại khó khăn nên phần lớn hộ khó khăn trong tiếp cận thị trường.

Tương tự yếu tố tiếp cận chợ, dựa trên khoảng cách từ nhà đến đường lớn gần nhất (ở địa bàn nghiên cứu là Quốc lộ 24 - con đường chính đi qua địa bàn hai huyện Kon Plong và Kon Rẫy - nơi người dân có thể dễ dàng bán các nông sản cho thương lái hoặc người tiêu dùng) có tác động nghịch đến định hướng thị trường của hộ. Những hộ cách xa Quốc lộ 24 có định hướng thị trường thấp hơn những hộ ở gần con đường này. Phản ánh từ khảo sát thực địa cho thấy, một số xã ở huyện Kon Plong, các hộ nghèo ở cách xa trung tâm huyện tới hơn 50 km (Đak Ring), hơn 40 km (Măng Bút), hơn 30 km (Đak Tăng, Hiếu) nên người dân rất khó khăn trong việc vận chuyển các sản phẩm bán ra thị trường, cá biệt ở xã Đak Ring hầu như các sản phẩm được người dân làm ra chủ yếu tiêu thụ gia đình hoặc đổi lấy thực phẩm (cá,

thịt, gia vị...) từ một vài thương lái bán hàng lưu động.

Yếu tố diện tích đất màu có tác động tích cực đến định hướng thị trường, trong khi yếu tố diện tích trồng lúa nước lại có tác động nghịch là do đất màu chủ yếu được trồng sắn và đã có nhà máy chế biến sắn trên địa bàn nên những hộ có diện tích sắn càng lớn, tỷ lệ sản phẩm bán ra thị trường càng cao. Trong khi đó, quỹ đất trồng lúa nước khá hạn chế, lượng lúa người dân làm ra chủ yếu chỉ phục vụ tiêu dùng gia đình và những người có diện tích lúa lớn hơn những hộ khác thường có xu hướng làm đủ ăn và không có động lực sản xuất những sản phẩm khác để bán nên diện tích trồng lúa có tác động nghịch đến chỉ số MOI. Hai yếu tố ảnh hưởng còn lại có ý nghĩa thống kê là sở hữu ti vi và trình độ chủ hộ đều giúp cho hộ nâng cao được kiến thức và thông tin về thị trường nên hộ sẽ có những hoạt động định hướng thị trường tốt hơn trong sản xuất.

Kết luận và kiến nghị

Sản xuất theo định hướng thị trường là một trong những giải pháp quan trọng để tăng thu nhập và giảm nghèo cho nông hộ. Việc xác định mức độ định hướng thị trường của nông hộ nghèo khu vực miền núi tỉnh Kon Tum được thực hiện thông qua chỉ số MOI đã cho thấy tình trạng sản xuất nông nghiệp của các hộ nghèo trên địa bàn miền núi tỉnh Kon Tum đang ở mức tự cung tự cấp ($MOI < 0,5$) với tỷ lệ sản lượng sản phẩm trồng trọt được bán ra thị trường chỉ 39% và sản phẩm chăn nuôi là 6,4%. Các yếu tố ảnh hưởng lớn đến mức độ định hướng thị trường của hộ nghèo bao gồm chất lượng đường giao thông, diện tích đất trồng lúa, khả năng tiếp cận chợ, diện tích đất trồng màu, trình độ chủ hộ và sở hữu ti vi. Kết quả này gợi ý một số chính sách trong việc đầu tư nâng cấp hạ tầng về giao thông cho khu vực miền núi, thành lập các đầu mối thu mua nông sản tại chỗ để mua nông sản của người dân và đưa ra thị trường, chuyển đổi một số đất trồng lúa rẫy sang trồng sắn và cây công nghiệp, đồng thời hình thành các kênh hỗ trợ nâng cao thông tin thị trường cho người dân.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phùng Đức Tùng, Nguyễn Việt Cường, Nguyễn Cao Thịnh, Nguyễn Thị Nhung, Tạ Thị Khánh Vân (2017), *Tổng quan thực trạng kinh tế - xã hội của 53 dân tộc thiểu số*, [http://www.vn.undp.org/content/dam/vietnam/docs/Publications/Bao cao 53 dan toc.pdf](http://www.vn.undp.org/content/dam/vietnam/docs/Publications/Bao%20cao%2053%20dan%20toc.pdf).
- [2] Quốc hội (2019), *Nghị quyết số 88/2019/QH14 phê duyệt Đề án tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi, vùng có điều kiện đặc biệt khó khăn giai đoạn 2021-2030*.
- [3] Thủ tướng Chính phủ (2015), *Quyết định số 964/QĐ-TTg phê duyệt chương trình phát triển thương mại miền núi, vùng sâu, vùng xa và hải đảo giai đoạn 2015-2020*.
- [4] P.L. Pingali and M.W. Rosegrant (1995), "Agricultural commercialization and diversification: processes and policies", *Food Policy*, **20**(3), pp.171-185, DOI: 10.1016/0306-9192(95)00012-4.
- [5] J. von Braun (1995), "Agricultural commercialization: impacts on income and nutrition and implications for policy", *Food Policy*, **20**(3), pp.187-202, DOI: 10.1016/0306-9192(95)00013-5.
- [6] T.T. Quan and W. Keith (2009), "Transition from subsistence farming to commercial agriculture in Quang Binh Province, Vietnam", *Dep. Agric. Manag. Prop. Stud.*, <http://hdl.handle.net/10182/1557>.
- [7] Nguyễn Quốc Nghi, Bùi Văn Trinh (2011), "Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của người dân tộc thiểu số ở Đồng bằng sông Cửu Long", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, **18a**, tr.240-250, <https://sj.ctu.edu.vn/ql/docgia/tacgia-7090/baibao-5497.html>.
- [8] Nguyễn Thị Thu Hoa (2019), *Sinh kế hiện nay của người Xơ Đăng ở xã Kon Đào, huyện Đắk Tô, tỉnh Kon Tum*, Luận văn Thạc sỹ dân tộc học, Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
- [9] UBND tỉnh Kon Tum (2018), *Quyết định số 31/2018/QĐ-UBND về việc sửa đổi, bổ sung khoản 1 và khoản 2 điều 1 của Quyết định số 29/2011/QĐ-UBND ngày 26/9/2011 của UBND tỉnh về việc phê duyệt đề án xây dựng và phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn và sản phẩm chủ lực của tỉnh đến năm 2020*.
- [10] Lê Tấn Hiền (2017), *Phát triển sinh kế bền vững cho đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn huyện Kon Plong, tỉnh Kon Tum*, Luận văn Thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.
- [11] Phan Xuân Linh (2016), *Nguồn lực sinh kế của đồng bào dân tộc thiểu số trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk*, Luận án Tiến sỹ, Học viện Nông nghiệp Việt Nam.
- [12] B. Gebremedhin and M. Jaleta (2010), *Commercialization of smallholders: does market orientation translate into market participation?*, <https://cgspace.cgiar.org/handle/10568/3015>.
- [13] A.G. Osmani and E. Hossain (2016), "Economic insights - trends and challenges smallholder farmers' market orientation and the factors affecting it in Bangladesh", *Econ. Insights - Trends Challenges*, **5**(3), pp.9-18.
- [14] W.K. Tessema, P.T.M. Ingenbleek, H.C.M. van Trijp (2019), "Refining the smallholder market integration framework: a qualitative study of Ethiopian pastoralists", *NJAS - Wageningen J. Life Sci.*, **88**, pp.45-56, DOI: 10.1016/j.njas.2018.12.001.
- [15] K.O. Adenegan, S. Olorunsomo, Linus Onyeka Ezeajali Nwauwa (2013), "Determinants of market orientation among smallholders cassava farmers in Nigeria", *Global Journal of Management and Business Research Finance*, **13**(6), <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/1137/1048>.
- [16] O.A. Otekunrin, S. Momoh, I.A. Ayinde (2019), "Smallholder farmers' market participation: concepts and methodological approach from Sub-Saharan Africa", *Curr. Agric. Res. J.*, **7**(2), pp.139-157, DOI: 10.12944/carj.7.2.02.
- [17] N.N. Kyaw, S. Ahn, S.H. Lee (2018), "Analysis of the factors influencing market participation among smallholder rice farmers in Magway region, central dry zone of Myanmar", *Sustain.*, **10**(12), pp.1-15, DOI: 10.3390/su10124441.
- [18] Nguyễn Quốc Nghi, Mai Văn Nam (2014), "Khả năng tiếp cận thị trường của nông hộ trồng khóm ở huyện Tân Phước, tỉnh Tiền Giang", *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, **35**, tr.24-31.
- [19] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS - Tập 1*, Nhà xuất bản Hồng Đức, tr.27-45.

Nghĩa vụ thuế thu nhập cá nhân của nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Lưu Minh Sang*

Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh

Ngày nhận bài 17/3/2020; ngày chuyển phản biện 23/3/2020; ngày nhận phản biện 21/4/2020; ngày chấp nhận đăng 27/4/2020

Tóm tắt:

Bài viết này tập trung làm rõ chính sách thuế thu nhập cá nhân đối với nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam theo quy định của pháp luật hiện hành. Từ đó, tác giả phân tích, đánh giá những bất cập và đưa ra một số đề xuất nhằm góp phần hoàn thiện chính sách và pháp luật về thuế đối với nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán tại Việt Nam.

Từ khóa: nhà đầu tư, thị trường chứng khoán, thuế thu nhập cá nhân.

Chỉ số phân loại: 5.5

Đặt vấn đề

Thị trường chứng khoán luôn đóng vai trò quan trọng trong việc luân chuyển nguồn vốn trong nền kinh tế mỗi quốc gia. Để thị trường này phát triển một cách mạnh mẽ và bền vững, các quốc gia thường áp dụng đồng bộ nhiều chính sách, trong đó có chính sách thuế. Nhiều nghiên cứu thực nghiệm trên thị trường chứng khoán cho thấy có mối liên hệ giữa chính sách thuế đối với thị trường chứng khoán và sự phát triển của thị trường này. Trong đó có thể kể đến nghiên cứu của Anna Pomeranets & Daniel G. Weaver (2011) và Bloomfield, J. Robert & O'Hara, Maureen & Saar, Gideon (2009). Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, mức độ đánh thuế vào các hoạt động đầu tư trên thị trường chứng khoán tác động trực tiếp đến các chỉ số thị trường như: quy mô giao dịch, tính thanh khoản, độ biến động của thị trường. Hơn nữa, việc đánh thuế trên thị trường chứng khoán cũng góp phần hạn chế được tình trạng đầu cơ, gây bất ổn thị trường. Chính vì vậy, chính sách thuế cần được thiết kế phù hợp để làm một trợ lực giúp thị trường chứng khoán phát triển [1, 2].

Những năm qua, chính sách thuế đối với thị trường chứng khoán Việt Nam không ngừng được hoàn thiện với hàng loạt thay đổi, bổ sung, cải sửa. Minh chứng là hệ thống pháp luật về thuế nói chung và thuế đối với thị trường chứng khoán nói riêng liên tục được cập nhật để phù hợp với tình hình thực tế. Tuy vậy, với tốc độ thay đổi mạnh mẽ của đời sống xã hội và nền kinh tế, chính sách thuế hiện tại, trong đó bao gồm chính sách thuế đối với nhà đầu tư cá nhân đã và đang bộc lộ những bất cập, hạn chế, tạo thành một trở lực đối với mục tiêu phát triển thị trường chứng khoán.

*Email: sanglm@uel.edu.vn

Tổng quan pháp luật về nghĩa vụ thuế thu nhập cá nhân đối với nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Nghĩa vụ thuế của nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán tập trung vào thuế trực thu. Theo đó, Nhà nước sẽ đánh thuế trực tiếp trên thu nhập của nhà đầu tư và có sự khác biệt nhất định giữa nhà đầu tư cá nhân và nhà đầu tư tổ chức. Với nhà đầu tư cá nhân, nghĩa vụ thuế tập trung vào thuế thu nhập cá nhân.

Thu nhập chịu thuế

Nhà đầu tư cá nhân phải đóng thuế thu nhập cá nhân đối với những thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán và thu nhập từ đầu tư vốn (Khoản 3 Điều 3 Luật Thuế thu nhập cá nhân 2007, được sửa đổi bổ sung năm 2012 và 2014 - Sau đây gọi tắt là “Luật Thuế thu nhập cá nhân - TTNCN”).

- Thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán bao gồm: (1) Thu nhập từ chuyển nhượng cổ phiếu, quyền mua cổ phiếu, trái phiếu, tín phiếu, chứng chỉ quỹ và các loại chứng khoán khác theo quy định của Luật Chứng khoán; (2) Thu nhập từ chuyển nhượng cổ phần của các cá nhân trong công ty cổ phần theo quy định của Luật Chứng khoán và Luật Doanh nghiệp (Điểm b, Khoản 4 Điều 2 Thông tư 111/2013/TT-BTC, được sửa đổi, bổ sung bởi Thông tư số 119/2014/TT-BTC, Thông tư số 151/2014/TT-BTC và Thông tư số 92/2015/TT-BTC - Sau đây gọi tắt là “Thông tư 111/2013/TT-BTC”).

- Thu nhập từ đầu tư vốn bao gồm: (1) Cổ tức nhận được từ việc góp vốn mua cổ phần; (2) Lợi tức nhận được do tham gia góp vốn thành lập tổ chức tín dụng theo quy định của Luật Các tổ chức tín dụng; (3) Góp vốn vào quỹ

Vietnam's law on personal income tax for investors in securities market

Minh Sang Luu*

University of Economics and Law,
Vietnam National University, Ho Chi Minh city

Received 17 March 2020; accepted 27 April 2020

Abstract:

This article focused on analysing personal income tax policy for investors in Vietnam's securities market according to current regulations. Based on assessing the current personal income tax policy in combination with analysing inadequacies, the author would like to point out some recommendations to improve and formulate tax regulations for individuals who engaged in securities investment and operated in Vietnam's securities market.

Keywords: investor, personal income tax, securities market.

Classification number: 5.5

đầu tư chứng khoán và quỹ đầu tư khác được thành lập và hoạt động theo quy định của pháp luật; (4) Phần tăng thêm của giá trị vốn góp nhận được khi giải thể doanh nghiệp, chuyển đổi mô hình hoạt động, chia, tách, sáp nhập, hợp nhất doanh nghiệp hoặc khi rút vốn; (5) Thu nhập nhận được từ lãi trái phiếu, tín phiếu và các giấy tờ có giá khác do các tổ chức trong nước phát hành (ngoại trừ trường hợp: thu nhập là khoản lãi từ mua trái phiếu chính phủ thuộc thu nhập được miễn thuế); (6) Thu nhập từ cổ tức trả bằng cổ phiếu, thu nhập từ lợi tức ghi tăng vốn (Khoản 3 Điều 2 Thông tư 111/2013/TT-BTC).

Kỳ tính thuế

Kỳ tính thuế chia thành hai loại: kỳ tính thuế theo năm và kỳ tính thuế theo từng lần phát sinh:

- Đối với cá nhân không cư trú sẽ được áp dụng kỳ tính thuế từng lần (cá nhân không cư trú là người không đáp ứng được những điều kiện sau đây: 1) Có mặt tại Việt Nam từ 183 ngày trở lên tính trong một năm dương lịch hoặc tính theo 12 tháng liên tục kể từ ngày đầu tiên có mặt tại Việt Nam; 2) Có nơi ở thường xuyên tại Việt Nam, bao gồm có nơi ở đăng ký thường trú hoặc có nhà thuê để ở tại Việt Nam theo hợp đồng thuê có thời hạn).

- Đối với cá nhân cư trú thì áp dụng theo từng lần hoặc theo năm với các thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán. Những khoản thu nhập từ đầu tư vốn sẽ được áp dụng kỳ tính thuế theo từng lần phát sinh thu nhập (Điều 6 Thông tư 111/2013/TT-BTC).

Căn cứ tính thuế đối với thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán

Căn cứ tính thuế đối với hoạt động chuyển nhượng chứng khoán là thu nhập tính thuế và thuế suất:

Thu nhập tính thuế: thu nhập tính thuế từ chuyển nhượng chứng khoán được xác định là giá chuyển nhượng chứng khoán từng lần.

- Phương thức tính giá chuyển nhượng chứng khoán:

+ Đối với chứng khoán của công ty đại chúng giao dịch trên Sở Giao dịch chứng khoán, giá chuyển nhượng chứng khoán là giá thực hiện tại Sở Giao dịch chứng khoán. Giá thực hiện là giá chứng khoán được xác định từ kết quả khớp lệnh hoặc giá hình thành từ các giao dịch thỏa thuận tại Sở Giao dịch chứng khoán.

+ Đối với chứng khoán không thuộc trường hợp nêu trên, giá chuyển nhượng là giá ghi trên hợp đồng chuyển nhượng hoặc giá thực tế chuyển nhượng hoặc giá theo sổ sách kế toán của đơn vị có chứng khoán chuyển nhượng tại thời điểm lập báo cáo tài chính gần nhất theo quy định của pháp luật về kế toán trước thời điểm chuyển nhượng (Khoản 2 Điều 11 Thông tư 111/2013/TT-BTC).

- Thời điểm xác định thu nhập tính thuế:

+ Đối với chứng khoán của công ty đại chúng giao dịch trên Sở Giao dịch chứng khoán là thời điểm người nộp thuế nhận thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán.

+ Đối với chứng khoán của công ty đại chúng không thực hiện giao dịch trên Sở Giao dịch chứng khoán mà chỉ thực hiện chuyển quyền sở hữu qua hệ thống chuyển quyền của Trung tâm lưu ký chứng khoán là thời điểm chuyển quyền sở hữu chứng khoán tại Trung tâm lưu ký chứng khoán.

+ Đối với chứng khoán không thuộc trường hợp nêu trên là thời điểm hợp đồng chuyển nhượng chứng khoán có hiệu lực.

+ Đối với trường hợp góp vốn bằng chứng khoán mà chưa phải nộp thuế khi góp vốn thì thời điểm xác định thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán do góp vốn là thời điểm cá nhân chuyển nhượng vốn, rút vốn (Khoản 2 Điều 11 Thông tư 111/2013/TT-BTC).

Thuế suất: nhà đầu tư cá nhân chuyển nhượng chứng khoán nộp thuế theo thuế suất 0,1% trên giá chuyển nhượng chứng khoán từng lần (Khoản 2 Điều 11 Thông tư 111/2013/TT-BTC).

Cách tính thuế: TTNCN phải nộp = Giá chuyển nhượng chứng khoán từng lần x Thuế suất 0,1% (Khoản 2 Điều 11 Thông tư 111/2013/TT-BTC).

Căn cứ tính thuế đối với thu nhập từ đầu tư vốn

Căn cứ tính thuế đối với các thu nhập từ đầu tư vốn, ngoại trừ thu nhập từ cổ tức bằng cổ phiếu được áp dụng như sau:

Thu nhập tính thuế: thu nhập tính thuế từ đầu tư vốn là tổng số các khoản thu nhập từ đầu tư mà nhà đầu tư nhận được mỗi lần. Thời điểm xác định thu nhập tính thuế từ đầu tư vốn là thời điểm tổ chức, cá nhân trả thu nhập cho đối tượng nộp thuế hoặc thời điểm đối tượng nộp thuế nhận được thu nhập (Điều 21 Luật TTNCN).

Thuế suất: nhà đầu tư cá nhân nhận thu nhập từ đầu tư vốn nộp thuế theo thuế suất 5% trên thu nhập tính thuế (Điều 23 và Điều 27 Luật TTNCN).

Cách tính thuế: TTNCN phải nộp = Thu nhập từ đầu tư vốn x Thuế suất 5% (Điều 23 và Điều 27 Luật TTNCN).

Căn cứ tính thuế đối với thu nhập từ cổ tức bằng cổ phiếu

Trường hợp này, nhà đầu tư cá nhân chưa phải nộp TTNCN khi nhận cổ phiếu. Khi chuyển nhượng số cổ phiếu này, cá nhân phải nộp TTNCN đối với thu nhập từ đầu tư vốn và thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán, cụ thể như sau:

- Đối với thu nhập từ đầu tư vốn: căn cứ để xác định số TTNCN phải nộp đối với thu nhập từ đầu tư vốn là giá trị cổ tức ghi trên sổ sách kế toán hoặc số lượng cổ phiếu thực nhận nhân ($\times$) với mệnh giá của cổ phiếu đó và thuế suất TTNCN đối với thu nhập từ đầu tư vốn (5%). Trường hợp giá chuyển nhượng cổ phiếu thấp hơn mệnh giá thì tính TTNCN đối với hoạt động đầu tư vốn theo giá thị trường tại thời điểm chuyển nhượng.

- Đối với thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán: thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán sẽ phát sinh khi nhà đầu tư chuyển nhượng cổ phiếu được nhận từ việc chi trả cổ tức. Theo đó, thu nhập tính thuế sẽ là mức chênh lệch giữa giá chuyển nhượng cổ phiếu so với mệnh giá. Cách tính TTNCN trong trường hợp này cũng theo công thức: TTNCN phải nộp = Giá chuyển nhượng chứng khoán từng lần x Thuế suất 0,1% (Khoản 2 Điều 11 Thông tư 111/2013/TT-BTC).

Bình luận về những bất cập

Chính sách TTNCN và quản lý thuế đối với nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán dường như đã bao quát được các khía cạnh thu nhập của nhà đầu tư. Công tác quản lý thuế diễn ra thuận lợi dựa trên sự hỗ trợ của các chủ thể trung gian trên thị trường chứng khoán như công ty chứng

khoán, công ty quản lý quỹ, ngân hàng lưu ký... Tuy vậy, soi chiếu chính sách thuế hiện hành dưới góc độ lý luận lẫn thực tiễn của thị trường chứng khoán Việt Nam, tác giả nhận thấy đang tồn tại nhiều bất cập:

Thứ nhất, cách thức đánh thuế dựa trên giá trị chuyển nhượng chứng khoán không thể hiện được bản chất của thuế thu nhập. Bởi lẽ bản chất của thuế nhập là đánh vào thu nhập. Thu nhập được hiểu là một khoản tiền mà một tổ chức hoặc cá nhân được hưởng [3]. Hay theo định nghĩa của Haig - Simons, thu nhập được hiểu là “tổng chi cho tiêu dùng” cộng với “sự gia tăng ròng về mức độ giàu có” của một cá nhân trong một khoảng thời gian nhất định [4]. Trong khi đó, luật hiện hành lại đồng nhất giá trị chuyển nhượng chứng khoán với thu nhập của nhà đầu tư và khấu trừ trực tiếp 0,1% trên giá trị chuyển nhượng. Dẫn đến hiện trạng nhà đầu tư thua lỗ, tức không hề phát sinh thu nhập thực chất vẫn phải đóng TTNCN.

Thứ hai, chính sách thuế hiện nay không đạt được mục tiêu khuyến khích đầu tư cũng như định hướng thói quen, lựa chọn đầu tư của người dân. Chính sách thuế dường như không có sự khác biệt giữa phương thức đầu tư cá nhân và phương thức đầu tư tập thể. Đồng thời, cũng không có chính sách ưu đãi thuế nào để khuyến khích những thị trường mới hình thành như thị trường chứng khoán phái sinh. Mặc dù chính sách thuế chỉ là một trong những công cụ để thúc đẩy sự phát triển của thị trường và sự tham gia của nhà đầu tư nhưng kinh nghiệm các nước cho thấy chính sách thuế có những tác động nhất định đến vấn đề này. Rất nhiều quốc gia đều áp dụng chính sách miễn thuế thu nhập hoặc ưu đãi với thuế suất rất thấp đối với nhà đầu tư khi đầu tư vào chứng khoán phái sinh và đầu tư thông qua quỹ đầu tư.

Thứ ba, cách thức đánh thuế hiện tại chưa bao quát được tính đặc thù của các giao dịch trên thị trường chứng khoán. Điển hình như đối với giao dịch hợp đồng tương lai. Hợp đồng tương lai là một loại chứng khoán phái sinh nên cách thức giao dịch hoàn toàn khác biệt với chứng khoán cơ sở như cổ phiếu, trái phiếu. Giao dịch hợp đồng tương lai thể hiện qua trạng thái của các vị thế như: vị thế mua, vị thế bán, vị thế mở, vị thế đóng, vị thế ròng. Khi nhà đầu tư giao dịch mở hợp đồng thì có thể đó cũng là trạng thái đóng và ngược lại, nên việc xác định thời điểm xác định thu nhập tính thuế là thời điểm giao dịch khớp lệnh tương tự như đối với giao dịch chứng khoán cơ sở là không hợp lý.

Thứ tư, chính sách thuế hiện tại thiếu sự công bằng giữa nhóm đối tượng có thu nhập từ chuyển nhượng phần vốn góp với nhóm đối tượng có thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán. Theo đó, với nhóm đối tượng có thu nhập từ chuyển nhượng phần vốn góp, thu nhập tính thuế được xác định bằng giá chuyển nhượng trừ (-) giá mua của phần vốn chuyển nhượng và trừ (-) các chi phí hợp lý liên quan đến việc tạo ra thu nhập từ chuyển nhượng vốn. Các chi phí

được trừ, bao gồm: (1) Chi phí để làm các thủ tục pháp lý cần thiết cho việc chuyển nhượng; (2) Các khoản phí và lệ phí người chuyển nhượng nộp ngân sách khi làm thủ tục chuyển nhượng; (3) Các khoản chi phí khác có liên quan trực tiếp đến việc chuyển nhượng vốn (Khoản 1 Điều 11 Thông tư 111/2013/TT-BTC). Trong khi đó, thu nhập tính thuế đối với thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán lại được xác định dựa trên giá chuyển nhượng, không được giảm trừ giá vốn và các loại phí giao dịch trên thị trường.

Thứ năm, chính sách thuế hiện tại thiếu sự công bằng giữa nhóm đối tượng nhận cổ tức bằng tiền mặt và nhóm đối tượng nhận cổ tức bằng cổ phiếu. Bởi lẽ, với thu nhập là cổ tức được trả bằng tiền thì bị khấu trừ 5% thu nhập tại nguồn. Nhưng trường hợp chia cổ tức bằng cổ phiếu thì việc thu thuế lại dựa vào việc tự kê khai của nhà đầu tư khi chuyển nhượng những cổ phiếu này. Thuế suất đối với thu nhập từ cổ tức bằng cổ phiếu cũng thấp hơn vì được phân ra thành hai thành phần: giá trị cổ phiếu bằng mệnh giá thì áp dụng thuế suất 5%, giá trị chênh lệch giữa giá cổ phiếu khi chuyển nhượng so với mệnh giá chỉ áp dụng thuế suất 0,1%. Trên thực tế, theo phản ánh của nhiều nhà đầu tư và công ty chứng khoán, hầu như chưa ghi nhận trường hợp nào tự kê khai và nộp thuế trong trường hợp này khi chuyển nhượng [5]. Thay vào đó, các công ty chứng khoán sẽ khấu trừ 0,1% trên giá trị chuyển nhượng đối với các cổ phiếu này vì thiếu cơ chế quản lý và phân định nguồn gốc của cổ phiếu. Hơn nữa, cơ chế tự kê khai tại cơ quan thuế quản lý tổ chức phát hành cũng gây khó khăn cho việc kê khai thuế của nhà đầu tư, vì việc xác định cơ quan nào quản lý tổ chức phát hành đôi khi không dễ dàng. Đặc biệt, trong trường hợp nhà đầu tư và tổ chức phát hành không cùng địa phương thì việc kê khai thuế sẽ trở nên khó khăn hơn nhiều lần. Điều này không những gây nên sự bất công trong chính sách thuế mà còn gây thất thoát ngân sách nhà nước, đặc biệt đối với trường hợp nhà đầu tư là người không cư trú.

Kết luận và kiến nghị

Với những bất cập nêu trên, tác giả cho rằng cần phải cải sửa chính sách TTNCN đối với nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán theo hướng thực chất, công bằng giữa các nhóm đối tượng và đảm bảo đúng bản chất của sắc thuế đánh trên thu nhập, cụ thể:

Một là, nghiên cứu thay đổi cách thức đánh thuế đối với nhà đầu tư. Theo đó, thu nhập tính thuế cần dựa trên thu nhập thật sự của nhà đầu tư sau khi lấy giá trị chuyển nhượng chứng khoán trừ đi giá vốn và các chi phí. Hiện tại hệ thống giao dịch của sở giao dịch, công ty chứng khoán và trung tâm lưu ký chứng khoán đều có khả năng hạch toán lãi, lỗ đối với từng khoản đầu tư của nhà đầu tư vào bất kỳ thời điểm nào. Vì vậy, tác giả cho rằng việc triển khai đánh thuế dựa trên cách tính này hoàn toàn mang tính khả thi.

Hai là, cần phải thiết kế chính sách ưu đãi thuế đối với thị trường chứng khoán phái sinh. Tác giả cho rằng, trong 5 năm đầu tiên triển khai thị trường chứng khoán phái sinh đối với các loại chứng khoán phái sinh mới cần phải áp dụng chính sách miễn thuế hoặc ưu đãi thuế với thuế suất thấp. Điều này sẽ giúp thu hút được sự tham gia của nhà đầu tư trong và ngoài nước đối với thị trường chứng khoán phái sinh và cạnh tranh với thị trường chứng khoán của các nước. Khi thị trường chứng khoán phái sinh phát triển sẽ kéo theo tổng thể thị trường chứng khoán phát triển, nguồn thu thuế từ thị trường chứng khoán theo đó sẽ tăng lên.

Ba là, chính sách thuế đối với phương thức đầu tư tập thể thông qua quỹ đầu tư cần được thiết kế lại theo hướng ưu đãi hơn so với hình thức đầu tư cá nhân. Điều này sẽ giúp hình thành nền văn hóa đầu tư tập thể tại Việt Nam, phù hợp với nhiều đối tượng.

Bốn là, Luật TTNCN cần được sửa đổi để điều chỉnh cách thức tính thuế đối với những khoản thu nhập đến từ các giao dịch chứng khoán đặc thù như giao dịch chứng khoán phái sinh.

Năm là, thay đổi cách thức tính thuế đối với thu nhập dưới dạng cổ tức bằng tiền mặt và cổ tức bằng cổ phiếu. Theo tác giả, cần áp dụng cách thức tính thuế chung cho cả hai loại thu nhập này dựa trên giá trị cổ tức mà cổ đông nhận được. Đối với cổ tức bằng tiền mặt thì thực hiện khấu trừ vào thời điểm chuyển cổ tức. Đối với cổ tức bằng cổ phiếu thì thực hiện khấu trừ vào thời điểm cổ phiếu được phép chuyển nhượng theo giá thị trường. Việc tiếp tục nắm giữ loại cổ phiếu này cần được xem như là một hoạt động đầu tư của nhà đầu tư, khi chuyển nhượng loại cổ phiếu này thì vẫn áp dụng thuế thu nhập đối với chuyển nhượng chứng khoán.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Anna Pomeranets & Daniel G. Weaver (2011), "Security transaction taxes and market quality", *Staff Working Papers*, pp.11-26.
- [2] Bloomfield, J. Robert and O'Hara, Maureen and Saar, Gideon (2009), "How noise trading affects markets: An experimental analysis", *The Review of Financial Studies*, **22**(6), pp.2275-2302.
- [3] Trường Đại học Luật TP Hồ Chí Minh (2009), *Tập bài giảng Luật thuế*, tr.163.
- [4] Trương Bá Tuấn (2017), "Cải cách chính sách TTNCN của Việt Nam hướng tới mục tiêu tái cấu trúc ngân sách nhà nước", *Cổng thông tin điện tử Viện chiến lược và chính sách tài chính*, <https://bom.to/MQFk3b>; truy cập ngày 10/3/2020.
- [5] Anh Việt (2017), "Thuế chứng khoán: Càng hỏi, càng muốn khó", *Báo Đầu tư chứng khoán*, <https://tinnhanhchungkhoan.vn/chung-khoan/thue-chung-khoan-cang-hoi-cang-muon-khoc-209212.html>; truy cập ngày 10/3/2019.

Quy định về bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống của một số quốc gia và kinh nghiệm cho Việt Nam

Trần Cao Thành*

Trường Đại học Luật, Đại học Huế

Ngày nhận bài 20/5/2020; ngày chuyển phản biện 22/5/2020; ngày nhận phản biện 26/6/2020; ngày chấp nhận đăng 30/6/2020

Tóm tắt:

Trên thế giới, nhãn hiệu phi truyền thống đã được thừa nhận và bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp. Đối với Việt Nam, mặc dù Luật Sở hữu trí tuệ 2005, sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019 (Luật SHTT 2005) đã đề cập đến các dấu hiệu phi truyền thống như dấu hiệu hình ba chiều và dấu hiệu màu trong điều kiện đối với nhãn hiệu được bảo hộ nhưng trên thực tế vẫn còn một số bất cập trong việc bảo hộ những dấu hiệu này. Trên cơ sở tham khảo kinh nghiệm của một số quốc gia và pháp luật quốc tế, bài viết phân tích, bình luận những bất cập trong quy định của pháp luật Việt Nam, từ đó đưa ra kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật SHTT Việt Nam trong lĩnh vực bảo hộ nhãn hiệu, trong đó có nhãn hiệu phi truyền thống.

Từ khóa: bảo hộ nhãn hiệu, nhãn hiệu, nhãn hiệu phi truyền thống.

Chỉ số phân loại: 5.5

Tài sản trí tuệ ngày càng cho thấy vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Tỷ trọng tài sản trí tuệ trong cơ cấu vốn của các doanh nghiệp ngày càng lớn. Trong bối cảnh toàn cầu hoá kinh tế, việc tham gia vào sân chơi chung là điều cần thiết đối với các doanh nghiệp trong nước nói riêng và nền kinh tế Việt Nam nói chung. Các quy định về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp, trong đó có nhãn hiệu đã được quy định trong Luật SHTT 2005, song vẫn còn thiếu những quy định về bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống, đòi hỏi sớm nghiên cứu, hoàn thiện nhằm đáp ứng yêu cầu chung của các chủ thể tham gia nền kinh tế.

Khái quát về nhãn hiệu phi truyền thống

Hiệp hội nhãn hiệu quốc tế (INTA) phân loại nhãn hiệu thành 2 loại chính: nhãn hiệu truyền thống (conventional trademark) và nhãn hiệu phi truyền thống (non-conventional trademark). Hiệp định TRIPs tuy quy định tương đối rộng về nhãn hiệu nhưng không trực tiếp đề cập đến khái niệm nhãn hiệu phi truyền thống. Năm 1994, khi xây dựng Hiệp ước luật nhãn hiệu, WIPO đã đề cập đến nhãn hiệu phi truyền thống, tuy nhiên quy định còn tương đối đơn giản, chỉ đề cập đến một số vấn đề về thủ tục đăng ký nhãn hiệu màu sắc và nhãn hiệu ba chiều.

Dù không nêu cụ thể thế nào là nhãn hiệu phi truyền thống nhưng pháp luật của một số quốc gia phát triển đã đề cập đến âm thanh, mùi hương - những dấu hiệu được xem là phi truyền thống. Ví dụ như trong Bộ luật SHTT Cộng hòa

Pháp quy định tại Điều L.711-1: những dấu hiệu âm thanh như: âm thanh, câu nhạc, những dấu hiệu hình như: hình vẽ, nhãn hiệu, con dấu, biên vải (lisière), hình nổi (relief), hình ảnh ba chiều (hologramme), logo, hình ảnh tổng hợp, hình dáng, kể cả hình dáng của sản phẩm hoặc hình dáng bao bì đóng gói hoặc dịch vụ, cách sắp xếp màu sắc, phối hợp màu sắc hoặc phối hợp sắc thái màu sắc¹ [1]. Cũng cần lưu ý rằng, Bộ luật SHTT Cộng hòa Pháp đã được sửa đổi ngày 13/11/2019, có hiệu lực từ ngày 13/12/2019 (nội dung không thay đổi so với bản tiếng Anh đã trích dẫn ở trên)². Từ những quy định trên, có thể khái quát về nhãn hiệu phi truyền thống như sau: nhãn hiệu phi truyền thống là

¹Nguyên văn bản dịch tiếng Anh: A trademark or service mark is a sign capable of graphic representation which serves to distinguish the goods or services of a natural or legal person. The following, in particular, may constitute such a sign: a) Denominations in all forms, such as: words, combinations of words, surnames and geographical names, pseudonyms, letters, numerals, abbreviations; b) Audible signs such as: sounds, musical phrases; c) Figurative signs such as: devices, labels, seals, selvedges, reliefs, holograms, logos, synthesized images; shapes, particularly those of a product or its packaging, or those that identify a service; arrangements, combinations or shades of color”.

²Nguyên văn Điều L711-1 như sau:

“La marque de produits ou de services est un signe servant à distinguer les produits ou services d’une personne physique ou morale de ceux d’autres personnes physiques ou morales.

Ce signe doit pouvoir être représenté dans le registre national des marques de manière à permettre à toute personne de déterminer précisément et clairement l’objet de la protection conférée à son titulaire” [Code de la Propriété Intellectuelle, Article L711-1 (Modifié par Ordonnance n°2019-1169 du 13 novembre 2019 - art.3)].

*Email: thanhtc@hul.edu.vn

Provision on the protection of non-conventional trademark in some countries and experiences for Vietnam

Cao Thanh Tran*

University of Law, Hue University

Received 20 May 2020; accepted 30 June 2020

Abstract:

In the world, the non-conventional trademark has been recognised and protected industrial property rights. While in Vietnam, although Intellectual Property Law 2005 - amended in 2009, 2019 (IP Law 2005) - referred to non-conventional signs such as holographic signs and color signs in protected trademark conditions, in the fact that there are some inadequacies in this protection. Based on the reference experiences of some countries and international laws, the article analysed and commented on the inadequacies of Vietnam law, thereby making some solutions to improve Vietnam Intellectual Property Law on trademark protection, including non-conventional trademarks.

Keywords: non-conventional trademark, trademark, trademark protection.

Classification number: 5.5

bất kỳ loại nhãn hiệu mới nào không thuộc danh mục nhãn hiệu thông thường đã có từ trước (ví dụ: bao gồm các chữ cái, chữ số, từ, logo, hình ảnh, biểu tượng hoặc kết hợp của một hoặc nhiều yếu tố này) nhưng vẫn có thể đáp ứng được điều cần thiết của nhãn hiệu là khả năng phân biệt. Căn cứ vào dấu hiệu nhận biết bằng thị giác, có thể phân loại nhãn hiệu phi truyền thống thành 2 loại sau: nhãn hiệu phi truyền thống có thể nhận biết bằng thị giác (bao gồm nhãn hiệu ba chiều, nhãn hiệu màu, nhãn hiệu động) và nhãn hiệu phi truyền thống không nhận biết được bằng thị giác (bao gồm nhãn hiệu âm thanh, nhãn hiệu mùi, nhãn hiệu nhận biết bằng vị giác và nhãn hiệu nhận biết bằng xúc giác).

Quy định về bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống trong các điều ước quốc tế và một số quốc gia trên thế giới

Quy định trong các điều ước quốc tế

Hiệp định TRIPS 1994 về các khía cạnh liên quan tới thương mại của quyền SHTT ra đời đã nêu rõ khái niệm nhãn hiệu theo Điều 15.1 như sau: “Bất kỳ một dấu hiệu, hoặc tổ hợp dấu hiệu nào, có khả năng phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của các doanh nghiệp khác đều có thể làm nhãn hiệu hàng hóa. Các dấu hiệu đó, đặc biệt là các từ, kể cả tên riêng, các chữ cái, chữ số, các yếu tố hình họa và tổ hợp các sắc màu cũng như tổ hợp bất kỳ của các dấu hiệu đó phải có khả năng được đăng ký là nhãn hiệu hàng hóa”. Định nghĩa không hạn chế các loại dấu hiệu có thể cấu thành nhãn hiệu, chỉ yêu cầu dấu hiệu cấu thành nhãn hiệu phải có “khả năng phân biệt”. Hiệp định TRIPS cũng cho phép các thành viên có thể quy định về nhãn hiệu không phải là dấu hiệu nhìn thấy được, có nghĩa là các dấu hiệu cấu thành nên nhãn hiệu có thể là các loại dấu hiệu nhận biết được bằng các giác quan khác ngoài thị giác.

Tổ chức SHTT thế giới (WIPO) đưa ra khái niệm về nhãn hiệu như sau³: “Nhãn hiệu được hiểu là một dấu hiệu đặc trưng để chỉ rõ một loại hàng hóa hay một loại dịch vụ nào đó được một cá nhân hay doanh nghiệp nhất định sản xuất hay cung cấp” [2]. Theo định nghĩa này, WIPO cho rằng nhãn hiệu ngoài chức năng là phân biệt các loại hàng hóa hay dịch vụ thì còn là dấu hiệu xác định nhà sản xuất hay cung cấp loại dịch vụ đó.

Hiệp ước Luật Nhãn hiệu (TLT: Trademark Law Treaty) của WIPO được ký ngày 17/10/1994 và có hiệu lực từ ngày 1/8/1998 là điều ước quốc tế đầu tiên đề cập đến việc bảo hộ một trong số các loại nhãn hiệu phi truyền thống. Tại Khoản 1 Điều 2 Hiệp ước Luật Nhãn hiệu quy định rõ hiệp ước này áp dụng cả đối với nhãn hiệu ba chiều, tuy nhiên, chỉ những nước có quy định về nhãn hiệu ba chiều mới áp dụng điều ước này cho nhãn hiệu ba chiều [3]. Ngoài ra, Hiệp ước Luật Nhãn hiệu quy định phạm vi áp dụng là các dấu hiệu nhìn

³Nguyên văn là: *a trademark is a sign capable of distinguishing the goods or services of one enterprise from those of other enterprises.*

thấy được, điều này có nghĩa là ngoài nhãn hiệu ba chiều ra, các loại nhãn hiệu khác như nhãn hiệu màu, nhãn hiệu động cũng thuộc phạm vi điều chỉnh của Hiệp ước, điều này có nghĩa là Hiệp ước đã đồng thời loại trừ các dấu hiệu không nhìn thấy được như âm thanh, mùi, vị, dấu hiệu nhận biết bằng xúc giác ra khỏi phạm vi điều chỉnh.

Hiệp ước Singapore về Luật Nhãn hiệu (Singapore Treaty on the Law of Trademarks) được thông qua tại Singapore ngày 27/3/2006 của WIPO đã áp dụng cho tất cả các loại dấu hiệu có thể đăng ký làm nhãn hiệu của các bên ký kết. Chi tiết hướng dẫn thi hành Hiệp ước này quy định các loại nhãn hiệu có thể được đăng ký bảo hộ bao gồm nhãn hiệu ba chiều, nhãn hiệu màu sắc, nhãn hiệu hologram, nhãn hiệu động, nhãn hiệu vị trí và các loại nhãn hiệu không nhận biết bằng thị giác thường là nhãn hiệu âm thanh và nhãn hiệu mùi vị. Hiệp ước quy định cho phép các bên ký kết đăng ký nhãn hiệu là tất cả các loại dấu hiệu không bị cấm trong Công ước Paris, ngoài ra “Các quy định theo Hiệp ước Singapore về Luật Nhãn hiệu” còn liệt kê cụ thể 6 loại nhãn hiệu phi truyền thống được áp dụng. Hiệp ước này cũng không bắt buộc các bên ký kết phải thực hiện nghĩa vụ bảo hộ tất cả các loại nhãn hiệu phi truyền thống, mà tại Điều 29 của Hiệp ước quy định, bất kỳ quốc gia hay tổ chức phi chính phủ nào cũng có thể áp dụng quy định về bảo lưu phạm vi bảo hộ các loại nhãn hiệu phi truyền thống. Như vậy, có thể thấy pháp luật quốc tế đã có những phát triển trong nhận thức đối với vấn đề nhãn hiệu phi truyền thống.

Quy định trong các Hiệp định đa phương mà Việt Nam là thành viên

Tại Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Chương 18 có quy định về nhãn hiệu thương mại (tương đương với nhãn hiệu, tên thương mại theo pháp luật Việt Nam) dưới góc độ đối tượng được bảo hộ nội dung sau: ngoài các đối tượng truyền thống, CPTPP còn mở rộng ra cả âm thanh, và khuyến khích các nước bảo hộ cả mùi; đối với tất cả các đối tượng được bảo hộ, không bắt buộc phải là dấu hiệu nhìn thấy được. Khác với quy định của Hiệp định TRIPS, Hiệp định CPTPP yêu cầu các quốc gia tham gia không thể chỉ giới hạn phạm vi bảo hộ đối với các dấu hiệu có thể nhìn thấy mà đòi hỏi tối thiểu là phải bảo hộ đối với nhãn hiệu âm thanh. Còn nhãn hiệu mùi hương được xem như sự khuyến khích bảo hộ và không bắt buộc đối với các quốc gia thành viên do việc bảo hộ nhãn hiệu mùi hương đòi hỏi những yêu cầu cao hơn, khó khăn hơn so với việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh [5].

Về việc phải bảo hộ nhãn hiệu thương mại dưới hình thức âm thanh, Việt Nam chỉ phải thực hiện nghĩa vụ này sau 3 năm kể từ ngày CPTPP có hiệu lực. Vì vậy, Việt Nam sẽ phải điều chỉnh một số điều trong Luật Sở hữu trí tuệ để phù hợp với Hiệp định CPTPP. Về thời gian bảo hộ, CPTPP yêu cầu các nước thành viên phải bảo hộ nhãn hiệu thương

mại tối thiểu là 10 năm, và có thể được gia hạn nhiều lần, tương tự như pháp luật Việt Nam hiện hành.

Quy định của một số quốc gia trên thế giới

Pháp luật Hoa Kỳ:

Hoa Kỳ là quốc gia đi tiên phong trong việc thừa nhận nhãn hiệu, bao gồm cả những dấu hiệu phi truyền thống. Đạo luật Lanham (Lanham Act) được ban hành vào năm 1946 với mục đích bảo vệ các thương gia chống lại các hình thức phổ biến nhất của vi phạm bản quyền và cạnh tranh không lành mạnh, đánh lừa hoặc giả mạo và quảng cáo sai sự thật đã đưa ra định nghĩa về nhãn hiệu tại Điều 45 như sau: “*Nhãn hiệu bao gồm bất kỳ từ, tên gọi, biểu tượng hay hình vẽ hoặc sự kết hợp giữa chúng được sử dụng bởi một người hoặc được người đó có ý định chân thành là sử dụng nó trong thương mại và xin đăng ký theo quy định tại luật này, để mặc định và phân biệt hàng hóa của người đó, bao gồm cả hàng hóa đặc trưng với những hàng hóa cùng loại được sản xuất hoặc được bán bởi người khác để chỉ rõ nguồn gốc đó và không có nhãn hiệu hàng hóa nào có khả năng phân biệt hàng hóa của người nộp đơn với những hàng hóa của những người khác lại bị từ chối đăng ký vào sổ đăng ký*”. Theo quy định này, bất kỳ dấu hiệu nào thỏa mãn khả năng phân biệt được hàng hóa hay dịch vụ của chủ thể kinh doanh này với hàng hóa hay dịch vụ của chủ thể kinh doanh khác đều sẽ được coi là nhãn hiệu. Khái niệm này có tính mở ở chỗ: đối với các dấu hiệu phi truyền thống như dấu hiệu ba chiều, màu, âm thanh, mùi... cũng sẽ được bảo hộ dưới hình thức nhãn hiệu. Theo tinh thần của điều này, trên thực tế đã có rất nhiều trường hợp được bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống ở Mỹ như mùi hoa cỏ tươi gọi hương hoa Plimeria đã được cấp bảo hộ cho mặt hàng chỉ may và sợi thêu năm 1990, hay nhãn hiệu âm thanh của chủ sở hữu là Yahoo!, Inc được bảo hộ nhãn hiệu chứa âm thanh là giọng người đang hát từ âm trầm ngân lên âm cao từ “Yahoo”.

Để đăng ký nhãn hiệu tại Hoa Kỳ, các cá nhân, doanh nghiệp có thể nộp trực tiếp tại Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu Hoa Kỳ (United States Patent and Trademark Office - USPTO) hoặc nộp thông qua Hệ thống Madrid (Madrid System) có chỉ định Hoa Kỳ. USPTO cũng chấp nhận các ứng dụng cho các nhãn hiệu phi truyền thống như mùi hương và âm thanh [6].

Cũng theo pháp luật của Hoa Kỳ, cần lưu ý, nhãn hiệu mùi hương khi đăng ký cần được chứng minh chỉ có một chức năng duy nhất là chỉ định nguồn gốc của sản phẩm, chứ không phải chỉ dẫn đến đặc điểm của sản phẩm gắn liền với mùi hương [7]. Một dấu hiệu mùi hương sẽ không được bảo hộ nếu có tính chức năng, nghĩa là, một dấu hiệu mùi hương sẽ bị từ chối bảo hộ nếu mùi này trùng với mùi tự nhiên của sản phẩm. Ví dụ: mùi hương quả vải sẽ không được đăng ký bảo hộ cho sản phẩm quả vải. Cụ thể, để xác định một mùi hương có tiềm năng được bảo hộ

dưới dạng nhãn hiệu, mùi hương này cần phải thỏa mãn ba điều kiện. *Thứ nhất*, dấu hiệu mùi hương phải được sử dụng như một nhãn hiệu gắn liền với một sản phẩm, dịch vụ. Sản phẩm ở đây được hiểu là hàng hóa, dịch vụ thương mại cụ thể. Ví dụ: nhãn hiệu mùi hoa đại có thể được sử dụng cho sợi dùng để may vá, sợi thêu vì loại sợi này là một loại hàng hóa cụ thể được đưa vào thương mại. *Thứ hai*, mùi hương muốn được bảo hộ dưới dạng nhãn hiệu phải có khả năng phân biệt, thông qua chứng minh tính phi chức năng của dấu hiệu và vai trò như một nhãn hiệu của mùi hương. *Thứ ba*, dấu hiệu mùi hương trên không được gây nhầm lẫn với các nhãn hiệu khác [8].

Pháp luật Liên minh châu Âu:

Theo Điều 4 Quy định số 40/1994 ngày 20/12/1993 của Hội đồng châu Âu thì khái niệm nhãn hiệu được định nghĩa: “Một nhãn hiệu công cộng có thể bao gồm bất kỳ dấu hiệu nào được trình bày một cách rõ ràng và chi tiết, đặc biệt là các từ, bao gồm tên riêng, các phác họa hình ảnh, từ ngữ, các chữ số, hình dáng của hàng hóa hoặc của bao bì hàng hóa mà các dấu hiệu đó có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ thể kinh doanh này với hàng hóa, dịch vụ của chủ thể kinh doanh khác”. Theo đó, nhãn hiệu theo pháp luật EU có thể là bất kỳ dấu hiệu nào có khả năng hiện hữu dưới dạng đồ họa, các chữ cái, tên riêng, các phác họa hình ảnh, từ ngữ, các chữ số, hình dáng của hàng hóa... và các dấu hiệu này phải có khả năng phân biệt. Điều kiện “bất kỳ dấu hiệu nào” làm cho định nghĩa về nhãn hiệu được mở rộng, có thể bao hàm được cả những dấu hiệu phi truyền thống như âm thanh, mùi vị, hình ba chiều... miễn là những dấu hiệu đó có khả năng phân biệt và được trình bày rõ ràng, chi tiết. Việc xây dựng khái niệm mang tính mở đã được các quốc gia thành viên thừa nhận và ứng dụng rộng rãi. Tuy nhiên yêu cầu dấu hiệu phải thể hiện được trình bày chi tiết và rõ ràng tạo nên khó khăn khi bảo hộ dấu hiệu mùi để được bảo hộ là nhãn hiệu cộng đồng. Ngay cả khi chủ nhãn hiệu nộp kèm đơn đăng ký cả mẫu chứa mùi, bản mô tả cũng như công thức mùi thì vẫn khó đáp ứng điều kiện nêu trên.

Theo Điều 2 của Chỉ thị châu Âu và theo Đạo luật Thương hiệu Vương quốc Anh năm 1994, ba yêu cầu chính để được đăng ký làm nhãn hiệu như sau⁴:

(a) Nhãn hiệu phải là một dấu hiệu hoặc bất cứ thứ gì có thể truyền đạt thông tin.

(b) Dấu hiệu phải có khả năng phân biệt các sản phẩm hoặc dịch vụ của một cam kết với một sản phẩm khác. Đây rõ ràng là một yêu cầu về tính khác biệt của nhãn hiệu.

(c) Nhãn hiệu có khả năng đại diện đồ họa [9].

⁴Nguyên bản: (a) The trademark should be a sign or anything that can convey information; (b) The sign should be capable of distinguishing products or services of one undertaking from that of another. This is clearly a requirement of distinctiveness of trademarks; (c) The trademark is capable of graphical representation.

Khả năng đại diện đồ họa của nhãn hiệu là một trong ba yêu cầu nhằm mục đích nhận dạng chính xác hơn nhãn hiệu trong đơn đăng ký nhãn hiệu. Một nhãn hiệu có đồ họa rõ ràng và chính xác sẽ đảm bảo về quyền và trách nhiệm pháp lý cho chủ sở hữu theo Đạo luật nêu trên.

Tại Điều L.711-1 Bộ luật SHTT năm 1996 của Cộng hòa Pháp quy định khái niệm về nhãn hiệu như sau: “*Nhãn hiệu hàng hóa hoặc nhãn hiệu dịch vụ là dấu hiệu có thể được thể hiện dưới dạng chữ viết dùng để phân biệt sản phẩm hoặc dịch vụ của thể nhân hoặc pháp nhân. Những dấu hiệu có thể cấu thành nhãn hiệu chủ yếu là những dấu hiệu sau: a. Tên gọi được thể hiện dưới bất kỳ hình thức nào như: từ, tập hợp từ, tên người, tên địa lý, biệt hiệu, bút danh, chữ cái, chữ số, chữ viết tắt; b. Dấu hiệu âm thanh như: âm thanh, lời nhạc; c. Dấu hiệu hình ảnh như: hình vẽ, nhãn sản phẩm, con dấu, đường viền, hình nổi, hình ảnh ba chiều, biểu tượng, hình ảnh tổng hợp, hình thức, đặc biệt là hình thức sản phẩm, hình thức bao bì sản phẩm, hình thức đặc trưng của dịch vụ, cách bố trí kết hợp màu sắc, sắc thái màu*”. Từ quy định trên, khái niệm nhãn hiệu được Bộ luật quy định một cách chi tiết nội hàm của nhãn hiệu, gồm ba loại dấu hiệu chủ yếu có thể cấu thành nhãn hiệu: dấu hiệu tên gọi, dấu hiệu âm thanh và dấu hiệu hình ảnh, điều này bao quát cả những dấu hiệu phi truyền thống. Bộ luật cũng đã nêu một cách cụ thể rằng dấu hiệu âm thanh cũng có thể là nhãn hiệu và có thể được đăng ký bảo hộ. Đây là quy định tiên bộ, phù hợp với thực tiễn kinh doanh, trên thực tế, ngày 4/11/1994, tiếng gầm của sư tử mở đầu cho phim của hãng Metro Goldwyn Mayer (Hoa Kỳ) đã được Cộng hòa Pháp cho đăng ký bảo hộ tại Pháp. Bên cạnh quy định về khái niệm nhãn hiệu, Bộ luật nước này còn quy định về điều kiện để một dấu hiệu được bảo hộ nhãn hiệu. Cụ thể, để một dấu hiệu được bảo hộ là nhãn hiệu thì: dấu hiệu đó phải mang tính phân biệt (Điều L.711-2); dấu hiệu được lựa chọn không vi phạm các quyền sở hữu trí tuệ đã được bảo hộ, đồng thời không được trái với chính sách và đạo đức và không được gây hiểu lầm cho công chúng (Điều L.711-3) [1].

Pháp luật Nhật Bản:

Trước đây, theo quy định tại Luật Nhãn hiệu 1959 của Nhật Bản (Trademark Act) thì nhãn hiệu là các chữ cái, con số, dấu hiệu, hình họa ba chiều, hoặc bất kỳ sự kết hợp nào của chúng hoặc sự kết hợp của chúng với màu sắc, được sử dụng cho hàng hóa và dịch vụ, thỏa mãn một trong hai điều kiện: thứ nhất, đối với nhãn hiệu gắn lên hàng hóa, nó phải được sử dụng đối với hàng hóa mà một người sản xuất, xác nhận hay đem vào lưu thông; thứ hai, đối với nhãn hiệu dịch vụ, nó được sử dụng đối với dịch vụ mà một người cung cấp hay xác nhận trong quá trình thương mại (Điều 2) [10]. Cho đến khi Nhật Bản ban hành Luật Nhãn hiệu sửa đổi, bổ sung 2015, dấu hiệu màu và âm thanh mới được nhắc đến trong khái niệm nhãn hiệu [11].

Trong Luật Nhãn hiệu 2015, với mục đích xác định đầy đủ bản chất và phạm vi bảo hộ, đơn đăng ký nhãn hiệu sau phải có một mục cho biết đó là loại nhãn hiệu gì. Để các loại nhãn hiệu mới được thể hiện trong một đơn đăng ký, Văn phòng Sáng chế Nhật Bản yêu cầu đưa ra mô tả chi tiết về đối tượng muốn bảo hộ làm nhãn hiệu. Đối với các loại nhãn hiệu mới, cần phải có mô tả chi tiết về nhãn hiệu cần đăng ký để xác định phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu (Khoản 4, Điều 5, Luật Nhãn hiệu). Thông tin chi tiết về các yêu cầu cho các mô tả đó sẽ được cung cấp trong Pháp lệnh của Bộ Kinh tế. Ngoài ra, liên quan đến dấu hiệu âm thanh, việc gửi đối tượng (ví dụ: tệp âm thanh được ghi âm) sẽ được yêu cầu, điều này cũng sẽ được quy định trong Pháp lệnh. Để xác định phạm vi của nhãn hiệu đã đăng ký, bản mô tả chi tiết về đối tượng đó là bắt buộc với ý nghĩa nhằm giải thích chi tiết cho nhãn hiệu được thể hiện trong đơn (Khoản 1, Điều 27) [11].

Đối với nhãn hiệu âm thanh, các âm thanh sau không thể được đăng ký do về cơ bản chúng không có sự khác biệt: âm thanh thường được tạo ra bởi hàng hóa (ví dụ: tiếng “fizz” của đồ uống có ga; một âm thanh đơn; âm thanh tương tự như âm thanh tự nhiên (ví dụ: âm thanh của nước chảy); âm thanh được nhận dạng là âm nhạc (ví dụ: BGM - nhạc nền) [12].

Một số bất cập trong quy định của pháp luật Việt Nam về bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống

Thứ nhất, bất cập trong định nghĩa về nhãn hiệu

Định nghĩa về nhãn hiệu được quy định tại Khoản 16 Điều 4 Luật SHTT 2005 như sau: “*Nhãn hiệu là dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hoá, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau*”. Theo cách định nghĩa này, bất kỳ dấu hiệu nào có chức năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của cá nhân, tổ chức này với các cá nhân, tổ chức khác thì đều được xem là nhãn hiệu. tuy nhiên, để các dấu hiệu này được đăng ký bảo hộ dưới hình thức là nhãn hiệu thì phải đáp ứng đủ các điều kiện quy định tại Điều 72 Luật SHTT 2005, cụ thể: “*Nhãn hiệu được bảo hộ nếu đáp ứng các điều kiện sau đây: 1. Là dấu hiệu nhìn thấy được dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc; 2. Có khả năng phân biệt hàng hoá, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hoá, dịch vụ của chủ thể khác*”.

Theo đó, nhãn hiệu là dấu hiệu có thể dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ giữa các tổ chức, cá nhân khác nhau, nhưng dấu hiệu này phải là dấu hiệu nhìn thấy được và được thể hiện dưới dạng chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc; đồng thời dấu hiệu đó phải có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hoá, dịch vụ của chủ thể khác. Do đó những dấu hiệu nào không đáp ứng hai điều kiện trên sẽ không được xem là nhãn hiệu và không được đăng ký bảo hộ nhãn

hiệu theo quy định của pháp luật Việt Nam. Khi so sánh đối chiếu với thực tế cũng như quy định trong pháp luật quốc tế và một số quốc gia, định nghĩa tại Luật SHTT năm 2005 về nhãn hiệu chỉ quy định về những dấu hiệu có thể nhìn thấy được, tức là những dấu hiệu dùng thị giác để phân biệt, một số dấu hiệu khác cũng có chức năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức, cá nhân khác nhau nhưng được cảm nhận bằng các giác quan khác của con người thì vẫn không được thừa nhận là nhãn hiệu và không được đăng ký bảo hộ, như các dấu hiệu phi truyền thống.

Thứ hai, bất cập trong điều kiện bảo hộ

Chức năng cơ bản và quan trọng nhất của nhãn hiệu là khả năng phân biệt, do đó bất kỳ dấu hiệu nào muốn được bảo hộ là nhãn hiệu thì trước tiên phải đáp ứng điều kiện về khả năng phân biệt. Khoản 1 Điều 74 Luật SHTT năm 2005 đã giải thích rõ: “*Nhãn hiệu được coi là có khả năng phân biệt nếu được tạo thành từ một hoặc một số yếu tố dễ nhận biết, dễ ghi nhớ hoặc từ nhiều yếu tố kết hợp thành một tổng thể dễ nhận biết, dễ ghi nhớ và không thuộc các trường hợp quy định tại khoản 2 Điều này*”. Khoản 2 Điều 74 Luật SHTT năm 2005 quy định về những trường hợp nhãn hiệu được coi là không có khả năng phân biệt, trong đó, dấu hiệu hình bị loại trừ không được bảo hộ là nhãn hiệu khi “*hình và hình hình học đơn giản*” hay “*dấu hiệu, biểu tượng quy ước, hình vẽ hoặc tên gọi thông thường của hàng hóa*”. Như vậy, pháp luật SHTT Việt Nam mặc dù thừa nhận những dấu hiệu có thể nhìn thấy được bằng thị giác nhưng chưa hoàn toàn có quy định về khả năng phân biệt của các dấu hiệu đó, như dấu hiệu hình ba chiều, màu, hình động, điều này dẫn đến những khó khăn nhất định trong việc bảo hộ nhãn hiệu nếu chủ sở hữu muốn lựa chọn những dấu hiệu như hình ba chiều, hình động để bảo hộ nhãn hiệu.

Đối với những dấu hiệu không thể nhận biết được bằng thị giác như dấu hiệu mùi, vị, âm thanh, xúc giác, pháp luật Việt Nam vẫn chưa có quy định cụ thể về những dấu hiệu này cũng như khả năng phân biệt của chúng. Do đó những dấu hiệu này không được bảo hộ tại Việt Nam trong thời gian này.

Thứ ba, bất cập trong trình tự, thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu phi truyền thống

Hiện nay, pháp luật Việt Nam mới chỉ đề cập đến dấu hiệu ba chiều và dấu hiệu màu có thể dùng làm nhãn hiệu. Trong vấn đề xác lập quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hình ba chiều, Điều 37 Thông tư số 16/2016/TT-BKHCN hướng dẫn về đơn đăng ký nhãn hiệu nói chung, trong đó Điều 37.5 về yêu cầu đối với mẫu nhãn hiệu quy định: “*b) Đối với nhãn hiệu là hình ba chiều thì mẫu nhãn hiệu phải kèm theo ảnh chụp hoặc hình vẽ thể hiện hình phối cảnh và có thể kèm theo mẫu mô tả ở dạng hình chiếu*”. Quy định này được xem là hướng dẫn quan trọng cho thủ tục đăng ký dấu hiệu hình ba chiều. Tuy nhiên, pháp luật Việt Nam chưa có những cơ sở pháp lý cho thủ tục đăng ký cũng

như thực thi quyền sở hữu công nghiệp liên quan đến các nhãn hiệu ba chiều và nhãn hiệu màu, nhất là trong việc thể hiện những dấu hiệu này trong đơn đăng ký, điều này dẫn đến những khó khăn nhất định trong việc thẩm định đối với loại nhãn hiệu phi truyền thống này.

Đối với các dấu hiệu phi truyền thống khác như hình động, âm thanh, mùi, vị, xúc giác, pháp luật Việt Nam cũng chưa quy định hành lang pháp lý về thủ tục xác lập quyền khi chủ sở hữu muốn lựa chọn những dấu hiệu này làm nhãn hiệu. Nếu chủ thể kinh doanh muốn đăng ký những dấu hiệu này làm nhãn hiệu, việc diễn giải những dấu hiệu này vào đơn cũng gặp nhiều khó khăn vì không có quy định phải diễn giải như thế nào cho từng loại dấu hiệu nêu trên. Trong khi các nước phát triển đã quy định rõ các thủ tục cần thiết cho việc đăng lý các dấu hiệu phi truyền thống này làm nhãn hiệu thì pháp luật Việt Nam vẫn chưa có quy định cụ thể để giải quyết trong trường hợp muốn bảo hộ những loại nhãn hiệu phi truyền thống.

Một số kiến nghị

Từ những phân tích ở trên, tác giả kiến nghị nên quy định về khái niệm nhãn hiệu vừa theo hướng mở, vừa theo hướng liệt kê để có thể vừa làm rõ được điều kiện cụ thể để một dấu hiệu được xem là nhãn hiệu, vừa không giới hạn các dấu hiệu khác cũng có thể được xem là nhãn hiệu. Sự thay đổi này sẽ dẫn đến việc thừa nhận những dấu hiệu không nhìn thấy được như dấu hiệu âm thanh, mùi, vị có thể cảm nhận được thông qua các giác quan khác vẫn có thể trở thành nhãn hiệu. Cụ thể, sửa đổi khái niệm về nhãn hiệu tại Khoản 16 Điều 4 Luật SHTT như sau: “Nhãn hiệu là dấu hiệu có thể nhận biết được thông qua các giác quan của con người, có thể được thể hiện dưới các dạng nhìn thấy được: chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc; hoặc dưới dạng không nhìn thấy được: âm thanh, mùi, vị hoặc các dạng khác và phải có khả năng phân biệt giữa các hàng hóa, dịch vụ khác nhau”. Với khái niệm này, một dấu hiệu trở thành nhãn hiệu khi đáp ứng các điều kiện sau: *Thứ nhất*, nhãn hiệu trước hết phải là dấu hiệu. Các dấu hiệu này được thể hiện dưới các dạng: chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc; âm thanh; mùi; vị hoặc các dạng khác. *Thứ hai*, dấu hiệu đó phải được con người cảm nhận được thông qua một hoặc một số giác quan khác nhau. *Thứ ba*, dấu hiệu đó phải có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ thể kinh doanh này với hàng hóa, dịch vụ của chủ thể kinh doanh khác. Mặt khác, khái niệm này đã liệt kê cụ thể các cách thức thể hiện của dấu hiệu so với trước đây, không chỉ có chữ cái, từ ngữ, hình vẽ, hình ảnh, kể cả hình ba chiều hoặc sự kết hợp các yếu tố đó, được thể hiện bằng một hoặc nhiều màu sắc mà còn bổ sung thêm các dấu hiệu về âm thanh, mùi, vị hoặc các dạng khác nhằm đáp ứng sự đổi mới, sáng tạo của các chủ thể kinh doanh, phù hợp với nhu cầu của thực tiễn xã hội cũng

như luật pháp quốc tế. Bên cạnh đó, điều này cũng góp phần quan trọng trong việc đề ra các quy định cho phép đăng ký bảo hộ nhãn hiệu đối với các dấu hiệu phi truyền thống, giúp các chủ thể quyền có thể tiếp cận và khai thác tốt hơn những loại dấu hiệu mới này.

Kết luận

Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, dưới tác động ngày càng sâu rộng của xu hướng toàn cầu hóa, việc hoàn thiện hệ thống pháp luật về nhãn hiệu nói chung, đặc biệt là nhãn hiệu phi truyền thống nói riêng là yêu cầu cấp bách hiện nay. Có thể thấy Nhà nước đã và đang đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và vận hành cơ chế bảo hộ đối với nhãn hiệu. Vai trò này không chỉ được thể hiện thông qua việc ban hành pháp luật mà còn thể hiện ở việc thiết lập và vận hành hiệu quả hệ thống thực thi bảo hộ trên thực tế. Tuy nhiên để phù hợp với yêu cầu của thực tiễn trong nền kinh tế thị trường và yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, pháp luật Việt Nam nên đẩy mạnh phát triển nhãn hiệu phi truyền thống, giúp các doanh nghiệp tiếp cận gần hơn và tạo điều kiện để các doanh nghiệp tham gia bảo hộ các nhãn hiệu này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] French Intellectual Property Code (Act No.94-361 of 10 May 1994).
- [2] WIPO (2004), *Intellectual Property Handbook: policy, law and use*, WIPO Publication, pp.68.
- [3] Cục Sở hữu trí tuệ (2020), *Tổng quan về nhãn hiệu phi truyền thống*.
- [4] WIPO (2011), *Singapore treaty on the law of trademarks*, WIPO Publication, pp.53-54.
- [5] Phạm Thu Hà (2019), *Yêu cầu, thực trạng và giải pháp bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống tại Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Luật Hà Nội.
- [6] United States Trademark Law 2013 (Revision Act of 1988).
- [7] Adam Brookman (2019), *Trademark Law: protection, enforcement and licensing*, pp.2-13.
- [8] Nguyễn Hồ Bích Hằng, Nguyễn Xuân Mỹ Hiền, Huỳnh Thanh Thịnh (2017), “Chế định đăng ký nhãn hiệu mùi hương theo pháp luật Hoa Kỳ”, *Tạp chí Khoa học Pháp lý*, **5(108)**, tr.27.
- [9] Neha Mishra (2008), *Registration of non-traditional trademarks*, National University of Singapore, pp.43-50.
- [10] <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=45&vm=04&re=01>.
- [11] Trademark Act of Japan Act No.55 of 2015 (Effective April 1, 2016), <http://www.cas.go.jp/jp/seisaku/hourei/dictionary.pdf?fbclid=IwAR02JSPECS6qk7wAtVCX61tjIM47Y8VLhGF91rXeGP MGUOqCoXc8KvtbSUY>.
- [12] Kamikura Hanako (2015), *New types of trademark now registrable in Japan*, <https://www.yuasa-hara.co.jp/english/lawinfo/1015/>.

Chính sách thông tin khoa học và công nghệ phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới ở Việt Nam

Lê Tùng Sơn^{1*}, Trần Hậu Ngọc²

¹Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

²Viện Đánh giá khoa học và Định giá công nghệ

Ngày nhận bài 21/7/2020; ngày chuyển phản biện 23/7/2020; ngày nhận phản biện 24/8/2020; ngày chấp nhận đăng 27/8/2020

Tóm tắt:

Trong bối cảnh xã hội thông tin và nền kinh tế tri thức, thông tin khoa học và công nghệ (KH&CN) giữ một vị trí quan trọng đối với mỗi quốc gia. Nhận thức được tầm quan trọng của thông tin KH&CN, nhiều quốc gia trên thế giới đã xây dựng chính sách thông tin KH&CN dựa trên nền tảng khung chính sách được UNESCO đề xuất cho các nước thành viên. Trên cơ sở phân tích thực trạng chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam, bài viết xác định những yếu tố cơ bản trong xây dựng chính sách thông tin KH&CN phục vụ nghiên cứu khoa học, đổi mới ở Việt Nam và đưa ra những khuyến nghị trong việc hoàn thiện chính sách.

Từ khóa: chính sách, đổi mới, thông tin KH&CN, tiếp cận thông tin KH&CN.

Chỉ số phân loại: 5.8

Mở đầu

Những biến đổi sâu sắc mang tính cách mạng của nền kinh tế thế giới trong khoảng vài thập niên trở lại đây do tác động của KH&CN đã đánh dấu sự ra đời một nền kinh tế mới (kinh tế tri thức) - nền kinh tế dựa trên tri thức khoa học, chất xám trở thành tài sản trí tuệ vô giá và mang lại hiệu quả kinh tế lớn. Trong nền kinh tế này, quyền tiếp cận thông tin để phục vụ cho hoạt động nghiên cứu khoa học (tạo ra tri thức có tính quy luật), đổi mới (vận dụng tri thức vào hoạt động sản xuất) là một trong những quyền cơ bản của mỗi công dân được các quốc gia thừa nhận và bảo đảm thực hiện thông qua các chính sách quốc gia về thông tin KH&CN. Chính sách này đã tạo ra sự thay đổi quan trọng trong xã hội đương đại, một xã hội mới được kiến tạo: xã hội thông tin - xã hội tri thức, đây là một xu thế tất yếu trong sự phát triển kinh tế - xã hội của nhân loại.

Năm 2009, nhóm nghiên cứu thuộc Chương trình thông tin cho mọi người (Information for All Programme - IFAP) của UNESCO đã công bố công trình nghiên cứu “National Information Society Policy: A Template” (chính sách quốc gia về xã hội thông tin - một mô hình), đây là một nghiên cứu chứa đựng nhiều thông tin, dữ kiện khoa học làm nền tảng trong quá trình hoạch định chính sách thông tin của mỗi quốc gia được UNESCO khuyến nghị cho các nước thành viên trên cơ sở cung cấp một khung mẫu để xây dựng một xã hội thông tin cho mọi người trên tinh thần mọi người đều có quyền tiếp cận thông tin để cải thiện cho cuộc sống của họ.

Tại Việt Nam, chính sách thông tin KH&CN được hình

thành trong một thời gian dài, có sự kế thừa trong các giai đoạn khác nhau và phát triển trong điều kiện phát triển nhanh chóng của KH&CN, đặc biệt là công nghệ thông tin, cùng với đó là sự hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng đã mở ra nhiều triển vọng cho sự phát triển trên các phương diện: liên kết chia sẻ thông tin KH&CN, nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng, hệ thống thông tin, phát triển nguồn nhân lực thông tin KH&CN... Chính những yếu tố này đã tác động to lớn đến quá trình hình thành và hoàn thiện của chính sách thông tin KH&CN.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi phân tích thực trạng chính sách thông tin KH&CN hiện hành ở Việt Nam và đưa ra những luận điểm khoa học về nền tảng xây dựng chính sách thông tin KH&CN. Nghiên cứu trả lời cho câu hỏi: “*Đâu là yếu tố cơ bản để xây dựng chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam?*”, từ đó đưa ra những khuyến nghị nhằm hoàn thiện chính sách.

Khái luận về chính sách thông tin KH&CN phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới

Khái niệm thông tin KH&CN

Có nhiều định nghĩa khác nhau liên quan đến khái niệm “thông tin KH&CN”. Trong nghiên cứu này, thông tin KH&CN được định nghĩa là *các dữ liệu, dữ kiện, số liệu, tin tức được xử lý và có ý nghĩa trong hoạt động KH&CN và đổi mới* [1, 2].

Thuật ngữ “hoạt động KH&CN” trong định nghĩa này được xác định bao gồm: hoạt động nghiên cứu khoa học, nghiên cứu và triển khai thực nghiệm, phát triển công nghệ, ứng dụng công nghệ, dịch vụ KH&CN, phát huy sáng kiến và hoạt động sáng

*Tác giả liên hệ: Email: tungson.hlu@gmail.com

Policies of scientific and technological information for scientific research and innovation in Vietnam

Tung Son Le*, Hau Ngoc Tran²

¹Ministry of Culture, Sports and Tourism

²Vietnam Centre for Science and Technology Evaluation

Received 21 July 2020; accepted 27 August 2020

Abstract:

In the context of information society and knowledge economy, scientific and technological information plays an important position and is the driving force of the development of each country. Recognising the importance of scientific and technological information, many countries around the world have developed science and technology information policies based on the proposed policy framework proposed by UNESCO for the member countries. Based on an analysis of the real situation of science and technology information policies in Vietnam, the study identifies the basic foundations in building science and technology information policies for scientific research and innovation in Vietnam and proposing some recommendations on completing these policies.

Keywords: access to scientific and technological information, innovation, policies, scientific and technological information.

Classification number: 5.8

tạo khác nhằm phát triển KH&CN [3]; “Hoạt động đổi mới” được xác định là việc thực thi một sản phẩm (hàng hóa/dịch vụ) hay một quy trình mới hoặc cải tiến đáng kể, một phương pháp marketing mới hay một biện pháp mang tính tổ chức trong thực tiễn hoạt động, trong tổ chức công việc hay trong quan hệ bên ngoài. Hoạt động đổi mới bao gồm: đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình, đổi mới tiếp thị và đổi mới tổ chức [4].

Vai trò của thông tin KH&CN đối với hoạt động nghiên cứu khoa học và đổi mới

Thông tin KH&CN được xem là “bước gạch nối” quan trọng giữa hoạt động nghiên cứu khoa học (tạo ra tri thức mới) và hoạt động đổi mới (vận dụng, áp dụng tri thức vào hoạt

động sản xuất kinh doanh). Thông tin KH&CN có ý nghĩa quan trọng trong cả 2 hoạt động này, được thể hiện ở các điểm sau:

Đối với hoạt động nghiên cứu khoa học: thông tin KH&CN tạo nền tảng trong việc hình thành tư tưởng khoa học, vấn đề khoa học, thúc đẩy việc khám phá, tìm hiểu bản chất, quy luật tự nhiên, xã hội, tư duy, định hướng mới trong khoa học. Hoạt động nghiên cứu khoa học là quá trình xây dựng giả thuyết khoa học và chứng minh giả thuyết khoa học, để thực hiện các hoạt động này, thông tin giữ vai trò là dữ liệu, cứ liệu để chứng minh các luận điểm khoa học. Để có được điều này, quyền tiếp cận thông tin KH&CN cần được đề cao; thông tin KH&CN giúp giảm thiểu tính rủi ro trong hoạt động nghiên cứu, tránh việc thiếu thông tin trong chứng minh giả thuyết, tránh nghiên cứu trùng lặp, tránh giẫm chân lên lỗi mòn thất bại trong các công trình nghiên cứu của đồng nghiệp, gây ra sự lãng phí về mặt nguồn lực trong nghiên cứu; thông tin KH&CN tạo ra sự liên kết giữa các nhà nghiên cứu, gắn kết các công trình nghiên cứu, đưa các công trình khoa học vào thực tiễn cuộc sống.

Đối với hoạt động đổi mới: thông tin KH&CN thúc đẩy và tạo ra cầu nối giữa hoạt động nghiên cứu khoa học và đổi mới sáng tạo, thúc đẩy hình thành các ý tưởng đổi mới sáng tạo trong các cơ quan, tổ chức và đặc biệt là doanh nghiệp; góp phần cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm, nội dung, quy trình hoạt động, đổi mới phương thức, quy trình vận hành tổ chức, doanh nghiệp, từ đó nâng cao tính cạnh tranh trong hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp.

Chính sách thông tin KH&CN phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới

Trong tiếp cận của nghiên cứu, chính sách thông tin KH&CN là tập hợp các biện pháp được thể chế hóa mà chủ thể quyền lực đưa ra, tác động và tạo sự ưu đãi cho hệ thống đảm bảo thông tin phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới, định hướng cho hệ thống này bảo đảm quyền tiếp cận thông tin KH&CN cho hoạt động nghiên cứu khoa học và đổi mới của tổ chức, cá nhân [5-9].

Phân tích định nghĩa này, có thể nhận diện bản chất của chính sách thông tin KH&CN được tiếp cận trong nghiên cứu này như sau:

Thứ nhất, chính sách thông tin KH&CN là chính sách công, do chủ thể quyền lực nhà nước hoặc chủ thể quản lý nhà nước ban hành.

Thứ hai, chính sách thông tin KH&CN bao gồm các biện pháp được thể chế hóa, bao gồm: thừa nhận và bảo đảm thực thi quyền tiếp cận thông tin KH&CN; chuẩn hóa hoạt động thông tin KH&CN; thiết lập mạng lưới tổ chức thông tin KH&CN; bảo đảm các nguồn lực cho hoạt động thông tin KH&CN.

Thứ ba, đối tượng tác động của chính sách này được xác định đó là hệ thống đảm bảo thông tin phục vụ nghiên cứu

khoa học và đổi mới. Hệ thống này được cấu thành bởi các phần tử: nguồn lực thông tin KH&CN, hoạt động thông tin KH&CN, mạng lưới tổ chức thông tin KH&CN, các nguồn lực cho hoạt động thông tin KH&CN nhằm hướng tới mục tiêu phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới của tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp.

Thứ tư, mục đích của chính sách này nhằm đảm bảo quyền tiếp cận thông tin KH&CN phục vụ cho hoạt động nghiên cứu khoa học và đổi mới của tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp.

Thực trạng chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam

Chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam được hình thành trong một khoảng thời gian dài gắn liền với công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế ở Việt Nam. Trong giới hạn của một bài báo, tác giả chỉ nghiên cứu chính sách thông tin KH&CN thông qua các quy định hiện hành, còn hiệu lực cho đến nay. Thao tác hóa khái niệm chính sách thông tin KH&CN, có thể khái quát hóa và nhận diện các biện pháp quan trọng mà chính sách này hướng đến đó là: i) Thừa nhận và bảo đảm thực thi quyền tiếp cận thông tin KH&CN; ii) Chuẩn hóa hoạt động thông tin KH&CN; iii) Thiết lập mạng lưới tổ chức thông tin KH&CN; iv) Bảo đảm các nguồn lực cho hoạt động thông tin KH&CN. Nội dung của các biện pháp này tương ứng với 5 trụ cột cơ bản trong Khung chính sách quốc gia về xã hội thông tin mà UNESCO đề xuất. Việc phân tích nội dung các biện pháp của chính sách dựa trên phân tích nội dung các quy định đã được thể chế hóa trong các văn bản quy phạm pháp luật.

Thừa nhận và bảo đảm thực thi quyền tiếp cận thông tin KH&CN

Quyền tiếp cận thông tin KH&CN phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới được thừa nhận và cụ thể hóa ở văn bản cao nhất là Hiến pháp. Trong đó, Điều 25 của Hiến pháp quy định: *công dân có quyền tự do tiếp cận thông tin. Việc thực hiện các quyền này do pháp luật quy định*; đồng thời khoản 2 và 3 Điều 62 cũng quy định: *Nhà nước bảo đảm quyền nghiên cứu KH&CN; tạo điều kiện để mọi người tham gia và hưởng thụ lợi ích từ các hoạt động KH&CN*. Để thừa nhận quyền cơ bản này, Điều 8 Luật Tiếp cận thông tin năm 2016 (Luật Tiếp cận thông tin) đã quy định “*công dân có quyền được cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, kịp thời*”.

Ngoài ra, quyền tiếp cận thông tin KH&CN còn được điều chỉnh bởi Nghị định 11/2014/NĐ-CP ngày 18/2/2014 của Chính phủ về hoạt động thông tin KH&CN (Nghị định 11). Nội dung này được quy định tại Điều 32 của Nghị định, theo đó tổ chức, cá nhân khai thác thông tin KH&CN có quyền: được yêu cầu cung cấp thông tin KH&CN nhằm phục vụ nhu cầu hợp pháp của mình; được tiếp cận thông tin KH&CN tạo ra bằng ngân sách nhà nước phù hợp với quy định của pháp luật.

Tương ứng với việc thừa nhận quyền tiếp cận thông tin KH&CN đó là nghĩa vụ của Nhà nước trong việc đảm bảo thông tin thông qua các chế định của pháp luật về nguyên tắc tiếp cận thông tin cũng như xây dựng khung chính sách về đảm bảo thông tin với các thiết chế cung cấp thông tin KH&CN.

Luật Tiếp cận thông tin đã xác định những nguyên tắc cơ bản trong bảo đảm quyền tiếp cận thông tin, trên cơ sở đó toàn bộ nội dung quy định của Luật đã tạo hành lang pháp lý trong việc bảo đảm quyền tiếp cận thông tin KH&CN của công dân bao gồm: xác định chủ thể thực hiện quyền tiếp cận thông tin (Điều 4), xác định phạm vi tiếp cận thông tin (Điều 5, 6 và 7), phạm vi trách nhiệm cung cấp thông tin (Điều 9), cách thức tiếp cận thông tin (Điều 10) và xác định các biện pháp về công khai thông tin, cung cấp thông tin theo yêu cầu và trách nhiệm của cơ quan, tổ chức có liên quan trong bảo đảm thực hiện quyền tiếp cận thông tin của công dân.

Chuẩn hóa hoạt động thông tin KH&CN

Đây là một trong những biện pháp quan trọng có chứa đựng những nội dung được xem là trụ cột trong khung chính sách được đề xuất bởi UNESCO, đó là: vấn đề về quản lý hoặc đảm bảo thông tin, năng lực thông tin và đạo đức thông tin. Để cụ thể hóa biện pháp này, Nghị định 11 đã quy định nguyên tắc cơ bản trong hoạt động thông tin KH&CN: về tính chính xác, khách quan, về hiệu quả trong việc khai thác, sử dụng và quản lý thông tin KH&CN; bảo đảm quyền của tổ chức cá nhân trong tiếp cận thông tin KH&CN, tuân thủ các quy định về bảo mật thông tin KH&CN và sự gắn kết giữa hoạt động thông tin KH&CN với các hoạt động có liên quan khác [1].

Trên cơ sở xác định các nguyên tắc cơ bản, Điều 5 của Nghị định 11 đã xác định các loại hình hoạt động thông tin KH&CN, quy định này nhằm chuẩn hóa hoạt động thông tin KH&CN theo một chu trình thông tin tư liệu: từ phát triển nguồn lực thông tin, xử lý, phân tích thông tin, lưu giữ thông tin, tìm kiếm, tra cứu, chỉ dẫn, chia sẻ các nguồn tin KH&CN và phổ biến tri thức KH&CN. Từ việc chuẩn hóa này, sẽ thúc đẩy việc phát triển sản phẩm và dịch vụ thông tin KH&CN phục vụ việc tiếp cận thông tin KH&CN của tổ chức, cá nhân.

Phát triển nguồn lực thông tin KH&CN được xem là một trong những nội dung quan trọng được các Điều 7, 8, 9 và 10 của Nghị định 11 cụ thể hóa. Ngoài ra, vấn đề xây dựng dịch vụ thông tin KH&CN cũng được chú trọng với các loại hình dịch vụ quy định tại Điều 12 của Nghị định này.

Thiết lập mạng lưới thông tin KH&CN

Thiết lập mạng lưới thông tin KH&CN có ý nghĩa quan trọng tạo ra cơ hội cho tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp đa dạng hóa phương thức tiếp cận thông tin KH&CN phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới. Biện pháp về thiết lập mạng lưới thông tin KH&CN nhằm cụ thể hóa nội dung: *thông tin cho sự phát triển* được đề xuất bởi khung chính sách thông tin

của UNESCO¹. Nội dung về biện pháp thiết lập mạng lưới tổ chức thông tin KH&CN được thể chế hóa bởi nhiều văn bản khác nhau, trong đó quan trọng nhất là Nghị định 11, theo đó:

Khoản 4 Điều 3 Nghị định 11 đã xác định tổ chức thực hiện chức năng thông tin KH&CN là tổ chức triển khai thực hiện các hoạt động thông tin KH&CN; xây dựng, phát triển, vận hành và khai thác hạ tầng thông tin, cơ sở dữ liệu về KH&CN [1].

Trên cơ sở đó, khoản 1 Điều 22 của Nghị định 11 đã xác định mạng lưới của tổ chức thông tin KH&CN bao gồm 5 loại hình cơ bản: i) Tổ chức thực hiện chức năng đầu mối thông tin KH&CN quốc gia; ii) Tổ chức thực hiện chức năng đầu mối thông tin KH&CN cấp bộ; iii) Tổ chức thực hiện chức năng đầu mối thông tin KH&CN cấp tỉnh; iv) Tổ chức thực hiện chức năng thông tin KH&CN công lập khác; v) Các tổ chức thực hiện chức năng thông tin KH&CN do tổ chức, doanh nghiệp ngoài nhà nước và các tổ chức khác thành lập.

Để cụ thể hóa địa vị pháp lý của các tổ chức này, Nghị định 11 đã xác định vai trò, chức năng, nhiệm vụ cơ bản của tổ chức thông tin KH&CN (quy định tại các Điều 25, 26, 27 và 28); đồng thời người đứng đầu các bộ, cơ quan ngang bộ đã ban hành văn bản quy phạm pháp luật và các quyết định hành chính cá biệt nhằm xác định địa vị pháp lý cho các tổ chức thông tin KH&CN như: Thông tư liên tịch số 29/2014/TTLT-BKHCN-BNV ngày 15/10/2014 của Bộ KH&CN và Bộ Nội vụ hướng dẫn chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của cơ quan chuyên môn về KH&CN thuộc UBND cấp tỉnh, cấp huyện (sau đây gọi tắt là Thông tư liên tịch số 29); Quyết định số 1785/QĐ-BKHCN ngày 28/6/2018 của Bộ KH&CN về việc ban hành Điều lệ tổ chức và hoạt động của Cục Thông tin KH&CN quốc gia; các quyết định về tổ chức thực hiện chức năng đầu mối thông tin KH&CN cấp bộ (do người đứng đầu bộ, thủ trưởng cơ quan ngang bộ ban hành). Hiện nay, loại hình này có 30 tổ chức là các đơn vị thuộc các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ [10].

Bảo đảm các nguồn lực cho hoạt động thông tin KH&CN

Các nguồn lực cho hoạt động thông tin KH&CN được thể chế hóa bao gồm: bảo đảm về nhân lực, bảo đảm về vật lực (cơ sở vật chất và hạ tầng công nghệ thông tin) và bảo đảm về tài chính.

Bảo đảm về nhân lực: Điều 29 Nghị định 11 đã xác định cá nhân hoạt động thông tin KH&CN bao gồm: công chức, viên chức, người lao động hoạt động và cung cấp dịch vụ thông tin KH&CN phục vụ quản lý nhà nước, công tác nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ và các hoạt động khác có liên

quan. Nghị định 11 đã có những quy định nhằm thu hút nguồn nhân lực thông qua các quy định về quyền của cá nhân hoạt động thông tin KH&CN gắn với quyền của cá nhân hoạt động KH&CN quy định tại Điều 20 của Luật KH&CN 2013.

Bảo đảm về cơ sở vật chất, hạ tầng công nghệ thông tin: Nghị định 11 đã có những quy định cụ thể về hạ tầng thông tin quốc gia về KH&CN được xác định bao gồm: (1) Cơ sở dữ liệu quốc gia về thông tin KH&CN; các cơ sở dữ liệu về thông tin KH&CN; (2) Hệ thống trang thiết bị xử lý kỹ thuật để xử lý, truyền tải và lưu giữ thông tin KH&CN, các mạng thông tin KH&CN kết nối khu vực và trên thế giới. Nghị định 11 cũng đã quy định các biện pháp về đầu tư, duy trì phát triển cơ sở dữ liệu quốc gia về KH&CN, khai thác và sử dụng cơ sở dữ liệu quốc gia về KH&CN và duy trì, phát triển mạng thông tin nghiên cứu đào tạo quốc gia. Các quy định này có ý nghĩa hết sức quan trọng trong việc thiết lập hạ tầng thông tin KH&CN quốc gia phục vụ hoạt động nghiên cứu khoa học và đổi mới của tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp.

Bảo đảm về tài chính: đây là một “điểm sáng” thể hiện sự hoàn thiện trong hệ thống pháp luật về bảo đảm thực thi quyền tiếp cận thông tin KH&CN đối với việc bảo đảm nguồn lực tài chính cho các thiết chế cung ứng thông tin KH&CN. Điều 20 của Nghị định 11 đã xác định nguồn kinh phí hoạt động thông tin KH&CN bao gồm: từ ngân sách nhà nước, nguồn thu từ hoạt động dịch vụ thông tin KH&CN và nguồn tài trợ của tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài. Cùng với đó, Nghị định 11 đã quy định về nội dung chi ngân sách nhà nước cho hoạt động thông tin KH&CN, đồng thời xác định ngân sách cho hoạt động thông tin KH&CN được ghi thành một mục chi riêng trong mục lục ngân sách nhà nước hàng năm cho KH&CN của bộ, ngành và địa phương.

Ngoài ra, tại điểm c khoản 1 và điểm i khoản 2 Điều 4 Nghị định 95/2014/NĐ-CP ngày 17/10/2014 của Chính phủ quy định về đầu tư và cơ chế tài chính đối với hoạt động KH&CN đã xác định việc xây dựng hạ tầng thông tin, cơ sở dữ liệu quốc gia và thống kê KH&CN, tuyên truyền, phổ biến kiến thức, truyền thông và hoạt động thông tin KH&CN là những nội dung chi ngân sách nhà nước cho KH&CN.

Đánh giá chính sách thông tin KH&CN phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới ở Việt Nam

Chính sách thông tin KH&CN hiện hành đã thiết lập khung pháp lý tương đối toàn diện cho việc bảo đảm thông tin phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới với các biện pháp cơ bản được thể chế hóa mà nền tảng pháp lý cao nhất đó là Hiến pháp 2013 trên cơ sở thừa nhận và bảo đảm thực thi quyền tiếp cận thông tin như một quyền cơ bản của công dân, phù hợp với các điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên. Hệ thống pháp luật thể chế hóa chính sách tương đối đầy đủ và hoàn thiện đã tác động một cách sâu rộng đến hệ thống đảm bảo thông tin

¹Adrian Rozengardt, Alenjandra Davidziuk, Daniel Finquelievich (2009), *National information society policy: A template*, UNESCO information for all programme.

phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới, mở ra nhiều cơ hội tiếp cận thông tin phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới cho các tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp, đồng thời góp phần tăng cường tiềm lực thông tin KH&CN của quốc gia.

Bên cạnh những ưu điểm nêu trên, chính sách thông tin KH&CN cũng còn những bất cập như sự dàn trải, thiếu tính đồng bộ, thống nhất, có sự mâu thuẫn, chưa phù hợp với thực tiễn, gây ra sự khó khăn trong quá trình thực thi. Cụ thể:

Một là, các biện pháp về thừa nhận và bảo đảm thực thi quyền tiếp cận thông tin KH&CN còn có sự mâu thuẫn, chồng chéo, đó là sự mâu thuẫn giữa quy định của pháp luật chung (được quy định tại Luật Tiếp cận thông tin) và pháp luật chuyên ngành (quy định tại Nghị định 11). Cụ thể, theo quy định tại khoản 1 và 2 Điều 32 Nghị định 11, tổ chức, cá nhân khai thác thông tin KH&CN “(1) được yêu cầu cung cấp thông tin KH&CN nhằm phục vụ nhu cầu hợp pháp của mình; (2) được tiếp cận thông tin KH&CN tạo ra bằng ngân sách nhà nước phù hợp với quy định của pháp luật”. Tuy nhiên, khoản 1 Điều 6 của Luật Tiếp cận thông tin quy định về thông tin công dân không được tiếp cận lại bao gồm “thông tin có nội dung quan trọng thuộc lĩnh vực KH&CN” nhưng lại không quy định cụ thể tiêu chí để xác định thế nào là “thông tin có nội dung quan trọng”.

Hai là, biện pháp về thiết lập mạng lưới tổ chức thông tin KH&CN chưa thừa nhận tính đa dạng trong mạng lưới tổ chức thông tin KH&CN, tạo ra sự chồng chéo về chức năng, nhiệm vụ của các tổ chức thông tin KH&CN. Cụ thể, Nghị định 11 mới điều chỉnh tổ chức **thực hiện chức năng** thông tin KH&CN (khoản 4 Điều 3) chứ chưa điều chỉnh tổ chức **hoạt động** thông tin KH&CN đó là các thư viện, trung tâm thông tin thư viện, đặc biệt là thiết chế có tính cộng đồng cao phục vụ nhu cầu tiếp cận thông tin của người sử dụng như thư viện cộng đồng. Ngoài ra, tại điểm d Điều 22 Nghị định 11 mới chỉ thừa nhận sự tồn tại các tổ chức thực hiện chức năng thông tin KH&CN do tổ chức, doanh nghiệp ngoài nhà nước thành lập (là tổ chức phụ thuộc) chứ chưa thừa nhận sự tồn tại của các tổ chức thông tin KH&CN ngoài công lập với tư cách độc lập, thậm chí chưa có hành lang pháp lý cụ thể cho hoạt động theo mô hình doanh nghiệp thông tin KH&CN (lấy việc cung ứng thông tin KH&CN, sản phẩm và dịch vụ thông tin KH&CN để kinh doanh và thu lợi nhuận).

Mặt khác, xét về bản chất, hoạt động thông tin KH&CN là hoạt động sự nghiệp, với việc cung ứng dịch vụ công là thông tin KH&CN, sản phẩm và dịch vụ thông tin KH&CN. Tuy vậy, chính sách này lại thiết lập ra các tổ chức thông tin KH&CN bao gồm cả những mô hình cơ quan tham mưu quản lý nhà nước như cấp Cục, Vụ trực thuộc Bộ (với một bộ phận làm công tác thông tin KH&CN); Sở KH&CN tại địa phương (hiện nay có 24 Sở có mô hình này), điều này dẫn đến tình trạng khó khăn trong phân định trách nhiệm giữa tham mưu quản

lý nhà nước về thông tin KH&CN và trách nhiệm hoạt động sự nghiệp thông tin KH&CN, có những tổ chức vừa làm chức năng tham mưu quản lý nhà nước về thông tin KH&CN nhưng lại vừa làm hoạt động thông tin KH&CN, dễ dẫn đến tình trạng “vừa đá bóng, vừa thổi còi”.

Ba là, một số nội dung trong chính sách thông tin KH&CN chưa được cụ thể hóa, dẫn đến việc khó khăn trong quá trình triển khai thực thi. Đó là: các quy định của pháp luật về chuẩn hóa hoạt động thông tin KH&CN được quy định tập trung tại Chương II từ Điều 5 đến 12 của Nghị định 11, tuy nhiên nhiều nội dung hoạt động được nêu trong Nghị định lại chưa có văn bản hướng dẫn thi hành cụ thể đối với từng hoạt động nghiệp vụ, dẫn đến khó khăn trong vấn đề chuẩn hóa. Các nội dung nghiệp vụ cụ thể trong hoạt động thông tin KH&CN được quy định tại Điều 5 Nghị định 11 chủ yếu phải vận dụng các quy định của pháp luật về thư viện hoặc lưu trữ, như: vấn đề phân tích, xử lý thông tin phải vận dụng Điều 5 của Thông tư 18/2014/TT-BVHTTDL ngày 8/12/2014 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch quy định về hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ của thư viện (Thông tư 18), vấn đề về tìm kiếm, tra cứu, chỉ dẫn, khai thác sử dụng thông tin KH&CN, vấn đề về phổ biến thông tin, tri thức KH&CN phải vận dụng quy định tại các Điều 6, 7, 10 và 12 của Thông tư 18.

Xác định những yếu tố cơ bản trong xây dựng chính sách thông tin KH&CN và đề xuất giải pháp hoàn thiện chính sách

Những yếu tố cơ bản của chính sách thông tin KH&CN

Xuất phát từ khung chính sách được UNESCO đề xuất cho các quốc gia thành viên, kinh nghiệm trong xây dựng chính sách của một số quốc gia đang phát triển và thực trạng chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam², chúng tôi xin đưa ra những luận điểm cơ bản có tính nền tảng trong xây dựng chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam như sau:

Chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam phải được xây dựng trên nền tảng triết lý: *hoạt động thông tin KH&CN lấy việc bảo đảm quyền tiếp cận thông tin KH&CN của tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp làm trung tâm; tổ chức thông tin KH&CN được thiết lập trên cơ sở nhiều thành phần, trong đó Nhà nước giữ vai trò điều tiết, tạo động lực phát triển; tư nhân và các tổ chức xã hội giữ vai trò nòng cốt trong việc cung ứng sản phẩm và dịch vụ thông tin KH&CN. Thông tin KH&CN luôn đi trước, mở đường, hỗ trợ cho hoạt động nghiên cứu khoa học và đổi mới.* Trong đó:

Hoạt động thông tin KH&CN được xây dựng dựa trên nền tảng phát triển của công nghệ thông tin và các thành tựu KH&CN khác. Lấy việc xây dựng sản phẩm và dịch vụ thông

²Xin tham khảo tại: Adrian Rozengardt, Alenjandra Davidziuk, Daniel Finquelievich (2009), *National Information Society Policy: A Template*, UNESCO information for all programme, pp.8-16.

tin KH&CN làm trọng tâm, xác định các sản phẩm và dịch vụ chiến lược, chủ lực, tạo ra lợi nhuận, doanh thu trong hoạt động thông tin KH&CN. Người dân trở thành chủ thể chính trong hoạt động thông tin KH&CN bằng việc tạo ra thông tin, tìm kiếm, tiếp nhận, phổ biến, trao đổi và sử dụng thông tin; được sử dụng các sản phẩm và dịch vụ từ các thiết chế cung cấp thông tin KH&CN trên nguyên tắc tự do, bình đẳng trong tiếp cận.

Việc thiết lập mạng lưới tổ chức thông tin KH&CN được xây dựng dựa trên việc Nhà nước thừa nhận sự đa dạng, nhiều thành phần của hoạt động thông tin KH&CN, trong đó, các thiết chế cung cấp thông tin có tính chất cộng đồng cao như thư viện công cộng được chú trọng phát triển và mở rộng mạng lưới, các tổ chức thông tin KH&CN ngoài công lập, doanh nghiệp thông tin KH&CN được khuyến khích phát triển.

Thiết lập cơ chế tự chủ trong hoạt động thông tin KH&CN của các tổ chức thông tin KH&CN công lập, tạo điều kiện để các tổ chức này tự do ký kết, thỏa thuận việc cung ứng thông tin, sản phẩm và dịch vụ thông tin KH&CN phục vụ cộng đồng. Nhà nước giữ vai trò điều tiết vĩ mô thông qua các chính sách, tạo hành lang pháp lý cho các tổ chức này hoạt động. Nhà nước cùng các tổ chức xã hội khác trở thành các nhà tài trợ cho hoạt động thông tin KH&CN phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới.

Giải pháp hoàn thiện

Chính sách thông tin KH&CN giữ vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của một quốc gia, trên cơ sở nhận diện thực trạng chính sách thông tin KH&CN hiện hành và xác định những nền tảng cơ bản trong xây dựng chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam, chúng tôi xin đưa ra một số khuyến nghị nhằm hoàn thiện chính sách như sau:

Thứ nhất, cần nghiên cứu, đề xuất xây dựng Luật về hoạt động thông tin KH&CN (nâng cấp và thay thế cho Nghị định 11) nhằm hoàn thiện thể chế và thiết lập khung pháp lý đủ mạnh trong việc thừa nhận và bảo đảm quyền tiếp cận thông tin KH&CN, chuẩn hóa hoạt động thông tin KH&CN, thiết lập mạng lưới tổ chức thông tin KH&CN và bảo đảm các nguồn lực cho hoạt động thông tin KH&CN, tạo điều kiện thuận lợi cho tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp trong tiếp cận thông tin KH&CN phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới.

Thứ hai, hoàn thiện pháp luật về quyền tiếp cận thông tin KH&CN, trong đó chú trọng sửa đổi, bổ sung các quy định của pháp luật về tiếp cận thông tin bảo đảm sự tương thích giữa Luật Tiếp cận thông tin với pháp luật về hoạt động thông tin KH&CN.

Thứ ba, ban hành các văn bản quy phạm pháp luật tạo hành lang pháp lý cho việc chuẩn hóa hoạt động thông tin KH&CN nhằm cụ thể hóa các quy định trong các hoạt động nghiệp vụ, từ đó thúc đẩy việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ thông

tin KH&CN; tạo lập sự liên thông, liên kết giữa các tổ chức thông tin KH&CN, từ đó thúc đẩy hoạt động thương mại hóa các sản phẩm và dịch vụ thông tin KH&CN.

Kết luận

Trên cơ sở vận dụng kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng khung chính sách thông tin quốc gia được UNESCO đề xuất cho các nước thành viên, cùng với việc đánh giá, nhận diện thực trạng chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam, phân tích những điểm mạnh, điểm yếu của chính sách, nghiên cứu này đã xác định những nền tảng cơ bản trong xây dựng chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam, đồng thời kiến nghị giải pháp để hoàn thiện chính sách.

Do hạn chế về khuôn khổ của một bài báo, và tính phức tạp của các nội dung được thể chế hóa trong chính sách thông tin KH&CN, bài viết mới chỉ dừng lại ở việc phân tích và nhận diện chính sách thông tin KH&CN ở Việt Nam mà chưa đi sâu phân tích và nhận diện những tác động của chính sách này đến việc đảm bảo thông tin phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới, cũng như các tác động đến quyền tiếp cận thông tin của tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp. Chúng tôi xin được phân tích thấu đáo nội dung này trong các nghiên cứu sau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Chính phủ (2004), *Nghị định 11/2014/NĐ-CP ngày 18/2/2014 quy định về hoạt động thông tin KH&CN*.
- [2] Đoàn Phan Tân (2006), *Thông tin học, giáo trình dành cho sinh viên ngành thông tin - thư viện và quản trị thông tin*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [3] Quốc hội khóa XIII (2013), *Luật KH&CN năm 2013*.
- [4] OECD (2005), *Handbook on Economic Globalisation Indicators*.
- [5] Trung tâm Thông tin KH&CN quốc gia (1999), *Tài liệu hướng dẫn của UNESCO về việc xây dựng, phê duyệt, thực hiện và vận hành chính sách thông tin quốc gia*.
- [6] Vũ Cao Đàm (2009) *Tuyển tập các công trình đã công bố tập II (nghiên cứu chính sách và chiến lược)*, Nhà xuất bản Thế giới.
- [7] Adrian Rozengardt, Alenjandra Davidziuk, Daniel Finquelievich (2009), *National Information Society Policy: A Template*, UNESCO information for all programme.
- [8] Mercedes Caridad Sebastian, et al. (2001), "Information policies in Spain: Towards the new information society", *Libri*, **51**, pp.49-60.
- [9] Nguyễn Hữu Hùng (1999), *Nghiên cứu xây dựng chính sách quốc gia phát triển công tác thông tin KH&CN trong giai đoạn công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, Báo cáo tổng kết đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ.
- [10] <http://www.vista.gov.vn/thong-bao/muc-danh-sach-to-chuc-thuc-hien-chuc-nang-dau-moi-thong-tin-khoa-hoc-va-cong-nghe-2.html> (truy cập ngày 23/5/2020).

Diễn trình văn hóa tiền sử hang C6-1 qua tư liệu khảo cổ học

Nguyễn Khắc Sử¹, Lê Xuân Hưng^{2*}, Phạm Thị Phương Thảo², La Thế Phúc³, Nguyễn Trung Minh³

¹Hội Khảo cổ học Việt Nam

²Khoa Sử, Trường Đại học Đà Lạt

³Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam, Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam

Ngày nhận bài 4/12/2019; ngày chuyển phản biện 10/12/2019; ngày nhận phản biện 28/1/2020; ngày chấp nhận đăng 31/1/2020

Tóm tắt:

Bài viết này giới thiệu cấu trúc địa tầng, các dấu tích văn hóa mà người xưa để lại, hệ thống niên đại tuyệt đối của di tích, trên cơ sở đó đưa ra một vài nhận xét về diễn trình văn hóa tiền sử của những người cư trú trong hang động và giá trị di sản hang C6-1 trong bối cảnh tiền sử Đắk Nông nói riêng và Tây Nguyên nói chung. Lần đầu tiên giới khoa học Việt Nam đã biết đến một loại hình cư trú mới, một kiểu thích ứng mới của cư dân tiền sử ở vùng đất đỏ Tây Nguyên. Kết quả khai quật hang C6-1 với địa tầng dày, nguyên vẹn, hệ thống niên đại C14, các dấu tích hoạt động của con người và mộ táng, là căn cứ cho việc đối chiếu, so sánh với các di tích tiền sử ở Tây Nguyên; là cơ sở cho việc bảo tồn tại chỗ, phát huy di sản văn hóa khảo cổ phục vụ du lịch, góp phần phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Đắk Nông.

Từ khóa: Đá mới, địa tầng, hang động núi lửa, niên đại tuyệt đối, tiền sử.

Chỉ số phân loại: 5.9

Mở đầu

Trong khu vực Công viên Địa chất núi lửa Krông Nô, tỉnh Đắk Nông, các nhà địa chất và khảo cổ học đã phát hiện 10 trong số gần 100 hang động núi lửa có dấu vết hoạt động của con người. Trong đó, hang C6-1 được đào thám sát năm 2017 và khai quật vào các năm 2018, 2019, theo Quyết định số 52/QĐ-BVHTTDL ngày 9/1/2018 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch do PGS.TS Nguyễn Khắc Sử chủ trì khai quật¹ trong khuôn khổ đề tài TN17/T06.

Hang động núi lửa C6-1 có tọa độ 12°30'47,6" vĩ độ Bắc, 107°54'06,2" kinh độ Đông; độ cao tuyệt đối là 346 m so với mực nước biển. Hang có chiều dài 293 m, gồm 3 cửa thứ sinh: cửa 1 quay về phía tây nam, cửa 2 quay về phía nam, cửa 3 quay về phía đông bắc. Trong đó, cửa hướng tây nam còn nền đất cao khoảng 2-2,5 m, thấp dần vào bên trong. Nền hang còn khá nguyên vẹn và là nơi có vết tích cư trú của người tiền sử. Hang này có cửa hình bán khuyên, rộng 15,0 m, cao 3,2 m, lòng hang ăn sâu vào trong 32 m, rồi quẹo trái và tiếp tục chạy vòng quanh trụ đá basalt ở giữa. Từ cửa, ánh sáng hắt sâu vào lòng hang khoảng 10-15 m, trong khu vực này hiện phủ lớp trầm tích đất phong hóa từ đá basalt chứa dấu

tích tầng văn hóa còn khá nguyên vẹn (*in situ*). Cũng từ cửa hang, lòng hang thấp và dốc dần vào trong; trên bề mặt nền hang xuất lộ rất nhiều công cụ đá ghè đẽo và những mảnh gốm thời tiền sử.

Hang C6-1 được thám sát năm 2017 [1], khai quật lần đầu vào năm 2018 [2] và lần thứ hai vào tháng 3/2019 (hình 1); tổng diện tích hố khai quật là 10,3 m². Phương pháp khai quật là chia ô lưới (1x1 m), bóc từng lớp đất dày từ 5-7 cm, khi gặp hiện vật hoặc các di tích thì dừng lại xử lý để lấy thông tin. Hang C6-1 được khai quật theo hướng bảo tồn tại chỗ, các di tích và di vật tiêu biểu sẽ giữ lại thành các lát cắt đồng đại và lịch đại nhằm khai thác du lịch văn hóa tại di tích. Trong quá trình khai quật, chúng tôi đã lấy các mẫu phân tích như: mẫu từ cảm, bào tử phấn hoa, động vật, thạch học, trầm tích, niên đại...

Bài viết này giới thiệu cấu trúc địa tầng, các dấu tích văn hóa mà người xưa để lại và hệ thống niên đại tuyệt đối của di tích. Trên cơ sở đó đưa ra một vài nhận xét về diễn trình văn hóa tiền sử của những người sống trong “huyệt cư” và giá trị di sản Hang C6-1 trong bối cảnh tiền sử Đắk Nông nói riêng và Tây Nguyên nói chung.

Cấu trúc địa tầng, dấu tích văn hóa và hệ thống niên đại

Cấu trúc địa tầng và dấu tích văn hóa

Qua hai đợt khai quật, căn cứ vào màu sắc và kết cấu đất trên bình diện toàn hố đào, chúng tôi xác định địa tầng gồm 8 lớp (hình 3). Các lớp đều có xu hướng dày ở cửa hang (hướng tây) và mỏng dần vào phía cuối hang (hướng đông). Nhìn chung, địa tầng trong

¹Bài báo này được thực hiện trên cơ sở kết quả triển khai đề tài: “Nghiên cứu giá trị di sản hang động, đề xuất xây dựng bảo tàng bảo tồn tại chỗ ở Tây Nguyên; lấy ví dụ hang động núi lửa ở Krông Nô, tỉnh Đắk Nông” mã số TN17/T06 thuộc chương trình Tây Nguyên giai đoạn 2016-2020; chủ nhiệm đề tài: La Thế Phúc, cơ quan chủ trì: Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam, cơ quan chủ quản: Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam.

*Tác giả liên hệ: Email: hunglx@dlu.edu.vn

Prehistoric cultural process of C6-1 cave through archaeological materials

Khac Su Nguyen¹, Xuan Hung Le^{2*},
Thi Phuong Thao Pham², The Phuc La³,
Trung Minh Nguyen³

¹Vietnam Archeology Association

²History Department, Dalat University

³Vietnam Museum of Nature, Vietnam Academy of Science and Technology

Received 4 December 2019; accepted 31 January 2020

Abstract:

This article introduces the stratigraphic structures, cultural vestiges left by the ancient people, and the absolute dating system of the relics. On that basic, the authors have a few comments on the prehistoric cultural process of cave dwellers and heritage values of C6-1 cave in the context of prehistoric era of Dak Nong in particular and the Central Highlands in general. For the first time, Vietnamese scientists have known a new type of residence, a new adaptation of prehistoric inhabitants in the Central Highlands basaltic soil. The excavation results of the C6-1 cave with thick, intact stratigraphy, C14 dating system, trace of human activities and graves, are a handbook for reference and comparison with prehistoric relics in the Central Highlands. These are also the basic for on-site conservation and promotion of the archaeological cultural heritage for tourism which contributes to socio-economic development in Dak Nong province.

Keywords: absolute dating, Neolithic, prehistory, stratigraphy, volcanic cave.

Classification number: 5.9

hai đợt khai quật ở hang C6-1 là thống nhất, dày 1,85 m gồm 23 lớp đào. Dựa trên 8 lớp địa tầng đã xác định có 2 mức văn hóa sớm muộn như sau:

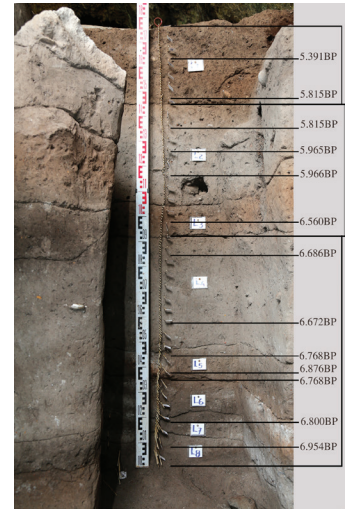
- *Lớp văn hóa trên*, dày 35-40 cm, tương đương với địa tầng lớp 1. Kết cấu là đất basalt phong hóa có màu nâu, nâu sẫm, xốp và lẫn nhiều rễ cây. Trong mức này, hiện vật có ít công cụ cuội ghè đồ không định hình, rìu mài toàn thân, chày, bàn nghiền, bàn mài, mảnh tước và công cụ xương mài dạng mũi kim, 1 mũi tên đồng, các mảnh gốm đất nung (*pottery*). Di cốt động vật là các loại thú nhỏ, vỏ các loài ốc suối, vỏ trai, vỏ hến, rùa, cua, cá, dơi... Khai quật mở rộng hố vào tháng 3/2019, trong mức này chúng tôi đã



Hình 1. Hố khai quật mở rộng hang C6-1, khai quật năm 2019.



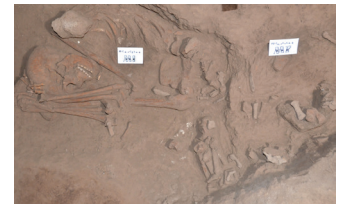
Hình 2. Mộ 4 ở hang C6-1, khai quật năm 2019.



Hình 3. Địa tầng và niên đại C14 hang C6-1.



Hình 4. Mộ 3 ở hang C6-1, khai quật năm 2018 và 2019.



Hình 5. Mộ 1 và 7 ở hang C6-1, khai quật năm 2018 và 2019.

phát hiện 1 bộ di cốt của người đã trưởng thành còn tương nguyên vẹn (Mộ 4) và một số xương/răng người khác, có nhiều giá trị trong nghiên cứu nhân chủng giai đoạn tiền sử ở Tây Nguyên.

- *Lớp văn hóa dưới* gồm 7 lớp địa tầng còn lại (từ lớp 2 đến lớp 8), dày trung bình 150 cm. Cấu tạo địa tầng có sự thay đổi độ kết dính, màu sắc đất, mức độ phong hóa của đá basalt từ trên xuống qua các lớp. Về cơ bản là sự thay đổi từ đất mịn, tơi, xốp đến rắn chắc và ngậm nước: ở lớp 2 và 3 đất màu xám nâu, xám, rồi đến nâu đỏ; cấu tạo đất mịn, tơi, xốp. Lớp 4, 5, 6, 7 và 8 cấu tạo từ đất màu xám, xám đen rồi chuyển dần sang màu xám vàng, rồi lại xám đen; đất lẫn nhiều mảnh đá basalt phong hóa vón cục màu trắng đục; đáng chú ý là ở lớp 7 (ô D3) có một thấu kính dài 75 cm (một phần ăn vào vách, phần còn lại rộng khoảng 30 cm), đất màu nâu đỏ, có dấu vết đất cháy. Nhìn chung, đất trong các lớp này có độ liên kết chặt, cứng và ngậm nước.

Trong lớp văn hóa sớm, phát hiện một số công cụ cuội, đá quartzite, thạch anh, chert, schist silic và đá basalt. Hiện vật đá chủ yếu là công cụ ghè đồ bằng kỹ thuật ghè hai mặt, tạo ra các loại hình như rìu bầu dục, rìu mài lưỡi, công cụ thắt eo hai bên, công cụ nạo hình đĩa, rìu chặt ngang đốc (rìu ngắn), cùng công cụ cắt/nạo, công cụ mảnh tước, hòn ghè, chày, hòn kê, bàn mài (lớp 2 và 3). Bên cạnh công cụ đá, xuất hiện với số lượng lớn những công cụ mũi nhọn xương mài, kích thước nhỏ dạng mũi kim (lớp 2 và 3). Về di tích có mặt nhiều hơn xương cốt động vật lớn; các

loài nhuyễn thể nước ngọt, ốc tiền phân bố rải rác từ lớp 3 đến 6. Trong lớp này ở mùa khai quật năm 2018, 2019 đã phát hiện 6 mộ táng (ký hiệu M1, 2, 3, 5, 6, 7), chôn theo tư thế ngồi bó gối, như: M2, M5 ?, M6 ? (*Mộ 5 và 6 mới xử lý tới đầu xương chỉ với tư thế dựng đứng giống Mộ 2*); nằm nghiêng co bó gối có: M1 (hình 5), M4 (hình 2) và M7 (hình 5); các xương xếp chồng lên nhau có M3 (hình 4).

Nhìn chung, tổ hợp hiện vật và di tích mộ táng cho thấy lớp này mang tính chất trung kỳ Đá mới, còn bảo lưu đậm nét các truyền thống cư trú, kiếm sống, kỹ thuật chế tác công cụ, sử dụng ốc tiền (hình 7) như đồ trang sức hay đồ tùy táng và táng thức kiểu văn hóa Hòa Bình ở miền Bắc Việt Nam.

Hệ thống niên đại

Đến nay, đã có kết quả phân tích 13 mẫu niên đại bằng phương pháp carbon phóng xạ (C14) trải đều trên toàn bộ địa tầng dày 1,85 m của hang C6-1. Các mẫu C14 được lấy từ than gỗ trong địa tầng nguyên vẹn của di tích, được phân tích tại Phòng thí nghiệm Radiocarbon của Viện Địa lý RAS (Nga) và Phòng thí nghiệm IGAN của Trung tâm Nghiên cứu đồng vị ứng dụng, Đại học Georgia (Hoa Kỳ) [3] (bảng 1).

Bảng 1. Kết quả phân tích niên đại C14 Hang C6-1 ở Krông Nô (Đắk Nông).

TT	Ký hiệu mẫu	Độ sâu mẫu (cm)	Chất liệu mẫu	Niên đại BP	Niên đại sau hiệu chỉnh
1	18.C6-1.C4.L1.2	16	Than	4.680±20	5.391 BP
2	17.C6-1.D3.L3	32	Than	5.070±20	5.815 BP
3	17.C6-1.D3.L.6	43	Than	5.110±20	5.815 BP
4	17.C6-1.D3.L.7	56	Than	5.225 ±20	5.965 BP
5	17.C6-1.D3.L.8	63	Than	5.230±20	5.966 BP
6	18.C6-1.C2.L4.3	58	Than	5.760±25	6.560 BP
7	18.C6-1.D4.L4.5	99	Than	5.780±25	6.686 BP
8	18.C6-1.D2.L4.7	125	Than	6.030±25	6.876 BP
9	18.C6-1.C2.L4.9	126	Than	5.850±25	6.672 BP
10	18.C6-1.D4.L4.10	138	Than	5.945±25	6.768 BP
11	18.C6-1.C4.L4.12	154	Than	5.945±25	6.768 BP
12	18.C6-1.D4.L4.13	175	Than	5.970±25	6.800 BP
13	18.C6-1.C3.L4.16	183	Than	6.090±25	6.954 BP

Kết quả phân tích trên cho thấy, niên đại khởi đầu của những người cư trú trong hang C6-1 hiện biết là 6.090±25 năm BP (ứng với niên đại trung bình sau hiệu chỉnh là 6.954 năm BP). Người tiền sử đã cư trú liên tục ở trong hang và kết thúc việc cư trú trong hang là vào 4.680±20 năm BP (sau hiệu chỉnh là 5.391 năm BP) (hình 3). Đây là khung thời gian tương đương với trung kỳ Đá mới, trong phân kỳ khảo cổ thời đại Đá ở Việt Nam [4]; sang giai đoạn muộn hơn là hậu kỳ Đá mới - sơ kỳ Kim khí với sự xuất hiện của rìu tứ giác mài toàn thân, đồ gốm nhiều và mũi tên đồng trong địa tầng hang C6-1. Điểm lưu ý khác, cũng trong giai đoạn hậu kỳ Đá mới - sơ kỳ Kim khí, vẫn có một số bộ phận người tiền sử tiếp tục cư trú trong hang động, nhưng cũng có bộ phận khác dời hang động lên cư trú ngoài trời xung quanh khu vực hang động.

Để lý giải cho kết quả phân tích và nhận định trên, trong 2 năm 2018 và 2019 chúng tôi đã phát hiện trên 10 di tích ngoài trời của cư dân tiền sử ở Krông Nô. Nhóm di tích này có mối liên hệ đậm nhạt khác nhau với các di tích hang động; đặc trưng di tích và di vật có tuổi tương đồng hoặc muộn hơn so với những di tích văn hóa trong hang động [5, 6]. Đây là vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu, thảo luận trong thời gian tới để tìm hiểu rõ hơn về mối liên hệ giữa các di tích và di vật này.

Nhận thức mới về văn hóa tiền sử hang C6-1

Hang C6-1 là nơi cư trú, nơi chế tác công cụ và là nơi để mộ táng của cư dân tiền sử diễn ra liên tục từ 7.000-4.500 năm BP

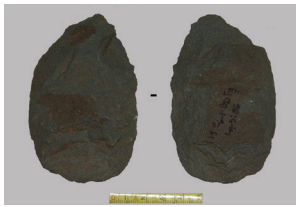
Có thể nói, hang C6-1 đã hội tụ nhiều yếu tố thuận lợi cho con người cư trú lâu dài, tạo ra một địa tầng dày và liên tục. Hang có diện tích tương đối rộng, nền hang khá bằng phẳng, cửa rộng, cửa quay về hướng tây nam, đây là hướng tiếp nhận được nhiều ánh sáng mặt trời vào buổi chiều; đường lên xuống hang dễ dàng, lại phân bố ở gần nguồn nước sinh hoạt. Hang C6-1 là hang nguyên sinh, độ gắn kết trần hang khá ổn định, là một tiền đề quan trọng khiến con người có thể cư trú được trong hang. Hang lại có 2 cửa thông nhau bởi khúc cong của hang nên không khí trong hang thông thoáng. Những điều kiện trên là thuận lợi cho những người “huyết cư” ở đây tụ cư lâu dài. Bằng chứng là, tầng văn hóa còn lại ở hang dày 1,85 m, trong đó xuất hiện nhiều bếp lửa, cùng các tàn tích bữa ăn. Hang C6-1 là một di tích khảo cổ có địa tầng dày nhất hiện biết ở Tây Nguyên.

Hang C6-1 là nơi con người chế tác công cụ đá, chủ yếu là công cụ được làm từ đá basalt và chert; chế tác bằng kỹ thuật ghè hai mặt, xuất hiện kỹ thuật mài, tạo ra những công cụ hình bầu dục, rìu chày ngang đốc, hình đĩa kiểu Hòa Bình. Dấu tích nơi chế tác công cụ thể hiện ở số lượng mảnh tước lớn, vụn được tách ra trong quá trình chế tác công cụ, cùng hạch đá, hòn ghè, bàn mài. Tuy vậy, tính chuyên hóa ở đây không như các di tích công xưởng chế tác rìu có vai, rìu tứ giác, bốn răng trâu khác ở Tây Nguyên [7].

Hang C6-1 cũng là nơi được người tiền sử chôn người chết tại nơi cư trú với táng thức nằm/ngồi co bó gối rất đặc trưng (hình 2, 4 và 5). Ngoài 7 ngôi mộ, trong hố khai quật còn có nhiều mảnh xương, răng người thuộc các cá thể khác nhau nằm rải rác ở các độ sâu khác nhau, hiện chưa lý giải được tập tục này.

Cộng đồng cư dân hang C6-1 phát triển qua 2 giai đoạn văn hóa sớm, muộn kế tiếp nhau từ trung kỳ Đá mới sang hậu kỳ Đá mới - sơ kỳ Kim khí

Giai đoạn sớm, gồm 7 lớp (2, 3, 4, 5, 6, 7 và 8), niên đại từ 7.000-5000 năm BP, mang đặc trưng văn hóa, kỹ thuật và truyền thống sau Hòa Bình, được xếp vào trung kỳ Đá mới. Trước đây, khi chưa có niên đại tuyệt đối, một số phát hiện di tích Đá mới ngoài trời ở Tây Nguyên như: Thôn Tám (Đắk Nông), lớp giữa Lung Leng (Kon Tum), Làng Gà (Gia Lai), Buôn Kiều (Đắk Lắk) hoặc ngoài Tây Nguyên như Gia Canh (Đồng Nai) và Eo Bông (Phước Yên) được dự đoán niên đại 5.000-6.000 năm BP [8-10]. Đến nay, với kết quả khai quật hang C6-1, bằng so sánh cho biết, di tích các lớp văn hóa sớm nhất ở đây giống với các di tích nêu trên. Đó



Hình 6. Công cụ hình bầu dục hang C6-1.



Hình 7. Ốc tiền (Cypraea sp.) hang C6-1.



Hình 8. Rìu mài lưỡi hang C6-1.



Hình 9. Công cụ xương mài hang C6-1.

là tổ hợp rìu mài lưỡi kiểu Bắc Sơn (hình 8), rìu hình bầu dục (hình 6), rìu chặt ngang đốc (rìu ngắn), nạo hình đĩa ghè hai mặt kiểu văn hóa Hòa Bình, cùng mũi nhọn xương mài (hình 9) và chưa xuất hiện đồ gốm. Đặc trưng giống nhau này cho phép xác nhận ở Tây Nguyên tồn tại một giai đoạn trung kỳ Đá mới sau Hòa Bình (*Post-hoabinhian*), có niên đại từ 7.000-5.000 năm BP.

Như vậy, trong tiến trình lịch sử, trên đất Tây Nguyên thực sự tồn tại một giai đoạn văn hóa trung kỳ Đá mới sau Hòa Bình, đồng đại với các văn hóa trung kỳ Đá mới khác ở Việt Nam như: Đa Bút (Thanh Hóa - Ninh Bình), Cái Bèo (Quảng Ninh - Hải Phòng), Quỳnh Văn (Nghệ An - Hà Tĩnh). Những tư liệu so sánh về loại hình học công cụ, táng thức, lối sống ở hang và phương thức săn bắt - hái lượm với văn hóa Hòa Bình là cơ sở tin rằng, cư dân trung kỳ Đá mới Tây Nguyên có nguồn gốc từ văn hóa Hòa Bình. Như vậy, trong cuộc chuyển cư của con cháu người Hòa Bình cách đây hàng nghìn năm, đã có một bộ phận vượt núi lên vùng đất đỏ Tây Nguyên, diễn ra cùng thời điểm với các nhóm cư dân khác tràn xuống vùng đồng bằng biển đảo Bắc Bộ và Bắc Trung Bộ Việt Nam cư trú.

Giai đoạn muộn là lớp 1 (địa tầng), thuộc hậu kỳ Đá mới - sơ kỳ Kim khí, niên đại 5.000-4000 năm BP. Trong giai đoạn này, ngoài một số công cụ như giai đoạn trước thì còn xuất hiện rìu mài toàn thân, ít mảnh tước đá opal; phổ biến đồ gốm văn thừng, văn chải, công cụ xương mài. Giữa 2 mức văn hóa không có lớp ngăn cách, sự phân biệt 2 mức này chủ yếu dựa vào sự xuất hiện đồ gốm ở lớp trên, sự phát triển ở đỉnh cao kỹ thuật mài toàn thân công cụ đá và tiếp xúc với cư dân chế tác và sử dụng công cụ đá opal, đặc biệt là xuất hiện công cụ đồng vào giai đoạn muộn. Văn hóa cư dân giai đoạn muộn tương đương với cư dân hậu kỳ Đá mới - sơ kỳ Kim khí ở Tây Nguyên như: văn hóa Lung Leng (Kon Tum), văn hóa Biển Hồ (Gia Lai), nhóm các di tích Buôn Triết và Buôn Ma Thuật (Đắk Lắk), nhóm các di tích Thôn Bón (Lâm Đồng)... Nhưng, về đặc trưng văn hóa, nhất là đặc trưng kỹ thuật chế tác công cụ đá trong hang động núi lửa giai đoạn muộn khác với các

di tích ngoài trời nêu trên. Những yếu tố văn hóa ở đây có sự phát triển tiếp nối truyền thống, là của cùng một tộc người trước đó.

Với tư liệu mới, con đường phát triển văn hóa hậu kỳ Đá mới ở Tây Nguyên cho thấy có nét khác với các địa bàn còn lại của Việt Nam. Ở Tây Nguyên, vào giai đoạn hậu kỳ Đá mới, ngoài một số ít cư trú trong hang còn bảo lưu kỹ thuật Hòa Bình, thì phần lớn cư trú ngoài trời, với sự xuất hiện của kỹ thuật chế tác và loại hình công cụ hoàn toàn khác nhau, thể hiện ở sự nảy sinh các công xưởng chế tác rìu tứ giác, rìu có vai bằng đá opal, bôn hình răng trâu bằng đá sét silic. Những yếu tố mới về kỹ thuật và loại hình công cụ được thể hiện trong di tồn các văn hóa như Lung Leng (Kon Tum), Biển Hồ (Gia Lai), Buôn Triết (Đắk Lắk), hoặc các nhóm di tích Thôn Bón (Lâm Đồng), Chư K'tur (Đắk Lắk), H'lang (Gia Lai) [9].

Trong lớp 1 ở hang C6-1 xuất hiện một số mảnh tước đá opal, lớp có niên đại C14 là 5.070 ± 20 năm BP và 4.860 ± 20 năm BP. Đây cũng là niên đại tuyệt đối của di tích chứa công cụ và mảnh tước opal khác ở Tây Nguyên, chẳng hạn như di tích Thôn Bón (Lâm Đồng) là 4.880 năm BP [10]. Có thể xem đây cũng là thời điểm giao lưu, tiếp xúc giữa những người chế tác rìu bầu dục, rìu ngắn, nạo hình đĩa đá chert, basalt kiểu Hòa Bình với những người chế tác, sử dụng rìu có vai, rìu tứ giác đá opal, mài toàn thân, khác truyền thống Hòa Bình.

Về truyền thống chôn người nằm co, bó gối đã xuất hiện từ lớp văn hóa sớm của hang C6-1. Nhưng sau 4.000 năm BP, ở Tây Nguyên mới xuất hiện các kiểu táng thức mới, đó là mộ nồi vò úp miệng vào nhau, mộ chum, mộ kê gốm. Tuy nhiên, các táng thức này chỉ xâm nhập vào bắc Tây Nguyên như trong văn hóa Lung Leng và văn hóa Biển Hồ, còn ở nam Tây Nguyên táng thức này ít diễn ra.

Cư dân hang C6-1 là những người săn bắt, thu hái sản vật tự nhiên xung quanh, chưa có dấu hiệu của trồng trọt, chăn nuôi và có sự thích ứng nhất định với biến động môi trường

Tư liệu khai quật cho biết, từ giai đoạn sớm, con người đã săn bắt được một số loài động vật lớn như: tê giác, trâu bò rừng, lợn rừng, hươu, nai, hoẵng, đồng thời đánh bắt cá, thu lượm các loài nhuyễn thể như ốc, trai, trùng trục, hến, cùng các loài giáp xác trong các sông suối, đầm lầy xung quanh. Sang giai đoạn muộn, đối tượng săn bắt thường là các loài bé hơn như: khỉ, kỳ đà, chồn, cheo cheo... nhưng các loài nhuyễn thể hầu như ít thay đổi, số lượng loài ít phong phú bằng giai đoạn sớm [11].

Sự thay đổi về kỹ thuật chế tác đá, sự thay đổi về loại hình công cụ, sự nảy sinh đồ gốm, đồ đồng; sự biến động thành phần động vật trên cạn, dưới nước và các loài nhuyễn thể mà con người săn bắt, thu lượm cho thấy sự biến động ấy có sự thích ứng với sự thay đổi khí hậu và môi trường xung quanh.

Tư liệu phân tích bào tử phấn hoa cho biết, từ 7.000-4.000 năm BP xung quanh hang C6-1 là môi trường rừng cây khá quang đãng (*open forest*) do mức độ che phủ của cây thân gỗ thấp, và trong điều kiện khí hậu có sự đan xen giữa ẩm/ấm và mát bởi thành phần bào tử phấn hoa cây nhiệt đới ở đây đều chiếm ưu thế [12]. Hoặc

kết quả phân tích cổ từ cảm còn cho biết, cộng đồng cư dân hang C6-1 giai đoạn 7.000-4.000 năm BP đã chứng kiến sự thay đổi xen kẽ nhau về khí hậu và môi trường với 8 vùng từ, trong đó vùng từ C6.1-1, C6.1-3, C6.1-5, C6.1-7 tương ứng với thời tiết lạnh khô, còn các vùng từ C6.1-2, C6.1-4, C6.1-6, C6.1-8 tương ứng với thời tiết lạnh hơn. Riêng mặt cát (từ khoảng 4.300 năm đến khoảng 6.200 năm) có 2 chu kỳ thời tiết chồng chập lên nhau, một chu kỳ 475 năm và 1 chu kỳ 317 năm [13].

Giá trị văn hóa nổi bật của các di tích hang C6-1 nói riêng và hệ thống các di tích khảo cổ hang động núi lửa Krông Nô nói chung là lần đầu tiên giới khoa học Việt Nam đã biết đến một loại hình cư trú mới, một kiểu thích ứng mới của cư dân tiền sử ở vùng đất đỏ basalt Tây Nguyên

Ngay từ đầu, tiếp cận nghiên cứu khảo cổ học hang động núi lửa Krông Nô bằng nhiều phương pháp khoa học hiện đại khác nhau, bổ sung cho nhau giúp nâng cao hiệu quả thông tin về di tích và di vật. Đó là kết quả phân tích 13 niên đại C14 trên các lớp khác nhau của địa tầng hang, phân tích 185 mẫu cổ từ cảm trong toàn bộ độ dày trầm tích hang, phân tích gần 20 mẫu bào tử phân hoa, phân tích thành phần hóa học các trầm tích hang, giám định trên 45.000 mẫu xương động vật... Nhờ đó, chúng ta có nhiều cơ sở khoa học đáng tin cậy để tìm hiểu quá trình cư trú, các mô thức kiếm sống và các hoạt động vật chất, tinh thần khác cũng như quá trình phát triển văn hóa, thích ứng môi trường, giao lưu và hội nhập với các nền văn hóa khác ở Tây Nguyên. Giá trị những thông tin từ liệu thu được ở hang C6-1 còn là tài liệu đối sánh chính xác cho các di tích khảo cổ khác ở Tây Nguyên mà chúng ta chưa/không có điều kiện phân tích và xét nghiệm.

Nhờ đó, thay đổi một số nhận thức về lịch sử văn hóa vùng này, ít nhất là giai đoạn trung kỳ Đá mới ở Tây Nguyên. Di tồn các lớp văn hóa sớm nhất ở hang động núi lửa Tây Nguyên gồm tổ hợp công cụ: rìu hình bầu dục, rìu chày ngang đốc (rìu ngắn), nạo hình đĩa làm từ đá basalt ghe hai mặt mang đặc trưng kỹ thuật ghe đẽo kiểu văn hóa Hòa Bình, cùng mũi nhọn xương mai (hình 9) và chưa có đồ gốm, có tuổi từ 7.000-5.000 năm BP. Không chỉ công cụ, mà những cư dân này còn bảo lưu truyền thống táng thức nằm co bó gối của người Hòa Bình. Sau đó, con đường phát triển văn hóa hậu kỳ Đá mới Tây Nguyên khác với các địa bàn còn lại của Việt Nam. Ở Tây Nguyên, vào hậu kỳ Đá mới, ngoài một số ít cư trú trong hang còn phần lớn cư trú ngoài trời, với sự xuất hiện của kỹ thuật chế tác và loại hình công cụ hoàn toàn khác, trong các công xưởng chuyên hóa chế tác rìu tứ giác, rìu có vai bằng đá opal hoặc bôn hình răng trâu bằng đá sét silic như đã trình bày.

Kết quả khai quật, nghiên cứu khảo cổ học hang động núi lửa C6-1 mới chỉ là bước đầu, còn nhiều việc cần tiếp tục

Trong tương lai cần tiếp tục điều tra, tìm kiếm, thẩm định và khai quật các di tích khảo cổ hang động khác ở tỉnh Đắk Nông. Những hoạt động này sẽ đóng góp tích cực cho việc nghiên cứu diễn trình lịch sử văn hóa các cộng đồng cư dân tiền sử Đắk Nông nói riêng và Tây Nguyên nói chung; góp phần bảo tồn và phát huy

di sản văn hóa khảo cổ dân tộc, xây dựng du lịch tỉnh Đắk Nông trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần phát triển kinh tế - xã hội ở Đắk Nông.

LỜI CẢM ƠN

Bài viết này là kết quả thực hiện đề tài mã số TN17/T06 do Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam, Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam chủ trì. Các tác giả chân thành cảm ơn Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam, các thành viên tham gia khai quật hang C6-1 đã đồng hành cùng các tác giả trong việc triển khai đề tài và cung cấp tư liệu cho bài viết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Lê Xuân Hưng, La Thế Phúc, Phạm Thị Phương Thảo và cộng sự (2018), “Tư liệu và nhận thức bước đầu về cuộc thám sát di tích hang núi lửa C6-1 ở Krông Nô, tỉnh Đắk Nông”, *Tạp chí Khoa học Đại học Đà Lạt - Khoa học xã hội và Nhân văn*, số 4, tr.57-76.
- [2] Nguyễn Khắc Sứ (chủ biên) và cộng sự (2018), *Báo cáo kết quả khai quật hang C6 và hang C6-1, huyện Krông Nô, tỉnh Đắk Nông*, Tư liệu Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam.
- [3] Nguyễn Khắc Sứ, Nguyễn Trung Minh, Lê Xuân Hưng (2019), “Tiền sử Tây Nguyên qua địa tầng và hệ thống niên đại ¹⁴C hang C6-1 Krông Nô”, *Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 2018*, Nhà xuất bản Khoa học xã hội, tr.92-96.
- [4] Nguyễn Khắc Sứ, Nguyễn Ngọc (2017), “Phân chia địa tầng kỷ Đệ tứ và phân kỳ khảo cổ học tiền sử Việt Nam”, *Tạp chí Khảo cổ học*, số 5, tr.3-14.
- [5] Lê Xuân Hưng, Nguyễn Thanh Tùng, Đoàn Văn Nhân (2019), “Phát hiện mới về di tích ngoài trời trong hệ thống hang động núi lửa ở Krông Nô (Đắk Nông)”, *Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 2018*, Nhà xuất bản Khoa học xã hội, tr.103-105.
- [6] Lê Xuân Hưng, Phạm Thị Phương Thảo, Nguyễn Thanh Tùng (2019), “Phát hiện 3 di tích khảo cổ học tiền sử ngoài trời ở suối Đắk Sô (Đắk Nông)”, *Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 2019*, Tư liệu Viện Khảo cổ học.
- [7] Lê Xuân Hưng (2019), “Giá trị lịch sử - văn hóa các di tích công xưởng chế tác đồ đá giai đoạn Đá mới muộn ở Tây Nguyên”, *Tạp chí Khoa học Đại học Đà Lạt*, số 3, tr.56-74.
- [8] Nguyễn Khắc Sứ (chủ biên, 2016), *Khảo cổ học tiền sử miền Trung Việt Nam*, Nhà xuất bản Khoa học xã hội, tr.292-300.
- [9] Nguyễn Khắc Sứ (2007), *Khảo cổ học tiền sử Tây Nguyên*, Nhà xuất bản Giáo dục.
- [10] Lê Xuân Hưng (2019), “Tính chất và niên đại của các di tích công xưởng chế tác công cụ đá giai đoạn hậu kỳ Đá mới - sơ kỳ Kim khí ở Tây Nguyên”, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam*, số 10B, tr.49-53.
- [11] Nguyễn Anh Tuấn, Vũ Tiến Đức, Nguyễn Thành Vương (2019), “Xương răng động vật và vỏ nhuyễn thể khai quật hang C6-1 năm 2018”, *Những phát hiện mới về khảo cổ học năm 2018*, Nhà xuất bản Khoa học xã hội, tr.85-89.
- [12] Nguyễn Thị Mai Hương (2018), *Kết quả phân tích phấn hoa hang C6-1, Krông Nô, Đắk Nông*, Tư liệu Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam.
- [13] Lưu Thị Phương Lan, Nguyễn Chiến Thắng, Nguyễn Thanh Dung và cộng sự (2018), *Sử dụng số liệu từ cảm nghiên cứu cổ khí hậu tại hang C6-1 Đắk Nông, Tây Nguyên*, Tư liệu Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam.

Truyện ngắn Lưu Quang Vũ: Bước chuyển từ thơ đến kịch

Lê Hương Thủy*

Viện Văn học

Ngày nhận bài 16/3/2020; ngày gửi phản biện 18/3/2020; ngày nhận phản biện 16/4/2020; ngày chấp nhận đăng 4/5/2020

Tóm tắt:

Trong đời sống văn học nghệ thuật Việt Nam, Lưu Quang Vũ được biết đến là nhà thơ, nhà viết kịch hiện đại, có nhiều đóng góp quan trọng. Đã hơn 30 năm, kể từ ngày Lưu Quang Vũ rời xa cõi trần nhưng tên tuổi ông vẫn luôn hiện diện trong đời sống văn hóa, văn học nghệ thuật. Cùng với thơ và kịch, sự nghiệp sáng tác của Lưu Quang Vũ còn có thể kể đến truyện ngắn. Nếu như thơ ca luôn đi cùng ông trong suốt những năm tháng của cuộc đời, là nơi nhà văn trút nỗi niềm tâm sự; kịch là nơi kết tinh tài năng và kinh nghiệm nghệ thuật thì truyện ngắn như là một bước chuyển - từ thơ đến kịch - trong một giai đoạn văn học có tính chất giao thời, từ đó góp phần định hình đặc điểm, chân dung văn học và phong cách nghệ thuật của nhà thơ, nhà văn, nhà viết kịch Lưu Quang Vũ.

Từ khóa: kịch, Lưu Quang Vũ, thơ, truyện ngắn.

Chỉ số phân loại: 5.10

Mở đầu

Năm 1968, Lưu Quang Vũ xuất bản tập thơ *Hương cây* in chung với Bằng Việt. Những sáng tác thơ của ông hồi đó và cả sau này được đón nhận nồng nhiệt bởi những xúc cảm chân thành với nhiều suy tư và trải nghiệm từ chính cuộc sống và đời tư của tác giả. Trong sự nghiệp sáng tác của Lưu Quang Vũ, truyện ngắn chủ yếu được viết trong khoảng thời gian từ những năm cuối thập kỷ 70 và đầu thập kỷ 80 của thế kỷ XX. Đây được xem là giai đoạn giao thời của đời sống xã hội và đời sống văn học cũng đang có những bước chuyển mình. Truyện ngắn của Lưu Quang Vũ cũng đã cho thấy những bước chuyển của quá trình đổi mới tư duy nghệ thuật: từ những vấn đề của đời sống cộng đồng, chiến tranh cách mạng đến đời sống cá nhân, thân phận con người. Các tập truyện ngắn *Người kếp đóng hồ* (gồm 9 truyện ngắn, in năm 1983), *Mùa hè đang đến* (gồm 11 truyện ngắn, in năm 1983), và các tập xuất bản sau khi Lưu Quang Vũ mất có bổ sung một số truyện ngắn chưa được công bố trước đó [1, 2] đã cho thấy đặc điểm, dấu ấn của một thời đoạn từ sáng tác thơ đến việc lựa chọn kịch như là một thể loại phát huy được tài năng và phong cách, là thể loại ghi dấu những thành công vang dội của ông trong đời sống sân khấu, đời sống văn học nghệ thuật nước nhà. Trong hành trình đó, truyện ngắn hiện diện như một bước chuyển cho thấy những dấu hiệu của sự chuyển đổi và thể loại này cũng có thể xem là một “mạch nguồn khai mở” cho những sáng tác kịch về sau của ông.

Trong sự nghiệp sáng tác của mình, Lưu Quang Vũ sáng tác ở cả ba thể loại: thơ, văn xuôi và kịch. Những nghiên cứu về Lưu Quang Vũ từ trước đến nay vẫn tập trung nhiều nhất ở kịch, thể loại đưa ông đến đỉnh cao của sự nghiệp. Một số nghiên cứu cũng đã chú ý đến những sáng tác truyện ngắn của Lưu Quang Vũ, nghiên cứu về một thể loại dù chưa tạo được dấu ấn như thơ và kịch nhưng

có một vị trí nhất định trong hành trình sáng tạo của ông. Trong bài viết “Văn xuôi Lưu Quang Vũ - cầu nối giữa thơ và kịch”, nhà phê bình Phong Lê đã đề cập đến một số phương diện của văn xuôi Lưu Quang Vũ, trong đó xem những truyện ngắn Lưu Quang Vũ “viết vào buổi đầu những năm tám mươi được chọn trong hai tập *Người kếp đóng hồ* và *Mùa hè đang đến* như là chiếc cầu nối giữa thơ và kịch” [3]. Bài viết đã chú ý đến những chuyển biến trong đời sống sáng tác của Lưu Quang Vũ ở chặng đường này, từ “sự trăn trở và thiết tha với những gì đã trở thành thiêng liêng, và cả với cuộc đời rộng lớn” đến sự “nhập cuộc trở lại đời thường với biết bao trăn trở, suy tư trong một cảm hứng mới - cảm hứng công dân và trách nhiệm” [3], trong các truyện ngắn cho thấy dấu hiệu cầu nối từ thơ đến kịch. Trong bài viết “Chất trữ tình trong truyện ngắn Lưu Quang Vũ”, nhà nghiên cứu Bích Thu lại chú ý nhiều hơn đến yếu tố trữ tình trong truyện ngắn Lưu Quang Vũ, nghiên cứu những biểu hiện của chất trữ tình trong truyện ngắn như một biểu hiện độc đáo của tư duy nghệ thuật và cá tính sáng tạo của nhà văn. Từ những nghiên cứu về truyện ngắn Lưu Quang Vũ, tác giả bài viết nhận định: “nói đến sự nghiệp sáng tác của Lưu Quang Vũ, không thể không nói đến truyện ngắn, một thể tài góp phần làm đầy đặn hơn chân dung văn học của Lưu Quang Vũ, đồng thời cho thấy một khía cạnh khác của tài năng sáng tạo nơi ông” [4]. Có thể thấy, truyện ngắn là thể loại gần như chỉ được sáng tác trong thời điểm có tính chất bước chuyển nhưng lại là một bộ phận “bồi đắp” nên một Lưu Quang Vũ - nhà viết kịch tài ba với nhiều tác phẩm gây được tiếng vang trong đời sống kịch nghệ và văn học nước nhà. Trong các sáng tác truyện ngắn được công bố cả trước và sau khi mất, Lưu Quang Vũ đã thể hiện những dấu ấn của đời sống cá nhân và xã hội đương thời, những đặc điểm đáng chú ý trong tư duy sáng tạo của chủ thể nhà văn.

*Email: thuylehuong@yahoo.com

Luu Quang Vu' short stories: A transition from poetry to drama

Huong Thuy Le*

Institute of Literature

Received 16 March 2020; accepted 4 May 2020

Abstract:

Luu Quang Vu is known as a modern poet and playwright with many important contributions to the life of Vietnamese literature and art. It has been more than 30 years since Luu Quang Vu left us but his name had been presenting in our cultural and literary life. Along with poetry and drama, Luu Quang Vu's writing career also included short stories. It was supposed that the poetry always accompanied him in his whole life, and was the category that took away his confession and vented all his confidences, drama was the one that crystallised his talent and his experiences as well. Besides, Luu Quang Vu's short stories showed his transition from poetry to drama in the period of transitional literature to contribute to shaping his artistic style.

Keywords: drama, Luu Quang Vu, poetry, short stories.

Classification number: 5.10

Truyện ngắn như một sự lựa chọn thể loại để biểu hiện những vấn đề đặt ra trong đời sống, những suy tư về hiện thực

Nếu tính về thời điểm sáng tác từ góc nhìn thể loại, có thể thấy truyện ngắn là thể loại được Luu Quang Vu viết ở chặng giữa trong hành trình sáng tác và văn nghiệp của mình. Ngoại trừ một vài truyện ngắn được Luu Quang Vu viết vào những năm cuối thập kỷ 60, phần lớn các truyện ngắn của ông được sáng tác vào những năm cuối thập kỷ 70, đầu thập kỷ 80. Đây cũng là quãng thời gian đời sống văn học đang có những dấu hiệu chuyển mình, chuẩn bị cho một bước ngoặt mới. Chưa đủ chín muồi hay chưa đủ bén duyên với kịch, truyện ngắn là thể loại khả dĩ với Luu Quang Vu để chuyển tải được những vấn đề đang đặt ra trong đời sống, khi mà thơ lại phù hợp với một chiều kích khác hoặc có thể chưa đủ sức dung chứa những suy tư và trăn trở về hiện thực lúc này. Cũng có thể thấy sự gặp gỡ ở một trường hợp tương tự, như Nguyễn Minh Châu đầu những năm 80 với những truyện ngắn gây được sự chú ý trên văn đàn sau những thành công về tiểu thuyết ở giai đoạn trước đó. Nhìn rộng ra trong đời sống văn học thì có thể thấy, sự nổi lên của phóng sự ở thời kỳ đầu đổi mới như một cách thức và là lựa chọn của người viết cũng như ưu thế của thể loại trong một giai đoạn, thời điểm nhất định.

Biểu hiện những vấn đề của đời sống, có thể thấy, hai vùng không gian thường trở đi trở lại trong truyện ngắn Luu Quang Vu là vùng trung du Bắc Bộ và không gian chiến trường. Đây cũng là những nơi chôn giấu bó với cuộc đời và những trải nghiệm của chính tác giả. Luu Quang Vu được sinh ra và trải qua những năm tháng tuổi thơ ở vùng trung du Bắc Bộ, lớn lên gia nhập quân ngũ. Trong nhiều truyện ngắn của ông thường xuất hiện hình ảnh của một thị trấn ven sông vùng trung du (*Thị trấn ven sông*), nơi có những rừng cọ, đồi chè, nương sắn, nương dưa, một không gian có phần vắng lặng và heo hút. Nhân vật tôi (truyện ngắn *Anh Thịnh*) trải qua quãng đời niên thiếu ở một xóm nhỏ thượng nguồn sông Thao, và đây cũng là dòng sông từng đi vào nhiều bài thơ của Luu Quang Vu: *Đêm nay lại hành quân qua phố huyện/Một vầng trăng bạc, mấy chòm sao/Phố nhỏ nằm ven bờ cát sông Thao/Đêm nghe rì rầm nước chảy* (*Phố huyện*, 1966). Nhiều truyện ngắn của Luu Quang Vu được viết vào những năm 1979, 1980 - thời điểm diễn ra cuộc chiến tranh biên giới, bởi vậy không gian chiến trận là vùng biên giới phía Bắc cũng được nhà văn chú ý khắc họa.

Những năm cuối thập kỷ 80, trước những vấn đề đang đặt ra, qua các truyện ngắn của mình, Luu Quang Vu đã thể hiện những cảm nghiệm về đời sống, những suy tư của nhà văn về hiện thực. Ngay khi cuộc chiến tranh biên giới phía Bắc diễn ra, nhà văn bày tỏ những góc nhìn về cuộc chiến, về những trận đánh ác liệt, đối đầu trong cuộc chiến: những tổn thất trong cuộc chiến cam go, chiến tranh có thể đã cướp đi những người thân yêu trong gia đình nhưng mỗi người đều ý thức rằng sẽ còn đi chiến đấu đến khi nào đất nước chưa sạch bóng quân thù (*Một vùng mặt trận*). Ở những truyện ngắn giai đoạn này, Luu Quang Vu có xu hướng bám sát những sự kiện lịch sử, nơi đó chiến tranh hiện diện, có những đau thương và mất mát nhưng ý chí chiến đấu của các chiến sĩ như một thực tế tất yếu. Cùng với những thay đổi trong đời sống xã hội và đời sống cá nhân, đời tư của chính nhà văn, truyện ngắn Luu Quang Vu cũng đã đi vào những vấn đề của số phận cá nhân như những xung đột trong đời sống vợ chồng, những mâu thuẫn giữa khát vọng và thực tế đời sống cùng những dấu hiệu của trăn trở và suy tư.

Qua những trang viết và nhân vật của mình, Luu Quang Vu đã gián tiếp thể hiện cái nhìn, quan niệm của nhà văn về hiện thực và cách tiếp cận hiện thực. Nguyên (*Trang viết cuối cùng*) là một cây bút nghiệp dư, yêu văn chương, khát khao với sự đổi mới cách viết, luôn tuân chỉ đường hướng không tô vẽ cuộc sống mà muốn viết những điều trần trụi như cuộc sống vốn thế. Những trang viết của Nguyên cùng với thời gian và trải nghiệm, sự va chạm trong đời sống và nghệ thuật đã không còn là cảm xúc bông bột, da diết mà trở nên lạnh lùng, trần trụi như những gì mình trông thấy. Anh luôn trăn trở với những điều mình viết ra, không chỉ là viết như thế nào mà người viết cần phải có thái độ sống như thế nào, phải có cách sống rõ ràng, nhất quán và dần thân. Từ bài viết của những ngày mới chập chững vào nghề còn tìm cách làm cho người ta cảm động, Nguyên đã có thêm những bài viết sắc sảo về sự phá hoại của kẻ địch trong các làng bản, âm mưu và thủ đoạn độc ác của chúng. Để có những trang viết chân thực, sinh động, phản ánh trực diện cuộc chiến đấu đang diễn ra, Nguyên đã lựa chọn cho mình

một cách sống là tham gia vào các trận đánh ác liệt, trực diện đi vào những vấn đề cam go của cuộc chiến. *Hiển (Mùa hè đang đến)* là một kiến trúc sư có tài, tuy nhiên các công trình kiến trúc của anh thiếu giá trị thực tế. Anh lựa chọn thiết kế những công trình ở đó sức sáng tạo được khơi mở, tính nghệ thuật được thể hiện nhưng trong bối cảnh hiện tại, nó ít tính khả dụng. Những khát vọng và hoài bão dù có cao đẹp đến đâu nhưng thiếu giá trị thực tế thì cũng là điều đáng suy ngẫm. Nhân vật Dương (*Nhà thơ*) là cậu bé có tài thơ thiên bẩm, phát lộ khả năng sáng tác từ nhỏ nhưng chính bởi bị những gò bó và cưỡng ép của người lớn mà khả năng sáng tạo của Dương bị thui chột. Viết, với Lưu Quang Vũ là “khát vọng muốn được bày tỏ, muốn được tự thể hiện tâm hồn mình và thể giới xung quanh, muốn được tham dự vào dòng chảy mãnh liệt của đời sống, được trao gửi và dâng hiến” [5]. Qua những sáng tác truyện ngắn của mình, Lưu Quang Vũ đã thể hiện một cách nhìn về hiện thực, một thái độ sống và viết rất tích cực và đầy trách nhiệm.

Từ thơ đến truyện và chất thơ trong truyện ngắn

Trong hành trình sáng tác của Lưu Quang Vũ, truyện ngắn dù khiêm tốn hơn so với thơ và kịch nhưng lại có một vị trí quan trọng trong bước chuyển của quá trình sáng tạo làm nên chân dung văn học của ông. Các sáng tác truyện ngắn có thể xem là sự chuyển tiếp cho một chặng đường sáng tác mới, ở đó có những dấu hiệu của sự kế thừa và tiếp biến (từ thơ đến kịch), cả trong cách nhìn và cách thể hiện những vấn đề của đời sống đến những dấu hiệu đặc trưng và sự giao thoa thể loại. Có thể nhận thấy những biểu hiện của yếu tố trữ tình, một chất thơ bàng bạc trong các truyện ngắn của ông.

Trong một chia sẻ về vấn đề chất thơ trong truyện ngắn, nhà văn Nguyễn Kiên cho rằng: “Chất văn xuôi và chất thơ đều từ cuộc sống, chúng thuộc về cuộc sống. Một thiên truyện ngắn mang chất thơ chứng tỏ ngòi bút văn xuôi ấy có sắc thái và phong vị riêng, điều này hiển nhiên là đáng quý” [6]. Cũng cần phải thấy rằng, từng có một dòng mạch truyện ngắn trữ tình/truyện giàu yếu tố trữ tình trong đời sống văn học Việt Nam từ Thạch Lam, Hồ Dzếnh, Thanh Tịnh, Nguyễn Thành Long, Đỗ Chu đến Quế Hương và cả Nguyễn Ngọc Tư, Đỗ Bích Thủy... sau này. Chất thơ trong truyện ngắn Lưu Quang Vũ có sự biểu hiện của các yếu tố như nhà văn Nguyễn Kiên đã đề cập. Trong truyện ngắn Lưu Quang Vũ, chất thơ được biểu hiện trong cách cảm nhận về đời sống, ở phát hiện chất thơ trong đời sống đưa vào trang viết. Lưu Quang Vũ vào nghề bằng tập thơ *Hương cây* (in chung với Bằng Việt) và thơ đã theo ông trong suốt những năm tháng của cuộc đời mình, do vậy sự ảnh hưởng của tư duy thơ/yếu tố trữ tình trong các truyện ngắn của Lưu Quang Vũ cũng là điều có thể lý giải.

Trong truyện ngắn Lưu Quang Vũ, người đọc có thể nhận thấy sự chi phối của tư duy thơ, nhiều truyện ngắn được viết bởi sự mẫn cảm của một nhà thơ, một con người đa cảm, bén nhạy với những biến đổi vi tế trong tâm hồn, trong đời sống. Nhân vật trong *Thị trấn ven sông* nhận thấy “mùi đất ẩm, mùi cỏ dại, mùi những bụi chè xanh và lá cọ xôn xao thân thuộc”. Nhà văn thường chú ý đi tìm những vẻ đẹp giản dị, bé nhỏ, tưởng như khuất lấp giữa đời thường như hình ảnh của những bông hoa xuyên chi ở giữa ngôi trường cấp 3 của Thùy - “những bông hoa nhỏ bé, mảnh mai quá

dịu dàng quá, nhưng thật trái ngược với những gì đang diễn ra, đang xảy ra” (*Một vùng mặt trận*). Vẻ đẹp giản dị của loài hoa xuyên chi, loài hoa dại mọc trên những sườn đồi và lưng núi đã ám ảnh và theo suốt cuộc đời nhân vật tôi (*Hoa xuyên chi*). Hình ảnh Lán và hoa xuyên chi luôn hiện lên trong tâm trí nhân vật tôi với nỗi niềm nuối tiếc về người con gái anh đã để mất trong cuộc đời: “Tôi nhìn lại những đồi cọ, đồi trâu thân thuộc: vẫn mùi nhựa trám, mùi khói đốt cỏ tranh, những bụi chè búp non xanh mướt... Và những bông hoa xuyên chi. Bây giờ đang cuối thu, hoa xuyên chi nở trắng trên sườn đồi và lưng núi. Những bông hoa khác hay là vẫn những bông hoa của mùa thu ấy? Hoa xuyên chi, tình yêu đã mất của tôi, tia nắng dịu dàng lấp lánh từng chờ đợi tôi ở nơi xa...” (*Hoa xuyên chi*).

Lưu Quang Vũ từng cho rằng: “Trong quan niệm của tôi, thơ và kịch rất gần nhau. Đó là hai thể loại lớn của văn học, là cuộc sống và thể giới tinh thần của con người được biểu hiện ở dạng tinh chất nhất, mạnh mẽ nhất, tuy ngôn ngữ nghệ thuật của chúng có những điểm khác biệt” [5]. Có thể thấy cả hai yếu tố này trong truyện ngắn của ông. Truyện ngắn là thể loại được viết ở “chặng giữa” của những giai đoạn sáng tác. Trước khi viết và xuất bản truyện ngắn, Lưu Quang Vũ đã viết và in thơ. Sau những tập truyện ngắn (cả in chung và in riêng) xuất bản trong quãng thời gian 1980-1983, Lưu Quang Vũ gần như không còn viết truyện ngắn mà dành thời gian và tâm huyết cho kịch - thể loại đã vinh danh ông trong sự nghiệp sáng tạo nghệ thuật của mình. Từ thơ và chất thơ trong văn xuôi, Lưu Quang Vũ đã chuyển sang một thể loại khác, các kịch bản sân khấu của ông đã tiếp tục những mạch nguồn được khai mở từ trước đó. Nhận định về sáng tác của Lưu Quang Vũ, nhà văn Lê Minh Khuê chia sẻ rằng: “Trong hơn 40 vở kịch, Vũ cũng tự đánh giá từng vở và anh ghi nhận mình thành công ở những vở kịch có chất thơ” [2]. Từ thực tiễn sáng tác, từ những chia sẻ về nghề của Lưu Quang Vũ có thể thấy thơ cùng truyện ngắn đã là “bệ phóng vững vàng” để Lưu Quang Vũ dấn thân và từ đó gặt hái nhiều thành công ở một thể loại mới: kịch bản sân khấu.

Tính kịch và những dấu hiệu của sự ảnh hưởng, kế thừa từ truyện ngắn đến tác phẩm kịch

Trong truyện ngắn Lưu Quang Vũ, một mặt, chất thơ là yếu tố bàng bạc, yếu tố trữ tình được biểu hiện trong những cảm nhận bằng trực giác, trong những trạng huống có tính chất hướng nội của các nhân vật; mặt khác, trong truyện ngắn còn có nhiều yếu tố của xung đột kịch. Cùng với cấu trúc tự sự - trữ tình như một mạch ngầm xuyên suốt, nhiều truyện ngắn của Lưu Quang Vũ xoay quanh những trạng huống, như sự mâu thuẫn nảy sinh trong đời sống vợ chồng, những xung đột của tính cách và hoàn cảnh, của lý tưởng và thực tại. Có những tình huống bất ngờ tạo nên bi kịch (*Người kếp đóng hổ*). Ở truyện ngắn *Tiếng hát*, Lưu Quang Vũ đặc biệt chú ý đến các xung đột và hành động mang tính kịch. Những xung đột và đối thoại mang tính xung đột cao độ thường xuyên diễn ra giữa Oanh và Hiến, từ khi người vợ phát hiện người chồng ngoại tình. Cũng ở truyện ngắn này, Lưu Quang Vũ đã khéo léo thể hiện xung đột và cách giải quyết xung đột qua sự lồng ghép với các vấn đề đặt ra trong đời sống sân khấu kịch và của diễn viên kịch. Cả trong thơ và truyện ngắn Lưu Quang Vũ, chủ đề thường trở đi

trở lại chính là xung đột trong tình yêu, những vấp ngã trên đường đời của tuổi trẻ và sự lựa chọn lẽ sống. Với tình yêu của mình, Mai (*Mùa hè đang đến*) đã dám bỏ tất cả để đến với Hiến - người đàn ông cô đem lòng yêu. Nhiều nhân vật trong truyện ngắn của Lưu Quang Vũ sống hết mình cho tình yêu, cho sự lựa chọn của chính mình. Với những nhân vật đời thường có tính cách mạnh mẽ, dám lựa chọn một lẽ sống riêng... này mà nhận định truyện ngắn Lưu Quang Vũ như là một “mạch nguồn khai mở” cho kịch của ông về sau là có cơ sở. Viết năm 1980, *Hoa xuyên chi* được nhiều người đọc yêu thích, sau này đã trở thành tên một vở kịch của ông. Bên cạnh đó, những vấn đề của sân khấu, của kịch đã từng được ông đề cập ngay trong những truyện ngắn sáng tác ở thời gian này. Nhiều truyện ngắn lấy bối cảnh của sân khấu kịch, bối cảnh và không gian nhà hát, không gian biểu diễn các loại hình nghệ thuật, như điện ảnh, ca kịch, kịch nói... và không ít nhân vật là diễn viên sân khấu, hay những người hoạt động trong lĩnh vực nghệ thuật, thuộc giới nghệ sĩ. *Người kếp đóng hổ* viết về một diễn viên đóng vai hổ đến với vai diễn này bằng tất cả những trải nghiệm từ đời sống: những ngày phải đối diện với những nguy hiểm khi tiếp xúc với hổ dữ; từ kinh nghiệm của cả cuộc đời phiêu bạt, đói khổ, phải đối chọi, giành giật với cái ác. Anh lựa chọn vai diễn, tận tâm vì nó, cống hiến hết mình và cũng đã được chết trong vai diễn của mình. *Đêm giao thừa năm ấy* là câu chuyện về gánh chèo của ông Trùm Nhâm. Cô Như, người đóng vai Hạnh Nguyên trong tích trò *Nhị độ mai* có tài và đam mê nghiệp hát. Thân gái dặm trường với nhiều cam bầy nhưng cô đã vượt qua tất cả, từ bỏ một bến đỗ hạnh phúc đang đón đợi để dấn thân vào nghiệp hát, một công việc nếu dấn thân sẽ đánh mất cơ hội để có được hạnh phúc cá nhân. Ở *Anh Thịnh* lại là câu chuyện của nghề nghiệp điện ảnh thuở sơ khai, về những buổi chiếu bóng với bao nỗi tò mò và thu hút đông đảo người xem.

Thế giới nhân vật trong truyện ngắn Lưu Quang Vũ thường thuộc giới nghệ sĩ - những con người mà nghề nghiệp gắn gũi với chính công việc của tác giả. Anh Hiến (*Mùa hè đang đến*) là một kiến trúc sư. Nhân vật Lâm (*Thị trấn ven sông*) tốt nghiệp trường trung cấp kiến trúc, công tác tại ty kiến trúc tỉnh nhà. Đó là một họa sĩ (*Bạn già*), một diễn viên ca kịch nổi tiếng (*Tiếng hát*), hay có thể là một nhân vật, người góp phần khai mở, nuôi dưỡng niềm đam mê cho mọi người về nghệ thuật điện ảnh đến cuối đời lại sống trong cảnh cô đơn, mù lòa - một nhân vật với khao khát vươn tới một cái gì cao đẹp hơn chính bản thân mình nhưng không được hoàn cảnh và số phận cho phép (*Anh Thịnh*). Nhân vật tôi (*Người chiếu đèn*) với tình yêu thế giới sân khấu đã nguyện suốt đời gắn liền với công việc bình dị là người chiếu đèn cho các vở diễn sân khấu. Ngày này qua ngày khác anh sống lặng lẽ và nhận thấy ý nghĩa và niềm vui trong công việc của mình - một công việc thầm lặng trong bóng tối, không như các diễn viên sân khấu vốn thường có tên trong biển quảng cáo của nhà hát và thường xuất hiện trong và sau các vở diễn trước công chúng, được đón nhận bởi tiếng vỗ tay rầm rộ dành cho các nghệ sĩ. Từ năm 1978, công tác tại một tạp chí sân khấu và có thể đây cũng chính là bước ngoặt quan trọng để cùng với những tiềm năng sẵn có và với những ảnh hưởng từ gia đình, Lưu Quang Vũ đã có sự chuyển hướng trong bước đường sự nghiệp. Trong giai đoạn này, nhiều nhân vật trong truyện ngắn

của ông là nghệ sĩ luôn khát khao được cống hiến hết mình cho nghệ thuật. Sự biểu hiện của tính kịch cùng những chất liệu sáng tác kịch được kế thừa trong truyện ngắn cho thấy những dấu hiệu của sự kế thừa và chuyển biến trong tư duy nghệ thuật của nhà văn trong bước đường sáng tạo từ một nhà thơ, người viết truyện ngắn đến một nhà viết kịch tài ba có những đóng góp quan trọng cho nền kịch nghệ nước nhà. Từ tính kịch, chất kịch, những vấn đề của đời sống sân khấu được chuyển tải trong các truyện ngắn, Lưu Quang Vũ đã vững vàng bước sang sân khấu, trở thành nhà viết kịch với các kịch bản sân khấu luôn được các đạo diễn, các diễn viên và khán giả đón đợi.

Vai lời kết

Nhìn lại cả quá trình sáng tác có thể thấy truyện ngắn là thể loại được Lưu Quang Vũ viết ở giai đoạn giao thời (văn học những năm cuối thập kỷ 70, đầu thập kỷ 80 được xem là giai đoạn tiền đổi mới). So với thể loại kịch sau này, truyện ngắn của ông thể hiện những dấu hiệu của sự chuyển biến, cho dù chưa có những cách tân mạnh mẽ. Tính giao thời, bước chuyển quan niệm và quá trình sáng tác của Lưu Quang Vũ được thể hiện ngay trong cách ông chuyển tải những vấn đề của đời sống, hay ở việc lựa chọn thể loại. Những thành công liên tiếp và vang dội ở thể loại kịch của Lưu Quang Vũ sau này đã ghi dấu tài năng của ông - thành quả nghệ thuật không chỉ là những đặc điểm thiên bẩm mà còn là quá trình tích lũy và va đập trong đời sống và nghệ thuật. Trong dòng chảy đó, những truyện ngắn của ông luôn có một vị trí nhất định trong tiến trình vận động của tư duy nghệ thuật. Sự quan tâm đến đời sống nghệ thuật, sân khấu kịch đã phần nào được thể hiện trong nhiều truyện ngắn ở giai đoạn này, không chỉ ở việc khắc họa thế giới đời sống và nhân vật mà còn ở quan niệm nghệ thuật của chính tác giả. Xét ở góc độ này, truyện ngắn của Lưu Quang Vũ có một ý nghĩa quan trọng, góp phần tạo nên tài năng và phong cách nhà viết kịch Lưu Quang Vũ - một kịch gia của sân khấu đương đại Việt Nam mà tính cho đến thời điểm hiện nay khó có ai có thể vượt qua.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Lưu Quang Hiệp (sưu tầm, thực hiện) (1994), *Lưu Quang Vũ 15 truyện ngắn*, Nxb Hội Nhà văn, tr.296.
- [2] Lưu Khánh Thơ (biên soạn) (1998), *Lưu Quang Vũ thơ và truyện ngắn*, Nxb Hội Nhà văn, tr.435.
- [3] Lưu Khánh Thơ, Lý Hoài Thu (tuyển chọn và giới thiệu) (2007), *Lưu Quang Vũ về tác gia và tác phẩm*, Nxb Giáo dục, tr.231-239.
- [4] Bích Thu (2015), *Văn học Việt Nam hiện đại: sáng tạo và tiếp nhận*, Nxb Văn học, tr.363-379.
- [5] Hội Nhà văn Việt Nam (2007), *Nhà văn Việt Nam hiện đại*, Nxb Hội Nhà văn, tr.1146.
- [6] Tạ Duy Anh (biên soạn) (2000), *Nghệ thuật viết truyện ngắn và ký*, Nxb Thanh niên, tr.63-64.

QUY ĐỊNH VỀ BÀI VIẾT ĐĂNG TẢI TRÊN TẠP CHÍ

Yêu cầu chung

Bài viết gửi đăng trên Tạp chí phải là bài viết nguyên thủy (chưa được công bố trước đó). Tác giả không được gửi đăng bài viết trên các tạp chí khác cho đến khi có quyết định xét duyệt của Ban Biên tập.

Bài báo dài không quá 10 trang (bao gồm cả bảng biểu, ghi chú, tài liệu tham khảo và phụ lục); font chữ: Times New Roman; cỡ chữ 13; khổ giấy A4, lề trên 2 cm, lề dưới 2 cm, lề trái 3 cm, lề phải 2 cm.

Bài viết gửi về Tòa soạn dưới dạng file mềm và bản in; có thể gửi trực tiếp đến Tạp chí (Phòng 507, số 113 Trần Duy Hưng, Cầu Giấy, Hà Nội) hoặc qua hòm thư điện tử, địa chỉ: khcnvn@most.gov.vn.

Tên bài báo

- Tên bài báo được viết bằng tiếng Việt và tiếng Anh, trên trang đầu của bài báo, không gạch chân hay viết nghiêng.

- Tên bài báo phải ngắn gọn, rõ ràng và phù hợp với nội dung bài báo.

- Phía dưới tên bài báo là tên tác giả không viết chức danh và học hàm, học vị. Nếu có nhiều tác giả làm việc ở các cơ quan khác nhau thì tên tác giả được đánh số (^{1,2...}) ở phía trên. Dấu hoa thị (*) chỉ tác giả liên hệ, được viết ở cuối trang đầu tiên của bài báo.

Tóm tắt

Tóm tắt bằng tiếng Việt và tiếng Anh. Nêu được mục đích, phương pháp nghiên cứu chính, kết quả nghiên cứu và kết luận chủ yếu. Từ khoá bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh theo thứ tự alphabet. Chỉ số phân loại (theo hướng dẫn).

Dẫn nhập/đặt vấn đề

Định nghĩa vấn đề; tóm lược vấn đề nghiên cứu đã được công bố trong và ngoài nước, nêu mục tiêu nghiên cứu và giải thích sự lựa chọn đề tài và mục tiêu nghiên cứu để thấy được tính thời sự, tính khoa học và sự cần thiết của vấn đề nghiên cứu.

Đối tượng và phương pháp

Đối tượng nghiên cứu cần trình bày tiêu chuẩn lựa chọn, đặc điểm đối tượng nghiên cứu.

Phương pháp nghiên cứu cần nêu rõ cách tiếp cận nghiên cứu, loại hình nghiên cứu, phương pháp đo lường, công thức tính cỡ mẫu, phương pháp xử lý số liệu, mô tả kỹ các kỹ thuật tiến hành trong nghiên cứu; các quan điểm, lập luận, ý kiến tranh luận, các dẫn chứng...

Kết quả

Trình bày đầy đủ, khách quan các kết quả thu được sau nghiên cứu, các kết quả này phải phục vụ cho mục tiêu nghiên cứu. Các số liệu phải chính xác và khớp với nhau.

Phần kết quả nghiên cứu chỉ trình bày các kết quả nghiên cứu của đề tài, không giải thích, so sánh và bàn luận.

Bàn luận

Chủ yếu bàn luận các vấn đề liên quan đến mục tiêu đề tài.

Nhận xét, đánh giá một cách khách quan các kết quả nghiên cứu, có so sánh với các tác giả khác để khẳng định hoặc phủ định những hiểu biết đã có, qua đó nêu được những điểm mới và đóng góp của đề tài.

Dự báo hướng nghiên cứu tiếp và khả năng ứng dụng các kết quả nghiên cứu vào thực tiễn.

Kết luận

Nêu kết quả nghiên cứu chủ yếu của đề tài có tính khái quát liên quan đến mục tiêu nghiên cứu, đề xuất các vấn đề tiếp tục nghiên cứu.

Chú thích và tài liệu tham khảo

Chú thích được đánh số theo thứ tự xuất hiện (^{1,2,3...}) và được trình bày ngay ở cuối trang viết (footnote). Các tài liệu tham khảo được đánh số theo thứ tự xuất hiện để chỉ dẫn chúng được trích dẫn ở đâu trong bài báo. Số thứ tự được đánh trong ngoặc vuông, ví dụ: [3] với 1 hoặc [2, 5, 7-9] với nhiều số chỉ dẫn.

Tác giả (Năm xuất bản), "Tên tài liệu được trích dẫn", *Tên nguồn*, **tập (số)**, pp<trang đầu-trang cuối>

Tác giả: là tác giả/các tác giả của tài liệu được tham khảo, trích dẫn.

Năm xuất bản: năm xuất bản của tài liệu được tham khảo, trích dẫn.

Tên tài liệu được trích dẫn: là tên bài báo, chương/phần sách...

Tên nguồn có thể là tên tạp chí, tên sách, hay tên tài liệu gốc của tài liệu được trích dẫn (phần này được in nghiêng).

Tập (số): dành cho nguồn trích là tạp chí, sách hoặc các xuất bản phẩm khác (phần này in đậm).

Trang đầu-trang cuối là số thứ tự các trang phản ánh nơi cư trú của tài liệu được trích dẫn trong tài liệu nguồn.

Chú ý: nếu có ≥ 2 tài liệu tham khảo do cùng 1 tác giả/nhóm tác giả, cùng năm công bố, thì các tài liệu tham khảo này cần được đánh dấu a, b... sau năm xuất bản (ví dụ: 1986a).

Nếu có một số tài liệu tham khảo trong cùng 1 bài báo được trích dẫn có số trang khác nhau thì cần trích dẫn thêm số trang, ví dụ: Kitchen (1982, p 39).

Các yêu cầu khác

- Bài viết không đạt yêu cầu, Tòa soạn không trả lại bản thảo.

- Bài viết chỉ được đăng khi phản biện nhận xét về chất lượng bài báo đồng ý cho đăng.

- Bản quyền: tác giả đồng ý trao bản quyền bài viết (bao gồm cả phần tóm tắt) cho Ban Biên tập Tạp chí.

PHÂN LOẠI LĨNH VỰC KHOA HỌC

1. Khoa học tự nhiên

- 1.1. Toán học và thống kê
- 1.2. Khoa học máy tính và thông tin
- 1.3. Vật lý
- 1.4. Hóa học
- 1.5. Khoa học trái đất và môi trường
- 1.6. Khoa học sự sống
- 1.7. Khoa học nano
- 1.8. Khoa học tính toán
- 1.9. Các lĩnh vực khác của khoa học tự nhiên

2. Khoa học kỹ thuật và công nghệ

- 2.1. Kỹ thuật dân dụng: kỹ thuật kiến trúc; kỹ thuật xây dựng; kỹ thuật kết cấu và đô thị; kỹ thuật giao thông vận tải; kỹ thuật thủy lợi; kỹ thuật địa chất công trình
- 2.2. Kỹ thuật điện, kỹ thuật điện tử, kỹ thuật thông tin
- 2.3. Kỹ thuật cơ khí, chế tạo máy
- 2.4. Kỹ thuật hóa học
- 2.5. Kỹ thuật vật liệu và luyện kim
- 2.6. Kỹ thuật y học
- 2.7. Kỹ thuật môi trường
- 2.8. Công nghệ sinh học công nghiệp
- 2.9. Công nghệ nano
- 2.10. Kỹ thuật thực phẩm và đồ uống
- 2.11. Các lĩnh vực khác của khoa học kỹ thuật và công nghệ

3. Khoa học y - dược

- 3.1. Y học cơ sở
- 3.2. Y học lâm sàng
- 3.3. Y học dự phòng
- 3.4. Dược học
- 3.5. Các lĩnh vực khác của Y - dược học

4. Khoa học nông nghiệp

- 4.1. Trồng trọt
- 4.2. Chăn nuôi
- 4.3. Thú y
- 4.4. Lâm nghiệp
- 4.5. Thủy sản
- 4.6. Công nghệ sinh học trong nông nghiệp, thủy sản
- 4.7. Các lĩnh vực khác của khoa học nông nghiệp

5. Khoa học xã hội và nhân văn

- 5.1. Tâm lý học
- 5.2. Kinh tế và kinh doanh
- 5.3. Khoa học giáo dục
- 5.4. Xã hội học
- 5.5. Pháp luật
- 5.6. Khoa học chính trị
- 5.7. Địa lý kinh tế và xã hội
- 5.8. Thông tin đại chúng và truyền thông
- 5.9. Lịch sử và khảo cổ học
- 5.10. Ngôn ngữ học và văn học
- 5.11. Triết học, đạo đức và tôn giáo
- 5.12. Nghiên cứu về khu vực và quốc tế
- 5.13. Các lĩnh vực khác của khoa học xã hội và nhân văn

TẠP CHÍ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ VIỆT NAM

Vietnam Journal of Science and Technology - MOST

Volume 62 - Number 10 - October 2020

Phát triển bền vững thị trường mua bán nợ doanh nghiệp tại Việt Nam: Góc nhìn từ Công ty TNHH Mua bán nợ Việt Nam.

Đỗ Hồng Nhung, Trần Thị Diệu Hương

Tăng cường cơ hội phát hành trái phiếu doanh nghiệp - Nghiên cứu thực nghiệm tại các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Phạm Tiến Mạnh

Tác động của Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản đến nền kinh tế Việt Nam.

Nguyễn Mạnh Toàn, Huỳnh Thị Diệu Linh, Huỳnh Thị Diễm Trinh

Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ do nữ làm chủ tiếp cận với thị trường quốc tế ở Việt Nam.

Tạ Minh Thảo, Lê Hương Linh

Bảo hiểm nuôi trồng thủy sản ở Trung Quốc và hàm ý chính sách đối với Việt Nam.

Nguyễn Xuân Trinh, Trịnh Văn Tiến, Nguyễn Mạnh Cường

Nghiên cứu thực trạng và đề xuất giải pháp phát triển cây thạch đen phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn tại huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.

Vũ Quỳnh Nam

Mức độ định hướng thị trường các sản phẩm nông nghiệp của hộ nghèo khu vực miền núi: Nghiên cứu trường hợp tại tỉnh Kon Tum.

Nguyễn Tiến Dũng, Lê Văn Nam, Trần Cao Ủy

Nghĩa vụ thuế thu nhập cá nhân của nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Lưu Minh Sang

Quy định về bảo hộ nhãn hiệu phi truyền thống của một số quốc gia và kinh nghiệm cho Việt Nam.

Trần Cao Thành

Chính sách thông tin khoa học và công nghệ phục vụ nghiên cứu khoa học và đổi mới ở Việt Nam.

Lê Tùng Sơn, Trần Hậu Ngọc

Diễn trình văn hóa tiền sử hang C6-1 qua tư liệu khảo cổ học.

Nguyễn Khắc Sừ, Lê Xuân Hưng, Phạm Thị Phương Thảo, La Thế Phúc, Nguyễn Trung Minh

Truyện ngắn Lưu Quang Vũ: Bước chuyển từ thơ đến kịch.

Lê Hương Thủy

1 Sustainable development of the business debt trading market in Vietnam: A view of Vietnam Debt and Asset Trading Corporation.

Hong Nhung Do, Thi Dieu Huong Tran

7 Enhancing corporate bond issuing opportunities - empirical research in listed firms on Vietnam's stock market.

Tien Manh Pham

12 Effects of Vietnam - Japan Economic Partnership Agreement on Vietnam's economy.

Manh Toan Nguyen, Thi Dieu Linh Huynh, Thi Diem Trinh Huynh

18 Application of e-commerce in women-owned micro and small enterprises in Vietnam to access international markets.

Minh Thao Ta, Huong Linh Le

23 Overview the aquaculture insurance in China and policy implications for Vietnam.

Xuan Trinh Nguyen, Van Tien Trinh, Manh Cuong Nguyen

29 The efficiency from Mesona chinensis in agricultural development in Thạch An district, Cao Bang province.

Quynh Nam Vu

33 Level and determinants of smallholder' agricultural market orientation in mountain areas: A case in Kon Tum province, Vietnam.

Tien Dung Nguyen, Van Nam Le, Cao Uy Tran

40 Vietnam's law on personal income tax for investors in securities market.

Minh Sang Luu

44 Provision on the protection of non-conventional trademark in some countries and experiences for Vietnam.

Cao Thanh Tran

50 Policies of scientific and technological information for scientific research and innovation in Vietnam.

Tung Son Le, Hau Ngoc Tran

56 Prehistoric cultural process of C6-1 cave through archaeological materials.

Khac Su Nguyen, Xuan Hung Le, Thi Phuong Thao Pham, The Phuc La, Trung Minh Nguyen

61 Luu Quang Vu' short stories: A transition from poetry to drama.

Huong Thuy Le