



TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG HÀ NỘI

Tạp chí khoa học TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

Số 14 - 2025



TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG HÀ NỘI
HANOI FINANCIAL - BANKING UNIVERSITY

ISSN: 2734-9543

Tạp chí khoa học **TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG** JOURNAL OF SCIENCE OF FINANCE AND BANKING

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG HÀ NỘI

Địa chỉ: Tiên Phong - Mê Linh - Hà Nội
Cơ sở đào tạo: 31 Dịch Vọng Hậu, phường Dịch Vọng Hậu, Q. Cầu Giấy, Hà Nội
Website: <http://fbu.edu.vn>

SÁCH KHÔNG BÁN



SỐ 14
2025

TỔNG BIÊN TẬP

TS. Phạm Phan Dũng

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

PGS.TS. NGUYỄN. Phạm Ngọc Ánh

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS.TSKH. Bùi Xuân Biên

ỦY VIÊN HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. NGUYỄN. Hoàng Trần Hậu

PGS.TS. Trần Duy Kiều

PGS.TS. Nguyễn Thị Liên

PGS.TS. Hoàng Văn Hải

PGS.TS. Đỗ Trung Tuấn

PGS.TS. Lê Văn Ái

TS. Trương Hồng Hải

TS. Hoàng Văn Tường

TS. Phùng Văn Ổn

TS. Nguyễn Văn Sanh

TS. Trương Văn Nam

TS. Nguyễn Minh Khôi

TS. Trần Quốc Vinh

TS. Lê Quang Bình

TS. Bùi Thái Quang

BAN THƯ KÝ VÀ TRỊ SỰ

PGS.TS. Lê Văn Ái

ThS. Luật sư Đỗ Quốc Quyền

ThS. Nhữ Văn Hanh

CN. Nguyễn Thị Kim Dung

TÒA SOẠN

Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội

31 Dịch Vọng Hậu, P. Dịch Vọng,

Q. Cầu Giấy, TP. Hà Nội

Điện thoại: 024 6674 0284

Fax: 024 3793 1336

Email: Tapchikhtcnh@fbu.edu.vn

Mục lục

TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

4	Bán phá giá và thuế chống bán phá giá trong hoạt động thương mại quốc tế	PGS.TS. Lê Văn Ái
---	--	-------------------

13	Hoàn thiện chính sách tài chính nhằm đẩy mạnh đầu tư phát triển khoa học và công nghệ tại các cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập	TS. Phạm Phan Dũng ThS. Vũ Văn Quyền
----	---	---

23	Thực trạng phát triển thị trường tài chính xanh ở Việt Nam: những thách thức và cơ hội	ThS. Nguyễn Văn Nam ThS. Nguyễn Hoàng Huy
----	--	--

36	Cơ hội và thách thức phát triển ngân hàng số đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam	ThS. Vũ Thị Thúy Hương
----	--	------------------------

QUẢN TRỊ KINH DOANH

50 Một số vấn đề đặt ra trong “Quản trị nhân lực xanh” tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay
ThS. Nguyễn Thị Lạng

58 Sử dụng hiệu quả phương pháp đóng vai kết hợp với nghiên cứu tình huống trong học phần Quản trị học cho sinh viên ngành Quản trị kinh doanh, FBU
**ThS. Lê Thị Minh Tú
Bùi Quang Khải**

73 Nâng cao tư duy xây dựng thương hiệu của sinh viên Viện Quản trị - Kinh doanh, FBU thông qua giảng dạy học phần Quản trị thương hiệu
ThS. Bùi Thị Hương Trang

89 Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) vào công tác giảng dạy tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội
**ThS. Nhữ Văn Hanh
ThS. Trịnh Xuân Tiến**

99 Tác động của trí tuệ nhân tạo đến quản trị nhân lực tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam
**ThS. Đinh Thị Song
ThS. Nguyễn Đức Đăng**

110 “AI có thể thay thế con người trong hoạt động marketing không?”
Tạ Trung Kiên

KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

122 Tác động của tự động hóa và trí tuệ nhân tạo đối với nghề kế toán tại Việt Nam
TS. Hoàng Văn Tưởng

131 Chuyển đổi số trong kế toán tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam: thực trạng và giải pháp
ThS. Mai Thị Kim Hoàng

146 Ứng dụng, phát triển công nghệ blockchain trong kiểm toán báo cáo tài chính
ThS. Nguyễn Thị Ánh Ngọc

PHÁP LUẬT KINH TẾ

156 Hoàn thiện pháp luật về xử lý khiếu nại trong thương mại điện tử
ThS. Nguyễn Thị Thu Hương

166 Hoàn thiện pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam hiện nay
ThS. Vũ Diệu Quỳnh

174 Trách nhiệm dân sự của nền tảng thương mại điện tử trực tuyến - kinh nghiệm của Trung Quốc và một số khuyến nghị cho Việt Nam
ThS. Nguyễn Thị Diễm

CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

189 Phát triển năng lực chuyển đổi số trong đào tạo ngành Tài chính - Ngân hàng

TS. Phùng Văn Ổn

NGÔN NGỮ NƯỚC NGOÀI

196 Giải pháp nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội trong bối cảnh hội nhập quốc tế

ThS. Lương Thị Vân

BÁN PHÁ GIÁ VÀ THUẾ CHỐNG BÁN PHÁ GIÁ TRONG HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

PGS.TS. Lê Văn Ái⁽¹⁾

Tóm tắt: Hoạt động xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ giữa các nước với nhau được gọi là hoạt động thương mại quốc tế. Trong hoạt động thương mại quốc tế, vấn đề giành thị phần, loại bỏ đối thủ cạnh tranh luôn là vấn đề được các doanh nghiệp của các nước chú trọng. Một trong những biện pháp để giành thị trường, loại bỏ đối thủ cạnh tranh là thực hiện hành vi bán phá giá. Việc bán phá giá nhằm giành thị trường, thủ tiêu đối thủ cạnh làm phương hại đến lợi ích quốc gia. Vì vậy để vô hiệu hóa hành vi bán phá giá các nước, quốc tế đều phải tiến hành các biện pháp chống đỡ. Một trong những biện pháp đó là áp dụng công cụ thuế. Bài viết sẽ đi sâu phân tích các khía cạnh về bán phá giá và công cụ thuế chống bán phá giá, đề xuất một số giải pháp ứng phó với chủ trương áp thuế quan mang tính bảo hộ của Hoa Kỳ đối với hàng hóa nhập khẩu, giúp các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi cung ứng hàng hóa dịch vụ toàn cầu nắm và hiểu rõ một cách cụ thể hơn.

Từ khóa: Hoạt động thương mại quốc tế; hành vi bán phá giá; thuế chống bán phá giá...

Abstract: Exporting goods and services between countries is called international trade. In international trade, the issue of gaining market share and eliminating competitors is always a matter of concern for businesses of all countries. One of the measures to gain market share and eliminate competitors is dumping. Dumping to gain market share and eliminate competitors harms national interests. Therefore, to neutralize dumping, countries and international organizations must take countermeasures. One of those measures is to apply tax instruments. The article will analyze in depth the aspects of dumping and anti-dumping tax tools, propose some solutions to respond to the US policy of imposing protective tariffs on imported goods, helping businesses participating in the global supply chain of goods and services to grasp and understand more specifically,

Keywords: International trade activities; dumping behavior; anti-dumping tax...

Ngày nhận bài: 09/5/2025;

Ngày phản biện: 12/5/2025

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025

1. Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

I. BÁN PHÁ GIÁ

1.1. Khái niệm và tác dụng tiêu cực của hành vi bán phá giá trong hoạt động thương mại quốc tế

Một sản phẩm bị coi là bán phá giá (tức là được đưa vào lưu thông thương mại trên thị trường một nước khác với giá thấp hơn giá trị thông thường của sản phẩm đó) nếu như giá xuất khẩu của sản phẩm được xuất từ một nước này sang một nước khác thấp hơn mức giá có thể so sánh được của sản phẩm tương tự được tiêu dùng tại nước xuất khẩu trong điều kiện thương mại thông thường.

Mục đích chủ yếu của hành vi bán phá giá trong hoạt động thương mại quốc tế là nhằm giành thị trường, loại bỏ đối thủ cạnh tranh trên thị trường.

Bán phá giá có thể gây ra những tác dụng tiêu cực đối với nền kinh tế như:

Loại bỏ đối thủ cạnh tranh trong nước dẫn đến độc quyền thị trường;

Thực chất đây là hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong hoạt động thương mại quốc tế.

Cạnh tranh không lành mạnh ảnh hưởng xấu đến hoạt động trong kinh doanh của các doanh nghiệp chân chính khiến họ bị thiệt hại về tài chính, mất đi lượng khách hàng, từ đó thị phần trên thị trường suy giảm, xấu hơn nữa là doanh nghiệp phải đối diện với nguy cơ phá sản hoặc bị thôn tóm, bị mua lại.

Giảm lợi nhuận của doanh nghiệp trong nước, giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế;

Gây thiệt hại về tài chính đối với người tiêu dùng do phải mua hàng hóa, dịch vụ

giá cao so với giá thông thường về một loại hàng hóa dịch vụ nào đó.

Tác dụng tiêu cực của việc bán phá giá lớn hay nhỏ tùy thuộc biên độ bán phá giá. Do đó, việc xác định biên độ bán phá giá là hết sức quan trọng.

1.2. Xác định mức biên độ bán phá giá trong hoạt động thương mại quốc tế:

Biên độ bán phá giá trong hoạt động thương mại quốc tế được xác định theo công thức:

$$X = \frac{G_{tt} - G_{xk}}{G_{xk}}$$

trong đó: X là biên độ bán phá giá;
G_{tt} là giá thông thường;
G_{xk} là giá xuất khẩu.

Việc xác định chính xác, đúng với thực tế phát sinh hành vi bán phá giá trong hoạt động thương mại quốc tế có ý nghĩa quan trọng trong việc sử dụng công cụ thuế nhằm chống lại hành vi bán phá giá bảo đảm lợi ích của nước nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ.

Với công thức trên, việc xác định chính xác biên độ bán phá giá trong hoạt động thương mại quốc tế phụ thuộc về các quy định và công tác điều tra xác định giá thông thường (G_{tt}); Giá xuất khẩu (G_{xk}). Để thống nhất và chính xác giữa các nước trong tính toán xác định biên độ bán phá giá đối với hoạt động thương mại quốc tế, WTO đã có những quy định về giá thông thường; giá xuất khẩu. Theo quy định của WTO có thể hiểu:

- Giá thông thường là giá bán của sản phẩm tương tự tại thị trường nước xuất khẩu hoặc giá bán của sản phẩm tương tự từ nước xuất khẩu sang một nước thứ ba hoặc

giá bán xây dựng từ tổng chi phí sản xuất ra sản phẩm, chi phí quản lý, bán hàng và không lợi nhuận hợp lý. WTO có quy định cụ thể các điều kiện để áp dụng tương ứng phương pháp này.

- Giá xuất khẩu là giá trên hợp đồng giữa nhà xuất khẩu nước ngoài tới nhà nhập khẩu hoặc giá bán cho người mua độc lập đầu tiên.

Dựa vào những quy định của WTO về giá thông thường, giá xuất khẩu để xác định biên độ bán phá giá, song trong thực tế diễn biến giá thông thường, giá xuất khẩu rất phức tạp theo không gian và thời gian khác nhau. Do đó để xác định chính xác biên độ bán phá giá cần thiết phải tăng cường công tác điều tra, thẩm định thực tế về giá thông thường, giá xuất khẩu. Công tác điều tra, thẩm định giá thông thường, giá xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ vào nước nhập khẩu là một công tác phức tạp được tiến hành theo từng công đoạn khác nhau. Thông thường công tác điều tra, thẩm định hành vi bán phá được tiến hành sau khi có đơn khởi kiện về việc bán phá giá đối với hàng hóa, dịch vụ nào đó của doanh nghiệp nước ngoài làm thiệt hại cho doanh nghiệp sản xuất hàng hóa, dịch vụ tương tự trong nước nhập khẩu. Sau khi nhận đơn khởi kiện, xét thấy đơn khởi kiện có bằng chứng thiết thực, rõ ràng có thể tiến hành điều tra hành vi bán phá giá trong hoạt động ngoại thương. Có ba vấn đề lớn trong việc tiến hành công tác điều tra áp dụng các biện pháp chống bán phá giá cần có những quy định cụ thể, đó là: vấn đề thẩm quyền ra quyết định điều tra; xác định thời kỳ tối đa điều tra xác định bán phá giá; hồ sơ yêu cầu

áp dụng biện pháp chống bán phá giá. Ba vấn đề này, tùy theo điều kiện khác nhau mà mỗi quốc gia có những quy định riêng. Ở Việt Nam quy định:

I Bộ trưởng Bộ Công thương là người có thẩm quyền ra quyết định về điều tra hành vi bán phá giá nhằm áp dụng cho việc thực hiện các biện pháp chống bán phá giá trong hoạt động ngoại thương với các nội dung cụ thể như sau:

- Mô tả chi tiết hàng hóa nhập khẩu bị điều tra, mã số hàng hóa theo Danh mục hàng hóa xuất, nhập khẩu Việt Nam và mức thuế nhập khẩu có hiệu lực áp dụng theo biểu thuế xuất khẩu, biểu thuế nhập khẩu ở từng từng thời kỳ;

- Thông tin về các tổ chức, cá nhân trong nước sản xuất hàng hóa tương tự yêu cầu áp dụng biện pháp chống bán phá giá.

* Thời kỳ tối đa điều tra để xác định việc bán phá giá theo quy định hiện hành là 12 tháng, tuy nhiên cơ quan điều tra vẫn có thể xác định thời kỳ điều tra khác dài hơn trong trường hợp đặc biệt.

* Hồ sơ yêu cầu áp dụng biện pháp chống bán phá giá.

Theo quy định tại Điều 28 Nghị định 10/2018/NĐ-CP, hồ sơ yêu cầu áp dụng biện pháp chống bán phá bao gồm:

Một là, đơn yêu cầu áp dụng biện pháp chống bán phá giá. Theo quy định đơn yêu cầu áp dụng biện pháp chống bán phá giá bao gồm nhiều nội dung quan trọng. Cụ thể:

- Tên, địa chỉ và thông tin cần thiết khác của tổ chức, cá nhân đại diện cho ngành sản xuất trong nước;

- Thông tin số liệu, chứng cứ để xác định đại diện ngành sản xuất trong nước bao gồm: danh sách các tổ chức cá nhân trong nước sản xuất hàng hóa tương tự, khối lượng, số lượng hàng hóa tương tự mà tổ chức cá nhân nêu trên sản xuất;

- Tên, địa chỉ tổ chức, cá nhân sản xuất hàng hóa tương tự ủng hộ hoặc phản đối vụ việc.

- Thông tin mô tả về hàng hóa nhập khẩu bị yêu cầu điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá, bao gồm tên khoa học, tên thương mại, tên thường gọi; thành phần; các đặc tính vật lý, hóa học cơ bản; quy trình sản xuất; mục đích sử dụng chính; tiêu chuẩn, quy chuẩn của quốc tế và Việt Nam; mã số hàng hóa theo Danh mục hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu Việt Nam và mức thuế nhập khẩu có hiệu lực áp dụng theo biểu thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu tại từng thời kỳ;

- Thông tin về giá thông thường và giá xuất khẩu của hàng hóa được mô tả theo quy định biên độ bán phá giá của hàng hóa nhập khẩu bị yêu cầu điều tra áp dụng biện pháp chống bán phá giá;

- Thông tin, số liệu, chứng cứ về thiệt hại đáng kể hoặc đe dọa gây thiệt hại đáng kể hoặc ngăn cản đáng kể sự hình thành ngành sản xuất trong nước;

- Thông tin, số liệu, chứng cứ về mối quan hệ nhân quả giữa việc nhập khẩu hàng hóa quy định tại khoản d điểm này và thiệt hại đáng kể hoặc đe dọa gây thiệt hại đáng kể hoặc ngăn cản đáng kể sự hình thành ngành sản xuất trong nước;

- Thông tin về nước xuất khẩu hoặc xuất xứ của hàng hóa bị yêu cầu điều tra

áp dụng biện pháp chống bán phá giá, bao gồm danh sách cụ thể của các nhà sản xuất, xuất khẩu nước ngoài và các nhà nhập khẩu;

- Yêu cầu cụ thể về việc áp dụng biện pháp chống bán phá giá, thời hạn áp dụng và mức độ áp dụng.

Hai là, các tài liệu liên quan khác theo quy định tại các văn bản quy phạm pháp luật trong hoạt động ngoại thương.

Tóm lại, kết quả của công tác điều tra hành vi bán phá giá để xác định chính xác, khách quan biên độ bán phá giá là nhân tố quyết định việc áp dụng các biện pháp chống bán phá giá.

II. THUẾ CHỐNG BÁN PHÁ GIÁ TRONG HOẠT ĐỘNG NGOẠI THƯƠNG

Như phần trên đã đề cập, hành vi bán phá giá là hành vi cạnh tranh không lành mạnh của nước xuất khẩu làm hại cho nền kinh tế của nước nhập khẩu nếu biên độ bán phá giá lớn xét trên nhiều góc độ như thâm thụt thị trường, loại bỏ đối thủ cạnh tranh, thủ tiêu hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp của nước nhập khẩu... Để đối phó với những tác động tiêu cực đối với nền kinh tế của hành vi bán phá giá, không một quốc gia có hoạt động nhập khẩu hàng, dịch vụ không quan tâm đến việc sử dụng các biện pháp chống bán phá giá trong hoạt động ngoại thương. Biện pháp chống bán phá được coi là biện pháp tự vệ, bảo đảm sự an toàn cho nền kinh tế trước những tác động tiêu cực của hành vi bán phá giá của nước xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ.

Nghiên cứu thực tế ở các nước cũng như ở Việt Nam cho thấy biện pháp chống bán phá giá chủ yếu sử dụng biện pháp

thuế. Lẽ đương nhiên nhiều khi sử dụng biện pháp này có thể gây ra những xung đột giữa nước xuất khẩu và nước nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ. Là một tổ chức thương mại thế giới, WTO có chức năng hòa giải, giải quyết những xung đột xảy ra khi áp dụng các biện pháp chống hành vi bán phá giá giữa các thành viên của WTO. Nhằm thực hiện chức năng trọng tài giải quyết các xung đột giữa các thành viên khi áp dụng các biện pháp chống hành vi bán phá giá, nhất là biện pháp sử dụng công cụ, WTO đã đưa ra những quy định pháp lý về giải pháp chống bán phá giá bắt buộc thành viên phải nghiên cứu áp dụng các biện pháp chống hành vi bán phá giá trong hoạt động thương mại quốc tế. Việt Nam là thành viên thứ 150 của WTO tất yếu phải nghiên cứu áp dụng các quy định của WTO về sử dụng các biện pháp chống bán phá giá.

2.1 Khái quát các quy định pháp luật của WTO về chống bán phá trong thương mại quốc tế

Vấn đề chống bán phá giá được WTO quy định tập trung tại Điều VI GATT 1994 và Hiệp định về việc thi hành Điều VI GATT 1994, thường được gọi với tên “Hiệp định về chống bán phá giá” (ADP). Hiệp định về chống bán phá giá quy định về các nhóm vấn đề sau:

Nhóm 1: Các quy định về nội dung: bao gồm các điều khoản chi tiết về cách thức, tiêu chí xác định việc bán phá giá, thiệt hại, mối quan hệ nhân quả giữa việc bán phá giá và thiệt hại;

Nhóm 2: Các quy định về thủ tục: bao gồm các điều khoản liên quan đến thủ tục điều tra, áp đặt thuế chống bán phá giá như

thời hạn điều tra, nội dung đơn kiện, thông báo quyền tố tụng của các bên liên quan, trình tự áp dụng các biện pháp tạm thời, quyền khiếu kiện...

Nhóm 3: Các quy định về thủ tục giải quyết tranh chấp giữa các quốc gia thành viên liên quan đến biện pháp chống bán phá giá: bao gồm các quy tắc áp dụng cho việc giải quyết tranh chấp giữa các quốc gia thành viên WTO liên quan đến biện pháp chống bán phá giá của một quốc gia thành viên.

Nhóm 4: Các quy định về thẩm quyền của Ủy ban về Thực tiễn chống bán phá giá: bao gồm các quy định về thành viên, chức năng và hoạt động của Ủy ban trong quá trình điều hành các biện pháp chống bán phá giá thực hiện tại các quốc gia thành viên. Trong mỗi nhóm đều được quy định cụ thể chi tiết. Hiệp định về chống bán phá giá (ADP) quy định về các nhóm vấn đề cụ thể sau: i) Các quy định về nội dung: bao gồm các điều khoản chi tiết về cách thức, tiêu chí xác định việc bán phá giá, thiệt hại, mối quan hệ nhân quả giữa việc bán phá giá và thiệt hại; ii) Các quy định về thủ tục: bao gồm các điều khoản liên quan đến thủ tục điều tra, áp đặt thuế chống bán phá giá như thời hạn điều tra, nội dung đơn kiện, thông báo, quyền tố tụng của các bên liên quan, trình tự áp dụng các biện pháp tạm thời, quyền khiếu kiện,... iii) Các quy định về thủ tục giải quyết tranh chấp giữa các quốc gia thành viên liên quan đến thuế chống phá giá: quy định tại Điều 17 ADP, bao gồm các quy tắc áp dụng cho việc giải quyết tranh chấp giữa các quốc gia thành viên WTO liên quan đến biện pháp áp đặt thuế chống bán phá giá của một quốc gia thành viên;

iv) Các quy định về thẩm quyền của Ủy ban về Thực tiễn Chống bán phá giá (Committee on Anti-dumping Practices): bao gồm các quy định về thành viên, chức năng và hoạt động của Ủy ban trong quá trình điều hành các biện pháp chống bán phá giá thực hiện tại các quốc gia thành viên.

2.2 Khái quát về các quy định sử dụng biện pháp thuế chống bán phá giá ở Việt Nam

Trên cơ sở nghiên cứu các quy định áp dụng công cụ thuế chống bán phá giá của WTO, căn cứ vào điều kiện thực tế của Việt Nam, việc sử dụng công cụ thuế chống hành vi bán phá giá đã được luật hóa.

Điều 12 Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu (2016), thuế chống bán phá giá quy định như sau:

1) Quy định về điều kiện áp dụng:

- Hàng hóa nhập khẩu bán phá giá tại Việt Nam và biên độ bán phá giá phải được xác định cụ thể;

- Việc bán phá giá là nguyên nhân gây ra hoặc đe dọa gây ra thiệt hại đáng kể cho ngành sản xuất trong nước hoặc ngăn cản sự hình thành của ngành sản xuất trong nước.

2) Nguyên tắc áp dụng thuế chống bán phá giá:

- Thuế chống bán phá giá chỉ được áp dụng ở mức cần thiết, hợp lý nhằm ngăn ngừa hoặc hạn chế thiệt hại đáng kể cho ngành sản xuất trong nước;

- Việc áp dụng thuế chống bán phá giá được thực hiện khi đã tiến hành điều tra và phải căn cứ vào kết luận điều tra theo quy định của pháp luật.

- Thuế chống bán phá giá được áp dụng đối với hàng hóa bán phá giá vào Việt Nam.

- Việc áp dụng thuế chống bán phá giá không được gây thiệt hại đến lợi ích kinh tế - xã hội trong nước.

3) Thời hạn áp dụng thuế chống bán phá giá không quá 5 năm, kể từ ngày quyết định áp dụng có hiệu lực. Trường hợp cần thiết, quyết định áp dụng thuế chống bán phá giá có thể được gia hạn.

Ngoài những quy định tại Điều 12 Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu nêu trên, việc sử dụng công cụ thuế chống bán phá giá còn chịu sự ràng buộc bởi Điều 15 Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu. Tại Điều khoản này quy định:

- Việc áp dụng, thay đổi, bãi bỏ thuế chống bán phá giá được thực hiện theo quy định của Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu 2016 và pháp luật về chống bán phá giá.

- Căn cứ mức thuế, số lượng hoặc trị giá hàng hóa thuộc đối tượng chịu thuế chống bán phá giá, người khai hải quan có trách nhiệm kê khai và nộp thuế theo quy định của pháp luật về quản lý thuế.

- Bộ Công Thương quyết định việc áp dụng thuế chống bán phá giá.

- Bộ Tài chính quy định việc kê khai, thu, nộp, hoàn trả thuế chống bán phá giá.

- Trường hợp lợi ích của CHXHCN Việt Nam bị xâm hại hay vi phạm, căn cứ vào các Điều ước quốc tế, Chính phủ báo cáo Quốc hội quyết định áp dụng biện pháp thuế phòng vệ khác phù hợp.

Tóm lại, qua nghiên cứu các quy định, việc sử dụng công cụ thuế chống hành vi bán phá giá của Việt Nam rất thận trọng, một mặt sử dụng công cụ thuế chống bán phá giá một cách hiệu quả, mặt khác chú trọng hạn chế sự xung đột có thể xảy ra

trong quá trình sử dụng công cụ thuế chống hành vi bán phá giá.

III. GIẢI PHÁP ỨNG PHÓ VỚI CHỦ TRƯỞNG ÁP THUẾ QUAN CỦA HOA KỲ ĐỐI VỚI HÀNG HÓA NHẬP KHẨU

Trong bối cảnh thương mại toàn cầu có nhiều biến động, chính quyền Tổng thống Hoa Kỳ đã và đang áp dụng các biện pháp thuế quan mang tính bảo hộ đối với hàng hóa nhập khẩu từ nhiều quốc gia, bao gồm cả Việt Nam. Việc sử dụng thuế quan với lý do bảo vệ ngành sản xuất trong nước, kiểm soát cán cân thương mại hoặc chống bán phá giá đã gây ra nhiều khó khăn cho hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Với tư cách là một người nghiên cứu chính sách, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm khắc phục và ứng phó hiệu quả với các biện pháp thuế quan mà phía Hoa Kỳ đang triển khai.

3.1. Tăng cường đối thoại song phương và vận động chính sách

Một trong những giải pháp trọng tâm là tăng cường hoạt động ngoại giao kinh tế và vận động chính sách với Chính phủ và Quốc hội Mỹ, thông qua các kênh chính thức như Đại sứ quán, các diễn đàn hợp tác kinh tế song phương (như Hội đồng Thương mại và Đầu tư Việt - Mỹ - TIFA), hoặc các tổ chức xúc tiến thương mại. Mục tiêu là minh chứng rằng Việt Nam không thực hiện hành vi bán phá giá, không trợ cấp bất hợp lý và luôn tuân thủ các quy tắc thương mại đa phương theo WTO.

Cần chủ động đề xuất các cơ chế đối thoại định kỳ với đại diện Bộ Thương mại Hoa Kỳ (DOC) và Ủy ban Thương mại Quốc

tế Hoa Kỳ (ITC) để cập nhật tình hình, làm rõ các mối quan tâm của hai bên và tìm kiếm các giải pháp linh hoạt, hài hòa lợi ích.

3.2. Nâng cao năng lực phòng vệ thương mại cho doanh nghiệp Việt Nam

Thực tế cho thấy, nhiều vụ kiện chống bán phá giá hoặc chống trợ cấp từ phía Mỹ bắt nguồn từ việc doanh nghiệp Việt Nam thiếu hiểu biết về các quy tắc phòng vệ thương mại quốc tế. Do vậy, cần tăng cường hoạt động đào tạo, hướng dẫn pháp lý, phổ biến kiến thức về phòng vệ thương mại cho các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp xuất khẩu chủ lực.

Nhà nước có thể thiết lập các nhóm công tác chuyên môn để hỗ trợ doanh nghiệp thu thập số liệu, xây dựng hồ sơ giải trình khi bị điều tra, hoặc chủ động phối hợp để khởi xướng các vụ kiện phản đối bất hợp lý nếu Hoa Kỳ áp dụng thuế quan không tuân thủ quy định WTO.

3.3. Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu và giảm phụ thuộc vào Hoa Kỳ

Mặc dù Hoa Kỳ là một trong những thị trường xuất khẩu lớn của Việt Nam, nhưng việc quá phụ thuộc vào một thị trường sẽ khiến doanh nghiệp dễ bị tổn thương trước các biến động chính sách. Do đó, cần triển khai hiệu quả các FTA đã ký như CPTPP, EVFTA, RCEP để mở rộng thị phần tại các thị trường khác như EU, Nhật Bản, Australia, ASEAN...

Bên cạnh đó, khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào cải tiến sản phẩm, nâng cao chất lượng, xây dựng thương hiệu để tăng khả năng cạnh tranh tại nhiều phân khúc thị trường khác nhau.

3.4. Tăng cường minh bạch và truy xuất nguồn gốc xuất xứ

Một trong những lý do khiến hàng hóa Việt Nam dễ bị điều tra chống bán phá giá hoặc áp thuế trừng phạt là nghi ngờ về gian lận xuất xứ, đặc biệt khi hàng hóa có nguồn gốc từ nước thứ ba như Trung Quốc nhưng được tái xuất từ Việt Nam. Để hạn chế rủi ro này, cần hoàn thiện hệ thống truy xuất nguồn gốc, kiểm soát chặt chẽ việc cấp giấy chứng nhận xuất xứ (C/O), đặc biệt với các mặt hàng nhạy cảm như thép, gỗ, dệt may, điện tử...

Cơ quan quản lý cần phối hợp chặt chẽ với hải quan, công an kinh tế và các tổ chức giám định để phát hiện sớm các hành vi gian lận thương mại và xử lý nghiêm theo pháp luật.

3.5. Chủ động sử dụng cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO

Khi đối mặt với các biện pháp thuế quan của Hoa Kỳ có dấu hiệu vi phạm nguyên tắc MFN (đối xử tối huệ quốc) hoặc không phù hợp với quy định của WTO, Việt Nam cần xem xét khả năng khởi kiện theo cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO. Mặc dù quá trình khởi kiện tại WTO có thể kéo dài, nhưng đây là một công cụ pháp lý hiệu quả để bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng của quốc gia xuất khẩu. Ngoài ra, việc khởi kiện hoặc thể hiện rõ lập trường pháp lý cũng tạo áp lực chính trị nhất định, buộc Mỹ phải xem xét lại các quyết định của mình.

3.6. Thúc đẩy chuỗi cung ứng nội địa và nâng cao giá trị gia tăng

Một cách ứng phó mang tính dài hạn là thúc đẩy doanh nghiệp nội địa tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu bằng

cách gia tăng tỉ lệ nội địa hóa, cải tiến công nghệ và quy trình sản xuất nhằm nâng cao giá trị gia tăng. Việc này không chỉ giúp sản phẩm Việt Nam có sức cạnh tranh hơn mà còn tránh được các cáo buộc liên quan đến “gia công đơn thuần” hoặc “lẩn tránh thuế”.

IV. KẾT LUẬN

Trong lĩnh vực hoạt động thương mại quốc tế, một trong những vấn đề lớn được Chính phủ và các doanh nghiệp sản xuất ở các nước có khối lượng hàng hóa nhập khẩu lớn hết sức quan tâm là vấn đề bán phá giá và việc sử dụng công cụ thuế chống hành vi bán phá giá. Đặc biệt, sau khi ông Donald Trump trở lại Nhà Trắng trên cương vị Tổng thống của Mỹ đã chủ trương áp dụng mạnh mẽ thuế quan đối với vấn đề nhập khẩu hàng hóa của các nước vào Mỹ làm dấy lên những lo ngại về phát triển kinh tế toàn cầu. Việc Tổng thống Mỹ sử dụng thuế quan như một công cụ chính sách nhằm điều chỉnh cán cân thương mại và bảo vệ ngành sản xuất nội địa là một xu hướng không mới, nhưng ngày càng phức tạp và khó lường. Trước tình hình này, Việt Nam cần chủ động, linh hoạt và kiên định trong việc sử dụng các công cụ pháp lý quốc tế, củng cố năng lực nội tại của doanh nghiệp, đồng thời đẩy mạnh hoạt động đối ngoại kinh tế để bảo vệ lợi ích xuất khẩu một cách bền vững và phù hợp với luật chơi toàn cầu.

Nhằm giúp độc giả có những hiểu biết về những vấn đề quan trọng trong hoạt động ngoại thương, bài viết đi sâu nghiên cứu trình bày hành vi bán phá giá và sử dụng công cụ thuế chống hành vi bán phá

giá của các nước xuất khẩu dựa trên các quy định pháp luật của WTO và của Việt Nam, qua đó đề xuất một số giải pháp ứng phó với chủ trương áp thuế quan của Hoa Kỳ đối với hàng hóa nhập khẩu. Bài viết dựa trên những hiểu biết cá nhân của tác giả cùng sự tham khảo một số tài liệu và bài viết được đăng tải công khai trên Internet.

Tài liệu tham khảo

1. Các văn bản pháp luật của WTO và của Việt Nam quy định về bán phá giá và giải pháp chống bán phá giá.

2. Bán phá giá được hiểu như thế nào? (<https://nplaw.vn/ban-pha-gia-duoc-hieu-nhu-the-nao.html>).

3. Các biện pháp chống bán phá giá được áp dụng hiện nay (<https://nplaw.vn/cac-bien-phap-chong-ban-pha-gia-duoc-ap-dung-hien-nay.html>).

4. Pháp luật WTO về chống bán phá giá trong thương mại quốc tế - Luận văn thạc sĩ của Trần Lê Minh Trang, trường Đại học luật, Đại học Huế.

5. (<https://hul.edu.vn/upload/phong-dao-cao/Th%E1%BA%A1c%20s%C4%A9/tt%202023/TT%20TR%E1%BA%A6N%20L%C3%8A%20MINH%20TRANG.pdf>).

HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH NHẪM ĐẨY MẠNH ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC NGOÀI CÔNG LẬP

TS. Phạm Phan Dũng⁽¹⁾ - ThS. Vũ Văn Quyền⁽²⁾

Tóm tắt: Bài viết tập trung phân tích các cơ sở lý luận, kinh nghiệm quốc tế và thực trạng chính sách tài chính đối với hoạt động khoa học và công nghệ (KH&CN) tại các cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập (GDĐH NCL) ở Việt Nam. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách tài chính, thúc đẩy đầu tư phát triển KH&CN trong khối các trường NCL, hướng tới thực hiện hiệu quả Nghị quyết 57-NQ/TU (2024) và Nghị quyết 68-NQ/TU (2025) của Bộ Chính trị. Các đề xuất nhấn mạnh đến việc mở rộng tiếp cận ngân sách, ưu đãi thuế, tín dụng, thúc đẩy hợp tác công - tư và tăng cường minh bạch tài chính.

Từ khóa: Chính sách tài chính; khoa học và công nghệ; giáo dục đại học; ngoài công lập; đầu tư; Nghị quyết 57; Nghị quyết 68.

Abstract: This paper focuses on analyzing the theoretical foundations, international experiences, and current financial policies for science and technology (S&T) activities at non-public higher education institutions in Vietnam. Based on that, the article proposes several policy solutions to improve financial mechanisms to promote investment in S&T development in non-public universities, in alignment with the implementation of the Politburo's Resolution No. 57-NQ/TW (2024) and Resolution No. 68-NQ/TW (2025). The proposed solutions emphasize expanding budget access, tax and credit incentives, promoting public-private partnerships, and enhancing financial transparency.

Keywords: Financial policy; science and technology; higher education; non-public sector; investment; Resolution 57; Resolution 68.

Ngày nhận bài: 01/5/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 14/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

1. Phòng Quản lý Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

2. Phòng Công tác sinh viên và Phục vụ cộng đồng, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ, khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo đã trở thành trụ cột quan trọng quyết định năng lực cạnh tranh và tính bền vững của mỗi quốc gia. Đối với Việt Nam, yêu cầu đẩy mạnh đầu tư cho nghiên cứu khoa học và công nghệ (KH&CN), đặc biệt trong lĩnh vực giáo dục đại học, là một trong những điều kiện tiên quyết để thực hiện thành công chiến lược phát triển đất nước trong giai đoạn mới.

Nhằm thể chế hóa các định hướng chiến lược của Đảng, ngày 22/12/2024, Bộ Chính trị đã ban hành **Nghị quyết số 57-NQ/TU** “Về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia”. Nghị quyết xác định rõ KH&CN là động lực then chốt của quá trình chuyển đổi mô hình tăng trưởng, nâng cao năng suất và chất lượng nền kinh tế. Tiếp theo đó, ngày 4/5/2025, Bộ Chính trị tiếp tục ban hành **Nghị quyết số 68-NQ/TU** “Về phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa”, trong đó nhấn mạnh vai trò của khu vực tư nhân, bao gồm cả các cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập trong thúc đẩy đổi mới sáng tạo và ứng dụng KH&CN.

Tuy nhiên, thực tế hiện nay cho thấy các cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập (CSGDĐH NCL) còn gặp nhiều khó khăn trong việc đầu tư phát triển KH&CN do hạn chế về nguồn lực tài chính, thiếu cơ chế hỗ trợ phù hợp từ Nhà nước, và chưa có chính sách khuyến khích đủ mạnh để

thu hút nguồn lực xã hội hóa. Đây là điểm nghẽn lớn cần tháo gỡ nếu muốn phát huy vai trò của khối CSGDĐH NCL trong hệ sinh thái đổi mới sáng tạo quốc gia.

Bài viết này nhằm làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về chính sách tài chính đối với hoạt động đầu tư KH&CN trong các CSGDĐH NCL, phân tích thực trạng và những vấn đề tồn tại, từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện chính sách tài chính nhằm thúc đẩy hoạt động nghiên cứu, đổi mới sáng tạo trong khối này. Bài viết góp phần cụ thể hóa các mục tiêu, giải pháp nêu trong Nghị quyết 57-NQ/TU và 68-NQ/TU, đồng thời đóng góp cơ sở lý luận và thực tiễn cho hoạch định chính sách tài chính trong giai đoạn tới.

II. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ

2.1. Cơ sở lý luận về đầu tư khoa học và công nghệ trong giáo dục đại học

Khoa học và công nghệ (KH&CN) được xem là yếu tố then chốt trong hệ thống đổi mới sáng tạo quốc gia. Theo OECD (2015), đầu tư vào KH&CN trong giáo dục đại học không chỉ góp phần tạo ra tri thức mới mà còn đóng vai trò trung gian quan trọng trong chuyển giao công nghệ, thúc đẩy phát triển kinh tế tri thức và nâng cao chất lượng đào tạo.

Trong hệ thống giáo dục đại học, đầu tư cho KH&CN được hiểu là quá trình phân bổ các nguồn lực tài chính (từ Nhà nước, doanh nghiệp, tổ chức phi lợi nhuận, và bản thân cơ sở đào tạo) nhằm hỗ trợ các hoạt động nghiên cứu cơ bản, nghiên cứu ứng dụng, chuyển giao công nghệ, phát

triển phòng thí nghiệm, trung tâm nghiên cứu, và đổi mới sáng tạo. Theo lý thuyết **đầu tư công và hiệu quả đầu tư** (Musgrave, 1959), sự can thiệp của Nhà nước thông qua chính sách tài chính là cần thiết để khắc phục thất bại thị trường, nhất là trong lĩnh vực KH&CN, nơi mà lợi ích xã hội thường vượt trội lợi ích tư nhân.

Bên cạnh đó, lý thuyết về hệ thống đổi mới quốc gia (National Innovation System -NIS) nhấn mạnh vai trò tương tác giữa các chủ thể trong hệ sinh thái KH&CN, trong đó cơ sở giáo dục đại học đóng vai trò là trung tâm sản xuất và truyền bá tri thức. Việc hoàn thiện chính sách tài chính cho đầu tư KH&CN trong khối giáo dục đại học ngoài công lập sẽ góp phần kích hoạt chức năng nghiên cứu - phát triển (R&D) còn tiềm ẩn tại khu vực này, đồng thời tăng tính kết nối với doanh nghiệp và xã hội.

2.2. Đặc điểm tài chính của cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập và yêu cầu về chính sách đặc thù

Khối các cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập (GDĐH NCL) tại Việt Nam hiện chiếm khoảng 14% tổng số cơ sở giáo dục đại học trên cả nước, với khoảng 9% tổng số sinh viên theo học (Bộ GD&ĐT, 2023). Tuy nhiên, tỉ lệ đầu tư cho hoạt động KH&CN trong khu vực này còn rất hạn chế, chủ yếu do:

- Nguồn thu phụ thuộc phần lớn vào học phí và dịch vụ đào tạo, ít có nguồn lực tích lũy để đầu tư nghiên cứu.

- Khó tiếp cận các chương trình tài trợ, ngân sách nghiên cứu từ Nhà nước do cơ chế ưu tiên cho khối công lập.

- Thiếu chính sách ưu đãi thuế, tín dụng hoặc đồng tài trợ cho các đề tài/dự án nghiên cứu.

Với đặc điểm hoạt động theo mô hình doanh nghiệp có yếu tố xã hội, các trường ngoài công lập cần một cơ chế tài chính đặc thù, công bằng và khuyến khích đầu tư dài hạn vào KH&CN. Theo Nghị quyết 68-NQ/TƯ (2025), việc tạo lập môi trường thuận lợi về thể chế, chính sách, trong đó có chính sách tài chính - là một trong những điều kiện để khu vực tư nhân phát triển năng lực công nghệ, đổi mới sáng tạo và tham gia sâu vào hệ thống KH&CN quốc gia.

2.3. Kinh nghiệm quốc tế về chính sách tài chính thúc đẩy đầu tư KH&CN trong CSGDDH NCL

Nhiều quốc gia đã thiết kế các chính sách tài chính linh hoạt và có mục tiêu để khuyến khích đầu tư KH&CN trong các trường đại học ngoài công lập hoặc phi lợi nhuận. Dưới đây là một số điển hình tiêu biểu:

Hoa Kỳ:

Hệ thống giáo dục đại học tư thục tại Hoa Kỳ chiếm một phần quan trọng trong nghiên cứu khoa học, với các trường đại học như Harvard, MIT, Stanford đều là cơ sở tư thục phi lợi nhuận nhưng đầu tư rất mạnh vào KH&CN. Các chính sách hỗ trợ bao gồm:

- Khấu trừ thuế cho các khoản tài trợ từ doanh nghiệp, quỹ nghiên cứu dành cho các trường tư thục.

- Chương trình cấp ngân sách nghiên cứu cạnh tranh (competitive grants) như National Science Foundation (NSF),

cho phép các trường tư thực cạnh tranh bình đẳng với công lập nếu đủ năng lực nghiên cứu.

- Chính sách đồng tài trợ (matching funds) giữa Nhà nước và khu vực tư nhân nhằm khuyến khích huy động vốn xã hội hóa.

Hàn Quốc:

Chính phủ Hàn Quốc ban hành nhiều chính sách khuyến khích các trường đại học tư thực đầu tư vào đổi mới sáng tạo, như:

- Cung cấp vốn vay ưu đãi hoặc tài trợ không hoàn lại để phát triển phòng thí nghiệm đạt chuẩn.

- Thiết lập quỹ đổi mới giáo dục đại học, trong đó phân bổ ngân sách dựa trên kết quả nghiên cứu và chuyển giao công nghệ.

- Hỗ trợ thuế cho doanh nghiệp liên kết nghiên cứu với trường đại học tư.

Singapore:

Tại Singapore, các trường tư như SIM, SUTD cũng được tham gia các chương trình hỗ trợ R&D quốc gia, nếu đáp ứng tiêu chí đánh giá năng lực. Nhà nước áp dụng:

- Cơ chế đánh giá đầu ra nghiên cứu định kỳ làm cơ sở phân bổ tài trợ.

- Miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp cho các hoạt động đầu tư vào KH&CN, bao gồm cả từ phía các CSGDDH NCL.

Các mô hình quốc tế cho thấy, việc áp dụng chính sách tài chính mang tính cạnh tranh, bình đẳng và theo kết quả đầu ra là yếu tố then chốt giúp nâng cao năng lực KH&CN của các CSGDDH NCL, đồng thời góp phần đa dạng hóa nguồn lực và tạo động lực đổi mới sáng tạo.

III. THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH VÀ ĐẦU TƯ CHO KH&CN TẠI CÁC CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC NGOÀI CÔNG LẬP Ở VIỆT NAM

3.1. Bức tranh chung về đầu tư KH&CN trong giáo dục đại học Việt Nam

Theo Báo cáo của Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN), tổng chi cho nghiên cứu và phát triển (R&D) của Việt Nam giai đoạn 2018-2022 duy trì ở mức xấp xỉ 0,5% GDP, trong đó khu vực giáo dục đại học chiếm khoảng 20% tổng đầu tư (MOST, 2023). Tuy nhiên, phần lớn ngân sách này tập trung vào các cơ sở công lập trọng điểm, trong khi khối các cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập (GDĐH NCL) gần như không được tiếp cận hoặc hưởng lợi từ nguồn lực này.

Trong hệ thống GDĐH, khối ngoài công lập hiện chiếm khoảng 14% số lượng trường (24/172 trường) và đào tạo khoảng 9% tổng số sinh viên toàn quốc (Bộ GD&ĐT, 2023). Tuy nhiên, chỉ dưới 5% các công trình nghiên cứu khoa học công bố trong nước và quốc tế xuất phát từ khối trường này. Các CSGDDH NCL chủ yếu tập trung vào đào tạo, còn hoạt động nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ và đổi mới sáng tạo vẫn ở mức rất hạn chế.

Một khảo sát do Hiệp hội các trường đại học, cao đẳng Việt Nam thực hiện vào năm 2022 cho thấy:

- Hơn 80% trường đại học ngoài công lập không có trung tâm nghiên cứu độc lập.

- Trên 70% không có quỹ nội bộ dành cho nghiên cứu KH&CN.

- Chỉ 5/24 trường từng tham gia đề tài/dự án KH&CN cấp Nhà nước hoặc cấp

Bộ trong 5 năm gần đây.

Những con số này cho thấy thực trạng đầu tư KH&CN trong khối CSGDDH NCL chưa tương xứng với tiềm năng và yêu cầu phát triển.

3.2. Thực trạng chính sách tài chính hỗ trợ KH&CN trong khu vực GDĐH ngoài công lập

Hiện nay, chính sách tài chính dành cho hoạt động KH&CN trong khu vực giáo dục đại học ở Việt Nam chủ yếu là áp dụng chung, chưa có cơ chế riêng phù hợp cho các CSGDDH NCL. Một số bất cập nổi bật gồm:

(i) *Khó tiếp cận nguồn ngân sách nghiên cứu công*

Theo quy định hiện hành, các đề tài KH&CN cấp Nhà nước hoặc cấp Bộ thường ưu tiên các đơn vị công lập hoặc yêu cầu có đơn vị chủ trì thuộc Nhà nước. Điều này khiến các cơ sở GDĐH NCL khó tiếp cận vốn tài trợ nghiên cứu từ ngân sách nhà nước.

Ngoài ra, thủ tục hành chính liên quan đến đấu thầu, quản lý tài chính, quyết toán kinh phí KH&CN được thiết kế cho đơn vị công lập nên thiếu linh hoạt, khó áp dụng tại các trường ngoài công lập vốn có hệ thống tài chính - kế toán theo mô hình doanh nghiệp.

(ii) *Thiếu chính sách ưu đãi thuế và tín dụng*

Các trường đại học ngoài công lập không được áp dụng các ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp hoặc miễn giảm thuế cho các khoản đầu tư vào KH&CN như các doanh nghiệp KH&CN. Đồng thời, các quỹ tín dụng hỗ trợ KH&CN (như

Quỹ đổi mới công nghệ quốc gia, Quỹ phát triển KH&CN của địa phương) chưa có cơ chế tiếp cận phù hợp với nhóm CSGDDH NCL.

(iii) *Chưa có cơ chế tài chính khuyến khích xã hội hóa đầu tư KH&CN*

Mặc dù Nhà nước khuyến khích xã hội hóa đầu tư KH&CN, nhưng trên thực tế chưa có chính sách cụ thể nhằm khuyến khích doanh nghiệp, cá nhân tài trợ hoặc đầu tư vào hoạt động nghiên cứu tại các trường đại học tư thục. Cơ chế “matching fund” (đồng tài trợ theo tỉ lệ với xã hội hóa) hiện chưa được triển khai.

Bên cạnh đó, chưa có quy định về việc trích lập Quỹ phát triển KH&CN tại các CSGDDH NCL tương tự như quy định với doanh nghiệp nhà nước theo Luật KH&CN 2013.

3.3. Phân tích nguyên nhân của hạn chế

Những hạn chế trong đầu tư và chính sách tài chính đối với hoạt động KH&CN tại các trường đại học ngoài công lập xuất phát từ một số nguyên nhân chủ yếu sau:

- Về thể chế: Khung pháp lý về giáo dục đại học và KH&CN vẫn thiên về ưu tiên khối công lập; các văn bản hướng dẫn thực thi còn thiếu cơ chế cụ thể cho khối NCL.

- Về nhận thức: Một số cơ quan quản lý vẫn coi hoạt động nghiên cứu là nhiệm vụ của trường công lập; vai trò của khối tư thục trong đổi mới sáng tạo chưa được nhìn nhận đúng mức.

- Về năng lực nội tại: Nhiều trường NCL còn mới thành lập, thiếu đội ngũ nghiên cứu mạnh và chưa có chiến lược dài hạn cho đầu tư KH&CN.

- Về nguồn lực: Mô hình tài chính tự chủ hoàn toàn khiến các trường NCL ưu tiên đầu tư cho hoạt động sinh lời ngắn hạn hơn là nghiên cứu có tính dài hạn, rủi ro cao.

3.4. Đánh giá chung

Từ thực trạng nêu trên có thể thấy rằng, khu vực CSGDĐH NCL hiện nay chưa được tích hợp đầy đủ vào hệ thống chính sách tài chính KH&CN quốc gia, trong khi đây là một thành tố tiềm năng trong việc mở rộng không gian đổi mới sáng tạo. Sự thiếu hụt chính sách đã dẫn đến đầu tư cho KH&CN tại các CSGDĐH NCL còn mang tính tự phát, thiếu ổn định và không bền vững.

Nếu không có những điều chỉnh chính sách tài chính kịp thời, khối trường ngoài công lập sẽ tiếp tục bị gạt ra ngoài lề trong các chiến lược quốc gia về KH&CN, đi ngược lại với định hướng của Nghị quyết 57-NQ/TU (2024) về phát triển KH&CN như một trụ cột đổi mới mô hình tăng trưởng và Nghị quyết 68-NQ/TU (2025) về phát triển kinh tế tư nhân thành động lực quan trọng của nền kinh tế.

IV. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH NHẪM THÚC ĐẨY ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN KH&CN TẠI CÁC CSGDĐH NGOÀI CÔNG LẬP

Dựa trên phân tích lý luận, kinh nghiệm quốc tế và thực trạng tại Việt Nam, có thể khẳng định rằng việc hoàn thiện chính sách tài chính là điều kiện tiên quyết để thúc đẩy hoạt động đầu tư khoa học và công nghệ (KH&CN) trong khối CSGDĐH NCL. Các giải pháp đề xuất dưới đây tập trung

vào 5 nhóm chính sách: cơ chế ngân sách, chính sách thuế và tín dụng, chính sách xã hội hóa, cơ chế tài chính nội bộ và cơ chế giám sát, đánh giá.

4.1. Hoàn thiện cơ chế tiếp cận NSNN cho hoạt động KH&CN

(i) *Thiết lập cơ chế cạnh tranh bình đẳng trong phân bổ ngân sách nghiên cứu:* Cần sửa đổi, bổ sung các văn bản hướng dẫn thi hành Luật KH&CN theo hướng cho phép các CSGDĐH NCL có đủ năng lực được tham gia đấu thầu và chủ trì thực hiện các đề tài, dự án nghiên cứu KH&CN sử dụng NSNN, trên nguyên tắc cạnh tranh công bằng và dựa trên kết quả đầu ra. Việc này phù hợp với chủ trương “xã hội hóa KH&CN” và tiếp cận quốc tế như Hoa Kỳ, Singapore.

(ii) *Thí điểm Quỹ hỗ trợ nghiên cứu cho khối GDDH ngoài công lập:* Đề xuất thành lập Quỹ nghiên cứu KH&CN dành riêng cho các CSGDĐH NCL, với sự đóng góp từ ngân sách trung ương, địa phương và các nguồn xã hội hóa. Quỹ này hoạt động theo cơ chế tài trợ cạnh tranh, đánh giá bởi hội đồng khoa học độc lập, ưu tiên các đề tài có khả năng chuyển giao hoặc liên kết với doanh nghiệp.

(iii) *Mở rộng các chương trình đặt hàng nghiên cứu và chuyển giao công nghệ:* Các bộ, ngành và địa phương cần đưa khối trường ngoài công lập vào diện được đặt hàng nghiên cứu và chuyển giao công nghệ, đặc biệt trong các lĩnh vực ứng dụng thực tiễn cao như tài chính, công nghệ số, môi trường, đô thị thông minh.

4.2. Thiết kế chính sách thuế và tín dụng ưu đãi cho đầu tư KH&CN tại các CSGDDH NCL

(i) *Áp dụng ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp cho phần lợi nhuận tái đầu tư vào KH&CN:* Các CSGDDH NCL nên được hưởng miễn hoặc giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với phần lợi nhuận tái đầu tư vào xây dựng phòng thí nghiệm, trung tâm nghiên cứu, mua sắm thiết bị nghiên cứu hoặc chi cho hoạt động R&D. Chính sách này đã được áp dụng hiệu quả tại Hàn Quốc và Nhật Bản.

(ii) *Miễn thuế đối với tài trợ, hiến tặng KH&CN từ bên ngoài:* Cần miễn thuế thu nhập cá nhân/doanh nghiệp cho các khoản tài trợ, hiến tặng dành cho nghiên cứu KH&CN tại các CSGDDH NCL. Đồng thời, các trường được phép trích lập “Quỹ phát triển KH&CN từ nguồn tài trợ” mà không bị tính vào thu nhập chịu thuế.

(iii) *Hỗ trợ tiếp cận tín dụng ưu đãi:* Cho phép các CSGDDH NCL có dự án KH&CN được vay vốn ưu đãi từ Quỹ đổi mới công nghệ quốc gia, Quỹ phát triển KH&CN địa phương hoặc Ngân hàng Chính sách xã hội nếu đáp ứng các tiêu chí về hiệu quả đầu tư KH&CN. Có thể thiết kế cơ chế bảo lãnh tín dụng KH&CN dành riêng cho khu vực CSGDDH NCL.

4.3. Khuyến khích xã hội hóa và hợp tác công - tư trong đầu tư KH&CN

(i) *Ban hành chính sách “đồng tài trợ” cho nghiên cứu có yếu tố xã hội hóa:* Nhà nước có thể áp dụng mô hình matching fund (đồng tài trợ) đối với các đề tài/dự án KH&CN do CSGDDH NCL phối hợp với doanh nghiệp thực hiện. Theo đó, Nhà

nước cấp một phần ngân sách nếu dự án có đối ứng từ xã hội (tài trợ, đầu tư tư nhân, hợp tác doanh nghiệp).

(ii) *Hình thành “liên minh nghiên cứu” giữa cơ sở GDĐH NCL và doanh nghiệp:* Tạo điều kiện thành lập các trung tâm nghiên cứu liên kết công - tư, nơi CSGDDH NCL và doanh nghiệp cùng đầu tư, khai thác và sở hữu chung kết quả nghiên cứu. Cần có hành lang pháp lý rõ ràng về sở hữu trí tuệ, chia sẻ lợi ích và trách nhiệm tài chính.

(iii) *Công khai thông tin kêu gọi đầu tư nghiên cứu:* Các CSGDDH NCL cần chủ động công khai danh mục đề tài/dự án nghiên cứu có tiềm năng hợp tác hoặc kêu gọi tài trợ, trên cổng thông tin của trường hoặc qua nền tảng dữ liệu quốc gia về nghiên cứu KH&CN (như hệ thống NAFOSTED).

4.4. Hoàn thiện cơ chế tài chính tại các CSGDDH NCL.

(i) *Khuyến khích các trường thành lập Quỹ phát triển KH&CN:* Đề xuất các trường trích một tỉ lệ nhất định từ học phí, dịch vụ đào tạo hoặc lợi nhuận để thành lập Quỹ phát triển KH&CN, được quản lý công khai, sử dụng cho các mục tiêu nghiên cứu, sáng kiến và đổi mới sáng tạo.

(ii) *Áp dụng cơ chế khoán chi và chia sẻ lợi ích:* Cho phép các trường xây dựng cơ chế khoán chi nghiên cứu dựa trên đầu ra sản phẩm (số lượng bài báo, sáng chế, sản phẩm ứng dụng...), đồng thời có cơ chế chia sẻ doanh thu từ kết quả nghiên cứu với giảng viên/người chủ trì.

(iii) *Tăng cường năng lực quản trị tài chính nghiên cứu:* Cần tập huấn chuyên sâu về quản lý tài chính KH&CN cho cán

bộ các CSGDDH NCL, bao gồm kỹ năng lập dự toán, quản lý hợp đồng nghiên cứu, thẩm định hiệu quả đầu tư KH&CN và báo cáo kết quả theo tiêu chuẩn quốc tế.

4.5. Thiết lập hệ thống giám sát - đánh giá tài chính KH&CN minh bạch và hiệu quả

(i) *Xây dựng bộ tiêu chí đánh giá đầu tư KH&CN phù hợp với đặc thù CSGDDH NCL*: Bộ Khoa học và Công nghệ phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo cần xây dựng bộ tiêu chí đánh giá hiệu quả đầu tư KH&CN cho CSGDDH NCL, dựa trên chỉ số đầu ra (sản phẩm, công bố, chuyển giao), thay vì chỉ đánh giá đầu vào tài chính.

(ii) *Công khai thông tin và báo cáo tài chính KH&CN*: Yêu cầu các CSGDDH NCL công khai ngân sách dành cho KH&CN hàng năm và định kỳ báo cáo các hoạt động nghiên cứu - đổi mới sáng tạo trên cổng thông tin điện tử. Điều này giúp nâng cao trách nhiệm giải trình và thu hút niềm tin từ xã hội và đối tác đầu tư.

Việc hoàn thiện chính sách tài chính theo hướng đa dạng hóa nguồn lực - công bằng tiếp cận - minh bạch phân bổ - linh hoạt quản trị sẽ tạo đột phá trong đầu tư KH&CN tại khu vực giáo dục đại học ngoài công lập. Đây cũng là một bước cụ thể để thực thi hiệu quả Nghị quyết số 57-NQ/TU (2024) và Nghị quyết số 68-NQ/TU (2025), đồng thời góp phần nâng cao vai trò của khối GDĐH NCL trong hệ sinh thái đổi mới sáng tạo quốc gia.

V. KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH

Trên cơ sở phân tích lý luận, kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn tại Việt Nam, để đẩy mạnh đầu tư phát triển khoa học và công nghệ (KH&CN) trong các cơ sở giáo dục đại học ngoài công lập (GDĐH NCL), cần kiến nghị một số chính sách trọng tâm sau:

5.1. Về cơ chế tiếp cận NSNN

- Sửa đổi các văn bản pháp luật liên quan (Luật KH&CN, Luật Ngân sách Nhà nước, Luật Giáo dục đại học) nhằm mở rộng đối tượng thụ hưởng ngân sách KH&CN cho các CSGDDH NCL, bảo đảm nguyên tắc công bằng và cạnh tranh dựa trên năng lực khoa học.

- Thành lập Quỹ tài trợ nghiên cứu KH&CN riêng cho khối GDĐH NCL, vận hành theo cơ chế minh bạch, độc lập và có sự giám sát của Hội đồng KH&CN liên ngành.

5.2. Về chính sách thuế và tín dụng ưu đãi

- Ban hành văn bản hướng dẫn miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với khoản đầu tư vào KH&CN tại các CSGDDH NCL.

- Khuyến khích tài trợ và hiến tặng cho KH&CN thông qua ưu đãi thuế cho cá nhân, tổ chức đóng góp.

- Thiết lập cơ chế tín dụng ưu đãi cho các dự án nghiên cứu có tiềm năng ứng dụng tại các trường NCL thông qua các quỹ quốc gia và địa phương.

5.3. Về thúc đẩy xã hội hóa và hợp tác công - tư

- Thí điểm các mô hình đối tác nghiên cứu công - tư (PPP R&D) tại các CSGDDH NCL, trong đó Nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí nghiên cứu có yếu tố xã hội hóa.

- **Ưu tiên các CSGDDH NCL** trong chương trình đổi mới sáng tạo quốc gia, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ số, tài chính - ngân hàng, giáo dục thông minh.

5.4. Về tự chủ tài chính và quản trị nội bộ

- Khuyến khích các CSGDDH NCL thành lập Quỹ phát triển KH&CN nội bộ, áp dụng cơ chế tài chính linh hoạt, khoán chi theo kết quả đầu ra.

- Tăng cường năng lực quản lý tài chính KH&CN cho cán bộ điều hành các CSGDDH NCL thông qua các chương trình đào tạo, hướng dẫn chuyên sâu.

5.5. Về giám sát và minh bạch tài chính KH&CN

- Bộ KH&CN phối hợp với Bộ GD&ĐT cần xây dựng hệ thống chỉ tiêu và tiêu chuẩn đánh giá hiệu quả đầu tư KH&CN riêng cho khối NCL, đảm bảo tính đặc thù và khả thi.

- Các CSGDDH NCL cần công bố định kỳ báo cáo tài chính KH&CN, danh mục đề tài, nguồn tài trợ và kết quả chuyển giao, nhằm minh bạch hóa và nâng cao trách nhiệm giải trình.

VI. KẾT LUẬN

Sự phát triển của hệ thống giáo dục đại học Việt Nam trong thời đại số hóa và hội nhập quốc tế không thể tách rời việc nâng cao năng lực nghiên cứu, sáng tạo và

chuyển giao công nghệ tại các CSGDDH. Trong đó, khối các CSGDDH NCL chiếm khoảng 20% tổng số CSGDDH đang thể hiện vai trò ngày càng rõ nét trong đổi mới giáo dục và đóng góp trí thức cho nền kinh tế tri thức. Tuy nhiên, thực tế cho thấy đầu tư tài chính cho hoạt động KH&CN tại các cơ sở này vẫn còn rất hạn chế, chủ yếu dựa vào nguồn lực tự có và thiếu cơ chế hỗ trợ từ Nhà nước.

Việc hoàn thiện chính sách tài chính theo hướng công bằng, minh bạch và phù hợp với đặc thù của khu vực ngoài công lập không chỉ là yêu cầu tất yếu để thúc đẩy nghiên cứu - đổi mới sáng tạo, mà còn là hành động thiết thực nhằm cụ thể hóa Nghị quyết số 57-NQ/TU ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị khóa XIII về đột phá phát triển KH&CN và Nghị quyết số 68-NQ/TU ngày 4/5/2025 về phát triển kinh tế tư nhân.

Bài viết đề xuất một khung chính sách tài chính toàn diện, bao gồm các biện pháp tiếp cận ngân sách, ưu đãi thuế - tín dụng, xã hội hóa, tự chủ tài chính và minh bạch hóa, với kỳ vọng góp phần hình thành một hệ sinh thái KH&CN hiệu quả và bền vững tại các CSGDDH NCL. Qua đó, khối cơ sở này sẽ trở thành một lực lượng quan trọng trong hệ sinh thái đổi mới sáng tạo quốc gia, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế dựa trên tri thức và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Tài liệu tham khảo

1. Luật Khoa học và Công nghệ 2013.
2. Luật Giáo dục Đại học sửa đổi 2018.

3. Nghị quyết số 57-NQ/TU (2024) và Nghị quyết số 68-NQ/TU (2025) của Bộ Chính trị.

4. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2023), Niên giám thống kê giáo dục đại học Việt Nam 2022-2023.

5. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2023), Báo cáo thường niên kinh tế tư nhân Việt Nam.

6. Bộ Tài chính (2024), Hướng dẫn thực hiện Luật Ngân sách Nhà nước đối với hoạt động KH&CN.

7. Bộ Khoa học và Công nghệ (2023), Báo cáo tổng kết 5 năm hoạt động nghiên cứu khoa học tại các trường đại học.

8. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2023), Niên giám thống kê giáo dục đại học Việt Nam 2022-2023.

9. Hiệp hội Các trường đại học, cao đẳng Việt Nam (2022), Khảo sát thực trạng nghiên cứu khoa học trong khối trường ngoài công lập.

10. MOST (2023), Báo cáo tổng kết hoạt động KH&CN trong cơ sở giáo dục đại học.

11. KDI (2020), *University R&D Policy in Korea*.

12. NSF (2022), *Research Funding Mechanisms and Matching Funds*.

13. MOE Singapore (2023), *RIE2025 Plan*.

14. National Science Foundation (NSF), USA. <https://nsf.gov>.

15. OECD (2020), *Public Funding of Research and Innovation*.

16. UNESCO (2021), *Global Report on Higher Education and Research Funding Mechanisms, Bottom of Form*.

17. OECD (2015), *Frascati Manual 2015: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development*, OECD Publishing.

18. Ministry of Education, Korea (2022), *University Innovation Support Project*.

19. Ministry of Education, Singapore, *Research, Innovation and Enterprise Plan 2025*.

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH XANH Ở VIỆT NAM: NHỮNG THÁCH THỨC VÀ CƠ HỘI

ThS. Nguyễn Văn Nam⁽¹⁾

ThS. Nguyễn Hoàng Huy⁽²⁾

Tóm tắt: Việt Nam nhận thức được vai trò then chốt của tài chính xanh trong việc đạt được các mục tiêu phát triển bền vững và cam kết phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050. Nghiên cứu này cung cấp một cái nhìn tổng quan về bối cảnh tài chính xanh ở Việt Nam, nêu bật những tiến bộ, thách thức và cơ hội. Trong khi nền tảng thị trường tài chính xanh được thiết lập bởi tín dụng xanh và thị trường trái phiếu xanh, vẫn còn một số trở ngại cản trở tiềm năng phát triển của nó. Những trở ngại này bao gồm: còn thiếu việc phân loại xanh thống nhất, khung pháp lý chưa đầy đủ, nhận thức và chuyên môn kỹ thuật hạn chế, hạn chế tài chính và thiếu dữ liệu. Với sự cam kết mạnh mẽ của Chính phủ, sự quan tâm của nhà đầu tư, tiềm năng quan hệ đối tác công tư, sự hỗ trợ quốc tế và phát triển thị trường carbon sẽ mang lại cơ hội đáng kể cho việc mở rộng tài chính xanh ở Việt Nam. Giải quyết những thách thức này để khai thác sức mạnh chuyển đổi của tài chính xanh cho tương lai phát triển bền vững của Việt Nam.

Từ khóa: Tài chính xanh, tăng trưởng xanh, phát triển bền vững, tín dụng xanh, trái phiếu xanh.

Abstract Vietnam recognizes the pivotal role of green finance in achieving its sustainable development goals and is committed to achieving net zero emissions by 2050. This study provides an overview of the green finance landscape in Vietnam, highlighting progress, challenges and opportunities. While the foundations for the green finance market are established by the green credit and green bond markets, there are still a number of obstacles that hinder its potential development. These include: the lack of a unified green taxonomy, an inadequate regulatory framework, limited awareness and technical expertise, financial constraints and a lack of data. Strong government commitment, investor interest, potential for public-private partnerships, international support and carbon market development offer significant opportunities for the expansion of green finance in Vietnam. Addressing these challenges will help harness the transformative power of green finance for Vietnam's sustainable future.

1. Phòng Quản lý Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

2. Phòng Kế hoạch - Tài chính, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

Keywords: Green finance, green growth, sustainable development, green credit, green bonds.

Ngày nhận bài: 05/4/2025

Ngày phản biện: 05/5/2025

Ngày chỉnh sửa: 15/5/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025

I. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và những thách thức môi trường ngày càng gia tăng, tài chính xanh đã nổi lên như một xu hướng quan trọng, thu hút sự quan tâm rộng rãi từ các nhà hoạch định chính sách, giới học thuật và cộng đồng doanh nghiệp (FEPBL, 2024). Khái niệm này thể hiện sự giao thoa giữa lĩnh vực tài chính với quản lý môi trường và thịnh vượng kinh tế, hướng dòng vốn đầu tư vào các hoạt động mang lại lợi ích cho môi trường, giảm thiểu tác động tiêu cực đến hệ sinh thái và quản lý hiệu quả các rủi ro môi trường, qua đó thúc đẩy các ưu tiên phát triển bền vững. Tài chính xanh được xem là một công cụ then chốt trong việc hiện thực hóa các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs), giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu và tăng cường khả năng chống chịu của nền kinh tế.

Nền tảng của tài chính xanh chính là triết lý phát triển bền vững, một cách tiếp cận cân bằng và toàn diện, bao gồm sự phát triển kinh tế, tiến bộ xã hội và bảo vệ môi trường (FEPBL, 2024; KPMG, 2023). Tài chính bền vững, một thuật ngữ rộng hơn, tích hợp các yếu tố về môi trường, xã hội và quản trị doanh nghiệp (Environmental,

Social, and Governance - ESG) vào các quyết định và hoạt động tài chính nhằm hướng đến sự bền vững lâu dài (FEPBL, 2024; KPMG, 2023). Như vậy, tài chính bền vững bao hàm tài chính khí hậu, tài chính xanh và tài chính xã hội, thể hiện vai trò trung tâm của hệ thống tài chính trong việc thúc đẩy một nền kinh tế bền vững (FEPBL, 2024).

Tại Việt Nam, Chính phủ đã xác định tài chính xanh là một yếu tố then chốt để huy động nguồn vốn cần thiết cho quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế bền vững và đạt được mục tiêu trung hòa carbon vào năm 2050 (FEPBL, 2024). Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) đang tích cực triển khai các sáng kiến về ngân hàng xanh và tín dụng xanh, với việc ban hành Quyết định 1663/QĐ-NHNN năm 2024 nhằm tạo hành lang pháp lý cho các tổ chức tín dụng thực hiện các hoạt động tín dụng xanh (NHNN, 2024). Bộ Tài chính cũng đang nỗ lực xây dựng khung pháp lý cho thị trường trái phiếu xanh và thúc đẩy tăng trưởng xanh thông qua các chính sách tài khóa (GIZ, 2023).

Theo Enerteam (2024), tài chính xanh được định nghĩa một cách ngắn gọn là “hỗ trợ tài chính hướng đến tăng trưởng xanh thông qua việc giảm phát thải khí nhà kính và ô nhiễm môi trường một cách hiệu quả và có ý nghĩa”. Từ góc độ học thuật, tài chính xanh được hiểu là các hoạt động tài chính hỗ trợ các mục tiêu cải thiện môi trường, xóa đói giảm nghèo và các sáng kiến phát triển bền vững. Trong đó, tín dụng xanh được định nghĩa là sự hỗ trợ tài chính không gây ra tác động tiêu cực đến môi trường (Vũ

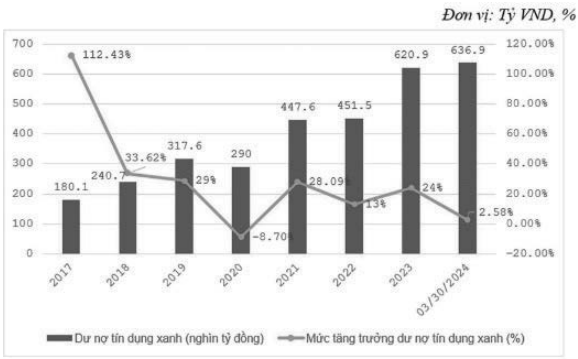
và cộng sự, 2024; Zhang và cộng sự, 2023; Nguyễn và cộng sự, 2022; Lê & Nguyễn, 2021; Jin, 2010; Ledgerwood, 2013; ADB, 2013; OECD, n.d.; Luật Bảo vệ môi trường, 2020). Các hoạt động tài chính xanh bao gồm trái phiếu xanh được phát hành để tài trợ cho các dự án năng lượng tái tạo, giao thông công cộng thân thiện với môi trường, quản lý chất thải bền vững, và tín dụng xanh dành cho các doanh nghiệp thực hiện các giải pháp giảm phát thải.

Mặc dù có những bước tiến quan trọng, việc phát triển tài chính xanh ở Việt Nam vẫn còn đối mặt với nhiều thách thức, bao gồm nguy cơ “tẩy xanh” (greenwashing), sự cần thiết phải xây dựng các tiêu chuẩn và quy định rõ ràng và nhất quán, cũng như việc đánh giá hiệu quả môi trường thực tế của các dự án tài chính xanh. Để đạt được tiềm năng to lớn của tài chính xanh trong việc thúc đẩy phát triển bền vững, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa Chính phủ, các tổ chức tài chính, doanh nghiệp, nhà đầu tư và cộng đồng.

II. THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH XANH Ở VIỆT NAM

Thị trường tài chính xanh tại Việt Nam đã thiết lập sự hiện diện nền tảng với các hoạt động trong lĩnh vực tín dụng xanh và trái phiếu xanh (FEPBL, 2024). Tính đến hết năm 2024, có 47 tổ chức tài chính cung cấp tín dụng xanh, với dư nợ cho vay dành cho các dự án xanh đạt gần 637.000 tỷ đồng, khoảng 4,5% tổng dư nợ với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm của tín dụng xanh khoảng 22% trong giai đoạn 2017-2023 (NHNN, 2024).

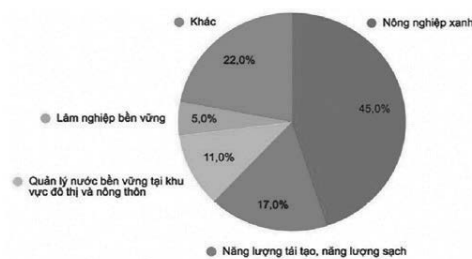
Biểu đồ 1: Tổng tín dụng xanh của Việt Nam giai đoạn 2017-2024



(Nguồn: Ngân hàng Nhà nước, 2024)

Các lĩnh vực chủ chốt của tài chính xanh tại Việt Nam bao gồm năng lượng tái tạo, năng lượng sạch và nông nghiệp xanh (FEPBL, 2024). Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) đang tích cực thúc đẩy mở rộng tín dụng xanh và tích hợp quản lý rủi ro môi trường vào hoạt động cho vay, cho thấy định hướng rõ ràng của chính sách nhằm phát triển tài chính bền vững (NHNN, 2024). Hưởng ứng xu hướng này, nhiều ngân hàng thương mại Việt Nam, tiêu biểu như BIDV, Agribank, Vietcombank, đã triển khai các gói ưu đãi riêng biệt để khuyến khích cho vay xanh, thể hiện cam kết ngày càng tăng của ngành tài chính (Báo Đầu tư - Vietnam Investment Review - VIR, 2024). Sự tăng trưởng mạnh mẽ của tín dụng xanh phản ánh nhận thức và sự áp dụng ngày càng sâu rộng các nguyên tắc tài chính bền vững từ cả các tổ chức tài chính và doanh nghiệp tại Việt Nam. Sự tham gia chủ động của nhiều ngân hàng trong việc cung cấp các sản phẩm tín dụng xanh tạo ra một môi trường cạnh tranh và cho thấy sự công nhận ngày càng lớn về tầm quan trọng của việc cho vay có trách nhiệm với môi trường

Hình 2: Tỷ trọng tín dụng xanh giữa các lĩnh vực



(Nguồn: Ngân hàng Nhà nước, 2024)

Việt Nam đã khẳng định vị thế là nước phát hành trái phiếu xanh lớn thứ hai trong ASEAN, với tổng giá trị đạt 1 tỷ USD (VIR, 2024). Tính đến năm 2021, tổng giá trị trái phiếu xanh, xã hội và bền vững được phát hành tại Việt Nam đạt 1,5 tỷ USD (VIR, 2024). Trong giai đoạn từ 2019 đến 2023, tổng lượng trái phiếu xanh phát hành đã lên tới 1,157 tỷ USD (FEPBL, 2024; VIR, 2024). Ban đầu, thị trường trái phiếu xanh chủ yếu được dẫn dắt bởi chính phủ và chính quyền địa phương (VIR, 2024). Tuy nhiên, ngày càng có nhiều tổ chức tư nhân tham gia vào thị trường này, điển hình như Điện mặt trời Trung Nam và EVN Finance (VIR, 2024; Nhà đầu tư, 2024; Điện mặt trời Trung Nam, 2019; EVN Finance, 2022). Đáng chú ý, năm 2024, Vietcombank đã phát hành thành công 2.000 tỷ đồng trái phiếu xanh với sự hỗ trợ của GGGI (Vietcombank, 2024; GGGI, 2024). Trước đó, vào năm 2023, BIDV cũng đã tiên phong phát hành trái phiếu xanh cao cấp, không có bảo đảm và không có bảo lãnh, đánh dấu một bước tiến quan trọng của ngân hàng thương mại Việt Nam (BIDV, 2023).

Bảng 1: Một số tổ chức phát hành trái phiếu xanh tại Việt Nam

Chủ thể phát hành	Năm phát hành	Giá trị phát hành (tỷ đồng)	Kỳ hạn trái phiếu xanh
Địa phương phát hành			
TP Hồ Chí Minh	2016	3.000	15 năm
Bà Rịa - Vũng Tàu	2016	500	5 năm
Các doanh nghiệp phát hành			
CTCP Điện mặt trời Trung Nam và CTCP Trung Nam	2019	3.045	10 năm
CTCP Tài chính Điện lực	2022	1.700	5 năm
Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam	2024	2.000	5 năm và 10 năm
Ngân hàng TMCP Phát triển TP HCM	2024	3.000	2 năm, 3 năm, 5 năm

(Nguồn: Nguyễn, Phạm, 2025)

Bộ Tài chính có vai trò quan trọng trong việc tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của thị trường trái phiếu xanh tại Việt Nam (FEPBL, 2024). Bên cạnh đó, các công cụ tài chính bền vững khác như trái phiếu bền vững và các khoản vay liên kết với tính bền vững cũng đang dần trở nên phổ biến (VIR, 2024). Điển hình, BIDV đã phát hành trái phiếu bền vững đầu tiên của Việt Nam vào năm 2023 (BIDV, 2023). Trước đó, VPBank đã tiên phong giới thiệu các khoản vay liên kết bền vững vào năm 2022, trong đó lãi suất được điều chỉnh dựa trên hiệu suất ESG của người vay (VPBank, 2022).

III. BỐI CẢNH CHÍNH SÁCH VÀ QUY ĐỊNH THÚC ĐẨY TÀI CHÍNH XANH

Sự tiến bộ của tài chính xanh ở Việt Nam tuy bị ảnh hưởng bởi chính sách và quy định hỗ trợ, nhưng được Thủ tướng Chính phủ ban hành một số quyết định như: i) Kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2014-2020 (Quyết định số 403/QĐ-TTg, 2014); ii) Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn dài hạn kéo dài đến năm 2050 (Quyết định số 1658/QĐ-TTg, 2021). Bổ sung cho các chiến lược này, Bộ Tài chính đã vạch ra kế hoạch hành động để ngành tài chính đóng góp tích cực thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh đến năm 2020 (Quyết định số 2183/QĐ-BTC, 2015). Những chính sách này thể hiện cam kết lâu dài của Chính phủ trong việc thúc đẩy tăng trưởng xanh và có một khung chính sách toàn diện hướng dẫn sự phát triển của tài chính xanh ở Việt Nam. Cam kết lâu dài này gửi tín hiệu mạnh mẽ đến thị trường, khuyến khích đầu tư và đổi mới sáng kiến trong các sáng kiến xanh.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) cũng đóng vai trò then chốt trong việc tích cực thúc đẩy ngân hàng xanh và tín dụng trong hệ thống tài chính của đất nước, như đã ban hành Đề án phát triển ngân hàng xanh vào năm 2018. Đây là một sáng kiến quan trọng nhằm lồng ghép về môi trường vào hoạt động của các tổ chức tín dụng (NHNN, 2018). Chương trình này yêu cầu xây dựng các hệ thống Quản lý rủi ro môi

trường và xã hội (Environmental and social risk management - ESRM) và tích hợp đánh giá rủi ro môi trường và xã hội (Environmental and Social - E&S) vào quy trình đánh giá rủi ro tín dụng của ngân hàng (NHNN, 2018). Bên cạnh đó, NHNN đã ban hành Chỉ thị về thúc đẩy tăng trưởng tín dụng xanh và quản lý rủi ro E&S trong hoạt động cấp tín dụng, hướng dẫn và động lực cho các hoạt động cho vay bền vững (NHNN, 2018). NHNN cũng đã ban hành quyết định phác thảo Kế hoạch hành động cho ngành ngân hàng để thực hiện Chương trình nghị sự 2030 vì sự phát triển bền vững, thể hiện cam kết, gắn kết ngành ngân hàng với các mục tiêu bền vững toàn cầu rộng lớn hơn (NHNN, 2018). Ngoài ra, NHNN đã xây dựng Sổ tay đánh giá rủi ro môi trường và xã hội cho các lĩnh vực cụ thể (The Investor, 2024). Gần đây, NHNN ban hành Quyết định số 1663/QĐ-NHNN, 2024 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 1604/QĐ-NHNN ngày 7/8/2018 của Thống đốc NHNN phê duyệt Đề án phát triển ngân hàng xanh tại Việt Nam nhằm thúc đẩy tiếp cận tín dụng xanh cho doanh nghiệp và thiết lập cơ sở pháp lý thống nhất để các tổ chức tín dụng thực hành tín dụng xanh (SVB, 2024). Ngoài ra, NHNN đã hợp tác với Ngân hàng Đầu tư Châu Âu (*The European Investment Bank* - EIB) thông qua chương trình Hệ thống tài chính xanh hóa (Greening the financial system - GFS) của EIB nhằm tăng cường hơn nữa năng lực quản lý rủi ro khí hậu và mở rộng phạm vi tài chính xanh tại Việt Nam (EIB,

2025a; EIB, 2025b). Những biện pháp chủ động này của NHNN khẳng định cam kết lồng ghép các nguyên tắc và thực tiễn tài chính xanh vào hoạt động cốt lõi của ngành ngân hàng Việt Nam.

Bộ Tài chính cũng đã đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của thị trường trái phiếu xanh tại Việt Nam (FEPBL, 2024). Bộ Tài chính đã phối hợp với các cơ quan liên quan để thiết lập một khung pháp lý toàn diện quản lý việc phát hành trái phiếu xanh, một bước quan trọng trong việc cung cấp sự rõ ràng và cấu trúc cho phân khúc thị trường mới nổi này (FEPBL, 2024). Nghị định số 95/2018/NĐ-CP quy định về phát hành, đăng ký, lưu ký, niêm yết và giao dịch được ban hành cho thấy Chính phủ tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát

hành trái phiếu xanh. Bộ Tài chính đã tích cực tham gia hợp tác quốc tế để thúc đẩy chương trình nghị sự tài chính xanh, bao gồm hợp tác với Cơ quan Phát triển Pháp (AFD) tập trung vào chính sách tài chính xanh (GIZ, 2023). Để khuyến khích thị trường trái phiếu xanh, Bộ Tài chính đã đề xuất các ưu đãi về thuế cho cả tổ chức phát hành và người mua trái phiếu xanh (GIZ, 2023). Những động thái này thể hiện cam kết của Bộ Tài chính trong việc tạo ra một môi trường thuận lợi cho sự phát triển của thị trường trái phiếu xanh, thông qua việc tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát hành trái phiếu xanh, từ Chính phủ và chính quyền địa phương và có một số ưu đãi tài khóa để thu hút những người tham gia thị trường.

Bảng 2: Các chính sách và quy định chính liên quan đến tài chính xanh tại Việt Nam

Tên chính sách/quy định	Cơ quan phát hành	Năm phát hành	Mục tiêu và điều khoản chính
Kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2014-2020 (Quyết định số 403/QĐ-TTg)	Thủ tướng	2014	Vạch ra các bước và mục tiêu ban đầu cho tăng trưởng xanh trong các lĩnh vực khác nhau.
Chỉ thị về thúc đẩy tăng trưởng tín dụng xanh và quản lý rủi ro E&S trong hoạt động cấp tín dụng	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN)	2015	Hướng dẫn cụ thể cho các ngân hàng về việc mở rộng danh mục tín dụng xanh và quản lý rủi ro môi trường và xã hội trong hoạt động cho vay.
Kế hoạch hành động của ngành tài chính thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh đến năm 2020 (Quyết định số 2183/QĐ-BTC)	Bộ Tài chính	2015	Cụ thể các hành động của ngành tài chính để hỗ trợ chiến lược tăng trưởng xanh quốc gia.
Đề án phát triển ngân hàng xanh	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN)	2018	Yêu cầu các tổ chức tín dụng thiết lập hệ thống ESRM và tích hợp đánh giá rủi ro E&S vào đánh giá rủi ro tín dụng.

Tên chính sách/quy định	Cơ quan phát hành	Năm phát hành	Mục tiêu và điều khoản chính
Nghị định số 95/2018/NĐ-CP	Chính phủ	2018	Quy định về trái phiếu xanh của chính phủ và chính quyền địa phương.
Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 (Quyết định số 1658/QĐ-TTg)	Thủ tướng	2021	Đề ra các mục tiêu và định hướng toàn diện cho tăng trưởng xanh của Việt Nam trong thập kỷ hiện tại và hơn thế nữa.
Quyết định số 1663/2024	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN)	2024	Nhằm thúc đẩy khả năng tiếp cận tín dụng xanh cho các doanh nghiệp và tạo cơ sở pháp lý thống nhất cho các tổ chức tín dụng thực hiện thực hành tín dụng xanh.

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Ngân hàng nhà nước và Bộ Tài chính cũng triển khai mạnh mẽ các hoạt động hợp tác với một số tổ chức uy tín trên thế giới nhằm hỗ trợ định hình bối cảnh chính sách và quy định cho tài chính xanh ở Việt Nam. Những hợp tác quốc tế này cung cấp cho Việt Nam khả năng tiếp cận với chuyên môn kỹ thuật có giá trị, hỗ trợ tài chính và hiểu biết sâu sắc về các thực tiễn tốt nhất toàn cầu, điều cần thiết cho sự phát triển và trưởng thành liên tục của lĩnh vực tài chính xanh.

Bảng 3: Danh sách một số tổ chức quốc tế tiêu biểu hợp tác với Việt Nam

Tổ chức Quốc tế	Cơ quan/Ngân hàng Việt Nam	Hoạt động Hợp tác	Mục tiêu
Ngân hàng Đầu tư Châu Âu (EIB)	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN)	Chương trình Hệ thống tài chính xanh (GFS): Cung cấp hỗ trợ kỹ thuật.	Nâng cao năng lực ngành tài chính trong việc thu hút đầu tư vào các dự án khí hậu.
Ngân hàng Thế giới (WB)	BIDV	Hỗ trợ kỹ thuật xây dựng khuôn khổ phát hành trái phiếu xanh và bền vững.	Tạo điều kiện cho các giao dịch trái phiếu xanh và bền vững tiên phong.
Viện Tăng trưởng Xanh Toàn cầu (GGGI)	Vietcombank	Đồng hành trong đợt phát hành trái phiếu xanh đầu tiên.	Thúc đẩy thị trường trái phiếu xanh.
Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC)	Ủy ban Chứng khoán Nhà nước	Hợp tác thúc đẩy sự phát triển chung của tài chính xanh.	Phát triển chung tài chính xanh.

Tổ chức Quốc tế	Cơ quan/Ngân hàng Việt Nam	Hoạt động Hợp tác	Mục tiêu
Tổ chức Hợp tác Phát triển Đức (GIZ)	Bộ Kế hoạch và Đầu tư	Dự án SHIFT: Cải thiện điều kiện tài trợ cho các khoản đầu tư bảo vệ khí hậu và chuyển đổi năng lượng xanh.	Cải thiện khung chính sách và đầu tư xanh nhằm tăng cường hành động khí hậu tại Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực năng lượng

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

IV. MỘT SỐ THÁCH THỨC VÀ RÀO CẢN ĐỐI VỚI SỰ TIẾN BỘ CỦA TÀI CHÍNH XANH

Dù đã có những bước tiến trong việc xây dựng cơ chế cho tài chính xanh, Việt Nam vẫn đối mặt với nhiều thách thức và rào cản, gây trở ngại cho việc áp dụng rộng rãi và hiệu quả.

Một trong những rào cản lớn nhất là sự hạn chế về nhận thức, năng lực và chuyên môn kỹ thuật của các bên liên quan (VIR, 2024). Nhiều doanh nghiệp còn thiếu thông tin, chưa am hiểu đầy đủ về các cơ chế và công cụ tài chính xanh hiện hành (VIR, 2024). Mặt khác, các tổ chức tài chính cũng đối mặt với khó khăn trong việc đánh giá và quản lý rủi ro của các dự án xanh do thiếu hụt đội ngũ nhân sự có chuyên môn sâu (The Investor, 2024). Hơn nữa, sự hiểu biết chưa toàn diện về các yếu tố ESG đã và đang hạn chế cả nguồn cung và cầu đối với các sản phẩm tài chính xanh (The Investor, 2024). Việc nâng cao năng lực ESG cho đội ngũ lãnh đạo, đặc biệt là các thành viên hội đồng quản trị, vẫn chưa được quan tâm đúng mức (ARC Group, 2024).

Bên cạnh đó, khung pháp lý hiện hành trong lĩnh vực tài chính xanh còn tồn tại nhiều hạn chế và bất cập (Hải quan Online, 2024). Còn thiếu các chính sách ưu đãi và

cơ chế hỗ trợ cụ thể dành cho tín dụng xanh và trái phiếu xanh đang làm giảm động lực tham gia của các chủ thể trên thị trường (VIR, 2024; Nhà đầu tư, 2024). Bên cạnh đó, việc thực thi các quy định pháp luật còn thiếu nhất quán, cùng với chi phí tuân thủ cao, đã tạo ra rào cản đáng kể (VIR, 2024). Các bên liên quan cũng bày tỏ nhu cầu được cung cấp các hướng dẫn chi tiết và cụ thể hơn từ phía cơ quan quản lý nhà nước (VIR, 2024; Nhà đầu tư, 2024).

Một thách thức khác liên quan đến tính minh bạch của thị trường là chưa có một hệ thống phân loại xanh rõ ràng và thống nhất tiêu chuẩn để xác định các dự án và tài sản bền vững về mặt môi trường (Reddal, 2024a; Reddal, 2024b). Các tổ chức tín dụng gặp khó khăn trong việc đánh giá chính xác và phân bổ nguồn vốn phù hợp cho các dự án thực sự mang lại lợi ích môi trường (VIR, 2024; Reddal, 2024a). Điều này làm gia tăng nguy cơ ‘tẩy xanh’ khi các dự án được gắn nhãn ‘xanh’ một cách không chính xác, gây tổn hại đến uy tín của thị trường tài chính xanh (The Investor, 2024; Reddal, 2024a). Mặt khác, việc thiếu một hệ thống phân loại xanh tương thích với các tiêu chuẩn quốc tế cũng gây cản trở cho việc thu hút đầu tư nước ngoài (VIR, 2024; Reddal, 2024a).

Mặc dù ngân sách nhà nước (NSNN) sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy thị trường tài chính xanh, song NSNN cũng đang có nhiều khó khăn. Trước hết, quy mô NSNN hiện nay vẫn còn hạn chế so với nhu cầu chi tiêu ngày càng gia tăng, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam cần dành nguồn lực lớn cho y tế, giáo dục, an sinh xã hội và phục hồi kinh tế sau đại dịch. Việc cân đối giữa chi thường xuyên và chi đầu tư phát triển khiến không gian tài khóa cho các chương trình xanh còn eo hẹp. Ngoài ra, các dự án xanh thường đối mặt với những rào cản đáng kể về tài chính và kinh tế. Đặc thù của các dự án này là đòi hỏi nguồn vốn đầu tư ban đầu lớn, thời gian hoàn vốn kéo dài và lợi nhuận kỳ vọng trong giai đoạn đầu có thể không cao (VIR, 2024). Điều này dẫn đến tâm lý e ngại của các nhà đầu tư về hiệu quả tài chính, đặc biệt là trong ngắn hạn (VIR, 2024). Cấu trúc thị trường tài chính Việt Nam, với sự phụ thuộc lớn vào hệ thống ngân hàng trong khi thị trường vốn còn chưa phát triển, cũng hạn chế khả năng huy động vốn cho các dự án xanh (VIR, 2024). Các yếu tố kinh tế vĩ mô như giá điện được điều tiết ở mức thấp và những quan ngại về mức độ tín nhiệm của Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) cũng tạo ra những thách thức không nhỏ (ADB, 2024).

Trong bối cảnh này, NSNN được kỳ vọng sẽ hỗ trợ các dự án xanh bằng cách tài trợ một phần chi phí đầu tư, hỗ trợ lãi suất hoặc bảo lãnh tín dụng, qua đó giảm thiểu rủi ro tài chính và tạo niềm tin cho nhà đầu tư. Tuy nhiên, cơ chế phân bổ ngân

sách hiện nay vẫn chủ yếu dựa trên tiêu chí hiệu quả kinh tế - tài chính ngắn hạn, trong khi nhiều dự án xanh có đặc điểm là thời gian hoàn vốn dài và lợi ích môi trường khó lượng hóa, dẫn đến chưa được ưu tiên đúng mức (GIZ, 2023). Sự thiếu đồng bộ giữa các chiến lược tăng trưởng xanh và quy trình lập ngân sách sẽ làm chậm quá trình lồng ghép tiêu chí xanh vào hoạt động tài chính công. Việc thiếu một hệ thống đo lường, báo cáo và kiểm toán chi tiêu công theo tiêu chí ESG cũng làm suy giảm tính minh bạch và hiệu quả của ngân sách xanh. Ngoài ra, nhiều địa phương vẫn gặp khó khăn trong việc tiếp cận và sử dụng NSNN cho các dự án xanh do thiếu hướng dẫn cụ thể, năng lực triển khai hạn chế, cũng như vướng mắc trong cơ chế phân cấp tài chính. Cuối cùng, việc tận dụng vốn hỗ trợ quốc tế cho tài chính xanh cũng phụ thuộc vào khả năng huy động vốn đối ứng từ NSNN, trong khi điều kiện này thường gặp trở ngại do hạn chế về nguồn lực và quy trình phê duyệt phức tạp. Những thách thức nêu trên cho thấy, bản thân NSNN cũng cần được “xanh hóa” thông qua các cải cách tài khóa theo hướng bền vững, minh bạch và đồng bộ hơn với các chiến lược phát triển xanh quốc gia.

Cuối cùng, sự thiếu hụt dữ liệu đáng tin cậy và những khó khăn trong công tác xác minh đang là những trở ngại lớn đối với sự phát triển minh bạch và bền vững của thị trường tài chính xanh tại Việt Nam. Tình trạng khan hiếm dữ liệu cụ thể và xác thực liên quan đến các hoạt động tài chính xanh (VIR, 2024) gây cản trở cho việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân

tạo (AI) trong lĩnh vực này (VIR, 2024). Bên cạnh đó, việc hạn chế về dữ liệu cũng gây khó khăn cho quá trình đánh giá và xác minh tín chỉ carbon một cách chính xác (VIR, 2024). Hơn nữa, việc thiếu thông tin về hiệu quả thực tế và tác động môi trường của các sáng kiến tài chính xanh cũng làm hạn chế khả năng thiết lập các tiêu chuẩn và đánh giá đúng mức độ thành công (VIR, 2024). Mức độ công bố thông tin ESG của các doanh nghiệp Việt Nam còn thấp so với các tiêu chuẩn quốc tế (ARC Group, 2024).

Để giải quyết những thách thức và rào cản này, đòi hỏi một chiến lược tổng thể và sự phối hợp hành động từ Chính phủ, các cơ quan quản lý, tổ chức tài chính, doanh nghiệp và các bên liên quan khác. Các giải pháp cần tập trung vào việc nâng cao nhận thức và năng lực, hoàn thiện khung pháp lý, xây dựng hệ thống phân loại xanh, tháo gỡ các rào cản về tài chính và kinh tế, đồng thời cải thiện hệ thống dữ liệu và quy trình xác minh.

V. CƠ HỘI TĂNG TRƯỞNG VÀ PHÁT TRIỂN TRONG TÀI CHÍNH XANH

Bất chấp những thách thức hiện hữu nêu trên, Việt Nam vẫn là quốc gia có nhiều tiềm năng để phát triển mạnh mẽ trong lĩnh vực tài chính xanh.

Trước hết, xu hướng đầu tư bền vững ngày càng được ưa chuộng bởi các nhà đầu tư trên toàn cầu và tại Việt Nam (FEPBL, 2024). Các yếu tố ESG ngày càng đóng vai trò then chốt trong các quyết định đầu tư, phản ánh nhận thức về giá trị lâu dài và khả năng giảm thiểu rủi ro của loại hình đầu tư này. Nhu cầu ngày càng tăng đối với các sản

phẩm tài chính xanh, như trái phiếu xanh, đã tạo ra môi trường thuận lợi để Việt Nam thu hút nguồn vốn cho các dự án thân thiện với môi trường. Bằng cách đáp ứng các tiêu chuẩn ESG quốc tế, Việt Nam có thể tiếp cận được nguồn vốn đáng kể, thúc đẩy quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế xanh.

Cùng cam kết của Chính phủ trong việc đạt mục tiêu phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050, với các chính sách ưu tiên tăng trưởng xanh và phát triển bền vững, đã tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển của tài chính xanh (FEPBL, 2024). Một kênh quan trọng khác để thúc đẩy tài chính xanh là *hình thức đầu tư theo phương thức đối tác công tư* (Public - Private -Partnership - PPP). Thông qua việc sử dụng vốn nhà nước hoặc nguồn vốn của nhà đầu tư tư nhân để giảm thiểu rủi ro, mô hình PPP có thể thu hút các nhà đầu tư tư nhân đến với các dự án xanh (VIR, 2024). Để khai thác tối đa tiềm năng này, cần xây dựng một khuôn khổ pháp lý và hướng dẫn rõ ràng cho việc triển khai PPP trong lĩnh vực tài chính xanh. Cơ chế PPP hiệu quả sẽ giúp huy động nguồn vốn đáng kể, đồng thời tận dụng được kinh nghiệm và năng lực chuyên môn của khu vực tư nhân, từ đó đẩy nhanh quá trình chuyển đổi xanh. Trong bối cảnh này, nguồn vốn từ NSNN đóng vai trò đặc biệt quan trọng như một chất xúc tác chiến lược. NSNN không chỉ tài trợ một phần chi phí đầu tư, hỗ trợ lãi suất hay bảo lãnh tín dụng cho các dự án xanh, mà còn góp phần chia sẻ rủi ro ban đầu, tạo niềm tin và hấp dẫn khu vực tư nhân cùng tham gia đầu tư. Điển hình, trong khuôn khổ Chương trình Đối tác Chuyển đổi Năng lượng Công bằng

(JETP), NSNN được kỳ vọng đóng vai trò vốn đối ứng nhằm khơi thông nguồn lực quốc tế trị giá 15,5 tỷ USD (JETP, 2024). Đồng thời, NSNN cũng được sử dụng để đầu tư vào hạ tầng xanh, xây dựng hệ thống dữ liệu và thể chế và nâng cao năng lực chuyên môn trong hệ sinh thái tài chính xanh (GIZ, 2023). Nhờ đó, NSNN không chỉ là nguồn lực tài chính thuần túy, mà còn là động lực dẫn dắt, định hình và lan tỏa thị trường tài chính xanh theo hướng ổn định và bền vững.

Việc huy động các nguồn lực tài chính và hỗ trợ kỹ thuật từ các tổ chức quốc tế, ngân hàng phát triển và khu vực tư nhân toàn cầu đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tài chính xanh ở Việt Nam. Quan hệ đối tác chiến lược với các tổ chức như EIB, Ngân hàng Thế giới, GGGI, IFC, AFD và GIZ mang lại những hỗ trợ giá trị về kỹ thuật, tài chính, cũng như chia sẻ kinh nghiệm và thông lệ quốc tế tốt nhất.

Thêm vào đó, phát triển thị trường carbon trong nước là một giải pháp quan trọng, tạo động lực tài chính để doanh nghiệp giảm phát thải. Kế hoạch thí điểm sàn giao dịch tín chỉ carbon, dự kiến hoạt động chính thức vào năm 2028, là một bước tiến quan trọng (VIR, 2024). Tín chỉ carbon không chỉ thúc đẩy giảm phát thải mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế có cơ chế định giá carbon. Để thị trường carbon vận hành hiệu quả, cần hoàn thiện khung pháp lý và các quy định về giao dịch tín chỉ carbon. Việt Nam cũng có tiềm năng tạo nguồn thu từ việc bán tín chỉ carbon ra thị trường quốc tế. Một thị trường carbon

được thiết kế tốt và vận hành hiệu quả sẽ góp phần đáng kể vào việc thúc đẩy đầu tư tư nhân vào các dự án giảm phát thải.

Tận dụng hiệu quả những tiềm năng này sẽ giúp Việt Nam không chỉ đạt được các mục tiêu về tăng trưởng xanh và phát triển bền vững mà còn nâng cao vị thế trên trường quốc tế trong bối cảnh chuyển đổi sang nền kinh tế carbon thấp đang diễn ra mạnh mẽ.

VI. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ THÚC ĐẨY TÀI CHÍNH XANH TẠI VIỆT NAM

Dựa trên những phân tích về thách thức và cơ hội, tác giả đề xuất các khuyến nghị chính sách sau đây nhằm thúc đẩy sự phát triển bền vững của thị trường tài chính xanh tại Việt Nam:

Thứ nhất, cần hoàn thiện khung pháp lý và thể chế cho tài chính xanh. Điều này bao gồm việc xây dựng và ban hành hệ thống phân loại xanh quốc gia rõ ràng, thống nhất, phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế và bối cảnh Việt Nam. Đồng thời, cần hoàn thiện khung pháp lý, bao gồm các chính sách ưu đãi cho tín dụng xanh, trái phiếu xanh, cơ chế hợp tác công tư (PPP), và thị trường carbon. Việc đảm bảo thực thi pháp luật nhất quán, minh bạch, đơn giản hóa thủ tục và giảm chi phí tuân thủ cho doanh nghiệp là vô cùng quan trọng.

Thứ hai, cần đầu tư vào nâng cao nhận thức, năng lực và chuyên môn về tài chính xanh. Cần triển khai các chương trình đào tạo, nâng cao nhận thức về tài chính xanh và ESG cho tất cả các bên liên quan (doanh nghiệp, tổ chức tài chính, nhà đầu tư, cơ quan quản lý...). Việc phát triển nguồn

nhân lực có chuyên môn sâu về đánh giá, quản lý rủi ro và đầu tư vào các dự án xanh cũng cần được chú trọng.

Thứ ba, để đa dạng hóa nguồn tài chính, cần thúc đẩy phát triển thị trường vốn. Cần có các biện pháp khuyến khích thị trường cổ phiếu, trái phiếu phát triển, tạo thêm kênh huy động vốn cho các dự án xanh. Bên cạnh đó, cần triển khai các cơ chế tài chính sáng tạo, bao gồm các quỹ xanh, cơ chế tài chính ưu đãi, và các công cụ giảm thiểu rủi ro (bảo lãnh, bảo hiểm...). Việc giải quyết các thách thức kinh tế đặc thù của từng ngành, như giá điện đối với các dự án năng lượng tái tạo, cũng đóng vai trò quan trọng.

Thứ tư, để đảm bảo tính minh bạch và tin cậy, cần tăng cường hệ thống dữ liệu về tài chính xanh. Cần xây dựng hệ thống dữ liệu quốc gia về tài chính xanh, đảm bảo tính đầy đủ, chính xác, cập nhật và dễ tiếp cận. Đồng thời, thiết lập các tiêu chuẩn báo cáo ESG bắt buộc, khuyến khích xác minh độc lập và công bố thông tin minh bạch. Việc ứng dụng công nghệ (như AI) để nâng cao hiệu quả thu thập, phân tích và quản lý dữ liệu cũng cần được đẩy mạnh.

Thứ năm, để tận dụng tối đa các nguồn lực, cần đẩy mạnh hợp tác quốc tế. Cần chủ động tham gia các sáng kiến, diễn đàn quốc tế về tài chính xanh và biến đổi khí hậu. Việc tăng cường hợp tác song phương và đa phương để tiếp cận nguồn vốn, công nghệ và kinh nghiệm quốc tế là rất cần thiết. Đồng thời, cần xây dựng quan hệ đối tác chiến lược với các tổ chức tài chính quốc tế, các cơ quan phát triển và các quốc gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực này.

VII. KẾT LUẬN

Bối cảnh tài chính xanh ở Việt Nam được đặc trưng bởi cả những phát triển đầy hứa hẹn và những thách thức. Các bước đi cơ bản được thực hiện trong việc thiết lập tín dụng xanh và thị trường trái phiếu xanh non trẻ, cùng với cam kết mạnh mẽ của chính phủ và sự quan tâm ngày càng tăng của nhà đầu tư, báo hiệu một quỹ đạo tích cực. Tuy nhiên, việc vượt qua các rào cản hiện có liên quan đến việc thiếu phân loại xanh thống nhất, khung pháp lý chưa đầy đủ, hạn chế năng lực, hạn chế tài chính và lỗ hổng dữ liệu là điều cần thiết để nhận ra tiềm năng đầy đủ của tài chính xanh trong việc thúc đẩy chương trình nghị sự phát triển bền vững của Việt Nam. Cơ hội tăng trưởng là đáng kể, đặc biệt là trong việc tận dụng sự hỗ trợ quốc tế, thúc đẩy quan hệ đối tác công tư và phát triển thị trường carbon mạnh mẽ. Bằng cách giải quyết chiến lược các thách thức đã xác định thông qua các can thiệp chính sách có mục tiêu, sáng kiến nâng cao năng lực và tạo ra một môi trường thị trường minh bạch và hỗ trợ, Việt Nam có thể khai thác sức mạnh chuyển đổi của tài chính xanh để đạt được các mục tiêu khí hậu đầy tham vọng và xây dựng một tương lai bền vững và bền vững cho nền kinh tế và xã hội.

Tài liệu tham khảo

1. Nghị định số 95/2018/NĐ-CP về trái phiếu xanh của chính quyền và chính quyền địa phương.
2. Quyết định số 403/QĐ-TTg (2014), Kế hoạch hành động quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2014-2020.

3. Quyết định số 1658/QĐ-TTg (2021), Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.
4. Quyết định số 2183/QĐ-BTC (2015), Kế hoạch hành động cho ngành tài chính đóng góp vào Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh đến năm 2020.
5. Quyết định số 1663/2024/QĐ-NHNN về xúc tiến tín dụng xanh.
6. ACB, (2024), ACB thúc đẩy các gói tín dụng xanh, <https://www.acb.com.vn/en/individual/news/acb-promotes-green-credit-packages>.
7. ADB, (2013), Tài chính xanh: Hướng tới một định nghĩa, <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/42946/green-finance-definition.pdf>.
8. ADB, (2024), Triển vọng Phát triển Châu Á (ADO) Tháng Tư 2024: Biến đổi khí hậu ở Châu Á, <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/862746/ado2024.pdf>.
9. Ngân hàng nông nghiệp, (2024). Agribank tài trợ cho các dự án xanh, <https://agribank.vn/en/ve-agribank/tin-tuc/agribank-funds-green-projects>.
10. Tập đoàn ARC, (2024), Báo cáo ESG Việt Nam: Tình trạng hiện tại và triển vọng tương lai, <https://arcgroup.asia/insights/vietnam-esg-reporting-current-state-and-future-outlook/>.
11. Đầu thầu (BIDV), (2023), BIDV tiên phong phát hành trái phiếu xanh và trái phiếu bền vững, <https://bidv.com.vn/en/ve-bidv/tin-tuc/bidv-pioneers-in-issuing-green-bonds-and-sustainability-bonds>.
12. EIB, (2025a), EIB hỗ trợ Việt Nam 100 triệu EUR để xanh hóa hệ thống tài chính, <https://www.eib.org/en/press/all/200-million-for-vietnam-energy-and-climate-action>.
13. EIB, (2025b), Xanh hóa hệ thống tài chính, <https://www.eib.org/en/projects/initiatives/greening-financial-systems/index.htm>.
14. Enerteam, (2024), Tài chính xanh. <https://enerteam.vn/en/green-finance/>.
15. EVN Finance, (2022), EVN Finance phát hành thành công trái phiếu xanh, <https://www.evnfc.vn/en/news/evn-finance-successfully-issues-green-bonds>.
16. FEPBL, (2024), Tài chính xanh tại Việt Nam, <https://fepbl.ueh.edu.vn/wp-content/uploads/2024/04/Green-Finance-in-Vietnam.pdf>.
17. GGGI, (2024), GGGI và Vietcombank hợp tác xây dựng khung trái phiếu xanh.
18. GIZ, (2023), Dự án SHIFT: Cải thiện điều kiện tài trợ cho bảo vệ khí hậu và chuyển đổi năng lượng xanh ở Việt Nam, <https://www.giz.de/en/worldwide/101869.html>.
19. Haiquan trực tuyến, (2024), Tài chính xanh: Dòng vốn để phát triển bền vững. <https://haiquanonline.com.vn/green-finance-capital-flow-for-sustainable-development-39659.html>.
20. IFC, (2024), IFC và Ủy ban Chứng khoán Nhà nước để tăng cường thị trường trái phiếu xanh.
21. Nguyễn T. Liên, Phạm H. Hạnh (2025), Phát hành trái phiếu xanh tại Việt Nam - Tình hình và khuyến nghị, Tạp chí môi trường số 1/2025.
22. VIR (2024), Phát triển và thúc đẩy tài chính xanh cho Việt Nam.

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC PHÁT TRIỂN NGÂN HÀNG SỐ ĐỐI VỚI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

ThS. Vũ Thị Thúy Hằng⁽¹⁾

Tóm tắt: Chuyển đổi số - chìa khóa đưa đất nước tiến vào kỷ nguyên mới; kỷ nguyên số. Chuyển đổi số trong ngành Ngân hàng ở Việt Nam đang diễn ra mạnh mẽ và có những bước phát triển nhảy vọt. Phát triển ngân hàng số là một mẫu chốt quan trọng và là xu thế tất yếu trong chuyển đổi số của ngành Ngân hàng. Trong suốt hơn 30 năm qua, các ngân hàng thương mại Việt Nam luôn là ngành đi đầu ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh, góp phần thúc đẩy ngành Ngân hàng phát triển. Phát triển ngân hàng số không chỉ giúp các ngân hàng thương mại hoàn thiện tốt nhất các quy trình nghiệp vụ trong quản trị kinh doanh của mình mà còn tạo ra cơ hội phục vụ khách hàng thuận tiện và nhanh chóng hơn. Bài viết thực hiện việc nghiên cứu tình hình chuyển đổi số của một số ngân hàng thương mại tại Việt Nam, đồng thời phân tích những cơ hội và thách thức phát triển ngân hàng số, trên cơ sở đó đưa ra một số ý kiến giúp phát triển ngân hàng số của các Ngân hàng thương mại ở Việt Nam.

Từ khóa: Ngân hàng số, chuyển đổi số, cơ hội và thách thức với ngân hàng số.

Abstract: Digital transformation - the key to bringing the country into a new era; the digital era. Digital transformation in the banking sector in Vietnam is taking place strongly and has made great strides. Developing digital banking is an important key and an inevitable trend in the digital transformation of the banking sector. Over the past 30 years, Vietnamese commercial banks have always been at the forefront of applying information technology in business operations, contributing to the development of the banking sector. Developing digital banking not only helps commercial banks to best complete their business management processes but also creates opportunities to serve customers more conveniently and quickly. This article conducts a study on the digital transformation situation of a number of commercial banks in Vietnam, and analyzes the opportunities and challenges of developing digital banking, thereby providing some ideas to help develop digital banking of commercial banks in Vietnam.

Keywords: Digital banking, digital transformation, challenges with digital banking.

Ngày nhận bài: 05/4/2025 ;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 15/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

1. Viện Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

Hiện nay, với tốc độ phát triển của khoa học công nghệ đã làm thay đổi mọi mặt của đời sống xã hội, từ dạy và học, cách giao tiếp, cách di chuyển, cách mua sắm... đến các giao dịch kinh tế. Trong đó giao dịch với ngân hàng cũng không ngoại lệ. Với những đột phá mới về công nghệ số trong ngành ngân hàng, với sự đầu tư IT vượt trội, chuyển đổi số, ngành ngân hàng đã có những bước tiến mạnh mẽ, nhiều ngân hàng thương mại (NHTM) không chỉ dừng lại ở 4.0 mà đã ứng dụng công nghệ số 5.0 vào ngân hàng số. Có thể thấy các NHTM Việt Nam đã cập nhật được những công nghệ hiện đại, tiếp cận nhanh với xu thế và trình độ công nghệ số trong hoạt động kinh doanh của mình. Năm 2024, ngành ngân hàng Việt Nam vẫn luôn đi đầu, tiếp tục khẳng định được vị trí tiên phong trong lĩnh vực thanh toán và chuyển đổi số, nhận được sự đánh giá cao của Ban Chỉ đạo quốc gia về chuyển đổi số.

I. GIỚI THIỆU VỀ CHUYỂN ĐỔI SỐ NGÂN HÀNG

1.1 Môi trường pháp lý và hạ tầng công nghệ.

Việt Nam có một môi trường pháp lý thuận lợi để thúc đẩy sự phát triển của ngân hàng số. Việt Nam có “Ngày Chuyển đổi số quốc gia” vào ngày 10/10 hằng năm được ban hành theo quyết định số 505/QĐ-TTg ngày 22/4/2022 của Thủ tướng Chính phủ. Trên thực tế, năm 2021 Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ban hành Quyết định ban hành Kế hoạch chuyển đổi số ngành Ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 (Quyết định số

810/2021/QĐ-NHNN ngày 11/5/2021), đồng thời cũng lấy ngày 11/5 hàng năm là ngày Chuyển đổi số ngành ngân hàng. Theo đó, hàng năm vào ngày hội Chuyển đổi số, các NHTM và các công ty tài chính sẽ giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ, công nghệ mới nhất, giúp cho khách hàng có những trải nghiệm thú vị về công nghệ số trong lĩnh vực Ngân hàng.

Trong năm 2024, nhiều quy định đã được ban hành và có hiệu lực thi hành nhằm hoàn thiện môi trường pháp lý cho hoạt động ngân hàng số như: Luật Giao dịch điện tử số 20/2023/QH15 có hiệu lực từ ngày 01/7/2024, Nghị định 52/2024/NĐ-CP của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt và các chính sách về bảo mật dữ liệu đã hỗ trợ các ngân hàng trong việc xây dựng và triển khai các dịch vụ số. Luật các Tổ chức tín dụng số 32/2024/QH15 đã có quy định về cho vay trực tuyến (online lending). Các quy định trên đã bổ sung hành lang pháp lý cho hoạt động ngân hàng qua phương tiện điện tử. Bên cạnh đó, hệ thống hạ tầng công nghệ đã tiếp tục được nâng cấp, hoàn thiện để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về thanh toán của người tiêu dùng.

Đến nay, các NHTM Việt Nam đã đuổi kịp các NHTM các nước trên thế giới và châu Á về việc ứng dụng công nghệ số vào các dịch vụ ngân hàng. Cùng với việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử - ngân hàng số, các NHTM cũng có kế hoạch mở rộng hợp tác với các công ty Fintech để cung ứng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng liên quan đến các lĩnh vực: dữ liệu lớn - Big data (68%), công nghệ Blockchain

(16%), Thanh toán (92%), dịch vụ ngân hàng số (76%).

Hiện nay, số lượng các công ty Fintech tham gia cung ứng dịch vụ trên thị trường Việt Nam đã tăng nhanh chóng, hiện có 46 công ty Fintech cung ứng dịch vụ thanh toán trực tuyến hoặc thanh toán kỹ thuật số (2C2P, VTPay, OnePay, VTCPay, BankPlus, VinaPay, VNPay, Senpay, NganLuong, ZingPay, BaoKim, 123Pay...).

Đến cuối năm 2024, Việt Nam đã hoàn tất kết nối hệ thống thanh toán xuyên biên giới qua mã QR cùng Thái Lan, Campuchia, Lào với sự tham gia của khoảng 18 NHTM và 3 tổ chức trung gian thanh toán, đây là một bước đột phá trong chuyển đổi số ngân hàng, dự kiến trong năm 2025, việc kết nối QR quốc tế sẽ được kết nối với nhiều quốc gia trong khu vực và châu Á như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc.

1.2. Tỷ lệ sử dụng dịch vụ ngân hàng số

Tính đến năm 2024, hơn 65% dân số Việt Nam đã có tài khoản ngân hàng và một phần lớn trong số đó sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến để thực hiện các giao dịch hàng ngày. Các ngân hàng luôn đi đầu trong ứng dụng công nghệ như Vietcombank, Vietinbank, Techcombank và BIDV, đã triển khai mạnh mẽ các dịch vụ ngân hàng số với giao diện dễ sử dụng và tính năng đa dạng.

Đến tháng 10/2024, đã có 85 TCTD triển khai thanh toán qua internet và 52 TCTD triển khai thanh toán qua Mobile. Giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt tăng 57,54% về số lượng và 34,54% về giá trị; qua kênh Internet tăng 51,15% về số lượng và 33,94% về giá trị; qua kênh điện

thoại di động tăng 55,54% về số lượng và 34,91% về giá trị, giao dịch qua QR Code tăng 106,91% về số lượng và 109,67% về giá trị. Đến tháng 12 năm 2024 đã có 66,6 triệu khách hàng cá nhân của các TCTD đã thực hiện đối chiếu sinh trắc học.

II. THỰC TRẠNG CHUYỂN ĐỔI SỐ NGÂN HÀNG Ở VIỆT NAM

2.1. Chuyển đổi số trong các ngân hàng

Với mục tiêu nâng cao trải nghiệm cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ và để thu hút khách hàng, các NHTM Việt Nam liên tục đầu tư vào công nghệ. Các NHTM tiếp tục phát triển, hoàn thiện một số sản phẩm dịch vụ ngân hàng đã có; ngân hàng di động (mobile banking) và ngân hàng qua Internet (internet banking), làm cho các sản phẩm này ngày càng trở nên quen thuộc với khách hàng. Nhiều ngân hàng đã có sản phẩm mobile banking 5.0. Bên cạnh đó các ngân hàng còn đầu tư các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), chuỗi khối (Blockchain), và phân tích dữ liệu lớn (Big Data) để tối ưu hóa quy trình cho vay, thanh toán, và quản lý tài khoản. Có thể thấy mức độ ứng dụng ngân hàng số với tốc độ nhanh nhất trong khu vực Đông Nam Á, cao hơn mức tăng bình quân của toàn khu vực và thậm chí cao hơn mức tăng bình quân của thị trường mới nổi.

Ngân hàng số VCB Digital - NHTM Cổ phần Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank)

Vietcombank là một ngân hàng đi đầu trong ứng dụng công nghệ vào các hoạt động kinh doanh. Bản thân Vietcombank đã nhận thức được tính tất yếu về phát triển ngân hàng số trong xu thế phát triển của

ngành tài chính - ngân hàng. Vietcombank xác định mục tiêu trở thành ngân hàng đứng đầu về ngân hàng số, xác định việc phát triển ngân hàng số cũng là nhiệm vụ then chốt trong chiến lược phát triển của Vietcombank trong năm 2025 và đến năm 2030.

Từ năm 2019, Vietcombank đã bắt đầu khởi động chiến lược chuyển đổi số, tăng cường ứng dụng công nghệ số, đẩy mạnh triển khai các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt cho khách hàng. Tháng 7-2020, đơn vị ra mắt ngân hàng số VCB Digibank trên cơ sở hợp nhất các nền tảng giao dịch trực tuyến và thay thế các dịch vụ Internet Banking và Mobile Banking trước đây (giúp khách hàng thực hiện các giao dịch ngân hàng trực tuyến như: Chuyển tiền liên ngân hàng; chuyển tiền bằng mã QR; thanh toán bằng mã QR tại các điểm bán, thanh toán hóa đơn tiền điện, tiền nước; thanh toán cước truyền hình, viễn thông; VCB Cash-Up cho phép các doanh nghiệp kết nối trực tiếp với hệ thống kế toán của khách hàng để thực hiện thanh toán điện tử và truyền nhận sao kê tài khoản; tháng 6-2021 tiếp tục triển khai dịch vụ mở tài khoản trực tuyến eKYC. Tính đến nay số lượng khách hàng thường xuyên giao dịch ngân hàng số đạt khoảng 13 triệu, số lượng giao dịch xử lý mỗi ngày đạt 6 triệu giao dịch.

Trên cơ sở phát triển công nghệ của thế hệ mới nhất đã được Vietcombank chính thức cho ra mắt vào ngày 18/6/2024. Với phiên bản mới này, ngân hàng số VCB Digital có hàng loạt các tiện ích, nhiều tính năng mới lần đầu xuất hiện như chuyển

tiền một chạm, tự động nhận diện thông tin ngân hàng nhận, quản lý tài chính cho khách hàng, quản lý nhóm... Với các ứng dụng mới nâng cao tính cá nhân hóa, giao diện và trải nghiệm theo từng phân khúc khách hàng; nhóm khách hàng ưu tiên, nhóm khách hàng trẻ... sẽ đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng về trải nghiệm dịch vụ ngân hàng số.

Ngân hàng số Smartbanking BIDV - Ngân hàng TMCP Đầu tư & Phát triển Việt Nam (BIDV)

Là một trong số ít các NHTM Việt Nam đón bắt xu hướng và có chiến lược chuyển đổi số một cách nhanh chóng, rõ ràng, mạnh mẽ - BIDV đã ra mắt BIDV SmartBanking thế hệ mới... BIDV SmartBanking gần như là sự hợp nhất các nền tảng giao dịch trực tuyến và thay thế cho các dịch vụ Internet Banking và Mobile Banking trước đây của ngân hàng. Với SmartBanking thế hệ mới, khách hàng có những trải nghiệm đồng nhất và hoàn toàn mới khi thực hiện giao dịch như về giao diện, thông tin đăng nhập, phí dịch vụ, tính năng, hạn mức, tiện ích. Các tính năng từ ngân hàng số của BIDV bao gồm các tính năng cơ bản như chuyển tiền online, gửi tiền/rút tiền online, thanh toán hóa đơn, mua vé tàu xe, máy bay, dịch vụ thẻ... Dễ dàng thực hiện giao dịch tài chính, thanh toán và mua sắm. Trong hoạt động cấp tín dụng, BIDV đã sử dụng phần mềm tích hợp trí tuệ nhân tạo để phân tích dữ liệu khách hàng và dự báo khả năng trả nợ.

Livebank - TPBank (NHTMCP Tiên Phong)

Với mục tiêu là tạo ra một mảng hoạt động kinh doanh riêng hướng đến phân khúc khách hàng mới, độc lập với hoạt động kinh doanh truyền thống, Ngân hàng số Livebank - TPBank ra đời. Cũng giống như Timo, Livebank của TPBank là mô hình giao dịch trực tuyến hoạt động 24/7, với việc ứng dụng những các công nghệ mới nhất trên thế giới, khi giao dịch qua Livebank -TPBank khách hàng có thể thực hiện hầu hết các nhu cầu giao dịch với ngân hàng mà không bị giới hạn bởi thời gian.

LiveBank TPBank thực hiện thông qua APP TPBank không chỉ đáp ứng nhu cầu giao dịch cho khách hàng, nó còn khiến cho khách hàng có những trải nghiệm banking thú vị, mang đậm nét cá nhân của chính khách hàng. LiveBank TPBank hay còn được gọi là cây ATM Online. Với LiveBank TPBank khách hàng có thể thực hiện các giao dịch hầu hết các dịch vụ ngân hàng ở bất cứ đâu mà không cần phải tới phòng giao dịch của TPBank, thậm chí là mua ngoại tệ online, hoạt động 24/7 tất cả các ngày trong tuần, mọi thao tác trên hệ thống đều hoàn toàn tự động, không có sự can thiệp của con người.

Ngân hàng số Yolo - VPBank (NHTMCP Việt Nam Thịnh Vượng)

Ngân hàng số Yolo ra mắt năm 2018, là ứng dụng của VP bank, với mục tiêu hướng đến giới trẻ, Yolo là ngân hàng số tích hợp tiện ích sành điệu cho thế hệ mới với tên gọi phá cách “Yolo”. Yolo là một ứng dụng mang đến cho khách hàng đầy đủ dịch vụ tài chính, thanh toán của một ngân hàng

số hiện đại; tích hợp cả các dịch vụ tiện ích khác như giải trí, gọi xe taxi hay thậm chí là đặt chỗ trước tại các nhà hàng hoặc theo dõi tin tức. Đó chính là điều khác biệt giữa ngân hàng số Yolo với các ngân hàng số khác khi nền tảng này nằm ở việc kết hợp giữa những tiện ích của ngân hàng truyền thống vào hệ sinh thái giải trí, dịch vụ, tất cả được gói gọn trong chỉ một ứng dụng duy nhất. Với việc phát triển theo hệ sinh thái, các tiện ích của Yolo sẽ giúp Yolo khác biệt với các sản phẩm Fintech trên thị trường.

Hiện nay, các ngân hàng như VietcomBank, Vietinbank, TPBank, Techcombank, MB bank đã bước vào giai đoạn thứ hai của chuyển đổi số là sáng tạo số.

Trong thời gian tới, các ngân hàng sẽ ứng dụng các công nghệ mới trong phát triển ngân hàng số để gia tăng năng suất, hiệu quả làm việc trong nội bộ ngân hàng và trải nghiệm khách hàng. Các NHTM sẽ gia tăng ứng dụng trí tuệ nhân tạo AI, máy học (Machine Learning), ứng dụng blockchain, làm chủ dữ liệu và tận dụng sức mạnh của Bigdata càng ngày càng nhiều hơn, đi kèm với việc tăng cường sử dụng robot tự động hóa

Với việc thực hiện chuyển đổi số, các ngân hàng có kỳ vọng đạt ra được mức tăng trưởng vượt bậc trong kết quả kinh doanh. Cụ thể:

- 82,5% ngân hàng kỳ vọng sẽ tăng trưởng doanh thu ít nhất 10%.
- 58,1% ngân hàng kỳ vọng hơn 60% khách hàng sử dụng kênh số.
- 44,4% ngân hàng kỳ vọng tỉ lệ tăng trưởng khách hàng đạt mức hơn 50%.

Cùng với việc đẩy mạnh chuyển đổi số, các NHTM đang có xu hướng chuyển dịch danh mục tín dụng sang các lĩnh vực có tỷ suất sinh lời cao và ít rủi ro như phân khúc bán lẻ. Thêm nữa, các NHTM cũng chú trọng đẩy mạnh các nguồn thu khác ngoài nguồn thu lãi truyền thống từ tín dụng như kinh doanh bảo hiểm, phát triển các hoạt động thanh toán, quản lý tài sản, mua bán chứng khoán, ngoại hối...

Theo báo cáo của Ngân hàng Nhà nước năm 2023: 95% NHTM tại Việt Nam đã triển khai chiến lược chuyển đổi số, 45% giao dịch ngân hàng hiện nay được thực hiện trên nền tảng số và 80% các NHTM đang triển khai số hóa các nghiệp vụ lõi của ngân hàng.

Tính đến tháng 9 năm 2024, giao dịch Ngân hàng số tăng cả về số lượng và giá trị: giao dịch qua internet tăng 33,19% giá trị và 49,45% về lượng, giao dịch qua kênh di động tăng 35,54% về giá trị và tăng 57,93% về lượng. Đặc biệt, thanh toán qua QR bùng nổ với mức tăng gấp đôi cả về số lượng và giá trị. Dự kiến đến năm 2025, thị trường ngân hàng số tại Việt Nam có thể đạt giá trị \$26 tỷ USD.

II. CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN NGÂN HÀNG SỐ CỦA CÁC NHTM VIỆT NAM

Theo Quyết định 986/QĐ-TTg (2018) của Thủ tướng Chính phủ: Về việc phê duyệt Chiến lược phát triển ngành Ngân hàng Việt Nam đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 và theo Quyết định số 810/QĐ-NHNN (2021) của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam phê duyệt Kế hoạch chuyển đổi số ngành ngân hàng tới 2025, định hướng tới 2030 thì định hướng chung đối với việc phát triển ngân hàng và dịch vụ ngân hàng là: “... Phát triển các mô hình ngân hàng số, gia tăng tiện ích trải nghiệm khách hàng và thực hiện mục tiêu tài chính toàn diện, phát triển bền vững trên cơ sở thúc đẩy ứng dụng công nghệ mới, tiên tiến trong quản trị điều hành và cung ứng sản phẩm dịch vụ theo hướng tự động hóa quy trình, tối ưu hóa hoạt động nghiệp vụ”. Các mục tiêu cơ bản, cụ thể cho phát triển dịch vụ ngân hàng như sau:

Bảng: Mục tiêu và lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng năm 2025, tầm nhìn tới năm 2030

STT	Các mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng	2025	2030
1	Tỷ lệ % dịch vụ ngân hàng được thực hiện trên môi trường số	Ít nhất 50%	70%
2	Tỷ lệ % người trưởng thành sử dụng thanh toán điện tử	Ít nhất 50%	80%
3	Tỷ lệ % lượng giao dịch của khách hàng được thực hiện qua kênh số	Ít nhất 70%	80%
4	Tỷ lệ % TCTD có doanh thu từ kênh số trên 30%	Ít nhất 60%	80%
5	% quyết định giải ngân, cho vay của TCTD đối với cho vay KHCN được thực hiện theo hướng số hóa, tự động hóa	Ít nhất 50%	70%
6	% hồ sơ công việc tại TCTD được xử lý và lưu trữ trên môi trường số	Ít nhất 70%	90%

2.1. Cơ hội cho phát triển ngân hàng số của các NHTM Việt Nam

*** *Tăng trưởng công nghệ số***

Sự phát triển mạnh mẽ của các công nghệ như điện toán đám mây, trí tuệ nhân tạo (AI), và internet vạn vật (IoT) đã giúp các ngân hàng cung cấp các dịch vụ hiệu quả và tiện ích hơn, nâng cao khả năng phân tích dữ liệu, giảm rủi ro, và phát triển các sản phẩm tài chính mới như hợp đồng thông minh (smart contracts) và giao dịch tự động. Các ứng dụng ngân hàng di động đã thay đổi cách thức người tiêu dùng tương tác với ngân hàng, đồng thời tối ưu hóa chi phí vận hành cho các tổ chức tài chính.

Việt Nam nằm trong nhóm 10 quốc gia có tỉ lệ sử dụng điện thoại thông minh cao nhất Đông Nam Á (~76% dân số). Hiện nay hầu hết các thuê bao của Việt Nam đều sử dụng các mạng 4G, 5G thay thế cho thuê bao 2G, 3G, cho thấy sự chuyển dịch từ tương tác nghe, gọi thông thường sang sử dụng data cho mạng internet và các ứng dụng trên điện thoại thông minh. Việc chuyển số được thực hiện đồng bộ và rộng khắp trên tất cả các lĩnh vực, từ dịch vụ công cho đến văn hóa, giáo dục... Cơ sở hạ tầng cho việc triển khai các dịch vụ ngân hàng số của Việt Nam có nhiều thuận lợi. Internet, điện thoại thông minh và mạng xã hội đã và đang dần trở thành những thành phần quan trọng trong cuộc sống của người dân Việt Nam.

Hoạt động thanh toán số đang diễn ra mạnh mẽ với “Chợ thông minh 4.0 - thanh toán không dùng tiền mặt”, “tuyến phố thương mại 4.0 - Thanh toán không dùng tiền mặt”.

Chính phủ Việt Nam coi chuyển đổi số trên toàn bộ nền kinh tế là vô cùng quan trọng để tiếp tục tăng trưởng và thịnh vượng. Nền kinh tế kỹ thuật số hiện chiếm 20% GDP vào năm 2025 và 25% vào năm 2030

*** *Nhận thức và nhu cầu của người tiêu dùng***

Tầng lớp người tiêu dùng trẻ, năng động và quen thuộc với công nghệ chính là nhóm khách hàng chính của các dịch vụ ngân hàng số. Người tiêu dùng ngày nay đòi hỏi các dịch vụ ngân hàng nhanh chóng, tiện lợi, và có thể thực hiện mọi lúc mọi nơi thông qua các thiết bị di động. Hầu hết mỗi người dân Việt Nam đều có mã QR để thanh toán.

*** *Chính sách hỗ trợ của chính phủ***

Với Nghị quyết số 57-NQ/TW, ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia; Đảng và Chính phủ đã chỉ đạo: Chuyển đổi số-Chìa khóa bước vào Kỷ nguyên mới, kỷ nguyên số, là chìa khóa đưa đất nước tiến xa hơn. Chính phủ Việt Nam đã thực hiện nhiều biện pháp để thúc đẩy chuyển đổi số trong ngành tài chính ngân hàng, bao gồm các chương trình khuyến khích phát triển fintech, với việc thông qua Luật TCTD 2024, chính phủ có thể sẽ sớm ban hành cơ chế sandbox cho fintech (công nghệ tài chính), trước tiên là trong lĩnh vực ngân hàng hỗ trợ cải cách thủ tục hành chính, và nâng cao mức độ an ninh bảo mật. Hiện nay an ninh mạng của Việt Nam đứng đầu trên thế giới.

Chính phủ chỉ đạo phát triển khoa học, đổi mới sáng tạo phải gắn chặt với chuyển đổi số, đóng vai trò then chốt để Việt Nam phát triển tăng tốc, bền vững. Với kim chỉ nam: “Khoa học công nghệ là sáng tạo, chuyển đổi số là kết nối, con người là trung tâm” để phát triển Kỷ nguyên số.

2.2. Một số thách thức đặt ra hiện nay để phát triển ngân hàng số

Quá trình chuyển đổi số của các NHTM lớn thường gắn liền với việc nâng cấp căn bản hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin, đặc biệt công nghệ lõi (Core Banking), trong khi một số ngân hàng nhỏ, ngân hàng trẻ tiến hành đầu tư công nghệ mạnh và tách biệt ngân hàng số với hoạt động ngân hàng truyền thống như Timo - Bản Việt Bank, Livebank - TPBank, OCB OMNI thì các ngân hàng lớn như VCB, BIDV lại tập trung chuyển đổi số các hoạt động kinh doanh truyền thống kết hợp với việc tạo ra những sản phẩm, kênh dịch vụ mới cho khách hàng, đồng thời khai thác những mảng kinh doanh mới trên cơ sở kết hợp với các ứng dụng Fintech.

Khi các ứng dụng công nghệ ngày càng nhiều được sử dụng trong các hoạt động, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, nó đã bộc lộ những lỗ hổng bảo mật của mạng Internet và của cả những ứng dụng. Những điểm yếu này có thể đe dọa quyền riêng tư của người dùng cá nhân và bảo mật thông tin đối với các doanh nghiệp.

Mặc dù, ngành ngân hàng chuyển đổi số có nhiều thành tựu đáng kể nhưng gặp phải không ít khó khăn thách thức như:

- *Vấn đề an ninh và bảo mật trong giao dịch*

Một trong những thách thức lớn nhất của ngân hàng số là bảo mật thông tin khách hàng. Các mối đe dọa mạng ngày càng tăng đối với hệ thống ngân hàng số. Rủi ro cao khi tội phạm công nghệ cũng ngày càng tinh vi, phức tạp trên quy mô toàn cầu. Công nghệ phát triển, kém theo các hình thức lừa đảo, gian lận, tấn công ngày càng tinh vi hơn khiến người dùng e ngại cũng như gây thiệt hại cho các ngân hàng.

Mặc dù an ninh mạng của Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ, Chính phủ và NHNN đã ban hành nhiều quy định để đảm bảo an toàn trong giao dịch điện tử, tuy nhiên các vụ tấn công mạng và lừa đảo ngày càng gia tăng, khiến người tiêu dùng lo ngại về sự an toàn của các giao dịch trực tuyến.

- *Hạ tầng công nghệ chưa đồng bộ*

Đồng thời cơ sở hạ tầng ngân hàng lỗi thời cản trở quá trình chuyển đổi số: Phần lớn các Ngân hàng thương mại lớn như Vietcombank, BIDV, Techcombank, VPBank... đã đầu tư mạnh vào hệ thống core banking hiện đại, chuyển dần sang nền tảng cloud, microservices và các công nghệ API mở. Nhiều ngân hàng đã xây dựng mobile banking, internet banking và triển khai các nền tảng ngân hàng số toàn diện (ví dụ: Techcombank với F@st Mobile, VPBank NEO...). Tuy nhiên một số NHTM nhỏ vẫn sử dụng hạ tầng cũ, phụ thuộc nhiều vào hệ thống core banking truyền thống, gây khó khăn cho tích hợp và mở rộng dịch vụ. Thực tế, chi phí đầu tư cho công nghệ không hề nhỏ, vòng đời công nghệ lại thường rất ngắn do luôn xuất hiện công nghệ mới để đáp ứng nhu cầu thực tiễn. Các ngân hàng phải đầu tư nhiều

chi phí vào công nghệ mới, chi phí xây dựng dữ liệu khách hàng. Đây là một khó khăn rất lớn đối với các ngân hàng thương mại nhỏ, dẫn đến cản trở quá trình chuyển đổi số của ngân hàng.

Mặt khác khả năng đồng bộ dữ liệu, chia sẻ giữa các hệ thống còn hạn chế; chưa thực sự đồng bộ hóa và chia sẻ cơ sở dữ liệu dân cư quốc gia để khai thác cung cấp dịch vụ liên ngành - đa ngành (Ngân hàng thương mại - Trung tâm thông tin tín dụng (CIC)); Ngân hàng thương mại - Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, Cơ sở dữ liệu doanh nghiệp. Việc quản lý, khai thác và làm sạch dữ liệu còn nhiều bất cập.

Thiếu đồng bộ trong việc xây dựng hệ thống dữ liệu lớn (Big Data), chưa hình thành nền tảng dữ liệu mở. Hạ tầng bảo mật ở một số ngân hàng nhỏ chưa được chú trọng tương xứng, tạo ra nguy cơ rủi ro an ninh mạng. Chưa có hệ sinh thái chia sẻ thông tin rủi ro/cảnh báo bảo mật giữa các tổ chức.

Một số ngân hàng vẫn còn giữ mô hình hoạt động đóng, chưa mở rộng hợp tác đa chiều.

- Chênh lệch về kỹ năng số

Một bộ phận không nhỏ người dân, đặc biệt là người cao tuổi và những người sống ở khu vực nông thôn, vẫn gặp khó khăn trong việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ ngân hàng số. Người dùng chưa nhận thức và hiểu biết đầy đủ về ngân hàng số. Rào cản lớn nhất là thói quen của người dân trong sử dụng dịch vụ ngân hàng, đa số vẫn e ngại với các hình thức giao dịch mới, thanh toán bằng tiền mặt còn phổ biến, đặc biệt tại vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa, bên

cạnh đó là những lo ngại về an toàn thông tin và dữ liệu người dùng; các vụ mất tiền trong tài khoản vẫn xảy ra khiến người dân e ngại khi sử dụng dịch vụ. Điều này đặt ra thách thức cho các ngân hàng trong việc mở rộng thị trường và đảm bảo sự công bằng trong việc cung cấp dịch vụ.

- Sự phát triển của các lực lượng cạnh tranh Fintech/Bigtech

Sự gia tăng của các công ty công nghệ tài chính (Fintech) vốn có lợi thế về công nghệ, sự linh hoạt và khả năng đổi mới nhanh. Fintech thường có mô hình tổ chức nhỏ gọn, ít tầng lớp quản lý nên có thể triển khai sản phẩm/dịch vụ nhanh hơn, thử nghiệm - điều chỉnh linh hoạt hơn các NHTM, một số Fintech hiện đã cung cấp dịch vụ tương tự ngân hàng như cho vay ngang hàng (P2P lending), ví điện tử, tiết kiệm, đầu tư vi mô... Điều này đe dọa vai trò trung gian tài chính truyền thống của NHTM. Fintech thường linh hoạt hoạt động theo mô hình thử nghiệm (sandbox), trong khi ngân hàng bị giám sát chặt bởi hệ thống pháp lý, quy định của Ngân hàng Nhà nước. Điều này đôi khi giới hạn khả năng sáng tạo và tốc độ triển khai sản phẩm mới của ngân hàng.

Mặc dù có yếu tố cạnh tranh nhưng hợp tác NHTM - Fintech mới là xu hướng chủ đạo. Sự kết hợp giữa các ngân hàng truyền thống và các công ty fintech sẽ tạo ra một hệ sinh thái tài chính số mạnh mẽ, giúp tối ưu hóa các dịch vụ và nâng cao trải nghiệm người dùng. Một số hệ sinh thái lớn của hãng sản đang tham gia sâu hơn vào lĩnh vực tài chính - ngân hàng, các đơn vị viễn thông như Viettel, VNPT và Mobiphone

cũng đã gia nhập vào thị trường tài chính ngân hàng với dịch vụ Mobile Money. Tuy nhiên cho tới hiện tại chưa thực sự có Bigtech nào ở Việt Nam trở thành đối trọng cung cấp dịch vụ tài chính ngân hàng như đã xuất hiện trên thế giới.

Hiện nay khuôn khổ pháp lý và cơ chế khuyến khích cho sự hợp tác này chưa theo kịp. Các vấn đề về khả năng mở rộng hợp tác còn gặp khó khăn, các ngân hàng gặp khó khăn trong việc xử lý khối lượng giao dịch ngày càng tăng.

- Nguồn nhân lực:

Tích hợp với hệ thống thanh toán, sự phức tạp trong việc kết nối với các cổng thanh toán quốc tế, khối lượng công việc gia tăng cần có nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn và kỹ thuật cao. Vấn đề thiếu hụt nguồn nhân lực có chất lượng cho xây dựng và phát triển ngân hàng số là thách thức lớn khi đặt ra giáo dục đào tạo tại Việt Nam và một số ngân hàng chưa thực sự theo kịp tốc độ phát triển của công nghệ.

Hiện nay các NHTM đang thiếu hụt nhân sự có kỹ năng công nghệ chuyên sâu; Phần lớn nhân sự ngân hàng hiện nay vẫn xuất thân từ khối tài chính - kế toán - ngân hàng truyền thống nên nguồn nhân lực hiện đang thiếu đội ngũ kỹ sư công nghệ thông tin, lập trình viên, chuyên gia dữ liệu (data scientist), kiến trúc sư hệ thống số, chuyên gia bảo mật... có kinh nghiệm tài chính ngân hàng.

Tỉ lệ nhân sự hiểu biết song song công nghệ và tài chính còn thấp; trong khi đó với các vị trí kết hợp kiến thức tài chính ngân hàng và công nghệ ngày càng tăng cao. Việc đào tạo nội bộ chậm hơn so với yêu cầu của

thực tiễn, các NHTM chưa có hệ thống đào tạo chuyên sâu bài bản cho lĩnh vực Fintech - ngân hàng số trong nội bộ hoặc liên kết với bên ngoài.

III. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ THúc ĐẨY PHÁT TRIỂN NGÂN HÀNG SỐ Ở VIỆT NAM

Việt Nam đã hội nhập sâu rộng với toàn cầu, nền kinh tế Việt Nam có độ mở rất lớn. Chuyển đổi số là xu hướng tất yếu của các quốc gia để đón nhận cơ hội phát triển kinh tế số, kinh tế chia sẻ để đi đến thịnh vượng, trong đó đặc biệt là ngành công nghiệp ngân hàng sẽ có những đột phá mạnh mẽ về phát triển dịch vụ ngân hàng số. Với những thách thức khốc liệt đối với các NHTM hiện nay, các NHTM cần quyết liệt trong sự lựa chọn: Chuyển đổi số tiến tới sáng tạo số đối với dịch vụ ngân hàng số hay là mất đi vị thế, thậm chí phá sản hiện nay đang là câu chuyện nóng với các ngân hàng hơn bao giờ hết. Vì vậy, tác giả xin được đưa ra một số khuyến nghị đối với các NHTM Việt Nam:

Thứ nhất: Tăng cường công tác bảo mật an toàn thông tin

Các NHTM cần khẩn trương hoàn thiện và tổ chức triển khai chính sách về an ninh, an toàn và bảo mật hệ thống công nghệ thông tin, cũng như quản lý rủi ro công nghệ thông tin; từng bước rà soát chặt chẽ các quy trình đăng ký, kích hoạt sử dụng dịch vụ ngân hàng số đảm bảo cung cấp dịch vụ cho đúng đối tượng khách hàng, trang bị các hệ thống hỗ trợ giám sát giao dịch điện tử, điều tra các gian lận, từng bước tổng hợp, phân tích dữ liệu của khách hàng

và xây dựng bộ quy tắc để phát hiện và ngăn chặn sớm các gian lận; xây dựng các tiêu chí và phần mềm để xác định các giao dịch bất thường dựa vào thời gian, vị trí địa lý, tần suất giao dịch, số tiền giao dịch, số lần đăng nhập sai quá quy định hoặc các dấu hiệu bất thường khác.

Bảo mật thông tin, an toàn thông tin là vấn đề sống còn trong hoạt động Ngân hàng số nói riêng và Chuyển đổi số nói chung không chỉ là nhiệm vụ của các NHTM. Để làm tốt điều này Chính phủ, NHNN cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý về hoạt động ngân hàng số tiệm cận với các điều kiện, tiêu chuẩn, thông lệ quốc tế.

Thứ hai: Ưu tiên đầu tư cho công nghệ số

Ưu tiên đầu tư cho công nghệ số là một trong những trụ cột chiến lược quan trọng giúp ngân hàng phát triển ngân hàng số một cách hiệu quả, bền vững và có khả năng cạnh tranh trước làn sóng Fintech và nhu cầu khách hàng ngày càng số hóa.

Các NHTM cần đầu tư hạ tầng công nghệ hiện đại và linh hoạt như: Chuyển đổi sang nền tảng điện toán đám mây (Cloud), ứng dụng công nghệ microservices và API mở nhằm tách các dịch vụ ngân hàng thành module độc lập giúp dễ nâng cấp, tích hợp nhanh với Fintech, đối tác thứ ba, mặt khác Open Banking API là chìa khóa kết nối hệ sinh thái số. Đồng thời các NHTM cần đầu tư các công nghệ lõi cho ngân hàng số như; trí tuệ nhân tạo (AI) và Machine Learnin, Big Data & Data Analytics, Blockchain hay đầu tư vào bảo mật an ninh mạng. Tuy nhiên để đầu tư vào công nghệ số cần một lượng vốn rất lớn.

Các NHTM cần tìm kiếm các cổ đông chiến lược nước ngoài, mạnh về vốn, tiềm lực công nghệ cao, năng lực quản trị hiện đại. Thông qua việc sớm tìm các cổ đông chiến lược nước ngoài, không chỉ giúp cho các Ngân hàng thương mại giải quyết bài toán về vốn kinh doanh hay nâng cao khả năng quản trị ngân hàng, mà còn giúp cho phát triển ngân hàng số. Với việc tận dụng kinh nghiệm lợi thế của đối tác này giúp cho các NHTM Việt Nam vượt lên trong cuộc đua chuyển đổi số, phát triển ngân hàng số. Đồng thời hiện Việt Nam có trên 30 NHTM cổ phần, đa số quy mô nhỏ. Các NHTM quy mô nhỏ có lợi thế chuyển đổi số nhanh nhưng lại mỏng về tiềm lực vốn, việc đầu tư công nghệ số lại đòi hỏi một lượng tài chính lớn. Do vậy các NHTM cổ phần quy mô nhỏ nên chăng chủ động tiến hành hợp nhất, sáp nhập với nhau để cấu trúc lại về thị trường, khách hàng và có điều kiện gọi thêm vốn đầu tư cho công nghệ nhằm thúc đẩy nhanh tiến trình chuyển đổi số.

Thứ 3: Thành lập nhóm nghiên cứu chuyên biệt về ứng dụng công nghệ 4.0

Hiện nay một số NHTM lớn đã thành lập các Trung tâm đổi mới sáng tạo (Innovation Lab) hoặc Bộ phận nghiên cứu công nghệ 4.0 như Vietcombank, MBank, VPBank, Techcombank, TPBank.

Tuy nhiên, việc thành lập Trung tâm nghiên cứu đòi hỏi về tài chính và năng lực chuyên môn trong quá trình nghiên cứu ứng dụng công nghệ 4.0, việc từng ngân hàng thực hiện sẽ gặp những khó khăn và hiệu quả đem lại không cao.

Do vậy, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, thông qua Ban chỉ đạo chuyển đổi

số ngành Ngân hàng, Viện Chiến lược Ngân hàng và hợp tác với các NHTM, tổ chức quốc tế và cơ sở đào tạo thành lập nhóm nghiên cứu, thử nghiệm các công nghệ chuyên biệt về ứng dụng CN4.0 như: Blockchain, AI, Big Data, eKYC, Cloud, Open API... trong sáng tạo và phát triển sản phẩm dịch vụ mới hướng tới khách hàng, thực sự lấy khách hàng làm trung tâm, từng bước cá thể hóa sản phẩm theo nhu cầu, sở thích của khách hàng và tiến hành chiến lược marketing tới từng khách hàng qua các kênh mạng xã hội nhằm tận dụng lợi ích tối đa của công nghệ số. Hỗ trợ khách hàng tự động (Chatbot): Sử dụng chatbot do AI điều khiển để hỗ trợ khách hàng 24/7, trả lời các câu hỏi và giải quyết các vấn đề.

Đồng thời, tận dụng sự hỗ trợ của các Tổ chức quốc tế như ADB, World Bank, IFC, GIZ (Đức)... thường hỗ trợ tài chính, kỹ thuật và tư vấn chính sách cho NHNN và các nhóm nghiên cứu. Cũng như sự tham gia của các doanh nghiệp công nghệ như FPT, VNPT, Viettel, CMC, KPMG, IBM, Microsoft, AWS... cũng tham gia vào các dự án thử nghiệm và nghiên cứu với vai trò tư vấn và cung cấp nền tảng.

Thứ 4: Có chính sách thu hút và chế độ đãi ngộ đội ngũ lãnh đạo điều hành.

Một trong những thách thức trong việc nghiên cứu và phát triển ngân hàng số đó chính là vấn đề con người. Hiện nay năng lực trình độ của cán bộ ngân hàng về công nghệ và đặc biệt là đội ngũ IT còn có những bất cập. Do vậy các NHTM cần tăng cường đào tạo, đào tạo lại đối với đội ngũ cán bộ nhân viên. Đồng thời, các NHTM cần có chính sách thu hút và chế độ đãi ngộ

đội ngũ lãnh đạo điều hành, cũng như đội ngũ chuyên gia về công nghệ số. Thực hiện đổi mới chính sách về nhân sự, chính sách tiền lương có tính chuyên biệt áp dụng đối với đội ngũ công nghệ, theo hướng ưu tiên tuyển dụng lực lượng kỹ sư IT đủ lớn có chuyên môn cao trong lĩnh vực công nghệ số cùng các chuyên viên nghiệp vụ cao có khả năng nghiên cứu nhằm tạo lập ra các nhóm nghiên cứu ứng dụng công nghệ 4.0 để sáng tạo sản phẩm ngân hàng số tiện lợi đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Nguồn nhân lực là yếu tố quyết định thành bại trong quá trình chuyển đổi số ngân hàng. Các ngân hàng Việt Nam cần thay đổi tư duy quản trị nhân sự từ “chuyên môn truyền thống” sang “đa kỹ năng số” và kết hợp giữa đào tạo nội bộ, hợp tác với bên ngoài, và thu hút tài năng công nghệ để hình thành đội ngũ nhân sự số chất lượng cao.

Thứ 5: Mở rộng ngân hàng di động cho khu vực nông thôn:

Việc phát triển Ngân hàng số ở Việt Nam đang diễn ra mạnh mẽ, nhiều NHTM đã triển khai tuy nhiên chưa đồng đều ở các vùng miền, hiệu quả ở các vùng nông thôn, miền núi chưa cao.

Thực tế cho thấy ở các vùng nông thôn, miền núi, tỉ lệ người dân sử dụng tiền mặt còn cao, có thể thấy thói quen dùng tiền mặt tiêu chưa thay đổi nhiều. Một số khu vực nông thôn, miền núi vẫn chưa có hạ tầng viễn thông và công nghệ thông tin đầy đủ, gây khó khăn trong việc triển khai dịch vụ ngân hàng di động. Hiện nay nhiều khu vực nông thôn, miền núi vẫn bị

hạn chế phủ song các mạng di động. Người dân nông thôn, miền núi còn hạn chế chữ viết, hạn chế trong việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng số do thiếu kỹ năng và kiến thức về công nghệ.

Do vậy các NHTM cần nâng cao dịch vụ ngân hàng di động với các tính năng ngoại tuyến và hỗ trợ giọng nói cho những nhóm dân số chưa thực hiện được các giao dịch trực tuyến, chưa được phục vụ đầy đủ. Đồng thời các NHTM cần triển khai hợp tác với các nhà khai thác viễn thông địa phương để mở rộng phạm vi phủ sóng và tích hợp các ứng dụng ngân hàng di động với yêu cầu internet tối thiểu giúp cho người dân thực hiện được giao dịch qua Ngân hàng số.

Thứ 6: Tăng cường nguồn lực tài chính cho chuyển đổi ngân hàng số:

Để đầu tư công nghệ số cho các NHTM luôn cần một lượng vốn rất lớn. Do vậy theo đuổi mục tiêu chuyển đổi số như hiện nay buộc các NHTM cần chủ động nâng cao năng lực tài chính, đồng thời triển khai đồng bộ về ngân hàng số. Từng bước bổ sung nguồn vốn chủ sở hữu như phát hành thêm cổ phiếu để huy động vốn, trình các cấp có thẩm quyền bổ sung vốn tự có, nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động... hoặc tìm kiếm các đối tác chiến lược nước ngoài có tiềm lực về vốn, để nâng cao năng lực tài chính, từ đó NHTM sẽ có nguồn lực tài chính đủ mạnh để đổi mới công nghệ, nâng cấp, cải tiến, bảo trì đáp ứng yêu cầu cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế. Nền tảng ngân hàng số dạng mô-đun: Thay thế các hệ thống cũ bằng nền tảng ngân hàng số dạng mô-đun cho phép nâng cấp gia tăng. Triển khai: Bắt đầu bằng cách tích hợp các

giải pháp công nghệ tài chính cho các hoạt động không quan trọng, mở rộng sang các chức năng ngân hàng cốt lõi khi thành công đã được chứng minh.

Thứ 7: Tăng cường hoạt động tiếp thị và thực hiện tốt chính sách khách hàng.

Hiện nay nhiều khách hàng vẫn còn e ngại khi sử dụng công nghệ vì sợ rủi ro trong quá trình giao dịch. Do vậy để người dân tiếp cận với các dịch vụ ngân hàng số để đẩy nhanh phát triển công cuộc chuyển đổi số ngành Ngân hàng, các NHTM cần tăng cường quảng cáo, giới thiệu và hỗ trợ đến các tầng lớp người dân, nhằm giúp người dân có được các thông tin cập nhật, tính ưu việt và giúp cho khách hàng hiểu biết cơ bản về dịch vụ ngân hàng số, cách thức sử dụng, cũng như lợi ích của từng sản phẩm trên ngân hàng số, từ đó giúp khách hàng hiểu biết và thấy được lợi ích mà ngân hàng số mang lại, tầm quan trọng và an toàn trong việc sử dụng ngân hàng số. Đồng thời, các NHTM cần thực hiện tốt chính sách chăm sóc khách hàng, đặc biệt là chăm sóc sau bán hàng, nó sẽ giúp cho các NHTM thu hút được nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

IV. KẾT LUẬN

Phát triển ngân hàng số tại Việt Nam đang mở ra cơ hội lớn để ngành tài chính ngân hàng tăng trưởng mạnh mẽ trong thời đại số. Mặc dù vẫn còn một số thách thức về bảo mật, hạ tầng công nghệ và phân hóa kỹ năng số, nhưng với sự hỗ trợ của Chính phủ, sự đầu tư vào công nghệ, và nhu cầu ngày càng tăng từ người tiêu dùng, ngân hàng số sẽ tiếp tục là một trong những xu

hướng chủ đạo trong ngành Tài chính Việt Nam. Những bước đi tiếp theo cần tập trung vào nâng cao bảo mật, cải thiện hạ tầng công nghệ, và mở rộng thị trường để đạt được sự phát triển bền vững.

Tài liệu tham khảo

1. Báo cáo phát triển ngân hàng số của Ngân hàng Nhà nước năm 2024.
2. Website của Ngân hàng Nhà nước, của các ngân hàng thương mại.
3. Luật Tổ chức tín dụng số 32 năm 2024.
4. Nghị định số 52/NĐ-CP/2024 ngày 15/5/2024 của Thủ tướng Chính phủ.
5. Thông tư, quyết định của Ngân hàng Nhà nước:
 - Quyết định số 810/QĐ-NHNN ngày 11/5/2021 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.
 - Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ.

6. Dự thảo Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2021-2025.

7. ThS. Nguyễn Mạnh Hùng, Đề tài NCKH cấp Bộ “Phát triển dịch vụ ngân hàng trong bối cảnh ứng dụng công nghệ 4.0 ở Việt Nam” (năm 2022).

8. Dự thảo nghị định về cơ chế thử nghiệm có kiểm soát hoạt động công nghệ tài chính (Fintech) trong lĩnh vực ngân hàng.

9. <https://tapchinganhang.gov.vn/phan-trien-ngan-hang-so-o-viet-nam-buc-tranh-hien-tai-va-trien-vong.htm>.

10. <https://tapchinganhang.gov.vn/phan-trien-ngan-hang-so-tai-viet-nam.htm>.

11. <https://thitruongtaichinhliente.vn/phan-trien-ngan-hang-so-o-viet-nam-56289.html>.

12. Truy cập các trang web của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, các tổ chức quốc tế như PwC, Statista, hoặc Kaspersky.

13. Báo cáo từ các đơn vị phân tích tài chính trong nước và quốc tế.

MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA TRONG “QUẢN TRỊ NHÂN LỰC XANH” TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM HIỆN NAY

ThS. Nguyễn Thị Lạng⁽¹⁾

Tóm tắt: Đứng trước bối cảnh toàn cầu hóa ngày càng sâu, rộng cùng với biến đổi khí hậu đang trở thành vấn đề cấp bách, việc lồng ghép yếu tố môi trường vào chiến lược phát triển bền vững của doanh nghiệp là xu hướng tất yếu đồng thời cũng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Một trong những cách tiếp cận mới hiện nay đó là “Quản trị nhân lực xanh” (Green Human Resource Management - GHRM), hướng tới việc xây dựng lực lượng lao động có ý thức môi trường, thúc đẩy tối ưu hóa hiệu quả hoạt động, tiết kiệm chi phí, xây dựng hình ảnh doanh nghiệp phát triển bền vững, góp phần thu hút và giữ chân nhân tài, tuân thủ các quy định pháp luật và chuẩn mực quốc tế về bảo vệ môi trường. Bài viết hệ thống hóa cơ sở lý luận về “Quản trị nhân lực xanh”, nghiên cứu một số vấn đề đặt ra khi áp dụng GHRM tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay, từ đó đề xuất một số giải pháp tăng cường thực hành GHRM nhằm góp phần xây dựng mô hình doanh nghiệp phát triển bền vững.

Từ khóa: Quản trị nhân lực xanh, phát triển bền vững, doanh nghiệp

Abstract: In the context of increasingly deep and wide globalization along with climate change becoming an urgent issue, integrating environmental factors into the sustainable development strategy of enterprises is an inevitable trend and also demonstrates the social responsibility of enterprises. One of the new approaches today is “Green Human Resource Management” (GHRM), aiming to build an environmentally conscious workforce, promote optimization of operational efficiency, save costs, build a sustainable corporate image, contribute to attracting and retaining talent, comply with legal regulations and international standards on environmental protection. The article systematizes the theoretical basis of “Green Human Resource Management”, studies some issues arising when applying GHRM in Vietnamese enterprises today, thereby proposing some solutions to enhance GHRM practice to contribute to building a model of sustainable business development.

Keywords: Green human resource management, sustainable development, business

Ngày nhận bài: 27/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

1. Viện Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự tăng trưởng mạnh mẽ của nền kinh tế Việt Nam trong những năm gần đây cho thấy những dấu hiệu tích cực, được đánh giá là nền kinh tế tiềm năng của khu vực Đông Nam Á, tốc độ tăng trưởng của Việt Nam được Ngân hàng Thế giới (WB), Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB), Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) đánh giá thuộc nhóm ít các nước tăng trưởng cao trong khu vực, thế giới và được nhiều tổ chức quốc tế khác đánh giá cao^[1]. Tuy nhiên, nền kinh tế phát triển đi kèm với áp lực môi trường ngày càng gia tăng. Với mục tiêu tăng trưởng xanh và phát triển bền vững, trong những năm qua, Đảng và Nhà nước đã rất chú trọng đến phát triển kinh tế xanh, giảm phát thải khí nhà kính trên GDP. Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp Việt Nam không chỉ hướng tới mục tiêu lợi nhuận mà còn phải đảm bảo trách nhiệm xã hội, môi trường và “*phát triển xanh*”, “*phát triển bền vững*” không còn là lựa chọn, mà trở thành tiêu chuẩn bắt buộc. Một trong những giải pháp quan trọng là tái cấu trúc hoạt động quản trị nhân lực theo hướng “*xanh hóa*”. Tuy nhiên, thuật ngữ “Quản trị nhân lực xanh” vẫn còn khá mới mẻ ở Việt Nam và chưa được triển khai rộng rãi. Bài viết này nhằm làm rõ cơ sở lý luận, nghiên cứu một số vấn đề, thách thức trong áp dụng quản trị nhân lực xanh (Green Human Resource Management -GHRM) và đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả triển khai quản trị nhân lực xanh tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.

II. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ “QUẢN TRỊ NHÂN LỰC XANH”

2.1. Khái niệm “Quản trị nhân lực xanh”

a. Quản trị nhân lực (Human Resource Management - HRM)

“Quản trị nhân lực (HRM) là việc thiết kế, xây dựng hệ thống các triết lý, chính sách và thực hiện các hoạt động chức năng về thu hút, đào tạo -phát triển và duy trì nguồn nhân lực con người trong một tổ chức nhằm đạt được kết quả tối ưu cho cả tổ chức và người lao động”^[2]. Mục tiêu của quản trị nhân lực nhằm hướng vào hai mục tiêu cơ bản:

Một là, mang lại kết quả tối ưu cho tổ chức: thể hiện qua việc giúp cho người lao động đóng góp hữu hiệu nhất giá trị sức lao động của mình cho tổ chức, những nguồn lực của mỗi con người cũng như tập thể lao động được kết hợp, phát triển và tạo ra giá trị mới cho tổ chức, giúp tổ chức đạt được mục tiêu chiến lược của mình.

Hai là, mang lại kết quả tối ưu cho người lao động: thể hiện qua sự thỏa mãn nhu cầu của người lao động, giúp họ đạt được mục tiêu riêng của bản thân khi tham gia làm việc tại các doanh nghiệp.

b. Kinh tế xanh

“Kinh tế xanh” được đề cập đến lần đầu tiên vào năm 1989 bởi các nhà kinh tế môi trường Anh, sau đó chính thức được sử dụng vào tháng 6/2012 trong “Hội nghị Thượng đỉnh của Liên hợp quốc về phát triển bền vững” được tổ chức tại Rio de Janeiro, Brasil. Theo UNEP (Chương trình môi trường của Liên hợp quốc), kinh tế xanh được hiểu là “*nền kinh tế vừa mang lại hạnh phúc cho con người và công bằng xã hội, vừa giảm thiểu đáng kể các nguy cơ về*

môi trường và suy giảm sinh thái, một nền kinh tế xanh có thể được coi là một nền kinh tế có lượng phát thải carbon thấp, sử dụng tài nguyên hiệu quả và bao trùm xã hội”^[3].

Tại Quyết định số 1393/QĐ-TTg ngày 25/9/2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2011-2020 và tầm nhìn đến năm 2050, Chính phủ Việt Nam khẳng định: “Tăng trưởng xanh là một nội dung quan trọng của phát triển bền vững, đảm bảo phát triển kinh tế nhanh, hiệu quả, bền vững và góp phần quan trọng thực hiện chiến lược quốc gia về biến đổi khí hậu” hướng tới “nền kinh tế các-bon thấp, làm giàu vốn tự nhiên trở thành xu hướng chủ đạo trong phát triển kinh tế bền vững; giảm phát thải và tăng khả năng hấp thụ khí nhà kính dần trở thành chỉ tiêu bắt buộc và quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội”. Tập trung thực hiện 3 nhiệm vụ chiến lược: một là, giảm cường độ phát thải khí nhà kính và thúc đẩy sử dụng năng lượng sạch, năng lượng tái tạo; hai là, xanh hóa sản xuất; ba là, xanh hóa lối sống và thúc đẩy tiêu dùng bền vững. Đây chính là cơ sở pháp lý quan trọng giúp việc chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo hướng xanh trong đường hướng phát triển ở Việt Nam hiện nay là xu hướng tất yếu.

c. Quản trị nhân lực xanh (Green Human Resource Management - GHRM)

Từ những vấn đề về “kinh tế xanh”, “tăng trưởng xanh” và “tăng trưởng bền vững” như đã nói ở trên, các hoạt động sản xuất kinh doanh tại các doanh nghiệp cần đổi mới mô hình theo hướng “xanh hóa” trong đó có hoạt động quản trị nhân lực.

Như vậy, Quản trị nhân lực xanh có thể được hiểu là “sự kết hợp giữa quản trị nhân lực với các mục tiêu bảo vệ môi trường và phát triển bền vững, thể hiện sự tích hợp các yếu tố môi trường vào các chính sách và hoạt động quản trị nhân lực”. Quản trị nhân lực xanh hướng đến việc tuyển dụng, đào tạo, phát triển và khuyến khích người lao động thực hiện các hành vi thân thiện với môi trường. Mục tiêu của Quản trị nhân lực xanh không chỉ dừng ở việc tuân thủ pháp luật môi trường, mà còn xây dựng văn hóa tổ chức dựa trên các giá trị bền vững. Có thể hiểu một cách ngắn gọn, quản trị nhân lực xanh là việc xây dựng hệ thống các triết lý, chính sách và thực hiện các hoạt động chức năng về thu hút, đào tạo - phát triển và duy trì nguồn nhân lực con người hướng tới thúc đẩy hành vi thân thiện với môi trường trong toàn bộ đội ngũ nhân viên, gắn kết yếu tố môi trường vào các hoạt động quản trị nhân lực như tuyển dụng, đào tạo, đánh giá thực hiện công việc, đãi ngộ, quan hệ lao động...

2.2. Ý nghĩa, tầm quan trọng của “Quản trị nhân lực xanh”

Quản trị nhân lực xanh có nhiều ý nghĩa các doanh nghiệp và người lao động, có thể kể đến như:

Thứ nhất, Quản trị nhân lực xanh thúc đẩy ý thức và hành vi xanh của cán bộ, nhân viên và người lao động tại các doanh nghiệp, tăng cường nhận thức, vai trò của họ trong việc bảo vệ môi trường, thể hiện trách nhiệm công dân đối với cộng đồng và xã hội.

Thứ hai, Quản trị nhân lực xanh giúp doanh nghiệp thể hiện trách nhiệm xã hội và đạo đức kinh doanh, từ đó tạo lập giá trị

thương hiệu doanh nghiệp, tăng cường dấu ấn của doanh nghiệp trong mắt khách hàng, đối tác và nhà đầu tư.

Thứ ba, giải pháp xanh về quản trị nhân sự hướng tới sử dụng tài nguyên và các nguồn lực một cách tối ưu hơn, cải tiến quy trình làm việc từ đó giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động, tiết kiệm năng lượng, giảm chi phí và cải thiện điều kiện làm việc, tạo dựng môi trường làm việc sạch sẽ, an toàn, thân thiện.

Thứ tư, Quản trị nhân lực xanh giúp doanh nghiệp tăng cường năng lực thu hút và giữ chân nhân tài do việc ngày càng nhiều lao động trẻ có xu hướng lựa chọn tổ chức hướng đến phát triển bền vững.

II. MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA TRONG “QUẢN TRỊ NHÂN LỰC XANH” TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Những áp lực các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt

**Áp lực từ thị trường toàn cầu*

Trước xu hướng toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế như hiện nay, yêu cầu các doanh nghiệp không chỉ sản xuất sản phẩm chất lượng, mà còn phải tuân thủ các tiêu chuẩn môi trường quốc tế (như ISO 14001, ESG - Environmental, Social, Governance). Với những đối tác chiến lược đặc biệt tại những thị trường khó tính như châu Âu, Mỹ, Nhật Bản, đòi hỏi nhà cung cấp từ Việt Nam phải chứng minh được hệ thống quản lý môi trường hiệu quả, hay chính sách nhân sự có gắn yếu tố bảo vệ môi trường. Nếu doanh nghiệp Việt Nam không điều chỉnh chính sách nhân lực và hệ thống vận

hành theo hướng xanh, họ sẽ mất cơ hội tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu, giảm năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Vì vậy, việc áp dụng Quản trị nhân lực xanh không còn là lựa chọn, mà trở thành điều kiện sống còn để hội nhập.

** Ý thức xã hội tăng cao*

Người tiêu dùng Việt Nam, đặc biệt là thế hệ trẻ, ngày càng quan tâm đến các sản phẩm “sạch”, “bền vững”, điều này thể hiện trong việc giới trẻ ngày càng có ý thức trong việc ưu tiên mua sắm từ các thương hiệu thể hiện trách nhiệm xã hội và môi trường. Đồng thời, người lao động trẻ cũng ưu tiên lựa chọn những doanh nghiệp có môi trường làm việc văn minh, an toàn, thân thiện với môi trường, thể hiện cam kết với phát triển bền vững. Nếu không thay đổi, doanh nghiệp Việt Nam sẽ khó thu hút khách hàng, khó giữ chân nhân tài, dẫn đến hệ quả tụt hậu trong cạnh tranh thị trường và trong tuyển dụng nhân lực. Vì vậy, áp dụng Quản trị nhân lực xanh là cách để đáp ứng kỳ vọng xã hội và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp hiện đại.

** Chính sách nhà nước khuyến khích phát triển bền vững*

Tại Việt Nam, Quốc hội đã ban hành Luật Bảo vệ môi trường (sửa đổi năm 2020) với nhiều quy định mới: yêu cầu doanh nghiệp xây dựng kế hoạch bảo vệ môi trường, giảm phát thải các-bon ra ngoài môi trường, thực hiện nghĩa vụ báo cáo, giám sát các hoạt động xanh. Đồng thời, Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh cũng nêu rõ, các doanh nghiệp cần phát triển gắn với trách nhiệm môi trường, thúc đẩy mô hình kinh doanh và quản lý lao

động xanh. Các quy định này không còn dừng ở mức khuyến khích mà đã trở thành yêu cầu pháp lý bắt buộc. Nếu không tuân thủ, doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với rủi ro pháp lý, mất cơ hội hỗ trợ từ nhà nước (về vốn, thuế, xúc tiến thương mại), thậm chí bị loại khỏi thị trường.

2.2. Những hạn chế trong áp dụng quản trị nhân lực xanh tại các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

Trong những năm gần đây, xu hướng quản trị nhân lực xanh đã bắt đầu nhận được sự quan tâm lớn từ các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh biến đổi khí hậu và nhu cầu bảo vệ môi trường ngày càng trở nên cấp bách. Tuy nhiên, việc áp dụng quản trị nhân lực xanh tại Việt Nam vẫn còn ở giai đoạn khởi đầu và đối mặt với nhiều thách thức.

Thứ nhất, nhận thức về quản trị nhân lực xanh còn hạn chế: Mặc dù ngày càng có nhiều doanh nghiệp Việt Nam nhận thức được tầm quan trọng của phát triển bền vững và bảo vệ môi trường, nhưng việc áp dụng các phương thức quản trị nhân lực xanh vẫn chưa phổ biến. Một số doanh nghiệp vẫn chỉ thực hiện những biện pháp cơ bản như tiết kiệm năng lượng hoặc giảm thiểu rác thải mà chưa thực sự coi trọng việc xây dựng văn hóa tổ chức xanh, tuyển dụng xanh hay phát triển chương trình đào tạo nhân lực xanh. Một số doanh nghiệp chưa nhận thức được đầy đủ vai trò của việc phát triển nguồn nhân lực xanh trong việc thúc đẩy chiến lược bền vững của doanh nghiệp.

Thứ hai, chưa có chính sách và quy trình rõ ràng: Mặc dù một số doanh nghiệp đã bắt đầu chú trọng đến yếu tố môi trường trong

chiến lược quản trị nhân lực, song việc xây dựng các chính sách rõ ràng và quy trình bài bản liên quan đến quản trị nhân lực xanh còn thiếu. Các chương trình đào tạo xanh, tuyển dụng xanh và đánh giá hiệu suất môi trường không phải lúc nào cũng được triển khai đồng bộ và toàn diện.

Thứ ba, tích hợp đầy đủ công nghệ trong quản lý nhân lực còn hạn chế: Việc áp dụng công nghệ vào quản lý nhân lực và các hoạt động liên quan đến môi trường tại Việt Nam còn hạn chế. Một số doanh nghiệp lớn đã bắt đầu sử dụng các phần mềm quản lý nhân sự hiện đại, nhưng chưa thực sự tích hợp các tiêu chí xanh vào các hệ thống quản lý hiệu suất hay đào tạo trực tuyến. Điều này khiến cho việc đo lường và thúc đẩy các sáng kiến bảo vệ môi trường trong doanh nghiệp trở nên khó khăn và thiếu hiệu quả.

Thứ tư, cơ sở hạ tầng và nguồn lực chưa đáp ứng đủ: Việc thực hiện quản trị nhân lực xanh đòi hỏi hệ thống cơ sở hạ tầng và nguồn lực phù hợp và được đầu tư đúng mức từ các công cụ công nghệ đến việc đào tạo nhân lực. Tuy nhiên, không phải tất cả các doanh nghiệp Việt Nam đều có đủ điều kiện để đầu tư vào các hệ thống công nghệ mới, hay xây dựng chương trình đào tạo chuyên sâu về môi trường. Việc thiếu các tài nguyên cần thiết khiến cho việc triển khai các sáng kiến xanh trở nên khó khăn và hạn chế.

Thứ năm, văn hóa tổ chức chưa hoàn toàn phù hợp: Nhiều doanh nghiệp Việt Nam hiện nay vẫn còn duy trì văn hóa làm việc truyền thống, phần lớn mới chỉ chú trọng đến hiệu quả công việc mà chưa quan tâm nhiều đến yếu tố bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Việc xây dựng văn hóa

tổ chức xanh trong doanh nghiệp còn chưa phổ biến, chưa thực sự khuyến khích nhân viên đóng góp vào các sáng kiến bảo vệ môi trường, việc áp dụng hành động bảo vệ môi trường vào các chính sách lương hay khen thưởng cho những nhân viên có đóng góp tích cực trong việc triển khai các hoạt động xanh chưa nhiều, điều này làm giảm động lực và sự cam kết của nhân viên đối với các sáng kiến bảo vệ môi trường.

III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG “QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC XANH” CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM HIỆN NAY

3.1. Tăng cường nhận thức và văn hóa tổ chức xanh

Để triển khai hiệu quả quản trị nhân lực xanh, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh việc nâng cao nhận thức và xây dựng văn hóa tổ chức thân thiện với môi trường thông qua việc xây dựng chương trình truyền thông nội bộ về “giá trị xanh” nhằm lan tỏa ý thức bảo vệ môi trường đến toàn bộ cán bộ nhân viên. Việc triển khai các hoạt động truyền thông bao gồm: bản tin nội bộ, email, áp phích, video tuyên truyền hoặc các buổi hội thảo chuyên đề, tích cực tổ chức các chiến dịch như “Ngày làm việc không giấy”, “Giờ Trái đất nội bộ” hay phong trào “Văn phòng xanh” ... cũng góp phần tạo hiệu ứng mạnh mẽ trong việc lan tỏa các hoạt động bảo vệ môi trường đến các cán bộ, nhân viên và người lao động trong các doanh nghiệp. Cùng với đó, doanh nghiệp cần thiết lập quy tắc ứng xử và xây dựng văn hóa doanh nghiệp gắn với hành vi thân thiện với môi trường, cụ thể như: tiết kiệm điện nước,

phân loại rác thải tại nguồn, ưu tiên sử dụng sản phẩm thân thiện môi trường nên được cụ thể hóa thành bộ quy tắc ứng xử nội bộ và đưa vào tiêu chí đánh giá hiệu suất làm việc. Khi “hành vi xanh” được thể chế hóa thành chuẩn mực trong tổ chức, doanh nghiệp không chỉ góp phần bảo vệ môi trường mà còn nâng cao hình ảnh thương hiệu, đồng thời xây dựng nội lực bền vững trong quá trình phát triển lâu dài.

3.2. Tích hợp yếu tố môi trường vào toàn bộ quy trình quản trị nhân sự

Để thực hiện các nội dung quản trị nhân lực xanh một cách hiệu quả, các doanh nghiệp Việt Nam cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp cụ thể:

* Đối với công tác tuyển dụng xanh: Doanh nghiệp cần bổ sung tiêu chí liên quan đến ý thức và hành vi bảo vệ môi trường trong thiết kế bản mô tả công việc là giải pháp cần thiết, đồng thời khi xây dựng bộ câu hỏi phỏng vấn đánh giá nhận thức xanh của ứng viên hoặc có những tiêu chí ưu tiên đối với các ứng viên từng tham gia các hoạt động vì cộng đồng, phát triển bền vững.

* Đối với công tác đào tạo xanh: Doanh nghiệp cần xây dựng các khóa đào tạo, bồi dưỡng người lao động về nhận thức môi trường và phát triển bền vững vào chương trình đào tạo bắt buộc cho nhân viên mới, đồng thời tổ chức đào tạo định kỳ dưới nhiều hình thức linh hoạt như e-learning, hội thảo chuyên đề hoặc workshop thực hành để nâng cao kỹ năng làm việc thân thiện với môi trường.

* Đối với công tác đánh giá và khen thưởng xanh: Doanh nghiệp có thể lồng ghép tiêu chí môi trường vào hệ thống KPI

và cơ chế thi đua nội bộ; đồng thời thiết lập các giải thưởng như “Nhân viên xanh tiêu biểu”, “Sáng kiến xanh của năm” để khuyến khích và tạo động lực cho nhân viên. Bên cạnh đó, để thúc đẩy sáng kiến nhân viên, doanh nghiệp có thể tổ chức các diễn đàn sáng kiến xanh, tổ chức cuộc thi tìm kiếm giải pháp bảo vệ môi trường, đồng thời xây dựng quỹ hỗ trợ tài chính cho các ý tưởng sáng tạo mang tính ứng dụng cao.

* Xây dựng môi trường làm việc và văn hóa doanh nghiệp xanh: Việc xây dựng môi trường làm việc và văn hóa làm việc xanh là giải pháp quan trọng giúp tăng cường mức độ hiệu quả của các hoạt động quản trị nhân lực xanh. Doanh nghiệp có thể xây dựng, ban hành bộ quy tắc ứng xử xanh, lồng ghép sâu vào các chính sách nhân lực của tổ chức như: nội quy lao động, quy chế thưởng phạt, quy định sử dụng tài nguyên tiết kiệm... Doanh nghiệp thiết kế môi trường làm việc xanh thông qua việc sử dụng năng lượng tái tạo, thiết lập văn phòng tiết kiệm điện nước, tối ưu ánh sáng và thông gió tự nhiên, cũng như áp dụng mô hình văn phòng không giấy tờ. Ngoài ra, việc khuyến khích làm việc linh hoạt (như làm việc từ xa, làm việc bán thời gian) sẽ giúp giảm lượng phát thải khí nhà kính do đi lại hay tăng cường hợp tác với các tổ chức môi trường để cập nhật xu hướng mới và triển khai các chương trình cộng đồng như trồng cây, làm sạch môi trường.

3.3. Tận dụng công nghệ trong quản trị nhân lực xanh

Trước sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, đặc biệt là công nghệ 4.0, việc tận dụng công nghệ là một giải pháp hiệu quả

giúp tối ưu hóa các quy trình và giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường thông qua việc doanh nghiệp có thể áp dụng công nghệ số, các công cụ quản lý nhân sự số hóa như: phần mềm HRM, ATS và lưu trữ đám mây để giảm sử dụng giấy tờ, thay thế các tài liệu truyền thống như hợp đồng lao động, bảng chấm công hay báo cáo..., điều này không chỉ giúp tiết kiệm tài nguyên mà còn làm tăng tính minh bạch và hiệu quả trong công việc.

Bên cạnh đó, việc phát triển nền tảng học trực tuyến với chủ đề môi trường là một bước đi quan trọng nhằm nâng cao nhận thức và trách nhiệm của nhân viên đối với bảo vệ môi trường. Các khóa học trực tuyến có thể được triển khai trên nền tảng LMS (Learning Management System), giúp nhân viên dễ dàng tiếp cận và học hỏi về các vấn đề bền vững, giảm thiểu tác động môi trường trong công việc hàng ngày.

Quản lý hiệu suất và KPIs bằng phần mềm tích hợp tiêu chí xanh là giải pháp giúp doanh nghiệp theo dõi và đánh giá đóng góp của nhân viên trong việc thực hiện các sáng kiến xanh. Các phần mềm quản lý hiệu suất có thể tích hợp các tiêu chí xanh vào quy trình đánh giá hiệu suất công việc, từ đó khuyến khích nhân viên đạt được các mục tiêu bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, để triển khai thành công các giải pháp này, doanh nghiệp cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ mạnh mẽ, đảm bảo bảo mật thông tin, và đào tạo nhân viên sử dụng công nghệ hiệu quả. Ngoài ra, việc lựa chọn phần mềm phù hợp, phát triển nội dung học chất lượng và thiết lập các tiêu chí xanh rõ ràng trong đánh giá hiệu suất là

điều kiện tiên quyết để thực hiện hiệu quả các giải pháp này.

3.4. Hợp tác với các tổ chức xã hội và học thuật

Thông qua các hoạt động học thuật và kết nối, hợp tác với các tổ chức xã hội, doanh nghiệp có thể truyền thông và phát triển chương trình đào tạo nguồn nhân lực xanh, cung cấp các khóa học chuyên sâu về bảo vệ môi trường, phát triển bền vững cho nhân viên. Điều này không chỉ giúp nhân viên trang bị kiến thức về môi trường mà còn xây dựng đội ngũ có khả năng giải quyết các thách thức liên quan đến phát triển bền vững. Bên cạnh đó, doanh nghiệp có thể tổ chức các hội thảo, seminar kết hợp với các chuyên gia từ các tổ chức học thuật để chia sẻ những kiến thức mới và các phương pháp thực tiễn trong quản trị nhân lực xanh, việc tham gia vào các mạng lưới doanh nghiệp xanh sẽ giúp doanh nghiệp học hỏi từ các mô hình thực tiễn hiệu quả của các tổ chức khác, mở rộng quan hệ và kết nối với các đối tác có cùng mục tiêu về bảo vệ môi trường. Ngoài ra, các doanh nghiệp có thể tham gia các diễn đàn, hội thảo của các tổ chức doanh nghiệp xanh vừa giúp doanh nghiệp cập nhật xu hướng mới, vừa tạo cơ hội thuận lợi để chia sẻ các sáng kiến xanh của mình. Để thực hiện thành công các giải pháp này, doanh nghiệp cần tạo dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài với các tổ chức học thuật, cam kết đầu tư vào nguồn lực cho các chương trình đào tạo, đồng thời chủ động tham gia vào các sự kiện mạng lưới doanh nghiệp xanh để thu thập kinh nghiệm và ứng dụng các mô hình phù hợp vào hoạt động của mình.

IV. KẾT LUẬN

“Quản trị nhân lực xanh” là xu hướng tất yếu trong quá trình xây dựng doanh nghiệp phát triển bền vững tại Việt Nam. Mặc dù còn nhiều thách thức, đặc biệt về nhận thức và nguồn lực, nhưng các doanh nghiệp cần chủ động chuyển đổi để thích ứng với yêu cầu mới của thị trường và xã hội. Quản trị nhân lực xanh không chỉ hướng tới các giải pháp nhằm bảo vệ môi trường, mà còn là chiến lược cạnh tranh dài hạn trong bối cảnh toàn cầu hóa, bên cạnh đó, việc thực hiện đồng bộ các giải pháp góp phần giúp doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế trên trường quốc tế.

Tài liệu tham khảo

1. Tùng Dương (2025), *Nền kinh tế Việt Nam đã khẳng định sự phục hồi rõ nét, là điểm sáng về tăng trưởng và thuộc nhóm nước tăng trưởng cao trên thế giới*, Bộ Kế hoạch và Đầu tư.
2. TS. Lê Thanh Hà (2012), *Giáo trình “Quản trị nhân lực”*, NXB Lao động - Xã hội.
3. Trương Thị Quỳnh Vân (2024), *Phát triển kinh tế xanh ở Việt Nam: Thực trạng và Giải pháp*, Viện nghiên cứu chiến lược và chính sách công thương.
4. TS. Võ Thị Vân Khánh (2023), *Quản trị nguồn nhân lực xanh: Xu thế tất yếu cho mục tiêu phát triển bền vững*, Tạp chí Tài chính online.
5. Nguyễn Ngọc Phú, Trương Minh Đức, *Quản trị nguồn nhân lực xanh tại Việt Nam: Thách thức đặt ra và một số đề xuất*.

SỬ DỤNG HIỆU QUẢ PHƯƠNG PHÁP ĐÓNG VAI KẾT HỢP VỚI NGHIÊN CỨU TÌNH HUỐNG TRONG HỌC PHẦN QUẢN TRỊ HỌC CHO SINH VIÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH, FBU

ThS. Lê Thị Minh Tú⁽¹⁾

Bùi Quang Khải⁽²⁾

Tóm tắt: Đề tài tập trung nghiên cứu việc sử dụng hiệu quả phương pháp đóng vai kết hợp với nghiên cứu tình huống trong giảng dạy học phần Quản trị học cho sinh viên ngành Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội. Thông qua việc phân tích các tình huống thực tế từ doanh nghiệp và đóng vai; giúp sinh viên hiểu sâu lý thuyết qua tình huống thực tế; giúp sinh viên tiếp thu kiến thức lý thuyết và phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề, tư duy phản biện, giao tiếp và ra quyết định trong môi trường thực tiễn. Nghiên cứu đề xuất quy trình tổ chức hoạt động học tập kết hợp đóng vai - tình huống, đồng thời đánh giá hiệu quả thông qua các tiêu chí: mức độ tham gia, sự hứng thú, khả năng vận dụng kiến thức vào thực tiễn và phản hồi từ sinh viên nhằm góp phần nâng cao chất lượng dạy học, tăng tính chủ động, sáng tạo cho sinh viên, đồng thời giúp môn học Quản trị học trở nên sinh động, thực tế và hấp dẫn hơn.

Từ khóa: Đóng vai, tình huống, hiệu quả, sinh viên, quản trị học, quản trị kinh doanh.

Abstract: The topic focuses on studying the effective use of role-playing methods combined with case studies in teaching the Management subject for students majoring in Business Administration at Hanoi University of Finance and Banking. Through analyzing real-life situations from businesses and role-playing; helping students gain a deeper understanding of theory through real-life situations; helping students acquire theoretical knowledge and develop problem-solving skills, critical thinking, communication and decision-making in a practical environment. The study proposes a process for organizing learning activities combining role-playing and situations, and at the same time evaluating the effectiveness through the following criteria: level of participation, interest, ability to apply knowledge into practice and feedback from students to contribute to improving the quality of teaching, increasing students' initiative and creativity, and at the same time making the Management subject more vivid, practical and attractive.

Keywords: Role-playing, situations, effectiveness, students, management, business administration.

1. Viện Quản trị - Kinh doanh, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

2. Phòng Tổ chức - Nhân sự, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

Ngày nhận bài: 22/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh nền kinh tế số và hội nhập toàn cầu, đòi hỏi nguồn nhân lực không chỉ có kiến thức chuyên môn vững vàng mà còn sở hữu kỹ năng tư duy, phân tích tình huống, ra quyết định và làm việc nhóm hiệu quả. Trước yêu cầu đó, giáo dục đại học - đặc biệt trong lĩnh vực Quản trị kinh doanh - cần đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng tích cực, lấy sinh viên làm trung tâm, nhằm phát triển toàn diện năng lực của sinh viên.

Học phần Quản trị học là một trong những học phần cơ sở ngành trong chương trình đào tạo ngành Quản trị kinh doanh (QTKD) tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội (FBU). Tuy nhiên, thực tế cho thấy, việc truyền đạt kiến thức quản trị chủ yếu theo phương pháp giảng dạy truyền thống (thuyết trình, ghi nhớ khái niệm...) chưa thực sự hiệu quả trong việc khơi gợi hứng thú học tập và khả năng vận dụng kiến thức vào thực tiễn của sinh viên. Trước thực trạng đó, việc ứng dụng các phương pháp dạy học tích cực như đóng vai và nghiên cứu tình huống đã và đang được quan tâm như một giải pháp khả thi nhằm nâng cao chất lượng giảng dạy.

Phương pháp đóng vai giúp sinh viên hóa thân vào các tình huống quản trị cụ thể, phát triển kỹ năng giao tiếp, ra quyết định và xử lý tình huống linh hoạt. Trong khi đó, nghiên cứu tình huống cho phép sinh viên

phân tích các vấn đề thực tiễn trong doanh nghiệp, từ đó rút ra bài học và liên hệ với lý thuyết. Việc kết hợp hai phương pháp này không chỉ tăng tính hấp dẫn cho bài giảng, mà còn góp phần nâng cao tư duy phản biện và năng lực hành động thực tế cho sinh viên.

Tuy nhiên, việc tổ chức cho sinh viên tiến hành nghiên cứu tình huống kết hợp với đóng vai thể hiện nội dung tình huống theo một quy trình hợp lý, gắn với mục tiêu, yêu cầu và nội dung của bài học nhằm nâng cao hiệu quả giảng dạy môn học hiện vẫn còn gặp không ít trở ngại. Trong phạm vi bài viết này, tác giả đề xuất một quy trình cụ thể để triển khai phương pháp dạy học tích cực dựa trên sự kết hợp giữa “đóng vai” và “nghiên cứu tình huống”.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Cơ sở lý thuyết về dạy học tích cực và dạy học lấy sinh viên làm trung tâm

Dạy học tích cực (Active Learning) là một phương pháp giáo dục hiện đại nhằm tăng cường sự tham gia chủ động của sinh viên trong quá trình học tập thông qua các hoạt động tương tác, hợp tác, giải quyết vấn đề và trải nghiệm thực tiễn. Theo Prince (2004) và cập nhật bởi Bonwell & Eison (2021), dạy học tích cực thúc đẩy việc học sâu (deep learning), giúp sinh viên phát triển kỹ năng tư duy phản biện, kỹ năng giao tiếp và khả năng làm việc nhóm.

Trong bối cảnh giáo dục đại học hiện nay, đặc biệt sau đại dịch COVID-19, việc đổi mới phương pháp dạy học theo hướng lấy người học làm trung tâm (Learner-centered approach) càng trở nên cấp thiết.

Theo Weimer (2013) và các nghiên cứu gần đây (Nguyễn Thị Thanh Mai, 2022), cách tiếp cận này khuyến khích sinh viên chủ động xác định mục tiêu học tập, lựa chọn phương pháp phù hợp, tự đánh giá và điều chỉnh tiến độ học tập của bản thân.

Dạy học tích cực và lấy sinh viên làm trung tâm không chỉ nâng cao chất lượng học tập mà còn phù hợp với mô hình đào tạo dựa trên phát triển năng lực - định hướng cốt lõi trong giáo dục đại học hiện đại. Các phương pháp dạy học tích cực bao gồm: thảo luận nhóm; đóng vai; nghiên cứu tình huống; dạy học theo dự án; học qua trò chơi; vấn đáp - gợi mở; sử dụng bản đồ tư duy; dạy học theo mô hình lớp học đảo ngược; dạy học theo chủ đề; dạy học tích hợp liên môn; học tập hợp tác; học tập trải nghiệm...

2.2. Cơ sở lý thuyết về phương pháp đóng vai

Phương pháp đóng vai (Role-playing) là một kỹ thuật dạy học tích cực giúp sinh viên nhập vai trong các tình huống mô phỏng nhằm khám phá hành vi, thái độ, giá trị và kỹ năng trong bối cảnh gần với thực tế. Theo các nghiên cứu của Rao & Stupans (2012) và cập nhật bởi McSharry & Jones (2020), đóng vai góp phần phát triển các năng lực giao tiếp, tư duy phản biện, ra quyết định và giải quyết xung đột - những kỹ năng thiết yếu trong quản trị.

Trong lĩnh vực QTKD, sinh viên khi nhập vai vào các vị trí như quản lý, nhân viên, khách hàng hay nhà đầu tư sẽ có cơ hội hiểu sâu sắc hơn về các mối quan hệ trong tổ chức, từ đó phát triển năng lực lãnh đạo, ra quyết định và xử lý tình huống linh hoạt.

Theo Phạm Quang Hùng (2021), việc sử dụng đóng vai không chỉ tạo hứng thú mà còn góp phần gắn kết lý thuyết với thực tiễn quản trị.

2.3. Cơ sở lý thuyết về phương pháp nghiên cứu tình huống

Phương pháp nghiên cứu tình huống (Case-based learning) là một hình thức học tập theo tình huống điển hình được trích từ thực tiễn, nhằm kích thích người học phân tích, thảo luận và đề xuất giải pháp. Theo Kim, Phillips & Penuel (2019), phương pháp này giúp sinh viên phát triển năng lực tư duy phản biện, kỹ năng giải quyết vấn đề và khả năng ra quyết định trong môi trường phức tạp.

Trong giảng dạy học phần Quản trị học, việc sử dụng các tình huống thực tế như xung đột trong nhóm, khủng hoảng truyền thông, thay đổi chiến lược nhân sự, hay ra quyết định đầu tư... là cách hiệu quả để sinh viên làm quen với môi trường doanh nghiệp. Theo Nguyễn Hữu Lộc (2020), phương pháp này giúp sinh viên chuyển đổi từ tư duy “học thuộc” sang “học để làm”, đáp ứng yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao.

2.4. Sự tương tác giữa phương pháp đóng vai và nghiên cứu tình huống trong giảng dạy

Phương pháp đóng vai và phương pháp nghiên cứu tình huống có mối quan hệ bổ trợ lẫn nhau, góp phần phát triển toàn diện các năng lực cần thiết cho sinh viên trong môi trường đào tạo hiện đại. Trong khi nghiên cứu tình huống tạo điều kiện để sinh viên vận dụng kiến thức lý thuyết vào việc phân tích, đánh giá và ra quyết định

dựa trên dữ liệu và hoàn cảnh thực tiễn, thì phương pháp đóng vai lại mở rộng trải nghiệm học tập bằng cách đặt sinh viên vào tình huống giả định để họ trực tiếp nhập vai, phản ứng và xử lý các tình huống phát sinh.

Thông qua hoạt động đóng vai, sinh viên không chỉ áp dụng kiến thức mà còn được “thử nghiệm” các phương án hành động trong môi trường mô phỏng, từ đó phát triển kỹ năng giao tiếp, tư duy linh hoạt và khả năng thích ứng với những thay đổi không lường trước. Sự kết hợp giữa hai phương pháp này giúp làm sâu sắc quá trình tiếp thu kiến thức, đồng thời nâng cao hiệu quả đào tạo theo định hướng phát triển năng lực.

Việc kết hợp giữa đóng vai và nghiên cứu tình huống không chỉ làm tăng tính hấp dẫn và sinh động cho bài giảng, mà còn nâng cao hiệu quả học tập. Theo nghiên cứu của Exter, Caskurlu & Fernandez (2021), sự kết hợp này giúp sinh viên không chỉ hiểu rõ tình huống thông qua phân tích mà còn được “sống trong vai diễn” để thử nghiệm và rút kinh nghiệm từ chính hành vi và phản ứng của mình.

Trong giảng dạy học phần quản trị học, sự tích hợp giữa hai phương pháp mang lại lợi ích kép: phương pháp nghiên cứu tình huống giúp phát triển tư duy phân tích và ra quyết định, trong khi đóng vai giúp chuyển hóa tư duy thành hành vi quản trị cụ thể. Như Lê Thị Mỹ Hạnh (2022) nhận định, đây là mô hình lý tưởng để phát triển song song năng lực nhận thức và năng lực hành vi - hai yếu tố then chốt trong đào tạo nhà quản trị hiện đại.

III. ĐỀ XUẤT ỨNG DỤNG

3.1. Mục tiêu và vị trí việc làm của ngành QTKD

3.1.1. Mục tiêu chung của ngành QTKD

Đào tạo cử nhân QTKD theo định hướng ứng dụng, có nền tảng lý thuyết vững chắc và kiến thức thực tiễn sâu rộng về ngành; Có kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng mềm và năng lực số, đáp ứng yêu cầu làm việc trong môi trường kinh tế số và hội nhập quốc tế; Có khả năng thích ứng với sự thay đổi, làm việc độc lập và nhóm, thể hiện trách nhiệm cá nhân, trách nhiệm cộng đồng và năng lực hướng dẫn, phổ biến tri thức thuộc lĩnh vực QTKD.

3.1.2. Vị trí việc làm của sinh viên ngành QTKD sau khi ra trường

Cử nhân ngành QTKD sau khi tốt nghiệp có thể đáp ứng vị trí việc làm ở nhiều vị trí khác nhau như:

- + Chuyên viên kinh doanh, chuyên viên marketing, chuyên viên nhân sự, chuyên viên tài chính, quản lý dự án.
- + Chuyên viên phân tích đầu tư, chuyên viên quản trị rủi ro.
- + Trợ lý cho các nhà quản trị, điều phối dự án;
- + Chuyên viên chăm sóc khách hàng, chuyên viên phân tích và tư vấn kinh doanh;
- + Có thể đảm nhận trọng trách là một quản trị viên và đủ khả năng tham gia quản lý một bộ phận của doanh nghiệp, như: xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển sản xuất kinh doanh; quản trị chất lượng; tổ chức hành chính; tái cấu trúc doanh nghiệp...

- + Tùy theo khả năng phát triển, sinh viên sau khi tốt nghiệp có tiềm năng vươn lên đảm nhận những vị trí công tác, như: trưởng nhóm, bộ phận kinh doanh; trưởng, phó phòng kinh doanh,... hoặc tạo lập một doanh nghiệp mới. Có thể đảm nhận một số chức vụ lãnh đạo, điều hành doanh nghiệp.
- + Có thể tham gia công tác giảng dạy những chuyên ngành tương ứng tại các cơ sở đào tạo.

3.2. Mục tiêu và các phương pháp dạy, học của học phần Quản trị học

3.2.1. Mục tiêu của học phần Quản trị học

Học phần Quản trị học là học phần thuộc khối kiến thức cơ sở ngành, bắt buộc dành cho sinh viên ngành QTKD; Số tín chỉ của học phần là 03 tín chỉ. Bảng 1 dưới đây cho thấy mục tiêu của học phần này nhằm mong muốn sinh viên đạt được sau khi ra trường:

Bảng 1: Mục tiêu của học phần Quản trị học

Mục tiêu học phần	Mô tả mục tiêu học phần
Về kiến thức	Vận dụng được các nội dung cơ bản về tổ chức, quản trị tổ chức, môi trường kinh doanh và các chức năng quản trị cơ bản trong tổ chức.
	Vận dụng được kiến thức chung về quản trị tổ chức để nhận diện vấn đề, tổng hợp thông tin và ra quyết định quản trị, giải quyết các tình huống, vấn đề cơ bản trong hoạt động quản trị các tổ chức.
Về kỹ năng	Sử dụng các loại thông tin, thực hiện giao tiếp, thuyết trình, đàm phán hiệu quả.
	Thực hiện các hoạt động phối hợp, làm việc nhóm, thiết lập mối quan hệ trong tổ chức.
Về năng lực tự chủ và trách nhiệm	Hình thành phong cách làm việc chuyên nghiệp, sáng tạo, có ý thức và kỷ luật.

(Nguồn: Đề cương chi tiết học phần Quản trị học dành cho sinh viên ngành QTKD, 2022)

3.2.2. Phương pháp dạy và học của học phần Quản trị học

Bảng 2: Các phương pháp dạy và học được áp dụng trong học phần Quản trị học

x	Thuyết trình tích cực	x	Làm việc nhóm	x	Giải quyết vấn đề
x	Thảo luận/Semina	x	Phát vấn	x	Đóng vai
□	Tiểu luận/Bài tập lớn	x	Tình huống	□	Thực tập
□	Dạy học theo dự án	x	Thuyết giảng	x	Tự học

(Nguồn: Đề cương chi tiết học phần Quản trị học dành cho sinh viên ngành QTKD, 2022)

Các phương pháp dạy và học được lựa chọn chủ yếu như thuyết trình tích cực, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề, thảo luận/seminar, phát vấn, thuyết giảng và tự học đã góp phần phát huy tính chủ động, tư duy phản biện và năng lực tương tác của sinh viên. Đặc biệt, phương pháp đóng vai và xử lý tình huống nổi bật với khả năng gắn kết lý thuyết với thực tiễn, tạo điều kiện cho sinh viên nhập vai, hóa thân vào các vị trí khác nhau để quan sát, phân tích và giải quyết vấn đề từ nhiều góc nhìn.

Ngoài học phần Quản trị học, hai phương pháp đóng vai và nghiên cứu tình

huống hoàn toàn có thể được áp dụng vào các học phần cơ sở ngành khác như Marketing căn bản hay như các học phần chuyên ngành như: Quản trị chiến lược, Quản trị nguồn nhân lực, Quản trị tác nghiệp, Quản trị thương hiệu, Quản trị rủi ro trong kinh doanh...

Học phần Quản trị học có rất nhiều nội dung có thể áp dụng phương pháp đóng vai và nghiên cứu tình huống để tăng tính hấp dẫn, cuốn hút của bài giảng đồng thời cập nhật các kiến thức thực tế và thời sự cho sinh viên.

Bảng 3. Một số nhiệm vụ theo phương pháp đóng vai và nghiên cứu tình huống trong giảng dạy học phần Quản trị học

STT	Nội dung	Thời gian	Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên
1	Chương 1: Tổng quan về quản trị các tổ chức Lấy ví dụ về 3 case study tổ chức khác nhau và nhận xét hoạt động cơ bản của các tổ chức đó.	0,5 tiết	- Chuẩn bị 3 tình huống ngắn về các loại hình tổ chức. - Đưa ra câu hỏi định hướng. - Giao nhiệm vụ thảo luận nhóm.	- Đọc tình huống, làm việc nhóm. - So sánh đặc điểm tổ chức. - Trình bày và phản hồi.
2	Chương 2. Vận dụng quy luật và các nguyên tắc quản trị Bài tập: Nghiên cứu các quy luật tác động lên một hoạt động cụ thể của doanh nghiệp. Kể tên các quy luật đó và phân tích tác động của quy luật.	0,5 tiết	- Chiếu video liên quan đến một hoạt động doanh nghiệp. - Gọi ý các quy luật để phân tích.	- Chọn hoạt động, liệt kê quy luật liên quan. - Phân tích tác động và trình bày kết quả.
3	Chương 3. Thông tin và ra quyết định quản trị Lấy ví dụ về việc ra quyết định đúng đắn/sai lầm của một nhà quản trị tiêu biểu. Rút ra bài học kinh nghiệm.	0,5 tiết	- Chiếu video tình huống thực tế về ra quyết định quản trị. - Đặt câu hỏi - Yêu cầu rút ra bài học.	- Thảo luận nhóm, xác định sai sót. - Trình bày quy trình ra quyết định hiệu quả.

STT	Nội dung	Thời gian	Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên
4	Chương 4. Chức năng hoạch định - Thiết lập ma trận SWOT cho một sinh viên cụ thể. - Sử dụng công cụ 5W2H thực hiện hoạch định tác nghiệp cho một hoạt động cụ thể.	1 tiết	- Hướng dẫn làm SWOT cá nhân và 5W2H. - Giao nhiệm vụ và hỗ trợ nhóm làm việc.	- Tự làm SWOT cá nhân. - Lập kế hoạch hành động theo 5W2H. - Trình bày sản phẩm và nhận góp ý.
5	Chương 5. Chức năng tổ chức Nhận diện kiểu cơ cấu quản trị và phương thức tổ chức bộ máy của một tổ chức.	0,5 tiết	- Trình bày các kiểu cơ cấu tổ chức. - Giao nhiệm vụ phân tích cơ cấu thực tế.	- Tìm hiểu, vẽ sơ đồ tổ chức. - Phân tích ưu - nhược điểm và đề xuất cải tiến.
6	Chương 6. Chức năng lãnh đạo - Đóng vai để giải quyết một tình huống xung đột cụ thể trong mối quan hệ đồng nghiệp hoặc lãnh đạo với nhân viên. - Thiết lập tình huống giả định đàm phán trong lãnh đạo, sinh viên tự đóng vai và giải quyết tình huống đó.	2 tiết	- Thiết kế 2 tình huống: xung đột và đàm phán. - Phân vai, tổ chức đóng vai. - Hướng dẫn tổng kết.	- Nghiên cứu tình huống, nhập vai xử lý. - Phản biện nhóm khác, rút ra bài học. - Quay video và upload lên kênh Youtube.
7	Chương 7. Chức năng kiểm tra - Đóng vai để giải quyết tình huống xảy ra tổn thất khi không thực hiện chức năng kiểm tra trong suốt quá trình thực hiện công việc của một tổ chức.	1 tiết	- Nêu tình huống xảy ra tổn thất do không thực hiện kiểm tra. - Giao nhóm đóng vai và đề xuất giải pháp.	- Tái hiện quá trình kiểm tra chưa hiệu quả. - Đề xuất hệ thống kiểm tra cải tiến. - Liên hệ thực tế.

(Nguồn: Tác giả tự đề xuất)

3.3. Triển khai phương pháp đóng vai và nghiên cứu tình huống trong giảng dạy học phần Quản trị học

3.3.1. Giảng viên chuẩn bị các nhiệm vụ

Trong bước đầu tiên, giảng viên giữ vai trò định hướng và thiết kế hoạt động học tập. Cụ thể:

- *Xác định mục tiêu bài học:* Xác định rõ nội dung kiến thức, kỹ năng quản trị cần đạt được qua hoạt động (ví dụ: ra quyết định,

giải quyết mâu thuẫn, phong cách lãnh đạo, đàm phán...).

- *Lựa chọn và xây dựng tình huống thực tiễn:* Tình huống được lựa chọn cần phản ánh những vấn đề cụ thể trong quản trị tổ chức (có thể lấy từ thực tế, báo chí, sách case study, hoặc xây dựng tình huống mô phỏng).

- *Xây dựng vai trò và nhiệm vụ:* Dựa trên tình huống, giảng viên xác định các vai diễn

liên quan (ví dụ: giám đốc, trưởng phòng, nhân viên, khách hàng...) và thiết kế phiếu nhiệm vụ chi tiết cho từng nhóm hoặc từng cá nhân. Giảng viên nên phát bảng phân vai tại buổi học trước (hoặc đầu giờ) để sinh viên có thời gian chuẩn bị.

- Chuẩn bị tài liệu, không gian lớp học: Có thể bao gồm tình huống in sẵn, bảng mô tả vai trò, phiếu phân tích tình huống, bảng tiêu chí đánh giá, thiết bị hỗ trợ đóng vai (micro, slide...). Giảng viên nên chuẩn bị sẵn phương án xử lý để điều phối khi tình huống của sinh viên diễn ra quá xa nội dung bài học.

Bảng 4: Bảng phân vai của nhóm...

STT	Họ và tên sinh viên	Chức vụ	Mục tiêu khi nhập vai	Nhiệm vụ cụ thể
1	Nguyễn Văn A			
2	Nguyễn Văn B			
...	...			

(Nguồn: Tác giả tự đề xuất)

3.3.2. Tổ chức lớp học

Đây là bước sinh viên trực tiếp tham gia vào hoạt động học tập chủ động:

- Giới thiệu tình huống: Giảng viên trình bày khái quát bối cảnh, nội dung tình huống và yêu cầu học tập.

- Phân nhóm - giao vai: Sinh viên được chia thành các nhóm, mỗi nhóm đảm nhận một vai trò cụ thể và có thời gian chuẩn bị kịch bản xử lý tình huống.

- Sinh viên thảo luận - chuẩn bị đóng vai: Các nhóm cùng nghiên cứu tình huống, xác định lập trường, lựa chọn phương án xử lý phù hợp với vai trò, chuẩn bị diễn xuất.

- Thực hiện hoạt động đóng vai: Các nhóm lên trình bày phần nhập vai - tương tác với nhau theo tình huống giả định. Quá trình diễn ra linh hoạt, có thể phát sinh tình huống mới để kiểm tra khả năng ứng biến của sinh viên. Nhóm đặt máy quay để quay lại kết quả thực hiện của nhóm mình; làm cơ sở để thành viên tự đánh giá lẫn nhau.

- Thảo luận sau đóng vai: Các nhóm còn lại và giảng viên quan sát, đặt câu hỏi phản biện, cùng trao đổi, phân tích hiệu quả xử lý tình huống từ nhiều góc nhìn khác nhau.

Bảng 5: Tổ chức lớp học cho hoạt động đóng vai và nghiên cứu tình huống

STT	Nội dung hoạt động	Thời gian dự kiến	Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên
1	Giới thiệu tình huống, chia nhóm, phân vai	5 phút	Trình bày bối cảnh, mục tiêu; chia nhóm, giao vai	Lắng nghe, tiếp nhận vai trò, chuẩn bị nhập vai
2	Thảo luận nhóm - chuẩn bị nhập vai	10 phút	Hướng dẫn các nhóm phân tích tình huống, gợi mở phương án xử lý	Thảo luận, xây dựng nội dung diễn, phân công nhiệm vụ trong nhóm
3	Thực hiện đóng vai	15 phút	Quan sát, hỗ trợ điều phối tình huống khi cần	Trình bày phần nhập vai, phản biện
4	Thảo luận, phản hồi sau đóng vai	10 phút	Đặt câu hỏi phản biện, điều phối thảo luận lớp	Tham gia góp ý, đưa ra quan điểm phản biện, học hỏi lẫn nhau
5	Tổng kết - liên hệ lý thuyết	5 phút	Tóm tắt nội dung, liên hệ lý thuyết, kết nối thực tế	Ghi nhận kiến thức, rút ra bài học
6	Tự đánh giá và nhận xét	5 phút	Hướng dẫn cách tự đánh giá, tổng hợp kết quả	Hoàn thành phiếu tự đánh giá cá nhân

(Nguồn: Tác giả tự đề xuất)

3.3.3. Giảng viên tổng kết, đánh giá và nhận xét

Bước cuối cùng là quá trình củng cố kiến thức và phản hồi giúp sinh viên hoàn thiện:

- *Tổng kết kiến thức:* Giảng viên khái quát lại nội dung lý thuyết đã được thể hiện qua tình huống (liên hệ với mô hình, khái niệm, nguyên lý trong Quản trị học như thuyết tạo động lực, quy trình ra quyết định, lý thuyết lãnh đạo ...).

- *Đánh giá kết quả hoạt động:*

+ Đánh giá quá trình đóng vai theo tiêu chí: mức độ nhập vai, lập luận, khả năng làm việc nhóm, vận dụng kiến thức;

+ Có thể sử dụng biểu mẫu đánh giá cá nhân và nhóm;

+ Khuyến khích sinh viên tự đánh giá và phản hồi lẫn nhau.

- *Nhận xét - góp ý:* Giảng viên đưa ra nhận xét về ưu điểm, điểm cần cải thiện trong cách xử lý tình huống, cách thể hiện vai trò; đồng thời gợi ý phương án xử lý khác hiệu quả hơn.

- *Liên hệ thực tiễn:* Từ tình huống giả lập, giảng viên giúp sinh viên kết nối với các tình huống thực tế trong doanh nghiệp, vận dụng kiến thức vào môi trường công việc sau này.

- *Cách tính điểm:* Tùy theo hình thức tổ chức, giảng viên có thể kết hợp với phiếu tự đánh giá và đánh giá chéo giữa các nhóm để tạo kết quả khách quan.

Bảng 6: Bảng đánh giá kết quả đóng vai và nghiên cứu tình huống của giảng viên

Học phần: Quản trị học

Lớp học phần:

Nhóm:

Tên tình huống:

Ngày thực hiện:

Tiêu chí	Mức độ hoàn thành				Điểm	Ghi chú
	Xuất sắc	Khá	Trung bình	Chưa đạt		
Hiểu và phân tích đúng tình huống (2 điểm)						
Đề xuất phương án giải quyết hợp lý, sáng tạo (2 điểm)						
Diễn đạt rõ ràng, thể hiện vai trò tốt (2 điểm)						
Khả năng phối hợp nhóm khi diễn (1 điểm)						
Vận dụng lý thuyết quản trị phù hợp (2 điểm)						
Phản biện phù hợp với tình huống (1 điểm)						
Tổng điểm						

Nhận xét và gợi ý phát triển của giảng viên:

.....

.....

(Nguồn: Tác giả tự đề xuất)

Bảng 7: Bảng đánh giá kết quả đóng vai và nghiên cứu tình huống cá nhân của sinh viên

Học phần: Quản trị học

Lớp học phần:

Nhóm:

Họ và tên sinh viên:

Tên tình huống:

Ngày thực hiện:

Tiêu chí	Mức độ hoàn thành				Điểm tự đánh giá	Điểm do nhóm trưởng đánh giá
	Xuất sắc	Tốt	Trung bình	Chưa đạt		
Tôi hiểu rõ vai trò được giao và nhiệm vụ nhóm (2 điểm)						
Tôi tham gia tích cực vào việc thảo luận, chuẩn bị tình huống (2 điểm)						
Tôi thể hiện vai diễn rõ ràng, phù hợp với tình huống (2 điểm)						
Khả năng phối hợp nhóm khi diễn tốt (1 điểm)						
Tôi biết vận dụng lý thuyết quản trị trong xử lý tình huống (2 điểm)						
Phản biện phù hợp với tình huống (1 điểm)						
Tổng điểm						

Đánh giá mức độ cải thiện kỹ năng cá nhân: (Đánh dấu X)

Tiêu chí	Mức độ cải thiện				
	Rất cao	Cao	Trung bình	Yếu	Không cải thiện
Kỹ năng làm việc nhóm					
Kỹ năng giao tiếp, thuyết trình					
Kỹ năng giải quyết vấn đề					
Kỹ năng tư duy, phản biện					
Tổng điểm					

Bài học kinh nghiệm được rút ra là:

.....

.....

Khó khăn tôi gặp phải trong quá trình tham gia:

.....

.....

Đề xuất để hoạt động này hiệu quả hơn trong tương lai:

.....

.....

(Nguồn: Tác giả tự đề xuất)

Bằng phương pháp thực nghiệm, tác giả tiến hành quan sát thái độ học tập của sinh viên thuộc 2 lớp trong tất cả các tiết học môn “Quản trị học” giai đoạn 1, học kỳ II, năm học 2024-2025. Kết quả cho thấy rằng các em sinh viên tỏ ra hứng thú, thảo luận sôi nổi, chủ động phát biểu xây dựng bài khi được giảng viên áp dụng linh hoạt phương pháp đóng vai và nghiên cứu tình huống trên trong giờ học.

Ngoài ra, kết quả phỏng vấn 65 sinh viên thuộc 2 lớp trên về cảm nhận của mình khi được tham gia các tiết giảng có áp dụng phương pháp đóng vai và nghiên cứu tình huống, đã cho kết quả 100% sinh viên đều cảm thấy thích thú với những giờ học như vậy. Cảm nhận của sinh viên khi được tham gia lớp học áp dụng hai phương pháp trên được thể hiện ở bảng 8:

Bảng 8: Cảm nhận của sinh viên khi được tham gia lớp học áp dụng phương pháp đóng vai và nghiên cứu tình huống

STT	Nội dung đánh giá	Trung bình
1	Tôi hiểu rõ hơn về các khái niệm, nguyên lý trong môn Quản trị học	4.92
2	Tôi có thể vận dụng kiến thức lý thuyết để phân tích tình huống thực tiễn	4.68
3	Tôi thấy các kiến thức quản trị trở nên dễ nhớ và dễ hiểu hơn qua hoạt động đóng vai và tình huống	4.54
4	Tôi cải thiện được kỹ năng giao tiếp và trình bày trước nhóm/lớp	4.74
5	Tôi rèn luyện được kỹ năng làm việc nhóm thông qua việc chuẩn bị và thực hiện vai diễn	4.53
6	Tôi phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề qua các tình huống thực tế	4.89
7	Tôi rèn luyện được tư duy phản biện và phản hồi ý kiến đa chiều	4,44
8	Tôi chủ động và có trách nhiệm hơn trong việc thực hiện nhiệm vụ được phân công	4.42
9	Tôi có ý thức chuẩn bị trước khi lên lớp và tích cực tham gia các hoạt động học tập	4.84
10	Tôi tự tin hơn trong việc thể hiện quan điểm cá nhân	4.34
11	Tôi có khả năng tự đánh giá điểm mạnh và điểm cần cải thiện sau mỗi hoạt động	4.10

Kết quả khảo sát cho thấy, sinh viên có phản hồi rất tích cực đối với việc giảng viên áp dụng phương pháp đóng vai kết hợp nghiên cứu tình huống trong giảng dạy học

phần *Quản trị học*. Tiêu chí được đánh giá cao nhất là “Tôi hiểu rõ hơn về các khái niệm, nguyên lý trong môn Quản trị học” với điểm trung bình 4.92, cho thấy phương pháp giảng dạy này giúp sinh viên nắm bắt kiến thức lý thuyết một cách sâu sắc và dễ hiểu hơn. Ngoài ra, các tiêu chí liên quan đến kỹ năng thực hành như “Tôi phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề qua các tình huống thực tế” (4.89), “Tôi có ý thức chuẩn bị trước khi lên lớp và tích cực tham gia các hoạt động học tập” (4.84), và “Tôi cải thiện được kỹ năng giao tiếp và trình bày trước nhóm/lớp” (4.74) cũng đạt mức đánh giá rất cao. Điều này phản ánh rõ ràng hiệu quả của việc học tập trải nghiệm trong việc rèn luyện kỹ năng mềm cho sinh viên.

Bên cạnh đó, một số tiêu chí tuy vẫn được đánh giá tích cực nhưng có điểm trung bình thấp hơn như: “Tôi tự tin hơn trong việc thể hiện quan điểm cá nhân” (4.34) và “Tôi có khả năng tự đánh giá điểm mạnh và điểm cần cải thiện sau mỗi hoạt động” (4.10). Đây là những gợi ý quan trọng để giảng viên tiếp tục hoàn thiện hoạt động học tập, như tăng cường hướng dẫn sinh viên trong quá trình phản biện, khuyến khích những sinh viên còn rụt rè, và xây dựng các công cụ hỗ trợ sinh viên tự đánh giá hiệu quả hơn.

Tổng thể, kết quả khảo sát cho thấy phương pháp giảng dạy tích cực này đã góp phần nâng cao chất lượng học tập của sinh viên, đặc biệt là khả năng kết nối lý thuyết với thực tiễn và phát triển các kỹ năng quan trọng trong môi trường học đường hiện đại.

3.4. Đề xuất các giải pháp để sử dụng hiệu quả phương pháp đóng vai kết hợp với nghiên cứu tình huống trong học phần quản trị học cho sinh viên ngành QTKD, FBU

Để nâng cao hiệu quả triển khai phương pháp đóng vai kết hợp với nghiên cứu tình huống trong học phần *Quản trị học* cho sinh viên ngành QTKD tại FBU, cần có sự phối hợp đồng bộ từ nhiều phía:

3.4.1. Về phía Nhà trường

Nhà trường đóng vai trò nền tảng trong việc tạo điều kiện cho đổi mới phương pháp dạy học. Cần đầu tư phát triển không gian học tập linh hoạt như phòng mô phỏng, khu vực học tập nhóm, cũng như trang thiết bị hỗ trợ như máy chiếu, ghi hình, hệ thống âm thanh... giúp hoạt động đóng vai diễn ra hiệu quả. Ngoài ra, nên tổ chức các buổi tập huấn, hội thảo chuyên môn về phương pháp sư phạm tích cực nhằm nâng cao năng lực thiết kế và tổ chức hoạt động cho đội ngũ giảng viên. Việc xây dựng kho học liệu tình huống thực tế (case library) nội bộ hoặc hợp tác với doanh nghiệp cũng là giải pháp thiết thực để giảng viên dễ dàng chọn lọc nội dung phù hợp.

3.4.2. Về phía Viện Quản trị - Kinh doanh

Viện QTKD cần có chiến lược khuyến khích giảng viên áp dụng phương pháp tích cực như đóng vai - tình huống trong nhiều học phần khác nhau, không chỉ dừng lại ở *Quản trị học*. Viện QTKD có thể xây dựng bộ tiêu chuẩn, hướng dẫn triển khai và đánh giá, tạo thành khung tham chiếu chung giúp giảng viên thống nhất cách tiếp cận. Đồng thời, Viện QTKD nên tạo cơ hội cho sinh viên phản hồi thường xuyên về phương

pháp học để cải tiến phù hợp với đặc điểm người học hiện đại.

3.4.3. Về phía giảng viên

Giảng viên là nhân tố then chốt quyết định sự thành công của phương pháp. Cần đầu tư vào thiết kế tình huống sát với thực tiễn, có phân vai rõ ràng, phù hợp với nội dung bài học. Trong lớp, giảng viên nên đóng vai trò điều phối tích cực, đặt câu hỏi gợi mở, tạo không khí trao đổi dân chủ. Đặc biệt, để cải thiện năng lực tư duy phản biện (điểm 4.44) và sự tự tin của sinh viên trong việc thể hiện quan điểm cá nhân (4.34), giảng viên cần bố trí thời gian cho phần phản biện - thảo luận sau hoạt động đóng vai. Ngoài ra, hướng dẫn sinh viên cách tự đánh giá sau hoạt động là yếu tố cần chú trọng, vì khả năng tự đánh giá của sinh viên hiện còn hạn chế (điểm 4.10 - thấp nhất trong khảo sát). Có thể kết hợp sử dụng phiếu đánh giá có hướng dẫn, nhật ký học tập, hoặc video tự nhận xét để sinh viên rèn luyện kỹ năng này.

3.4.4. Về phía sinh viên

Sinh viên cần chủ động trong việc tiếp cận phương pháp học tập mới, chuẩn bị kỹ trước khi nhập vai, không chỉ theo nhóm mà còn theo góc nhìn cá nhân. Việc nâng cao ý thức trách nhiệm, tinh thần hợp tác và khả năng phản hồi xây dựng là yếu tố quan trọng để hoạt động đóng vai - tình huống phát huy hiệu quả. Sinh viên nên tự ghi nhận quá trình học tập, học cách phản biện tích cực và tham gia vào phản hồi sau lớp học. Ngoài ra, cần khuyến khích sinh viên tự tin thể hiện quan điểm cá nhân và nhìn nhận phản hồi như cơ hội học hỏi, thay vì là sự phán xét.

IV. KẾT LUẬN

Trong bối cảnh giáo dục đại học đang chuyển mạnh sang mô hình đào tạo theo hướng phát triển năng lực, việc đổi mới phương pháp giảng dạy là yêu cầu cấp thiết, đặc biệt đối với các học phần thuộc khối ngành Kinh tế. Định hướng đào tạo ngành QTKD tại FBU đã được mô tả cụ thể là “Đào tạo cử nhân Quản trị Kinh doanh theo định hướng ứng dụng” và có kiến thức, kỹ năng nghề nghiệp để làm việc trong môi trường kinh tế số và hội nhập quốc tế. Qua nghiên cứu, đề tài đã làm rõ tiềm năng và hiệu quả của việc kết hợp hai phương pháp dạy học tích cực: đóng vai và nghiên cứu tình huống trong việc nâng cao chất lượng dạy và học học phần Quản trị học cho sinh viên ngành QTKD tại FBU.

Sự kết hợp này không chỉ giúp sinh viên hiểu sâu sắc kiến thức lý thuyết thông qua tình huống thực tiễn, mà còn tạo điều kiện để họ rèn luyện và phát triển các kỹ năng quan trọng như: tư duy phản biện, giao tiếp, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề và ra quyết định. Đặc biệt, việc nhập vai trong các tình huống mô phỏng mang tính quản trị góp phần định hình hành vi chuyên môn và tăng cường khả năng thích ứng với môi trường làm việc thực tế.

Trên cơ sở đó, đề tài đã đề xuất một quy trình triển khai dạy học theo hướng tích hợp đóng vai - nghiên cứu tình huống, đồng thời thiết kế công cụ hỗ trợ như: bảng phân vai, phiếu đánh giá, phương pháp tổ chức lớp học... nhằm đảm bảo tính khả thi và hiệu quả khi áp dụng trong thực tiễn giảng dạy.

Kết quả nghiên cứu có thể làm cơ sở để các giảng viên vận dụng, điều chỉnh linh hoạt trong quá trình dạy học, góp phần đổi mới phương pháp giảng dạy môn Quản trị học nói riêng và các học phần khác trong chương trình đào tạo ngành QTKD tại FBU nói chung.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Hữu Lộc, (2020), *Đổi mới phương pháp giảng dạy học phần Quản trị học theo định hướng phát triển năng lực tại các trường đại học*, *Tạp chí Khoa học Giáo dục*, 45-52.

2. Nguyễn Thị Thanh Mai, (2022), *Dạy học lấy người học làm trung tâm trong giáo dục đại học - Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Hà Nội*, 89-96.

3. Phạm Quang Hùng, (2021), *Vận dụng phương pháp đóng vai trong dạy học các môn khoa học xã hội ở đại học*, *Tạp chí Giáo dục và Xã hội*, 33-37.

4. Lê Thị Mỹ Hạnh, (2022), *Tích hợp phương pháp nghiên cứu tình huống và đóng vai trong giảng dạy học phần Quản trị học*, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Trường Đại học Quản lý và Kinh doanh Hà Nội*, 50-58.

NÂNG CAO TƯ DUY XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CỦA SINH VIÊN VIỆN QUẢN TRỊ - KINH DOANH, FBU THÔNG QUA GIẢNG DẠY HỌC PHẦN QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

ThS. Bùi Thị Hương Trang⁽¹⁾

Tóm tắt: Bài viết tập trung vào việc trang bị cho sinh viên tư duy chiến lược và kỹ năng thực tiễn trong xây dựng thương hiệu cá nhân và tổ chức thông qua học phần Quản trị thương hiệu. Qua khảo sát các sinh viên Viện Quản trị - Kinh doanh tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội (FBU), nghiên cứu làm rõ mức độ nhận thức, khả năng ứng dụng và những rào cản mà sinh viên gặp phải. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất các giải pháp cải tiến phương pháp giảng dạy, tăng cường trải nghiệm thực tế, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, đồng thời hướng dẫn sinh viên tận dụng các nền tảng số để xây dựng thương hiệu chuyên nghiệp. Kết quả nghiên cứu sẽ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và tạo động lực để sinh viên chủ động xây dựng hình ảnh cá nhân, gia tăng giá trị cạnh tranh và đóng góp vào sự phát triển bền vững của các tổ chức trong tương lai.

Từ khóa: Sinh viên, tư duy, xây dựng thương hiệu, cá nhân, tổ chức, quản trị thương hiệu.

Abstract: The article focuses on equipping students with strategic thinking and practical skills in building personal and organizational brands through the course Brand Management. Through a survey of students of the School of Business Administration at the Hanoi University of Finance and Banking (FBU), the study clarifies the level of awareness, application ability and barriers that students encounter. On that basis, the author proposes solutions to improve teaching methods, enhance practical experience, combine theory and practice, and guide students to take advantage of digital platforms to build professional brands. The research results will contribute to improving the quality of training and motivating students to proactively build personal images, increase competitive value and contribute to the sustainable development of organizations in the future.

Keywords: Students, thinking, branding, individuals, organizations, brand management.

Ngày nhận bài: 20/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

1. Viện Quản trị - Kinh doanh, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong thời đại công nghệ số và hội nhập kinh tế, thương hiệu không chỉ là tài sản quan trọng của doanh nghiệp mà còn có giá trị lớn đối với cá nhân. Xây dựng thương hiệu cá nhân giúp nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo dựng uy tín và mở rộng cơ hội nghề nghiệp, trong khi thương hiệu tổ chức đóng vai trò quan trọng trong thu hút nhân tài và phát triển bền vững. Tuy nhiên, nhiều sinh viên vẫn chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của thương hiệu, thiếu chiến lược xây dựng hình ảnh cá nhân và tổ chức một cách bài bản.

Thương hiệu cá nhân, tổ chức là chủ đề được nhiều học giả quốc tế nghiên cứu từ những năm 1990. *Peter Montoya & Tim Vandehey (2008) [1]* trong “*The Brand Called You*” khẳng định thương hiệu cá nhân không chỉ đơn thuần là hình ảnh mà còn là tập hợp giá trị giúp cá nhân khác biệt. Trong giáo dục, *Hearn (2008) [2]* nhấn mạnh rằng việc tích hợp thương hiệu cá nhân vào chương trình đào tạo giúp sinh viên chủ động hơn trong việc phát triển hình ảnh chuyên nghiệp. Ở Việt Nam, nghiên cứu của *Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2011) [3]* chỉ ra rằng thương hiệu cá nhân ảnh hưởng trực tiếp đến sự nghiệp, trong khi *Lê Thị Thanh Mai (2021) [4]* cho thấy chỉ 30% sinh viên có ý thức xây dựng thương hiệu cá nhân trên nền tảng số, còn 70% chưa có chiến lược rõ ràng.

Tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội (FBU), học phần Quản trị

thương hiệu (QTTH) sẽ giới thiệu khái quát kiến thức tổng quan về thương hiệu và công tác QTTH. Sinh viên sẽ được tìm hiểu các nội dung trong hoạt động xây dựng thương hiệu, đăng ký bảo hộ, phát triển và khai thác thương hiệu. Dựa trên kiến thức đã được trang bị, sinh viên sẽ ứng dụng vào thực tế nhằm phân tích và đề xuất chiến lược QTTH cho một thương hiệu cụ thể trên thị trường. Tuy nhiên, khảo sát 150 sinh viên Viện Quản trị - Kinh doanh (QTKD) cho thấy nhiều hạn chế: sinh viên chưa nhận thức đầy đủ về thương hiệu cá nhân và tổ chức, gặp khó khăn trong việc áp dụng lý thuyết vào thực tiễn, đặc biệt trên nền tảng số và thiếu chiến lược xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp.

Trước thực trạng này, nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá mức độ nhận thức và khả năng ứng dụng thương hiệu cá nhân, tổ chức của sinh viên sau khi hoàn thành học phần QTTH. Trên cơ sở khảo sát thực tế, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả giảng dạy, cải tiến phương pháp đào tạo, giúp sinh viên phát triển thương hiệu cá nhân một cách chuyên nghiệp, tối ưu hóa lợi thế cạnh tranh trên thị trường lao động và đóng góp vào sự phát triển bền vững của tổ chức.

II. NỘI DUNG

Vai trò của học phần QTTH trong tư duy xây dựng thương hiệu cá nhân, tổ chức của sinh viên Viện QTKD, FBU.

Học phần QTTH đóng vai trò then chốt trong việc trang bị cho sinh viên Viện QTKD những kiến thức cơ bản và kỹ năng thực tiễn để xây dựng và phát triển thương

hiệu cá nhân, cũng như hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của thương hiệu tổ chức trong môi trường kinh doanh hiện đại. Trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng trở nên cạnh tranh, thương hiệu cá nhân không chỉ là yếu tố giúp sinh viên thể hiện được bản sắc riêng mà còn là chìa khóa mở ra cơ hội nghề nghiệp bền vững. Học phần này không chỉ giúp sinh viên hiểu được lý thuyết về thương hiệu mà còn cung cấp cho họ những công cụ thực tế để xây dựng hình ảnh cá nhân vững mạnh, khẳng định giá trị bản thân trong mắt các nhà tuyển dụng.

Học phần QTHH còn giúp sinh viên nhận thức được tầm quan trọng của việc quản lý và duy trì thương hiệu tổ chức, đặc biệt trong kỷ nguyên số. Với sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng truyền thông và mạng xã hội, việc xây dựng và bảo vệ hình ảnh của một tổ chức trên thị trường ngày càng trở nên phức tạp cũng như đòi hỏi sự chuyên nghiệp. Sinh viên sau khi hoàn thành học phần này, không chỉ có khả năng nhận diện và phân tích các yếu tố cấu thành nên thương hiệu của tổ chức mà còn biết cách áp dụng các chiến lược xây dựng và duy trì thương hiệu trong các hoạt động kinh doanh thực tiễn.

Điều đặc biệt quan trọng là học phần này còn giúp sinh viên hiểu rõ về mối liên hệ chặt chẽ giữa thương hiệu cá nhân và thương hiệu tổ chức. Việc xây dựng thương hiệu cá nhân không chỉ là tạo dựng giá trị cho bản thân mà còn góp phần vào việc nâng cao giá trị thương hiệu của tổ chức mà sinh viên sẽ tham gia sau khi ra trường.

Một cá nhân có thương hiệu mạnh sẽ là yếu tố thúc đẩy sự phát triển của tổ chức, tạo dựng lòng tin với khách hàng và đối tác, đồng thời thúc đẩy sự thăng tiến trong công việc.

Bên cạnh đó, học phần QTHH còn giúp sinh viên nắm vững các chiến lược truyền thông và marketing hiệu quả để xây dựng thương hiệu một cách chuyên nghiệp. Từ việc xác định giá trị cốt lõi, đến việc lựa chọn các kênh truyền thông phù hợp, tất cả đều là những kỹ năng cần thiết mà sinh viên sẽ được trang bị trong suốt quá trình học. Các phương pháp này không chỉ hữu ích cho việc xây dựng thương hiệu cá nhân mà còn tạo ra nền tảng vững chắc cho sinh viên trong việc thực hiện các chiến lược marketing và truyền thông thương hiệu cho tổ chức trong tương lai.

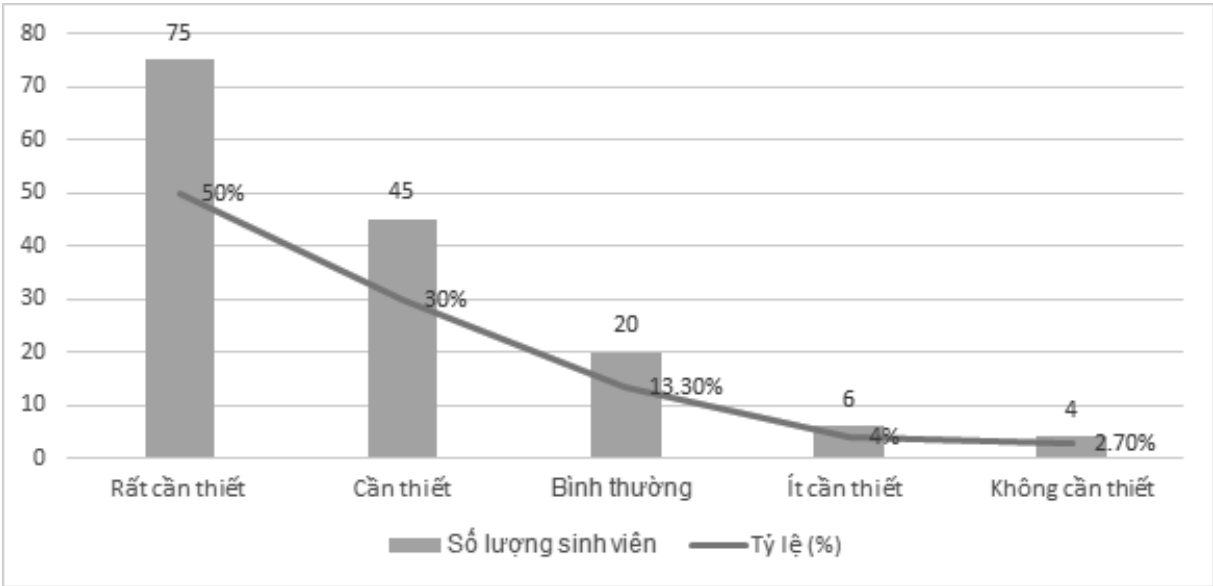
Học phần QTHH không chỉ là một môn học quan trọng trong việc giúp sinh viên nâng cao năng lực cá nhân mà còn tạo ra giá trị lâu dài cho tổ chức mà sinh viên sẽ làm việc trong tương lai. Qua đó, góp phần phát triển bền vững của cả cá nhân và tổ chức trong một thị trường toàn cầu hóa đầy thách thức.

Thực trạng nhận thức trong tư duy xây dựng thương hiệu cá nhân, tổ chức của sinh viên Viện QTKD, FBU thông qua giảng dạy học phần QTHH.

Nhận thức của sinh viên trong tư duy xây dựng thương hiệu cá nhân.

Dưới đây là biểu đồ thể hiện mức độ nhận thức của sinh viên Viện QTKD, FBU từ khảo sát thực tế.

Hình 1: Nhận thức của sinh viên Viện QTKD, FBU trong tư duy xây dựng thương hiệu cá nhân



(Nguồn: Theo kết quả khảo sát của tác giả)

Kết quả khảo sát về nhận thức của sinh viên Viện QTKD, FBU đối với tư duy xây dựng thương hiệu cá nhân cho thấy những tín hiệu tích cực cũng như những thách thức lớn trong việc trang bị cho sinh viên những kỹ năng quan trọng này.

Cụ thể, 50% sinh viên (tương đương 75 sinh viên) cho rằng việc xây dựng thương hiệu cá nhân là “rất cần thiết”. Đây là một kết quả khá khả quan, phản ánh được sự nhận thức đúng đắn của sinh viên về tầm quan trọng của thương hiệu cá nhân trong cuộc sống nghề nghiệp. Việc xây dựng thương hiệu cá nhân không chỉ giúp sinh viên nổi bật trên thị trường lao động mà còn là yếu tố quan trọng trong việc xây dựng sự nghiệp bền vững. Câu trả lời này cũng cho thấy sự hiệu quả trong việc triển khai học phần QTTH tại FBU, khi mà sinh viên đã nhận thức được rằng khả năng xây dựng và quảng bá thương hiệu cá nhân đóng vai

trò quan trọng trong quá trình định hướng nghề nghiệp của họ.

Tuy nhiên, vẫn có một bộ phận sinh viên, chiếm 30% (tương đương 45 sinh viên), cho rằng xây dựng thương hiệu cá nhân là yếu tố “cần thiết” nhưng chưa thực sự tự tin trong việc ứng dụng vào thực tế. Điều này chỉ ra rằng mặc dù sinh viên nhận thức được giá trị của thương hiệu cá nhân, nhưng họ vẫn thiếu các kỹ năng thực hành cần thiết để chuyển hóa nhận thức thành hành động cụ thể. Sự thiếu tự tin này có thể xuất phát từ nhiều nguyên nhân, như thiếu kinh nghiệm thực tế, thiếu cơ hội để thử nghiệm các chiến lược thương hiệu cá nhân, hoặc chưa được trang bị đầy đủ các kỹ năng thực tế như xây dựng hồ sơ cá nhân trực tuyến, tạo dựng mối quan hệ chuyên nghiệp, hay tự quảng bá thông qua các nền tảng mạng xã hội.

Một vấn đề đáng chú ý là 13,3% sinh viên (tương đương 20 sinh viên) đánh giá mức độ quan trọng của việc xây dựng thương hiệu cá nhân là “bình thường”, điều này cho thấy sự thiếu hụt trong nhận thức của một bộ phận sinh viên. Họ có thể chưa hiểu rõ tầm quan trọng của thương hiệu cá nhân hoặc chưa thấy được lợi ích cụ thể từ việc xây dựng thương hiệu cá nhân đối với sự nghiệp. Đây là một vấn đề cần được chú trọng trong việc cải thiện nhận thức của sinh viên về thương hiệu cá nhân, bởi trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh gay gắt, việc thiếu đi một thương hiệu cá nhân mạnh mẽ sẽ khiến sinh viên gặp khó khăn trong việc tạo dựng và duy trì cơ hội nghề nghiệp.

Đặc biệt, 4% sinh viên (tương đương 6 sinh viên) không coi trọng việc xây dựng thương hiệu cá nhân và 2,7% sinh viên (tương đương 4 sinh viên) cho rằng vấn đề này là “ít cần thiết”. Đây là một con số đáng báo động vì nó cho thấy một bộ phận sinh viên chưa nhận thức được rằng thương hiệu cá nhân không chỉ giúp cá nhân khẳng định vị thế mà còn là yếu tố quan trọng trong việc phát triển sự nghiệp. Có thể họ chưa được tiếp cận đúng đắn với những kiến thức về xây dựng thương hiệu cá nhân, hoặc thiếu động lực để thay đổi quan điểm về vấn đề này.

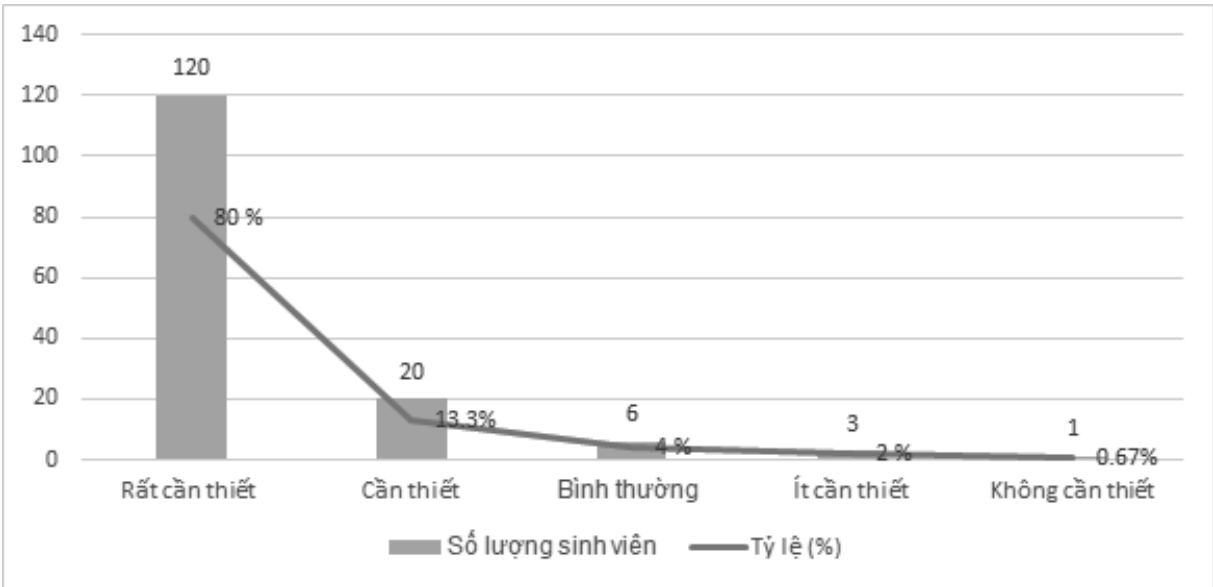
Từ kết quả khảo sát này, có thể thấy rằng việc cải thiện nhận thức và kỹ năng xây dựng thương hiệu cá nhân cho sinh viên là một nhiệm vụ quan trọng và cấp thiết. Để làm được điều này, cần phải bổ sung các

hoạt động thực tế vào chương trình học, giúp sinh viên không chỉ hiểu lý thuyết mà còn có thể áp dụng kiến thức vào thực tế. Các hoạt động như hội thảo, tư vấn nghề nghiệp, các buổi chia sẻ kinh nghiệm từ các chuyên gia trong ngành, và các chương trình thực tập sẽ giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng thực tiễn cần thiết. Bên cạnh đó, việc tổ chức các lớp học chuyên sâu về kỹ năng xây dựng thương hiệu cá nhân và sử dụng các nền tảng số để phát triển hình ảnh cá nhân cũng sẽ giúp sinh viên tự tin hơn trong việc quảng bá thương hiệu cá nhân của mình. Kết quả khảo sát cũng cho thấy sinh viên của Viện QTKD đã nhận thức được phần nào tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu cá nhân, tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận chưa hoàn toàn hiểu rõ hoặc chưa có đủ tự tin để áp dụng kiến thức vào thực tế. Do đó, việc cải thiện phương pháp giảng dạy, kết hợp lý thuyết và thực hành, tạo ra nhiều cơ hội để sinh viên thực sự trải nghiệm và thực hành sẽ giúp nâng cao hiệu quả đào tạo và giúp sinh viên xây dựng thương hiệu cá nhân vững mạnh, mở ra nhiều cơ hội nghề nghiệp trong tương lai.

Nhận thức của sinh viên trong tư duy xây dựng thương hiệu tổ chức.

Học phần QTTH tại FBU đóng vai trò quan trọng trong việc trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng cần thiết để xây dựng và phát triển thương hiệu tổ chức trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt của thị trường toàn cầu.

Hình 2: Nhận thức của sinh viên Viện QTKD, FBU trong tư duy xây dựng thương hiệu tổ chức



(Nguồn: Theo kết quả khảo sát của tác giả)

Theo kết quả khảo sát 150 sinh viên Viện QTKD về nhận thức đối với thương hiệu tổ chức, 80% sinh viên (tương đương 120 sinh viên) đánh giá việc xây dựng thương hiệu tổ chức là “rất cần thiết”. Điều này phản ánh sự nhận thức sâu sắc của sinh viên về tầm quan trọng của thương hiệu trong môi trường kinh doanh hiện đại, đặc biệt là trong bối cảnh nền kinh tế số đang phát triển mạnh mẽ. Thương hiệu tổ chức đóng vai trò không chỉ trong việc duy trì mối quan hệ khách hàng mà còn trong việc củng cố giá trị cốt lõi của tổ chức, xây dựng lòng tin và sự nhận diện từ công chúng. Trong thời đại công nghệ thông tin bùng nổ và sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, thương hiệu tổ chức không chỉ là một yếu tố quyết định sự tồn tại mà còn là công cụ chiến lược quan trọng giúp các doanh nghiệp tạo ra sự khác biệt và chiếm lĩnh thị trường.

Những sinh viên này cho thấy rằng học phần QTHH đã cung cấp cho họ kiến thức vững chắc về quy trình xây dựng và phát triển thương hiệu tổ chức, đồng thời giúp họ nhận ra rằng thương hiệu không phải chỉ là một logo hay một chiến dịch quảng cáo mà là một hệ thống giá trị và cam kết lâu dài với khách hàng và cộng đồng. Tỷ lệ 80% này cho thấy sinh viên đã nhận thức đầy đủ về sự quan trọng của việc quản lý thương hiệu tổ chức, đồng thời là dấu hiệu cho thấy hiệu quả rõ ràng trong việc ứng dụng lý thuyết vào thực tế trong việc hình thành tư duy chiến lược.

Tuy nhiên, vẫn còn 13,33% sinh viên (tương đương 20 sinh viên) cho rằng thương hiệu tổ chức là “cần thiết”, điều này cho thấy một bộ phận sinh viên chưa thấu hiểu hoàn toàn mức độ quan trọng của thương hiệu tổ chức trong bối cảnh kinh tế số. Mặc dù họ đánh giá thương hiệu tổ chức

là cần thiết nhưng có thể do họ thiếu những trải nghiệm thực tế hoặc chưa nhận thức được rằng việc QTHH không chỉ liên quan đến các hoạt động quảng bá mà còn bao hàm các chiến lược phát triển dài hạn. Lý do này có thể xuất phát từ sự thiếu kết nối giữa lý thuyết và thực hành trong quá trình học, đặc biệt là khi sinh viên chưa được trải nghiệm trong các tình huống thực tế liên quan đến thương hiệu. Chưa đầy đủ nhận thức này có thể khiến sinh viên gặp khó khăn trong việc ứng dụng các kiến thức về thương hiệu tổ chức vào công việc thực tế khi ra trường.

Thậm chí, chỉ một tỉ lệ nhỏ sinh viên coi việc xây dựng thương hiệu tổ chức là “bình thường” (5%) hoặc “ít cần thiết” (1%). Những sinh viên này có thể chưa nhận thấy rõ được mối liên hệ giữa thương hiệu tổ chức và sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Họ có thể chưa được tiếp xúc với các trường hợp thực tế hoặc chưa hiểu sâu về cách thương hiệu tổ chức có thể tạo ra giá trị trong việc duy trì lợi thế cạnh tranh. Đây là một tín hiệu cho thấy các hoạt động giảng dạy trong học phần QTHH có thể cần phải được điều chỉnh và tăng cường thêm trải nghiệm thực tế, từ đó giúp sinh viên nhận thức rõ hơn về các yếu tố quyết định sự thành công trong việc quản lý thương hiệu.

Điều đáng chú ý là kết quả khảo sát cho thấy học phần QTHH đã có tác động rõ rệt trong việc hình thành tư duy chiến lược của sinh viên. Chỉ một tỉ lệ nhỏ sinh viên còn coi việc xây dựng thương hiệu tổ chức là “ít cần thiết” hoặc “bình thường”, điều này chứng tỏ rằng phần lớn sinh viên đã được giáo dục

đúng đắn về giá trị của thương hiệu tổ chức và nhận thức được tầm quan trọng của nó trong việc duy trì sự phát triển lâu dài. Tuy nhiên, để tối ưu hóa kết quả giảng dạy các giảng viên cần tiếp tục tích hợp các phương pháp học tập thực tiễn, các tình huống mô phỏng thực tế và các chiến lược thương hiệu trong các môn học liên quan, giúp sinh viên không chỉ hiểu lý thuyết mà còn có thể vận dụng chúng một cách hiệu quả trong công việc sau khi ra trường.

Học phần QTHH đã giúp sinh viên không chỉ hiểu được các lý thuyết về thương hiệu tổ chức mà còn tạo ra tư duy chiến lược để áp dụng vào các tình huống thực tế. Tuy nhiên, để cải thiện nhận thức và sự tự tin của sinh viên trong việc quản lý thương hiệu tổ chức, cần có sự kết hợp chặt chẽ hơn nữa giữa lý thuyết và thực hành, tạo cơ hội cho sinh viên tham gia các dự án thực tế, hội thảo chuyên đề và các chương trình đào tạo liên quan đến thương hiệu tổ chức, giúp sinh viên có cái nhìn sâu sắc và ứng dụng linh hoạt hơn trong môi trường công việc.

2.3. Thực trạng mục tiêu và chuẩn đầu ra đạt được trong tư duy xây dựng thương hiệu cá nhân, tổ chức của sinh viên Viện QTKD, FBU thông qua giảng dạy học phần QTHH

2.3.1. Thực trạng mục tiêu

Tại đây tác giả tiến hành cho sinh viên tự đánh giá về mục tiêu đạt được trong tư duy xây dựng thương hiệu cá nhân, tổ chức sau khi hoàn thiện học phần QTHH. Các tiêu chí đánh giá mục tiêu học phần QTHH được thể hiện ở bảng 1 theo đề cương chi tiết học phần QTHH (2022), Viện QTKD, FBU.

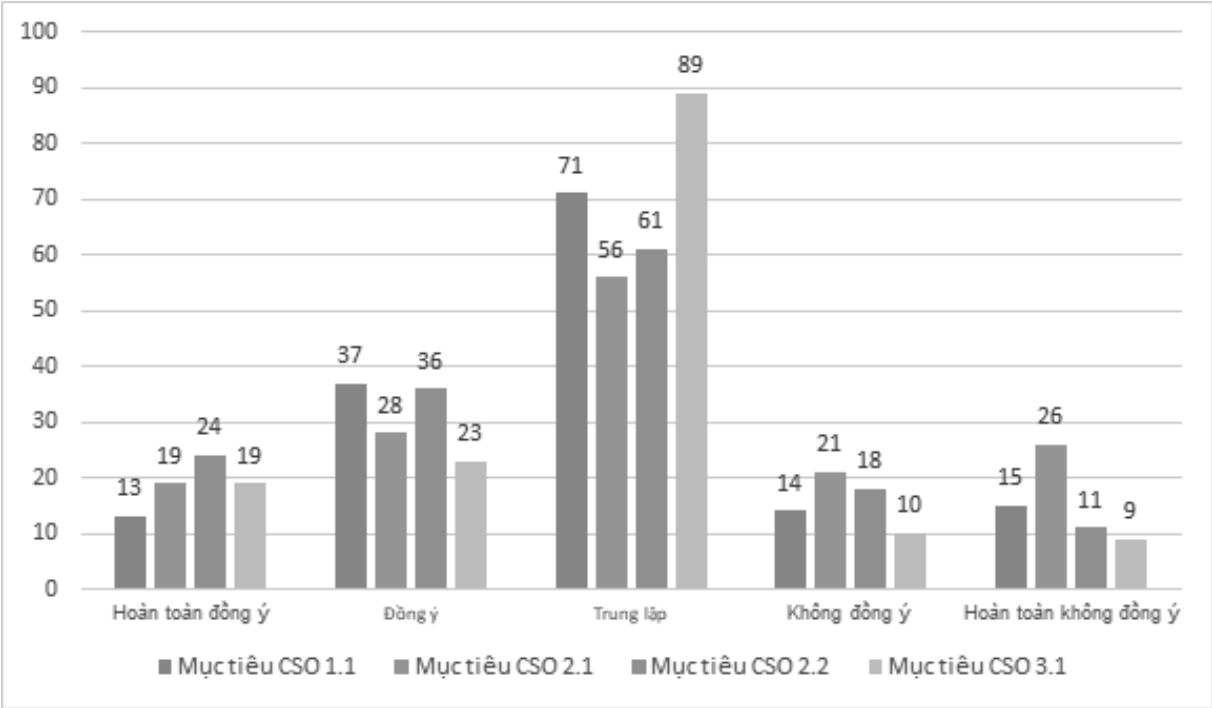
Bảng 1: Mục tiêu học phần QTTH, Viện QTKD, FBU

Mục tiêu học phần	Mô tả mục tiêu học phần Học phần nhằm cung cấp cho người học:
CSO 1.1	Kiến thức về thương hiệu, quy trình xây dựng thương hiệu, tài sản thương hiệu, công tác đăng ký bảo hộ thương hiệu, các chiến lược phát triển và khai thác thương hiệu
CSO 2.1	Khả năng phân tích và hiện thực hóa quy trình xây dựng và quảng bá thương hiệu cho các doanh nghiệp
CSO 2.2	Kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình, kỹ năng tìm kiếm, tổng hợp phân tích và đánh giá thông tin, kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc
CSO 3.1	Trách nhiệm, uy tín, đạo đức trong xây dựng và quảng bá thương hiệu, có tác phong chuyên nghiệp của nhà QTTH, thái độ lịch thiệp, chuẩn mực với khách hàng và công chúng

(Nguồn: Theo đề cương chi tiết học phần QTTH (2022), FBU)

Từ các mục tiêu đạt được của sinh viên Viện QTKD, FBU thông qua giảng dạy học phần QTTH trên tác giả đã phân tích thực trạng mục tiêu đạt được qua thang đo likert 5 mức độ của sinh viên sau khi kết thúc học phần so với áp dụng thực tế.

Hình 3: Kết quả mục tiêu đạt được của sinh viên sau khi kết thúc học phần QTTH



(Nguồn: Theo kết quả khảo sát của tác giả)

Kết quả khảo sát 150 sinh viên về mức độ đạt được các mục tiêu (CSO) trong học phần QTTT cho thấy có sự chênh lệch đáng kể giữa nhận thức lý thuyết và khả năng vận dụng thực tiễn. Cụ thể:

Mục tiêu CSO 1.1 - Kiến thức về thương hiệu, quy trình xây dựng thương hiệu, tài sản thương hiệu, công tác đăng ký bảo hộ thương hiệu, các chiến lược phát triển và khai thác thương hiệu. Phản hồi tích cực gồm 13 sinh viên hoàn toàn đồng ý (8,7%) và 37 sinh viên đồng ý (24,7%), tổng cộng 50 sinh viên (33,4%). Đây là tỉ lệ khá tích cực, cho thấy phần lớn sinh viên có nhận thức tốt về việc mục tiêu này đã được thể hiện trong nội dung học phần. Tuy nhiên, số lượng sinh viên chọn trung lập vẫn chiếm gần một nửa - 71 sinh viên (47,3%). Điều này cho thấy, mặc dù mục tiêu đã được tiếp cận nhưng mức độ thể hiện chưa đủ rõ ràng hoặc chưa gắn liền với minh chứng cụ thể trong học liệu và hoạt động lớp học. Đáng chú ý, vẫn có 14 sinh viên không đồng ý (9,3%) và 15 sinh viên hoàn toàn không đồng ý (10%), cho thấy cần có sự điều chỉnh, tăng cường tính trực quan và thực tiễn của nội dung gắn với mục tiêu này.

Mục tiêu CSO 2.1 - Khả năng phân tích và hiện thực hóa quy trình xây dựng và quảng bá thương hiệu cho doanh nghiệp. Mức độ đồng thuận tích cực gồm 19 sinh viên hoàn toàn đồng ý (12,7%) và 28 sinh viên đồng ý (18,7%), tổng cộng 47 sinh viên (31,4%). Tuy nhiên, có đến 56 sinh viên (37,3%) chọn trung lập, phản ánh một mức độ nhận diện chưa thực sự rõ ràng trong cách thức triển khai CSO này. Đặc biệt, tổng cộng 47 sinh viên (31,3%) phản hồi không đồng

thuận (21 không đồng ý - 14%, và 26 hoàn toàn không đồng ý - 17,3%). Đây là con số đáng lưu ý, cho thấy nội dung giảng dạy hoặc các hoạt động học tập chưa đủ hiệu quả để sinh viên cảm thấy rằng họ có thể áp dụng kiến thức vào thực tế. Việc thiết kế các tình huống mô phỏng, case study hoặc dự án thực hành sẽ là hướng cần đẩy mạnh trong tương lai để cải thiện mục tiêu này.

Mục tiêu CSO 2.2 - Kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình, tìm kiếm, tổng hợp phân tích và đánh giá thông tin, kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc. Mục tiêu này có tỉ lệ đồng thuận tích cực cao nhất, với 24 sinh viên hoàn toàn đồng ý (16%) và 36 sinh viên đồng ý (24%), tổng cộng 60 sinh viên (40%). Đây là dấu hiệu tích cực cho thấy sinh viên cảm nhận rõ ràng hơn về các năng lực cụ thể được rèn luyện thông qua học phần. Tuy nhiên, vẫn có 61 sinh viên (40,7%) chọn mức trung lập - cho thấy một bộ phận lớn người học chưa đủ chắc chắn về mức độ đạt được mục tiêu. Phản hồi tiêu cực gồm 18 sinh viên không đồng ý (12%) và 11 sinh viên hoàn toàn không đồng ý (7,3%), tổng cộng 19,3%. Để tăng tỉ lệ đồng thuận, có thể cần làm rõ hơn mối liên hệ giữa nội dung giảng dạy và công cụ phân tích thương hiệu, đồng thời tăng cường các ví dụ thực tiễn và bài tập phân tích thực tế.

Mục tiêu CSO 3.1 - Trách nhiệm, uy tín, đạo đức trong xây dựng và quảng bá thương hiệu, tác phong chuyên nghiệp, thái độ chuẩn mực với khách hàng và công chúng. Đây là mục tiêu có mức trung lập cao nhất với 89 sinh viên (59,3%), phản ánh mức độ mơ hồ lớn trong nhận thức của người học. Phản hồi tích cực gồm 19 sinh viên hoàn toàn đồng

ý (12,7%) và 23 sinh viên đồng ý (15,3%), tổng cộng 28%. Điều này cho thấy, dù mục tiêu rất quan trọng nhưng chưa được triển khai rõ ràng trong quá trình học. Phản hồi không đồng thuận khá thấp, cụ thể: 10 sinh viên không đồng ý (6,7%) và 9 sinh viên hoàn toàn không đồng ý (6%), tổng cộng (12,7%). Tuy nhiên con số này không đủ bù đắp cho tỉ lệ trung lập quá lớn. Có thể khẳng định rằng đây là mục tiêu cần được ưu tiên cải thiện, bằng cách tích hợp nhiều hơn các tình huống chiến lược, thảo luận nhóm phản biện và ra quyết định trong lớp học.

Kết quả khảo sát phản ánh rằng sinh viên đã bước đầu tiếp cận được kiến thức nền về thương hiệu và kỹ năng cơ bản, song mức độ đạt được các chuẩn đầu ra còn thiếu tính đồng đều và sâu sắc. Chương trình học cần cải thiện kết hợp chặt chẽ giữa giảng dạy

lý thuyết và tình huống thực tế. Bên cạnh đó, việc đánh giá năng lực sinh viên nên linh hoạt, đa dạng hơn, thay vì chỉ tập trung vào bài kiểm tra hoặc thuyết trình cuối kỳ. Cuối cùng, cần đẩy mạnh các hoạt động thực tập, kết nối doanh nghiệp, mời chuyên gia và tổ chức mô phỏng tình huống để rèn luyện phẩm chất đạo đức, tư duy chiến lược và năng lực thực hành cho sinh viên trong bối cảnh số hóa và thị trường lao động cạnh tranh cao.

2.3.2. Thực trạng chuẩn đầu ra

Các tiêu chí đánh giá chuẩn đầu ra của sinh viên Viện QTKD, FBU theo đề cương chi tiết học phần QTTH (2022) được thể hiện rõ theo bảng 2 dưới đây. Từ đó, tác giả đã phân tích được số liệu đánh giá thực trạng chuẩn đầu ra đạt được của sinh viên Viện QTKD, FBU.

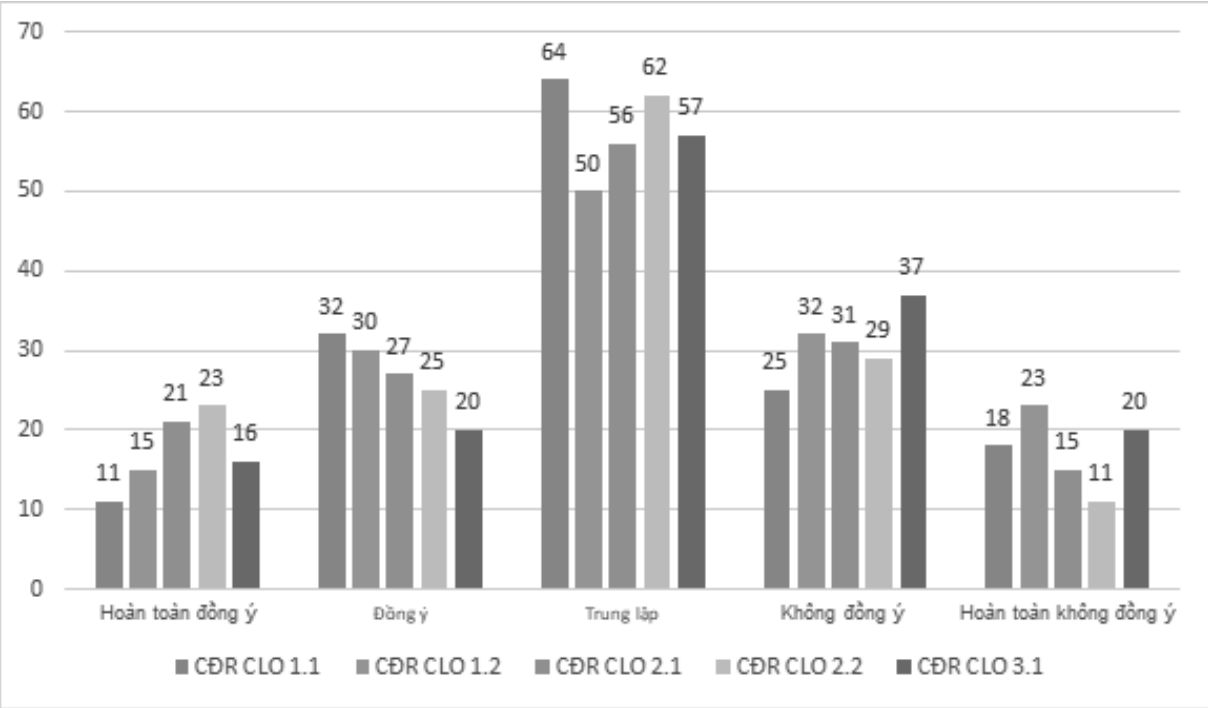
Bảng 2: Chuẩn đầu ra của học phần QTTH, Viện QTKD, FBU

Mục tiêu học phần	CĐR học phần	Mô tả chuẩn đầu ra học phần Hoàn thành học phần này, người học thực hiện được:	CĐR của CTĐT	Mức độ
CĐR về kiến thức:				
CSO 1.2	CLO 1.1	Giải thích được các nội dung cơ bản về thương hiệu và QTTH của tổ chức, quy trình xây dựng và quảng bá thương hiệu	PLO1.3	3
	CLO1.2	Vận dụng kiến thức để giải quyết các vấn đề liên quan đến QTTH của một tổ chức, từ công tác đăng ký bảo hộ đến các chiến lược phát triển và khai thác thương hiệu	PLO1.5	3
CĐR về kỹ năng:				
CSO 2.2	CLO 2.1	Tổng hợp thông tin phục vụ cho việc ra quyết định liên quan đến hoạt động QTTH của một tổ chức	PLO2.4	3
CSO2.3	CLO2.2	Thực hiện kỹ năng thuyết trình, giao tiếp và làm việc nhóm hiệu quả	PLO2.3	3

Mục tiêu học phần	CĐR học phần	Mô tả chuẩn đầu ra học phần Hoàn thành học phần này, người học thực hiện được:	CĐR của CTĐT	Mức độ
CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm:				
CSO 3.1	CLO 3.1	Hoàn thành chiến lược xây dựng và quảng bá thương hiệu đúng thời hạn; hình thành tác phong chuyên nghiệp của nhà QTTH; thể hiện thái độ lịch thiệp, chuẩn mực với khách hàng và công chúng	PLO3.1	3

(Nguồn: Theo đề cương chi tiết học phần QTTH (2022), FBU)

Hình 4: Kết quả chuẩn đầu ra đạt được của sinh viên sau khi kết thúc học phần QTTH



(Nguồn: Theo kết quả khảo sát của tác giả)

Kết quả khảo sát đối với 5 chuẩn đầu ra (CLO) của học phần QTTH đã phản ánh một bức tranh tương đối phức tạp với sự phân hóa rõ rệt trong mức độ cảm nhận của người học về việc đạt được các mục tiêu đào tạo. Nhìn chung, mức phản hồi trung lập chiếm tỷ trọng lớn nhất ở tất cả các chuẩn đầu ra. Mức phản hồi trung lập chiếm tỷ trọng lớn nhất ở tất cả các CLO, phản ánh rõ sự do dự hoặc thiếu căn cứ rõ ràng từ phía sinh viên khi tự đánh giá mức độ đạt chuẩn. Cụ thể:

CLO 1.1 - Giải thích được các nội dung cơ bản về thương hiệu và QTTH của tổ chức, quy trình xây dựng và quảng bá thương hiệu. Chuẩn này ghi nhận số lượng phản hồi trung lập cao nhất trong toàn bộ khảo sát, với 64 sinh viên (42,7%) lựa chọn mức trung lập.

Có 32 sinh viên (21,3%) đồng ý và 11 sinh viên (7,3%) hoàn toàn đồng ý, nâng tổng số người học đánh giá tích cực lên 43 sinh viên (28,7%). Ngược lại, 24 sinh viên (16%) không đồng ý và 19 sinh viên (12,7%) hoàn toàn không đồng ý, tổng cộng 43 sinh viên (28,7%) không đồng thuận. Như vậy, mức độ đồng thuận và không đồng thuận tại CLO 1.1 là tương đương nhau, phản ánh sự phân hóa rõ rệt trong cảm nhận của sinh viên. Sự lưỡng lự thể hiện qua tỉ lệ trung lập rất cao gợi ý rằng chuẩn đầu ra này có thể đang thiếu minh chứng cụ thể trong quá trình giảng dạy hoặc đánh giá, khiến sinh viên không rõ mình đã đạt hay chưa.

CLO 1.2 - *Vận dụng kiến thức để giải quyết các vấn đề liên quan đến QTTH của một tổ chức, từ công tác đăng ký bảo hộ đến các chiến lược phát triển và khai thác thương hiệu.* Tương tự CLO 1.1, chuẩn 1.2 cũng ghi nhận tỉ lệ trung lập khá cao với 50 sinh viên (33,3%). Tuy nhiên, đáng chú ý hơn là số lượng sinh viên không đồng thuận chiếm tới 49 người (32,7%) gồm 31 sinh viên (20,7%) không đồng ý và 18 sinh viên (12%) hoàn toàn không đồng ý. Số sinh viên đồng ý là 20 (13,3%) và hoàn toàn đồng ý là 16 (10,7%), tổng cộng chỉ 36 sinh viên (24%) đánh giá tích cực. Đây là một trong những CLO có mức độ không đồng thuận vượt trội so với đồng thuận. Điều này có thể cho thấy rằng nội dung liên quan đến CLO 1.2 chưa được trình bày hoặc áp dụng một cách hiệu quả, dẫn đến cảm nhận tiêu cực từ sinh viên. Việc rà soát lại tính phù hợp của CLO này trong chương trình giảng dạy là cần thiết.

CLO 2.1 - *Tổng hợp thông tin phục vụ cho việc ra quyết định liên quan đến hoạt động QTTH của một tổ chức.* CLO 2.1 có tỉ lệ sinh viên lựa chọn trung lập khá cao là 62 người (41,3%), chỉ đứng sau CLO 1.1. Mức độ đồng thuận gồm 27 sinh viên đồng ý (18%) và 12 sinh viên hoàn toàn đồng ý (8%), tổng cộng 39 sinh viên (26%) đánh giá tích cực. Trong khi đó, 30 sinh viên (20%) không đồng ý và 19 sinh viên (12,7%) hoàn toàn không đồng ý, tổng cộng 49 sinh viên (32,7%) không đồng thuận. Dữ liệu cho thấy CLO 2.1 cũng đang gặp khó khăn trong việc tạo dựng sự rõ ràng và nhất quán về năng lực mà chuẩn đầu ra này hướng đến. Khoảng cách giữa nhóm đồng thuận và không đồng thuận khá lớn, cho thấy cần xem xét lại phương pháp giảng dạy và đánh giá năng lực cụ thể gắn với CLO này.

CLO 2.2 - *Thực hiện kỹ năng thuyết trình, giao tiếp và làm việc nhóm hiệu quả.* Đây là CLO có mức độ đồng thuận tích cực cao nhất trong toàn bộ khảo sát, với tổng cộng 48 sinh viên (32%) đánh giá tích cực gồm 25 sinh viên đồng ý (16,7%) và 23 sinh viên hoàn toàn đồng ý (15,3%). Mức trung lập là 52 sinh viên (34,7%), vẫn chiếm tỷ trọng lớn. Trong khi đó, số sinh viên không đồng thuận chỉ là 13 (8,7%). Kết quả này cho thấy CLO 2.2 là một điểm sáng tương đối, phản ánh rằng các hoạt động dạy và học liên quan đến chuẩn đầu ra này có thể đang được triển khai hiệu quả hơn các CLO khác. Tuy nhiên, vẫn còn hơn một phần ba sinh viên trung lập, cho thấy vẫn cần củng cố thêm cách thức làm nổi bật mối liên hệ giữa CLO và

trải nghiệm học tập thực tế.

CLO 3.1 - *Hoàn thành chiến lược xây dựng và quảng bá thương hiệu đúng thời hạn; hình thành tác phong chuyên nghiệp của nhà QTTT; thể hiện thái độ lịch thiệp, chuẩn mực với khách hàng và công chúng.* CLO 3.1 là chuẩn đầu ra ghi nhận mức độ không đồng thuận cao nhất trong khảo sát, với 37 sinh viên không đồng ý (24,7%) và 20 sinh viên hoàn toàn không đồng ý (13,3%), tổng cộng 57 sinh viên (38%). Số sinh viên đồng thuận tích cực chỉ là 26 người (17,3%), trong khi có đến 55 sinh viên (36,7%) chọn trung lập. Tỷ lệ phản hồi tiêu cực cao này đặt ra vấn đề đáng lo ngại, đặc biệt khi CLO 3.1 thường gắn với năng lực tư duy phản biện, phân tích chiến lược - những kỹ năng bậc cao, khó triển khai nếu phương pháp giảng dạy chủ yếu vẫn thiên về lý thuyết. Dữ liệu này cho thấy sự cần thiết phải đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng tăng cường tình huống thực tiễn, thảo luận nhóm, mô phỏng hoặc dự án để giúp sinh viên hình thành và thể hiện rõ ràng hơn năng lực mà CLO yêu cầu.

2.4. Những nhân tố ảnh hưởng tới tư duy xây dựng thương hiệu cho sinh viên Viện QTKD, FBU thông qua giảng dạy học phần QTTT

Tư duy xây dựng thương hiệu cho sinh viên Viện QTKD (FBU) chịu sự tác động từ nhiều yếu tố khác nhau. Những nhân tố này không chỉ liên quan đến chương trình giảng dạy mà còn đến môi trường học tập và sự hỗ trợ từ các cá nhân, tổ chức bên ngoài. Các yếu tố này đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành nhận thức và

kỹ năng xây dựng thương hiệu cá nhân và tổ chức cho sinh viên.

Một trong những nhân tố đầu tiên ảnh hưởng đến tư duy xây dựng thương hiệu của sinh viên là chất lượng của chương trình giảng dạy. Học phần QTTT tại FBU cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng về thương hiệu cá nhân và tổ chức. Tuy nhiên, để sinh viên có thể áp dụng hiệu quả những kiến thức này vào thực tiễn, nội dung giảng dạy cần được cập nhật liên tục và kết nối với các xu hướng mới trong ngành. Việc cung cấp những bài giảng thực tiễn, gần gũi với thực tế sẽ giúp sinh viên dễ dàng hình dung và hiểu rõ hơn về vai trò quan trọng của thương hiệu trong sự nghiệp cá nhân và tổ chức.

Phương pháp giảng dạy cũng là yếu tố không thể thiếu trong việc hình thành tư duy xây dựng thương hiệu. Các phương pháp giảng dạy sáng tạo, kết hợp lý thuyết và thực hành, thảo luận nhóm và các tình huống thực tế sẽ giúp sinh viên áp dụng những kiến thức học được vào các tình huống cụ thể. Việc sử dụng các case study thực tế hay mời các chuyên gia từ bên ngoài đến chia sẻ sẽ tạo cơ hội cho sinh viên được trải nghiệm và hiểu rõ hơn về cách thức xây dựng thương hiệu hiệu quả trong môi trường doanh nghiệp thực tế.

Bên cạnh đó, sự tham gia của giảng viên và sự hướng dẫn từ các chuyên gia trong ngành cũng có tác động rất lớn đến tư duy xây dựng thương hiệu của sinh viên. Các giảng viên giàu kinh nghiệm không chỉ giúp sinh viên hiểu được các nguyên lý cơ bản của QTTT mà còn truyền cảm hứng cho họ trong việc ứng dụng lý thuyết vào

thực tế. Các buổi hội thảo (seminar) và các chương trình đào tạo với sự tham gia của chuyên gia sẽ giúp sinh viên mở rộng tầm nhìn và áp dụng những chiến lược xây dựng thương hiệu trong môi trường cạnh tranh.

Môi trường học tập tại trường cũng đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển tư duy xây dựng thương hiệu của sinh viên. Các cơ sở vật chất, tài liệu học tập và các chương trình ngoại khóa như câu lạc bộ, hội nhóm là những yếu tố góp phần tạo dựng môi trường học tập thuận lợi cho sinh viên. Bên cạnh đó, sự hỗ trợ của nhà trường trong việc tổ chức các hoạt động trải nghiệm thực tế, chẳng hạn như các cuộc thi, chương trình thực tập hay dự án cộng đồng, sẽ giúp sinh viên nâng cao kỹ năng và kiến thức về thương hiệu cá nhân và tổ chức.

Sự tác động từ các yếu tố bên ngoài như vấn đề thay đổi trong thị trường lao động, sự phát triển của công nghệ và xu hướng số hóa cũng có ảnh hưởng sâu rộng đến tư duy xây dựng thương hiệu của sinh viên. Sinh viên cần được trang bị những kiến thức về thị trường lao động hiện đại và khả năng sử dụng công cụ số để xây dựng và phát triển thương hiệu cá nhân. Những yếu tố này sẽ giúp sinh viên nhận thức rõ hơn về tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu cá nhân và tổ chức trong việc tạo dựng cơ hội nghề nghiệp và thành công trong tương lai.

Tóm lại, tư duy xây dựng thương hiệu cho sinh viên Viện QTKD tại FBU được hình thành và phát triển thông qua nhiều yếu tố. Chương trình giảng dạy chất lượng, phương pháp giảng dạy sáng tạo, sự tham gia của giảng viên và chuyên gia, môi trường

học tập hỗ trợ và tác động từ yếu tố bên ngoài đều đóng vai trò quan trọng trong việc trang bị cho sinh viên các kỹ năng và kiến thức cần thiết để xây dựng thương hiệu cá nhân và tổ chức. Những yếu tố này tạo nền tảng vững chắc giúp sinh viên phát triển tư duy chiến lược về thương hiệu, từ đó nâng cao giá trị bản thân và gia tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động.

2.5. Giải pháp nâng cao tư duy xây dựng thương hiệu cho sinh viên Viện QTKD, FBU thông qua giảng dạy học phần QITH

Để nâng cao tư duy xây dựng thương hiệu cho sinh viên Viện Quản trị - Kinh doanh tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội (FBU) thông qua giảng dạy học phần QITH cần thực hiện một số giải pháp thiết thực và khoa học cả ở sinh viên và giảng viên giảng dạy.

Thứ nhất, chương trình giảng dạy học phần QITH cần được cập nhật và điều chỉnh liên tục. Điều đó giúp phản ánh kịp thời những xu hướng mới trong lĩnh vực QITH, đặc biệt là trong bối cảnh nền kinh tế số và sự thay đổi nhanh chóng của thị trường lao động. Nội dung học phần nên bao gồm các chủ đề như xây dựng thương hiệu cá nhân trên các nền tảng mạng xã hội, quản lý hình ảnh cá nhân và tổ chức trong môi trường số hóa, cũng như các chiến lược quản lý thương hiệu tổ chức trong bối cảnh toàn cầu hóa. Ngoài ra, cần đưa vào các bài giảng thực tế, chia sẻ từ các chuyên gia trong ngành, và nghiên cứu trường hợp để sinh viên có thể tiếp cận các mô hình thực tế.

Thứ 2, kết hợp giảng dạy giữa lý thuyết và thực hành. Giảng viên cần thiết kế bài giảng

sao cho sinh viên có thể tham gia vào các hoạt động thực tế như nghiên cứu các case study thực tế, tổ chức các dự án nhóm về xây dựng thương hiệu cá nhân và tổ chức, hay thảo luận các chiến lược thương hiệu của các công ty lớn. Các hoạt động này giúp sinh viên không chỉ hiểu mà còn có thể áp dụng các chiến lược xây dựng thương hiệu vào thực tế, từ đó phát triển tư duy chiến lược về thương hiệu.

Thứ 3, tổ chức các chương trình ngoại khóa, workshop, hay các cuộc thi xây dựng thương hiệu tạo ra môi trường học tập năng động và thực tế cho sinh viên. Các buổi hội thảo với sự tham gia của chuyên gia trong lĩnh vực thương hiệu, các chương trình thực tập tại các công ty hoặc tổ chức có chiến lược thương hiệu mạnh, và các hoạt động thực tế như việc xây dựng thương hiệu cho một tổ chức phi lợi nhuận hay dự án cộng đồng sẽ giúp sinh viên áp dụng kiến thức vào tình huống cụ thể. Những trải nghiệm này giúp sinh viên phát triển kỹ năng thực tế trong việc quản lý và phát triển thương hiệu cá nhân và tổ chức.

Thứ 4, sử dụng công nghệ số và các nền tảng trực tuyến. Vì vậy, giảng dạy về các công cụ số và nền tảng mạng xã hội như (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube) là rất cần thiết. Sinh viên cần được hướng dẫn cách sử dụng các công cụ này để xây dựng và phát triển thương hiệu cá nhân, từ việc tạo dựng hồ sơ chuyên nghiệp đến việc tạo dựng chiến lược nội dung hiệu quả. Ngoài ra, việc giảng dạy về SEO (Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm), content marketing và các chiến lược quảng bá thương hiệu trực tuyến cũng cần được

đưa vào chương trình học.

Thứ 5, trang bị thêm kỹ năng mềm như giao tiếp, đàm phán, quản lý thời gian, làm việc nhóm và kỹ năng lãnh đạo. Do đó, các chương trình giảng dạy cần kết hợp việc rèn luyện kỹ năng mềm với kiến thức chuyên môn, giúp sinh viên không chỉ hiểu về thương hiệu mà còn có khả năng thể hiện và phát triển thương hiệu cá nhân thông qua các hoạt động nghề nghiệp.

Thứ 6, thiết lập một hệ thống đánh giá và phản hồi thường xuyên. Sau mỗi bài giảng hoặc dự án nhóm, sinh viên cần nhận được phản hồi từ giảng viên và bạn bè về cách thức xây dựng và phát triển thương hiệu. Những phản hồi này không chỉ giúp sinh viên nhận thức được những điểm mạnh và điểm yếu của bản thân trong việc xây dựng thương hiệu mà còn cung cấp cơ hội để cải thiện và phát triển thêm các kỹ năng cần thiết.

Tác giả đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả giảng dạy, cải tiến phương pháp đào tạo, giúp sinh viên Viện Quản trị - Kinh doanh tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội (FBU) nâng cao tư duy phát triển thương hiệu cá nhân một cách chuyên nghiệp, tối ưu hóa lợi thế cạnh tranh trên thị trường lao động, từ đó tạo dựng nền tảng vững chắc cho sự nghiệp cá nhân và góp phần vào sự phát triển bền vững của tổ chức trong tương lai.

III. KẾT LUẬN

Qua nghiên cứu, có thể kết luận rằng học phần QTHH có vai trò quan trọng trong việc cung cấp cho sinh viên Viện QTKD tại FBU những kiến thức nền tảng về xây dựng

và quản lý thương hiệu. Học phần trang bị cho sinh viên các nguyên lý cơ bản trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân và tổ chức, từ đó giúp sinh viên có cái nhìn tổng quan về chiến lược thương hiệu trong môi trường kinh doanh hiện đại.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng mặc dù sinh viên có kiến thức lý thuyết về QTTH, họ vẫn gặp khó khăn trong việc áp dụng các kiến thức này vào thực tiễn, đặc biệt là khi xây dựng thương hiệu cá nhân và tổ chức. Sinh viên chưa được cung cấp đầy đủ các cơ hội để phát triển các kỹ năng thực hành, cũng như thiếu các tình huống thực tế để áp dụng các chiến lược xây dựng thương hiệu vào môi trường công việc sau khi ra trường. Điều này dẫn đến việc thiếu tự tin và kỹ năng khi thực hiện các chiến lược thương hiệu trong thực tế. Ngoài ra, kết quả khảo sát cũng cho thấy rằng các kỹ năng thực hành của sinh viên trong việc áp dụng kiến thức vào xây dựng thương hiệu cá nhân và tổ chức còn hạn chế. Mặc dù các sinh viên có thể nắm bắt được các lý thuyết cơ bản, nhưng họ thiếu sự kết nối giữa lý thuyết và thực hành trong các tình huống thực tế. Điều này phản ánh một khoảng trống trong quá trình giảng dạy, khi mà sinh viên không được tiếp xúc đủ với các tình huống mô phỏng hay các dự án thực tế để rèn luyện khả năng giải quyết vấn đề trong quản lý thương hiệu.

Để khắc phục tình trạng này, cần phải có những cải tiến trong phương pháp giảng dạy, đặc biệt là việc tạo ra nhiều cơ hội cho sinh viên tham gia vào các dự án thực tế hoặc các tình huống mô phỏng về xây dựng thương hiệu. Việc này sẽ giúp sinh viên phát triển các kỹ năng giải quyết vấn đề, tư duy chiến lược và tự tin hơn khi áp dụng các chiến lược thương hiệu vào thực tiễn. Chỉ khi đó, sinh viên mới có thể phát huy tối đa khả năng của mình trong việc ứng dụng QTTH vào môi trường kinh doanh thực tế.

Tài liệu tham khảo

1. Montoya, P., & Vandehey, T. (2008), *"The Brand Called You: The Ultimate Brand-Building and Business Development Handbook to Transform Anyone into an Indispensable Personal Brand"*, McGraw-Hill.
2. Hearn, A. (2008), *"The Brand You 50: The World's Most Innovative Marketing Leaders Reveal the Secrets to Personal Branding"*, Hachette Books.
3. Nguyễn Đình Thọ, & Nguyễn Thị Mai Trang (2011), *"Nghiên cứu hành vi người tiêu dùng Việt Nam và ứng dụng vào marketing"*, NXB Thống kê.
4. Lê Thị Thanh Mai (2021), *"Khảo sát sinh viên Việt Nam về việc xây dựng thương hiệu cá nhân."* Hội thảo khoa học quốc gia về giáo dục.

ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI) VÀO CÔNG TÁC GIẢNG DẠY TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG HÀ NỘI

ThS. Nhữ Văn Hanh⁽¹⁾

ThS. Trịnh Xuân Tiến⁽²⁾

Tóm tắt: Bài nghiên cứu khoa học này đánh giá tác động của trí tuệ nhân tạo (AI) đối với công tác giảng dạy tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội. Thông qua việc đề xuất và đánh giá những lợi ích cũng như thách thức khi áp dụng AI trong nhà trường, bài nghiên cứu đề xuất những giải pháp tăng cường tính hiệu quả và khả thi trong việc ứng dụng AI vào quá trình giảng dạy tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

Từ khóa: Trí tuệ nhân tạo, giảng dạy, giáo dục đại học, AI trong giáo dục.

Abstract: This scientific research paper evaluates the impact of artificial intelligence (AI) on teaching at Hanoi University of Finance and Banking. Through proposing and evaluating the benefits and challenges of applying AI in schools, the paper proposes solutions to increase the effectiveness and feasibility of applying AI in the teaching process at Hanoi University of Finance and Banking.

Keywords: Artificial intelligence, teaching, higher education, AI in education.

Ngày nhận bài: 28/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 14/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

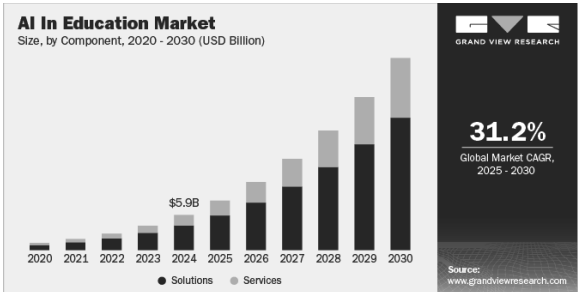
I. Giới thiệu

Trí tuệ nhân tạo (AI) đang trở thành công nghệ cốt lõi trong thời đại Cách mạng công nghiệp 4.0, tác động sâu rộng đến nhiều lĩnh vực, trong đó có giáo dục. AI không chỉ hỗ trợ tự động hóa nhiều quy trình mà còn mang lại những phương pháp giảng dạy mới, giúp nâng cao hiệu quả học tập và giảng dạy. Nhờ khả năng xử lý dữ liệu nhanh chóng và chính xác, AI có thể phân tích hành vi học tập, dự đoán kết quả và đề xuất lộ trình học tập cá nhân hóa cho từng sinh viên.

1. Phòng Tổ chức nhân sự, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

2. Phòng Quản lý Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

“Quy mô thị trường toàn cầu về trí tuệ nhân tạo trong giáo dục (AI trong giáo dục) được ước tính đạt 5,88 tỷ USD vào năm 2024 và dự kiến tăng trưởng với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) 31,2% trong giai đoạn 2025 đến 2030, đạt mốc 30 tỷ USD”.⁽¹⁾



“Nghiên cứu từ các trường đại học hàng đầu như Harvard, MIT và Wharton chỉ ra rằng việc sử dụng AI giúp người dùng hoàn thành công việc nhiều hơn (+12,2%), nhanh hơn (+25,1%) và với chất lượng cao hơn (+40%)”.⁽²⁾

Tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội (FBU), việc ứng dụng AI vào giảng dạy đang trở thành xu hướng tất yếu nhằm đáp ứng nhu cầu đổi mới giáo dục. AI có thể giúp giảng viên giảm bớt khối lượng công việc thông qua các hệ thống tự động hóa như chấm bài, đánh giá năng lực sinh viên và tạo ra nội dung giảng dạy linh hoạt. Đồng thời, AI còn tăng cường tương tác giữa giảng viên và sinh viên thông qua các nền tảng học tập thông minh, chatbot hỗ trợ học tập, hay hệ thống giảng dạy thích ứng.

Bài nghiên cứu này sẽ tập trung phân tích những lợi ích mà AI mang lại cho công tác giảng dạy tại FBU, như cá nhân hóa quá

trình học tập, tăng cường tính tương tác và nâng cao chất lượng đánh giá. Đồng thời, nghiên cứu cũng chỉ ra những thách thức và hạn chế trong quá trình triển khai AI, bao gồm yêu cầu về cơ sở hạ tầng, đào tạo giảng viên và bảo mật dữ liệu. Cuối cùng, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp giúp FBU áp dụng AI hiệu quả, tối ưu hóa chất lượng giáo dục và thích ứng với xu hướng chuyển đổi số trong giáo dục đại học.

II. LỢI ÍCH CỦA AI TRONG GIẢNG DẠY

Sự phát triển mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo (AI) đang tạo ra những thay đổi đáng kể trong giáo dục, đặc biệt là trong giảng dạy tại các trường đại học. AI mang lại nhiều lợi ích quan trọng, giúp nâng cao chất lượng đào tạo, tối ưu hóa quá trình học tập và hỗ trợ giảng viên trong công tác giảng dạy. Những lợi ích này bao gồm cá nhân hóa quá trình học tập, tăng cường tương tác giảng dạy, nâng cao hiệu quả đánh giá và cải thiện trải nghiệm học tập của sinh viên.

2.1. Cá nhân hóa quá trình học tập

Cá nhân hóa quá trình học tập là một trong những lợi ích nổi bật nhất của AI. Công nghệ này có thể phân tích dữ liệu học tập của sinh viên, từ đó đưa ra những đề xuất phù hợp với năng lực và phong cách học tập của từng cá nhân. Một số ứng dụng tiêu biểu của AI trong cá nhân hóa quá trình học tập bao gồm:

- Hệ thống AI đánh giá khả năng sinh viên: AI có thể thu thập và phân tích dữ liệu học tập của sinh viên thông qua các bài kiểm tra, bài tập và lịch sử học tập. Từ đó, hệ thống có thể đánh giá năng lực của từng

sinh viên và đề xuất nội dung học tập phù hợp. Một số hệ thống AI đánh giá khả năng sinh viên:

+ Gradescope (của Turnitin): Chức năng: Tự động chấm điểm bài thi trắc nghiệm, bài lập trình và hỗ trợ chấm điểm bài tự luận. Công nghệ AI: Sử dụng thị giác máy tính để đọc bài viết tay, học máy để phân loại câu trả lời, và đưa ra phản hồi nhanh. Lợi ích: Tiết kiệm thời gian chấm điểm cho giảng viên, đảm bảo tính công bằng và nhất quán.

+ Coursera Smart Grading: Chức năng: Chấm điểm bài luận và bài tập lập trình trong các khóa học trực tuyến. Công nghệ AI: NLP (Xử lý ngôn ngữ tự nhiên) để phân tích bài viết; hệ thống phát hiện đạo văn và đưa ra phản hồi tự động. Lợi ích: Tự động hóa quá trình đánh giá trong quy mô lớn với hàng nghìn sinh viên.

+ Knewton (nay thuộc vào Wiley): Chức năng: Đánh giá năng lực của người học và cá nhân hóa nội dung học tập. Công nghệ AI: Adaptive learning (học thích ứng), theo dõi dữ liệu học tập để xác định điểm mạnh, điểm yếu. Lợi ích: Giúp sinh viên học đúng nội dung phù hợp với trình độ hiện tại của họ.

- Tạo bài tập và bài kiểm tra thích ứng: AI có thể tự động thiết kế các bài tập và bài kiểm tra dựa trên trình độ hiện tại của sinh viên. Nếu một sinh viên gặp khó khăn với một chủ đề cụ thể, AI có thể cung cấp thêm bài tập bổ trợ để giúp họ hiểu sâu hơn. Một số hệ thống AI cụ thể giúp tạo bài tập và bài kiểm tra thích ứng:

+ Khan Academy (với nền tảng học thích ứng): Chức năng: Tự động điều

chỉnh bài tập dựa trên hiệu suất của sinh viên. Công nghệ AI: Phân tích dữ liệu tương tác, thuật toán thích ứng theo mô hình kiến thức của người học. Lợi ích: Cung cấp bài tập phù hợp với trình độ thực tế, không gây quá tải hoặc quá dễ.

+ Knewton Alta: Chức năng: Tạo nội dung và bài kiểm tra cá nhân hóa theo năng lực người học. Công nghệ AI: Adaptive learning + Analytics, theo dõi hành vi học tập để tạo bài tập theo thời gian thực. Lợi ích: Giúp sinh viên tập trung vào lỗ hổng kiến thức và cải thiện hiệu suất nhanh hơn.

+ Quizalize: Chức năng: Tạo bài kiểm tra thích ứng cho lớp học. Công nghệ AI: Phân tích phản hồi người học và tự động điều chỉnh độ khó của câu hỏi tiếp theo. Lợi ích: Giáo viên có thể theo dõi tiến độ học tập, phát hiện học sinh yếu kém để can thiệp kịp thời.

- Nền tảng học trực tuyến ứng dụng AI: Các nền tảng học tập như Coursera, Khan Academy và EdX sử dụng AI để cá nhân hóa lộ trình học tập, giúp sinh viên học theo tốc độ riêng và tập trung vào những phần kiến thức còn yếu.

- Hỗ trợ sinh viên có nhu cầu đặc biệt: AI có thể giúp sinh viên khuyết tật tiếp cận giáo dục dễ dàng hơn bằng cách cung cấp các công cụ hỗ trợ như nhận diện giọng nói, chuyển đổi văn bản thành giọng nói và hệ thống hướng dẫn học tập thông minh. Một số hệ thống AI cụ thể hỗ trợ sinh viên có nhu cầu đặc biệt:

+ Microsoft Immersive Reader: Đối tượng hỗ trợ: Học sinh/sinh viên bị rối loạn đọc (dyslexia), rối loạn tập trung (ADHD), hoặc có thị lực kém. Lợi ích: Giúp sinh viên

hiểu văn bản dễ hơn, cải thiện khả năng đọc hiểu và tập trung.

+ Seeing AI (Microsoft): Đối tượng hỗ trợ: Sinh viên khiếm thị hoặc thị lực yếu. Lợi ích: Giúp sinh viên khiếm thị tự học và tham gia lớp học độc lập hơn.

+ Voiceitt: Đối tượng hỗ trợ: Sinh viên có khó khăn trong phát âm do bại não, chấn thương não, Parkinson... Lợi ích: Giúp sinh viên giao tiếp với giảng viên và bạn học dễ dàng hơn.

2.2. Tăng cường tương tác giảng dạy

Một trong những thách thức lớn trong giáo dục truyền thống là việc duy trì sự tương tác hiệu quả giữa giảng viên và sinh viên. AI có thể giúp cải thiện điều này thông qua các công cụ hỗ trợ như chatbot, trợ lý ảo và hệ thống giảng dạy thông minh. Một số ứng dụng quan trọng bao gồm:

- Chatbot hỗ trợ sinh viên: Chatbot AI có thể giải đáp câu hỏi của sinh viên 24/7 về nội dung bài giảng, lịch học, tài liệu học tập và các vấn đề liên quan đến khóa học. Điều này giúp giảm tải áp lực cho giảng viên và đảm bảo sinh viên luôn có sự hỗ trợ khi cần. Một số hệ thống AI cụ thể:

+ Jill Watson (Georgia Tech): Trả lời nhanh các câu hỏi phổ biến của sinh viên. Giảm tải công việc cho giảng viên và trợ giảng thật.

+ Ivy.ai: Hỗ trợ hành chính, đăng ký lớp học, học phí, lịch học, tư vấn tài chính.

- Trợ lý ảo trong giảng dạy: Các trợ lý ảo như Google Assistant, Alexa hoặc các hệ thống chuyên biệt trong giáo dục có thể giúp giảng viên soạn bài giảng, tổ chức tài liệu và đề xuất phương pháp giảng dạy hiệu quả hơn.

- Hệ thống giảng dạy thích ứng: AI có thể theo dõi sự tiến bộ của sinh viên và điều chỉnh nội dung giảng dạy sao cho phù hợp với từng cá nhân, giúp giảng viên có thể tập trung vào các sinh viên cần hỗ trợ nhiều hơn. Một số hệ thống AI cụ thể:

+ Smart Sparrow: Nền tảng học thích ứng giúp giáo viên thiết kế bài giảng tương tác có khả năng phản hồi thông minh.

+ Knewton Alta: AI và học máy theo dõi hành vi học tập, phân tích điểm mạnh -điểm yếu.

- Mô phỏng và thực tế ảo: AI kết hợp với công nghệ thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR) có thể tạo ra môi trường học tập tương tác cao, giúp sinh viên trải nghiệm thực tế mà không cần rời khỏi lớp học. Một số hệ thống AI cụ thể:

+ ThingLink: Phù hợp với cả giảng viên và sinh viên để xây dựng tài liệu đa phương tiện;

+ Capsim (Capsule Simulation): Giúp sinh viên hiểu rõ mối quan hệ giữa các bộ phận trong doanh nghiệp và kết quả kinh doanh;

+ CESIM: Rèn kỹ năng phân tích tài chính, định giá, chiến lược kinh doanh trong môi trường quốc tế thực tế.

2.3. Nâng cao hiệu quả đánh giá

AI giúp cải thiện quá trình đánh giá kết quả học tập của sinh viên bằng cách cung cấp những công cụ tự động hóa, giảm thiểu sai sót và đảm bảo tính khách quan. Những ứng dụng quan trọng của AI trong đánh giá bao gồm:

- Chấm bài tự động: AI có thể chấm điểm các bài kiểm tra trắc nghiệm, bài luận và thậm chí là bài tập lập trình. Điều này

giúp giảng viên tiết kiệm thời gian và đảm bảo sự công bằng trong đánh giá. Một số hệ thống AI cụ thể:

+ Gradescope (by Turnitin): Nhận dạng chữ viết tay (OCR) trên bài nộp giấy. Nhóm các câu trả lời tương tự để chấm nhanh hàng loạt. Cho phép chấm bài lập trình tự động;

+ ETS e-rater® (dùng trong TOEFL & GRE): Chấm bài viết tiếng Anh học thuật.

- Phân tích và phản hồi chi tiết: Hệ thống AI có thể phân tích câu trả lời của sinh viên và cung cấp phản hồi chi tiết về những điểm mạnh và điểm yếu trong bài làm của họ, giúp họ cải thiện kỹ năng học tập. Một số hệ thống AI cụ thể:

+ Gradescope AI (by Turnitin): Nhận diện mẫu câu trả lời tương tự để gộp nhóm. Ghi chú, phản hồi trực tiếp lên từng phần câu trả lời;

+ FeedbackFruits -AI Feedback Tool: Phân tích độ rõ ràng, kết cấu bài viết, trọng tâm ý tưởng. Gợi ý cải thiện cách trích dẫn tài liệu, cấu trúc logic, diễn đạt ý.

- Dự đoán kết quả học tập: AI có thể phân tích dữ liệu học tập để dự đoán kết quả của sinh viên và đưa ra các biện pháp can thiệp sớm nhằm giúp sinh viên cải thiện hiệu suất học tập. Một số hệ thống AI cụ thể:

+ IBM Watson Education: Phân tích hành vi học tập, dữ liệu điểm, thói quen truy cập tài liệu. Dự đoán xác suất sinh viên đạt kết quả tốt, rớt môn hoặc cần can thiệp;

+ Microsoft Education Insights for Teams: Theo dõi tiến độ học tập, thời lượng tham gia lớp học online, số lần nộp bài tập... Dự đoán xu hướng điểm số hoặc

mức độ tham gia giảm;

- Đánh giá năng lực và đề xuất cải thiện: AI có thể theo dõi quá trình học tập của sinh viên và đề xuất các phương pháp học tập hiệu quả hơn, giúp họ nâng cao kỹ năng và kiến thức. Một số hệ thống AI cụ thể:

+ Smart Sparrow (Adaptive Learning Platform): Hệ thống AI theo dõi từng bước của sinh viên khi học và phân tích mức độ hiểu bài, tốc độ hoàn thành, cũng như các điểm mạnh/yếu của họ. Tự động nhận diện những nội dung mà sinh viên gặp khó khăn và đề xuất các phương pháp học tập cá nhân hóa, chẳng hạn như việc học lại các khái niệm chưa hiểu rõ hoặc áp dụng các dạng bài tập bổ sung;

+ DreamBox Learning (Adaptive Learning Platform): DreamBox sử dụng AI để theo dõi quá trình học tập của sinh viên trong thời gian thực, phân tích các bước đi của sinh viên qua mỗi bài học, từ đó xác định khu vực cần cải thiện. DreamBox điều chỉnh độ khó của bài tập, cách tiếp cận giảng dạy và cung cấp tài liệu học tùy thuộc vào khả năng và phong cách học của từng sinh viên.

2.4. Cải thiện trải nghiệm học tập của sinh viên

Việc sử dụng AI không chỉ giúp nâng cao hiệu quả giảng dạy mà còn cải thiện trải nghiệm học tập của sinh viên. Một số lợi ích quan trọng bao gồm:

- Học tập linh hoạt: AI giúp sinh viên có thể học tập mọi lúc, mọi nơi thông qua các nền tảng học trực tuyến và hệ thống hỗ trợ học tập thông minh.

- Giảm áp lực học tập: Các công cụ AI giúp sinh viên quản lý thời gian học tập hiệu

quả hơn, đề xuất lịch trình học tập hợp lý và cung cấp các phương pháp học tập phù hợp.

- Hỗ trợ học tập đa ngôn ngữ: AI có thể dịch tài liệu học tập sang nhiều ngôn ngữ khác nhau, giúp sinh viên quốc tế tiếp cận nội dung học tập dễ dàng hơn.

- Tạo động lực học tập: Các hệ thống học tập thông minh có thể sử dụng gamification (trò chơi hóa) để tạo động lực học tập cho sinh viên, giúp họ cảm thấy hứng thú và chủ động hơn trong quá trình học

III. THÁCH THỨC VÀ HẠN CHẾ

3.1. Thiếu cơ sở hạ tầng và nguồn lực

Việc triển khai AI trong giảng dạy đòi hỏi một hạ tầng công nghệ hiện đại, bao gồm máy chủ mạnh, phần mềm chuyên dụng và hệ thống lưu trữ dữ liệu hiệu quả. Tuy nhiên, ngân sách của Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội dành cho việc ứng dụng AI còn hạn chế, gặp khó khăn trong việc đầu tư vào hạ tầng này. Bên cạnh đó, AI cần một lượng dữ liệu lớn và chất lượng cao để hoạt động hiệu quả. Chi phí bảo trì, cập nhật phần mềm và nâng cấp hệ thống cũng là một trở ngại đáng kể, khiến Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội chưa thể ứng dụng AI một cách toàn diện.

Ngoài ra, việc triển khai AI đòi hỏi một đội ngũ chuyên gia kỹ thuật để vận hành và tối ưu hóa hệ thống. Đây cũng là khó khăn của Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội trong việc duy trì và nâng cao chất lượng giảng dạy bằng AI.

3.2. Yêu cầu đào tạo và tái đào tạo giảng viên

Việc áp dụng AI trong giảng dạy không chỉ yêu cầu một hạ tầng công nghệ vững chắc mà còn đòi hỏi giảng viên có kiến thức và kỹ năng sử dụng công nghệ này. Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội đã tổ chức “Hội thảo đào tạo chia sẻ ứng dụng về trí tuệ nhân tạo (AI)” tại buổi hội thảo nhiều giảng viên Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội chưa áp dụng AI vào việc giảng dạy mà chỉ sử dụng một các sơ khai.

Kết quả khảo sát lấy ý kiến phản hồi của người tham gia chương trình “Tập huấn đào tạo về AI và thực hành ứng dụng AI hiệu quả” năm 2025 của Phòng Công tác sinh viên và Phục vụ cộng đồng cho thấy:⁽³⁾

Ý kiến về rào cản khi sử dụng AI vào công việc:

♦ Thiếu kỹ năng và kiến thức nền tảng về AI “Không có kỹ năng để sử dụng AI một cách chuyên nghiệp hơn” “Chưa được đào tạo bài bản về cách sử dụng AI hiệu quả” “Chưa biết cách khai thác và sử dụng các tính năng của AI” “Thiếu kinh nghiệm và kỹ năng sử dụng AI” “Cách thức sử dụng chuyên sâu để tạo ra các câu lệnh phù hợp” ☞ Đây là nhóm rào cản cần được nhắc đến nhiều nhất.	♦ Khả năng kiểm soát và đánh giá thông tin do AI tạo ra “AI không biết từ chối và luôn trả lời kể cả đặt câu hỏi sai” “Tính xác thực của thông tin” “Lựa chọn thông tin phù hợp” “Kiểm soát và thẩm định thông tin” ☞ Thầy cô chưa hoàn toàn tin tưởng hoặc chưa biết cách đánh giá độ chính xác của thông tin do AI cung cấp.
--	---

♦ Hạn chế về công cụ, tính năng và chi phí “Chi phí sử dụng và duy trì các phần mềm AI cao cấp như ChatGPT Plus” “Bị hạn chế tính năng” “Phải mua phần mềm” 👉 Rào cản tài chính và quyền truy cập công cụ nâng cao là một khó khăn thực tế.	♦ Mức độ cá nhân hóa và tương tác chưa như mong đợi “Đôi khi chưa theo ý người dùng” “Đặt câu lệnh” (ngắn gọn - có thể hiểu là chưa biết đặt prompt hiệu quả) “Chưa khai thác hết” 👉 Cho thấy sự lúng túng khi tương tác với AI và chưa hiểu cách “ra lệnh” đúng cách để AI phản hồi tối ưu.
---	--

Đề xuất nâng cao hiệu quả áp dụng AI tại trường

Các ý kiến từ giảng viên được chia thành 5 nhóm chính:

♦ Tổ chức tập huấn chuyên sâu - thực hành nhiều hơn - Đề xuất tăng số lượng và chất lượng các buổi tập huấn, hướng tới: - Chủ đề chuyên sâu, gắn với chuyên môn từng ngành - Đào tạo kỹ năng sử dụng AI thực tế (đặt lệnh, sử dụng công cụ AI cụ thể) - Thực hành trực tiếp: soạn giáo án, tạo đề thi, đánh giá người học, nghiên cứu khoa học	♦ Hỗ trợ tài khoản AI có phí (như ChatGPT Plus) - Mua tài khoản dùng chung cho các đơn vị - Cấp quyền sử dụng bản Premium cho CBGV có nhu cầu cao - Lựa chọn phần mềm AI phù hợp nhất với đặc thù đào tạo
♦ Đầu tư cơ sở hạ tầng và hệ thống AI nội bộ - Xây dựng nền tảng AI ổn định trong hệ thống quản lý đào tạo và nghiên cứu - Nâng cấp máy chủ, phần mềm, công cụ hỗ trợ AI - Tích hợp AI vào hệ sinh thái số của nhà trường	♦ Xây dựng chính sách và hướng dẫn sử dụng AI - Soạn quy định cụ thể để: - Đảm bảo đạo đức học thuật, chống đạo văn - Bảo mật thông tin - Hướng dẫn thẩm định nội dung do AI tạo ra
♦ Thúc đẩy nghiên cứu, đổi mới phương pháp giảng dạy nhờ AI - Khuyến khích nghiên cứu đề tài ứng dụng AI trong chuyên ngành (kiểm toán, ngân hàng, giáo dục...) - Sử dụng AI để hỗ trợ sinh viên học chủ động - Tạo kho học liệu số hóa có tích hợp AI	

Nhà trường cần phải tổ chức các khóa học bồi dưỡng chuyên sâu về AI, giúp giảng viên hiểu cách thức AI hoạt động, cách sử dụng công cụ AI trong giảng dạy và cách đánh giá hiệu quả của AI đối với quá trình học tập của sinh viên.

Bên cạnh đó, AI liên tục phát triển, đòi hỏi giảng viên phải thường xuyên cập nhật kiến thức và kỹ năng mới. Việc tái đào tạo định kỳ là cần thiết để đảm bảo giảng viên luôn sẵn sàng áp dụng công nghệ AI một cách linh hoạt và hiệu quả.

3.3. Bảo mật dữ liệu và đạo đức AI

Một trong những thách thức lớn nhất khi triển khai AI tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội là vấn đề bảo mật dữ liệu. AI thu thập và phân tích một lượng lớn dữ liệu cá nhân của sinh viên, bao gồm kết quả học tập, hành vi học tập và thông tin cá nhân. Nếu không có các biện pháp bảo mật phù hợp, dữ liệu này có thể bị lạm dụng hoặc rò rỉ, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến quyền riêng tư của sinh viên.

Hơn nữa, AI cần đảm bảo tính công bằng và khách quan trong đánh giá sinh viên. Nếu AI không được lập trình và giám sát cẩn thận, có thể xảy ra tình trạng thiên vị hoặc đánh giá sai năng lực của sinh viên. Các hệ thống AI cũng có thể gặp lỗi hoặc đưa ra quyết định không chính xác, ảnh hưởng đến kết quả học tập và cơ hội phát triển của sinh viên.

Để khắc phục những thách thức này, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội cần xây dựng các quy định và chính sách nghiêm ngặt về bảo mật dữ liệu, đảm bảo rằng dữ liệu sinh viên được mã hóa và chỉ được sử dụng cho mục đích giáo dục. Đồng thời, cần có sự giám sát của con người để đảm bảo rằng AI hoạt động trong giới hạn an toàn, tuân thủ các nguyên tắc đạo đức và không gây ra những tác động tiêu cực đến sinh viên.

3.4. Sự phụ thuộc vào công nghệ và nguy cơ mất kết nối con người

Việc lạm dụng AI vào hoạt động dạy/học có thể dẫn đến tình trạng sinh viên và giảng viên phụ thuộc quá nhiều vào công nghệ, làm giảm tương tác trực tiếp trong quá trình học tập. Một số sinh viên có thể

trở nên thụ động hơn khi AI tự động hướng dẫn họ, thay vì chủ động tìm kiếm kiến thức và tương tác với giảng viên.

Bên cạnh đó, AI có thể thay đổi cách giảng dạy truyền thống, làm giảm sự kết nối cảm xúc giữa giảng viên và sinh viên. Trong một số trường hợp, giảng viên đóng vai trò không chỉ là người truyền đạt kiến thức mà còn là người truyền cảm hứng, định hướng và hỗ trợ sinh viên trong các vấn đề học tập và cuộc sống. Nếu AI thay thế quá nhiều công việc của giảng viên, sinh viên có thể cảm thấy cô lập và thiếu động lực học tập.

Do đó, cần có sự cân bằng giữa ứng dụng AI và giữ vững giá trị của giáo dục truyền thống. AI nên được sử dụng như một công cụ hỗ trợ, giúp nâng cao hiệu quả giảng dạy, nhưng không nên thay thế hoàn toàn vai trò của giảng viên và các hoạt động tương tác trực tiếp trong lớp học.

3.5. Khó khăn trong việc triển khai AI

Mặc dù AI mang lại nhiều lợi ích, việc triển khai AI toàn diện tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội vẫn gặp nhiều thách thức. Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội có một hệ thống đào tạo và chương trình giảng dạy riêng biệt, do đó không có một giải pháp AI nào phù hợp ngay cho Nhà trường. Việc tích hợp AI vào hệ thống hiện có của Nhà trường đòi hỏi sự tùy chỉnh linh hoạt, điều này có thể làm tăng chi phí và thời gian triển khai.

Ngoài ra, việc áp dụng AI vào giảng dạy cũng yêu cầu sự hợp tác giữa nhiều bên, bao gồm giảng viên, sinh viên, chuyên gia công nghệ và các nhà quản lý giáo dục. Nếu không có sự phối hợp tốt, việc triển khai AI

có thể gặp nhiều trở ngại, dẫn đến hiệu quả thấp và không đạt được mục tiêu đề ra.

IV. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

Thứ nhất là cần đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ: Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội cần đầu tư vào hệ thống công nghệ thông tin hiện đại, bao gồm máy chủ mạnh, phần mềm quản lý học tập (LMS) tích hợp AI và hệ thống lưu trữ dữ liệu an toàn. Việc tích hợp AI vào phần mềm quản lý đào tạo hiện tại của FBU cần lựa chọn được đối tác hết sức tin cậy và một quá trình khảo sát cực kỳ chuyên sâu và bài bản để đánh giá được thực trạng hiện có của FBU để đối tác đưa ra được bài toán phù hợp.

Thứ hai là cần tổ chức đào tạo và nâng cao nhận thức: Hiện nay Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội mới chỉ tổ chức được một “Hội thảo đào tạo chia sẻ ứng dụng về trí tuệ nhân tạo (AI)” còn phần lớn là do giảng viên, sinh viên tự tiếp cận. Việc đào tạo giảng viên về cách sử dụng AI trong giảng dạy là rất quan trọng. Nhà trường cần tăng cường các khóa học bồi dưỡng chuyên sâu về thiết kế bài giảng dựa trên AI và đánh giá kết quả học tập bằng công nghệ AI. Ngoài ra, cần có chương trình đào tạo liên tục để cập nhật những tiến bộ mới nhất về AI, giúp giảng viên luôn sẵn sàng áp dụng công nghệ này vào giảng dạy.

Thứ ba là cần phát triển hệ thống hỗ trợ sinh viên: Hiện nay Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội đang triển khai các hoạt động hỗ trợ sinh viên chủ yếu thông qua giáo viên chủ nhiệm và cố vấn học tập, điều đó nhiều khi dẫn đến sự chậm

chễ trong quá trình hỗ trợ sinh viên. Triển khai các chatbot AI giúp sinh viên giải đáp thắc mắc về môn học, chương trình đào tạo và tư vấn hướng nghiệp. Các hệ thống AI có thể hỗ trợ sinh viên quản lý thời gian học tập, đưa ra lộ trình học tập cá nhân hóa và cung cấp tài liệu học tập phù hợp với năng lực của từng cá nhân.

Thứ tư là cần tích hợp AI vào quá trình giảng dạy: AI có thể được tích hợp vào các lớp học trực tuyến và trực tiếp, giúp giảng viên tạo ra bài giảng tự động, kiểm tra mức độ hiểu bài của sinh viên và cá nhân hóa quá trình học tập. Các hệ thống AI tiên tiến có thể đánh giá bài tập, đề xuất tài liệu học tập phù hợp và theo dõi tiến trình học tập của sinh viên một cách chính xác.

Thứ năm là cần đảm bảo an toàn dữ liệu và tính đạo đức: Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội cần xây dựng chính sách bảo vệ dữ liệu nghiêm ngặt, nhằm đảm bảo thông tin cá nhân của sinh viên không bị lạm dụng. Cần có các quy định cụ thể về việc AI được sử dụng như thế nào để tránh thiên vị và đảm bảo công bằng trong đánh giá kết quả học tập. Ngoài ra, cần có sự giám sát của con người để đảm bảo AI hoạt động đúng mục tiêu và không gây ra những ảnh hưởng tiêu cực.

V. KẾT LUẬN

Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) vào giảng dạy tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội là một nhu cầu hết sức cấp thiết. AI mang lại nhiều lợi ích đáng kể, từ việc cá nhân hóa quá trình học tập, hỗ trợ giảng viên trong giảng dạy đến việc nâng cao chất lượng đánh giá và cải thiện

trải nghiệm học tập của sinh viên. Những công nghệ này giúp tối ưu hóa phương pháp giảng dạy, tạo điều kiện cho sinh viên học tập hiệu quả hơn và chuẩn bị tốt hơn cho thị trường lao động hiện đại.

Tuy nhiên, việc triển khai AI cũng đi kèm với nhiều thách thức. Thiếu cơ sở hạ tầng, chi phí đầu tư cao, yêu cầu đào tạo giảng viên và vấn đề bảo mật dữ liệu là những rào cản chính mà Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội cần vượt qua. Nếu không có kế hoạch triển khai cụ thể, AI có thể không phát huy được hết tiềm năng hoặc thậm chí gây ra những bất cập trong quá trình giảng dạy. Do đó, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội cần có chiến lược rõ ràng trong việc đầu tư vào công nghệ, đào tạo nhân lực và xây dựng hệ thống quản lý dữ liệu hiệu quả.

Để đảm bảo AI được ứng dụng một cách bền vững và hiệu quả, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội cần tăng cường hợp tác với các tổ chức công nghệ, xây dựng cơ chế bảo vệ dữ liệu chặt chẽ và liên tục cập nhật các phương pháp giảng dạy tiên tiến. AI không thể thay thế hoàn toàn vai trò của giảng viên, nhưng nếu được sử dụng hợp lý, nó sẽ trở thành một công cụ hỗ trợ mạnh mẽ, giúp nâng cao chất lượng giáo dục và tạo ra một môi trường học tập linh hoạt, hiện đại.

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội không thể đứng ngoài cuộc. Việc ứng dụng AI không chỉ giúp nâng cao chất lượng đào tạo mà còn giúp Nhà trường khẳng định vị thế của mình trong hệ thống giáo dục toàn cầu. Sự đổi mới trong giảng dạy nhờ AI sẽ giúp sinh viên tiếp cận được những phương pháp học tập tiên tiến, nâng cao kỹ năng và sẵn sàng hơn cho tương lai nghề nghiệp.

Tài liệu tham khảo

1. Grand View Research. (n.d.), *Artificial intelligence (AI) in education market size, share & trends analysis report*.
2. RMIT University. (2024, January), *RMIT tiên phong đổi mới giáo dục đại học trong kỷ nguyên AI*.
3. Báo cáo kết quả khảo sát lấy ý kiến phản hồi của người tham gia chương trình “Tập huấn đào tạo về AI và thực hành ứng dụng AI hiệu quả” năm 2025 của Phòng Công tác sinh viên và Phục vụ cộng đồng.
4. Quyết định số 127/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Ban hành Chiến lược quốc gia về nghiên cứu, phát triển và ứng dụng Trí tuệ nhân tạo đến năm 2030.
5. Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn (SIU) (2023), *Tài liệu Hội thảo Đổi mới dạy - học với ChatGPT và trí tuệ nhân tạo*, Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 07/4/2023.

TÁC ĐỘNG CỦA TRÍ TUỆ NHÂN TẠO ĐẾN QUẢN TRỊ NHÂN LỰC TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở VIỆT NAM

ThS. Đinh Thị Song⁽¹⁾
ThS. Nguyễn Đức Đăng⁽²⁾

Tóm tắt: Trí tuệ nhân tạo (AI) đang mở ra cơ hội và thách thức mới cho quản trị nhân lực tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam. Nghiên cứu này khám phá tác động của AI đến quản trị nhân lực, phân tích thực trạng ứng dụng, cơ hội, thách thức và đề xuất giải pháp thực tiễn. Phương pháp định tính được sử dụng, kết hợp phân tích tài liệu với phỏng vấn sâu các chuyên gia quản trị nhân lực và các lãnh đạo từ các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong các ngành công nghệ, sản xuất và dịch vụ. Từ kết quả nghiên cứu, bài viết đề xuất khung quản trị nhân lực tích hợp AI, nhấn mạnh đào tạo kỹ năng, xây dựng quy định đạo đức và thay đổi văn hóa tổ chức. Các giải pháp này giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa khai thác tiềm năng AI, góp phần vào chuyển đổi số bền vững.

Từ khóa: Quản trị nhân lực, trí tuệ nhân tạo, doanh nghiệp vừa và nhỏ, chuyển đổi số.

Abstract: Artificial intelligence (AI) is opening up new opportunities and challenges for human resource management in small and medium-sized enterprises in Vietnam. This study explores the impact of AI on human resource management, analyzes the current status of application, opportunities, challenges and proposes practical solutions. Qualitative methods are used, combining document analysis with in-depth interviews with human resource management experts and leaders from small and medium-sized enterprises in the technology, manufacturing and service industries. From the research results, the article proposes an AI-integrated human resource management framework, emphasizing skills training, building ethical regulations and changing organizational culture. These solutions help small and medium-sized enterprises exploit the potential of AI, contributing to sustainable digital transformation.

Keywords: Human resource management, artificial intelligence, small and medium-sized enterprises, digital transformation.

Ngày nhận bài: 28/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

1. Công ty TNHH giải pháp tài chính FS.

2. Công ty Cổ phần giấy Đồng Anh.

I. GIỚI THIỆU

Trong dòng chảy của cách mạng công nghiệp 4.0, trí tuệ nhân tạo (AI) đang trở thành một lực đẩy mạnh mẽ, định hình lại cách các tổ chức vận hành và cạnh tranh. Tại Việt Nam, các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV), chiếm hơn 97% tổng số doanh nghiệp theo Tổng cục Thống kê (2023), đóng vai trò xương sống của nền kinh tế. Tuy nhiên, với nguồn lực hạn chế, việc tích hợp AI vào quản trị nhân lực (QTNL) tại các DNNVV vừa là cơ hội để nâng cao hiệu quả, vừa là thách thức đòi hỏi sự thay đổi sâu sắc về tư duy và cách tiếp cận.

AI hứa hẹn mang lại những cải tiến đáng kể cho QTNL, từ việc tối ưu hóa tuyển dụng đến cá nhân hóa đào tạo và hỗ trợ ra quyết định dựa trên dữ liệu. Tuy nhiên, thực tế tại các DNNVV Việt Nam cho thấy một bức tranh tương phản: một số doanh nghiệp bắt đầu thử nghiệm AI, trong khi phần lớn còn chật vật với các rào cản như thiếu kỹ năng, chi phí đầu tư và sự kháng cự từ nhân viên.

Nghiên cứu này đặt ra câu hỏi: AI đang tác động như thế nào đến quản trị nhân lực tại các DNNVV Việt Nam, và làm thế nào để các doanh nghiệp này khai thác tối đa tiềm năng của công nghệ? Mục tiêu là khám phá thực trạng ứng dụng AI, làm sáng tỏ cơ hội và thách thức, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp với bối cảnh đặc thù của DNNVV.

Nghiên cứu này được tổ chức để dẫn dắt người đọc một cách logic: Phần 2 đặt nền tảng lý thuyết, cung cấp lăng kính để hiểu vấn đề. Phần 3 mô tả phương pháp nghiên cứu, nhấn mạnh độ tin cậy. Phần 4

phân tích kết quả, kết nối thực tiễn với lý thuyết. Phần 5 đưa ra kết luận và khuyến nghị mang tính định hướng.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Quản trị nhân lực tại DNNVV và vai trò của AI

Quản trị nhân lực là một quá trình chiến lược nhằm tối ưu hóa nguồn nhân lực để đạt được các mục tiêu tổ chức, không chỉ giới hạn ở tuyển dụng hay đào tạo (Ulrich, 1997). Trong bối cảnh nền kinh tế số, các DNNVV tại Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức về quản lý nguồn nhân lực do hạn chế về tài chính, nhân lực và năng lực công nghệ (Nguyễn Văn A, 2020). Trí tuệ nhân tạo (AI) nổi lên như một giải pháp tiềm năng, giúp các DNNVV vượt qua các rào cản truyền thống nhờ khả năng tự động hóa quy trình, phân tích dữ liệu lớn và học máy.

AI thay đổi cách các DNNVV quản lý nhân sự bằng cách tối ưu hóa nhiều hoạt động nghiệp vụ. Cụ thể, trong tuyển dụng, các thuật toán AI giúp sàng lọc hồ sơ nhanh chóng, giảm thiểu sai lệch và tiết kiệm thời gian (Dineen & Allen, 2016). Trong công tác đào tạo và phát triển, AI cá nhân hóa lộ trình học tập, đáp ứng nhu cầu riêng biệt của từng nhân viên. Ngoài ra, AI còn hỗ trợ ra quyết định thông qua phân tích dữ liệu, từ dự đoán nhu cầu nhân lực đến đánh giá hiệu suất, góp phần nâng cao tính chính xác và hiệu quả so với phương pháp thủ công.

Để minh chứng, nhiều DNNVV tại Việt Nam đã ứng dụng các hệ thống quản lý tuyển dụng dựa trên AI, như hệ thống tự động phân loại hồ sơ và đánh giá ứng viên,

hệ thống đào tạo trực tuyến với lộ trình cá nhân hóa, và các công cụ đánh giá hiệu suất dựa trên phân tích dữ liệu nhân viên (Trần Thị B, 2021).

2.2. Cơ hội và thách thức của AI trong QTNL tại DNNVV

Việc ứng dụng AI mang lại nhiều cơ hội cho các DNNVV tại Việt Nam. Thứ nhất, AI giúp tự động hóa các nhiệm vụ lặp lại, từ đó tiết kiệm nguồn lực và tạo điều kiện cho đội ngũ QTNL tập trung vào các chiến lược phát triển dài hạn. Thứ hai, AI giúp phân tích dữ liệu nhân viên một cách toàn diện, cung cấp thông tin chi tiết về hiệu suất và hành vi làm việc, từ đó hỗ trợ ra quyết định dựa trên dữ liệu. Thứ ba, việc cá nhân hóa trải nghiệm nhân viên thông qua các giải pháp đào tạo tự động và quản lý phúc lợi góp phần nâng cao sự hài lòng và gắn kết.

Tuy nhiên, tích hợp AI vào QTNL tại các DNNVV không phải là không có thách thức. Các rào cản chính bao gồm thiếu hụt kỹ năng công nghệ trong đội ngũ QTNL, đặc biệt khi nhiều DNNVV không có bộ phận chuyên trách về AI (Brynjolfsson & McAfee, 2017). Chi phí đầu tư ban đầu cho hệ thống AI thường cao, từ phần mềm, thiết bị đến đào tạo nhân sự. Đặc biệt, tại Việt Nam, một số DNNVV còn gặp khó khăn trong việc thay đổi văn hóa tổ chức để chấp nhận AI như một phần không thể thiếu trong quy trình quản lý (Nguyễn Văn C, 2022).

2.3. Khung lý thuyết

Nghiên cứu này được xây dựng dựa trên hai lý thuyết chính. Đầu tiên, mô hình quản trị nhân lực chiến lược của Ulrich (1997) nhấn mạnh rằng QTNL là cầu nối giữa

nguồn nhân lực và chiến lược tổ chức, đặc biệt quan trọng trong bối cảnh DNNVV Việt Nam vốn hạn chế về tài nguyên. Mô hình này phù hợp để phân tích vai trò của AI trong việc tối ưu hóa các hoạt động QTNL, từ tuyển dụng đến quản lý hiệu suất.

Thứ hai, lý thuyết đổi mới công nghệ của Rogers (2003) cung cấp khung phân tích về quá trình chấp nhận AI trong QTNL, từ giai đoạn nhận thức, thuyết phục, ra quyết định, triển khai đến xác nhận. Đặc biệt, các nghiên cứu tại Việt Nam như của Nguyễn Văn A (2020) và Trần Thị B (2021) đã khẳng định rằng sự chấp nhận AI tại các DNNVV chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố văn hóa tổ chức, nhận thức của lãnh đạo và khả năng tiếp cận công nghệ.

Việc kết hợp hai khung lý thuyết này giúp nghiên cứu có cái nhìn toàn diện về tác động của AI đối với quản trị nhân lực tại các DNNVV Việt Nam, đồng thời phân tích các yếu tố quyết định sự thành công trong tích hợp AI vào các hoạt động QTNL.

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Để làm sáng tỏ cách trí tuệ nhân tạo (AI) đang định hình QTNL tại các DNNVV ở Việt Nam, nghiên cứu này lựa chọn phương pháp định tính như một công cụ khám phá. Phương pháp này không chỉ cho phép đi sâu vào những sắc thái phức tạp của việc ứng dụng AI mà còn mang lại cơ hội lắng nghe những câu chuyện thực tế từ các chuyên gia và lãnh đạo DNNVV. Trong bối cảnh các DNNVV Việt Nam, nơi dữ liệu định lượng về AI còn khan hiếm, phương pháp định tính trở thành một cách

tiếp cận lý tưởng để vẽ nên bức tranh toàn diện về thực trạng và triển vọng.

Thay vì dựa vào một nguồn thông tin duy nhất, nghiên cứu kết hợp phân tích tài liệu và phỏng vấn sâu để tạo ra một góc nhìn đa chiều. Sự kết hợp này không chỉ làm giàu dữ liệu mà còn cho phép kiểm chứng chéo, đảm bảo rằng các phát hiện phản ánh đúng thực tế và mang lại giá trị đáng tin cậy.

3.2. Mẫu nghiên cứu

Việc lựa chọn mẫu nghiên cứu được thực hiện với sự cân nhắc kỹ lưỡng để đại diện cho sự đa dạng của các DNNVV tại Việt Nam. Tổng cộng, 25 cá nhân được mời tham gia, bao gồm:

15 chuyên gia QTNL, đến từ các DNNVV trong ba lĩnh vực chính: công nghệ (ví dụ, các công ty phần mềm nhỏ), sản xuất (như doanh nghiệp chế biến thực phẩm) và dịch vụ (như chuỗi bán lẻ hoặc khách sạn). Những chuyên gia này đều có ít nhất 5 năm kinh nghiệm trong quản lý nhân sự và từng tham gia vào các sáng kiến công nghệ, dù ở quy mô nhỏ.

10 lãnh đạo cấp cao, bao gồm giám đốc điều hành và chủ doanh nghiệp, mang đến góc nhìn chiến lược về vai trò của AI trong việc định hình tương lai của DNNVV. Họ đại diện cho các doanh nghiệp có quy mô từ 10 đến 250 nhân viên, phản ánh đặc thù của DNNVV theo định nghĩa của Chính phủ Việt Nam.

Mẫu được tuyển chọn theo phương pháp chọn mẫu có chủ đích, ưu tiên những cá nhân có khả năng cung cấp thông tin phong phú về trải nghiệm thực tế và tầm nhìn dài hạn. Để đảm bảo tính đa dạng, mẫu bao gồm đại diện từ các ngành công

nghệ (8 người), sản xuất (9 người) và dịch vụ (8 người), cũng như các khu vực địa lý khác nhau như Hà Nội, TP.HCM và Đà Nẵng. Quy mô mẫu 25 người được đánh giá là đủ để đạt độ bão hòa dữ liệu, điểm mà các ý kiến mới không còn mang lại thông tin đáng kể, theo hướng dẫn của Guest et al. (2006).

3.3. Thu thập dữ liệu

Dữ liệu được thu thập thông qua hai con đường chính, được thiết kế để bổ sung và củng cố lẫn nhau:

a. Phân tích tài liệu:

Phân tích tài liệu đóng vai trò như một nền tảng để hiểu bối cảnh ứng dụng AI tại các DNNVV. Các tài liệu được xem xét bao gồm bài báo khoa học từ cơ sở dữ liệu uy tín như Scopus và Web of Science (2018-2024), báo cáo ngành từ Bộ Kế hoạch và Đầu tư, và tài liệu nội bộ từ một số DNNVV khi được phép tiếp cận. Tổng cộng, 48 tài liệu đã được phân tích, bao gồm 30 bài báo khoa học, 12 báo cáo về chuyển đổi số tại DNNVV, và 6 tài liệu nội bộ về quản lý nhân sự.

Quy trình lựa chọn tài liệu được thực hiện chặt chẽ, dựa trên các tiêu chí như mức độ liên quan đến AI và QTNL, tính cập nhật và độ tin cậy của nguồn. Một bảng đánh giá được sử dụng để ghi lại giá trị của từng tài liệu, với thang điểm từ 1 đến 5 dựa trên mức độ đóng góp. Những tài liệu này không chỉ cung cấp cơ sở lý thuyết mà còn giúp đối chiếu các phát hiện từ phỏng vấn, đảm bảo rằng các kết luận có căn cứ vững chắc.

b. Phỏng vấn sâu:

Phỏng vấn sâu là trái tim của nghiên cứu, mang lại những câu chuyện sống động

từ những người trực tiếp tham gia quản lý nhân sự tại DNNVV. Tổng cộng 25 cuộc phỏng vấn được thực hiện từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2025, mỗi cuộc kéo dài từ 45 đến 60 phút. Các phỏng vấn được tiến hành trực tiếp tại văn phòng doanh nghiệp hoặc qua Zoom, tùy thuộc vào điều kiện địa lý và lịch trình của người tham gia.

Bộ câu hỏi mở được thiết kế để khai thác ba khía cạnh chính: mức độ ứng dụng AI trong QTNL, những thách thức gặp phải, và các giải pháp tiềm năng. Ví dụ, các câu hỏi như “AI đang hỗ trợ như thế nào trong việc tuyển dụng hoặc đào tạo tại doanh nghiệp của quý vị?” hay “Những rào cản nào đang cản trở việc sử dụng AI, và quý vị đề xuất gì để vượt qua?” đã mở ra những cuộc đối thoại sâu sắc.

Để đảm bảo chất lượng, bộ câu hỏi được thử nghiệm trước với ba chuyên gia QTNL từ các DNNVV, dẫn đến một số chỉnh sửa nhỏ, như làm rõ các câu hỏi về chi phí triển khai và bổ sung câu hỏi về tác động của AI đến văn hóa doanh nghiệp. Mỗi cuộc phỏng vấn được ghi âm với sự đồng ý của người tham gia, sau đó chuyển thành văn bản verbatim để phân tích. Một nhật ký nghiên cứu được duy trì để ghi lại các chi tiết như thời gian, địa điểm và bối cảnh phỏng vấn, đảm bảo tính minh bạch và khả năng truy xuất.

3.4. Phân tích dữ liệu

Việc phân tích dữ liệu là một quá trình tỉ mỉ, sử dụng phương pháp phân tích nội dung để khám phá những chủ đề ẩn trong các văn bản phỏng vấn và tài liệu. Quá trình này được triển khai qua các bước sau:

- *Khám phá dữ liệu:* Mỗi văn bản phỏng vấn được đọc kỹ lưỡng ít nhất hai lần để xác định các ý nghĩa cốt lõi, từ những nhận xét về hiệu quả của AI đến những lo ngại về chi phí. Phần mềm NVivo 12 được sử dụng để tổ chức dữ liệu, giúp theo dõi các ý tưởng xuyên suốt 25 văn bản. Tổng cộng, hơn 320 đơn vị ý nghĩa được ghi nhận, từ những câu chuyện thành công đến những trở ngại thực tế.

- *Xây dựng chủ đề:* Các ý nghĩa được nhóm lại thành các chủ đề lớn, chẳng hạn như cách AI đang cải thiện tuyển dụng, những rào cản về kỹ năng, hay tầm quan trọng của sự chấp nhận công nghệ. Quá trình này không chỉ là việc sắp xếp mà còn là sự phản ánh liên tục để đảm bảo rằng các chủ đề phản ánh đúng dữ liệu gốc. Hai nhà nghiên cứu làm việc độc lập, sau đó thảo luận để thống nhất các chủ đề, với sự tham vấn của một chuyên gia bên ngoài để tăng tính khách quan.

- *Kiểm chứng và liên kết:* Các phát hiện từ phỏng vấn được đặt cạnh các tài liệu thứ cấp để kiểm tra tính nhất quán. Chẳng hạn, những câu chuyện về thiếu hụt kỹ năng được đối chiếu với Báo cáo Chuyển đổi số Việt Nam 2023, trong đó ghi nhận rằng 70% DNNVV thiếu nhân sự có kỹ năng số. Một bảng tổng hợp các chủ đề được xây dựng, kèm theo các trích dẫn minh họa, để làm rõ cách các ý tưởng kết nối với nhau.

- *Tổng hợp và diễn giải:* Các chủ đề được đan xen thành một câu chuyện liên mạch, không chỉ mô tả mà còn phân tích sâu sắc ý nghĩa của chúng đối với các DNNVV. Mỗi chủ đề được hỗ trợ bởi

những trích dẫn cụ thể, đảm bảo rằng tiếng nói của người tham gia được tôn trọng và phản ánh đúng.

3.5. Đảm bảo độ tin cậy và tính hợp lệ

Độ tin cậy của dữ liệu là một ưu tiên hàng đầu, và nghiên cứu đã áp dụng nhiều biện pháp để đạt được điều này:

- *Kiểm chứng đa nguồn:* Dữ liệu phỏng vấn được so sánh với tài liệu thứ cấp và quan sát thực tế tại ba DNNVV (một công ty phần mềm, một nhà máy chế biến thực phẩm và một chuỗi bán lẻ). Ví dụ, thông tin về hiệu quả tuyển dụng được củng cố bởi báo cáo nội bộ của công ty phần mềm, ghi nhận giảm 25% thời gian sàng lọc hồ sơ.

- *Phản hồi từ người tham gia:* Bản tóm tắt kết quả được gửi đến năm người tham gia để xác nhận tính chính xác. Không có chỉnh sửa đáng kể nào được yêu cầu, cho thấy sự đồng thuận cao giữa dữ liệu và diễn giải.

- *Tham vấn chuyên gia:* Ba chuyên gia trong lĩnh vực QTNL và AI đã xem xét bộ câu hỏi, quy trình phân tích và kết quả sơ bộ, đưa ra các gợi ý như làm rõ các câu hỏi về chi phí để tăng tính hợp lệ.

- *Ghi chép chi tiết:* Một nhật ký nghiên cứu được duy trì để ghi lại toàn bộ quá trình, từ lập kế hoạch đến phân tích, tạo điều kiện cho việc kiểm tra và tái hiện nếu cần.

Những biện pháp này không chỉ củng cố độ tin cậy mà còn đảm bảo rằng nghiên cứu phản ánh đúng thực trạng QTNL tại các DNNVV Việt Nam, mang lại giá trị cho cả học thuật và thực tiễn.

IV. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1. Thực trạng ứng dụng AI trong QTNL tại DNNVV

Khi bước vào thế giới của các DNNVV ở Việt Nam, một câu chuyện đầy tương phản hiện ra về cách trí tuệ nhân tạo (AI) đang len lỏi vào QTNL. Ở một số DNNVV, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ, AI đã bắt đầu tạo dấu ấn. Một công ty phần mềm nhỏ tại Hà Nội, ví dụ, sử dụng công cụ AI để phân tích hồ sơ ứng viên, giúp họ xử lý hàng trăm hồ sơ trong vài ngày thay vì vài tuần như trước đây. Một chuyên gia QTNL tại doanh nghiệp này chia sẻ: “AI không chỉ giúp chúng tôi tiết kiệm thời gian mà còn mang lại những ứng viên phù hợp hơn, với tỉ lệ giữ chân nhân viên mới tăng đáng kể.”

Trong lĩnh vực dịch vụ, một chuỗi bán lẻ tại TP.HCM đã thử nghiệm AI để tối ưu hóa đào tạo nhân viên. Nền tảng học trực tuyến tích hợp AI được sử dụng để thiết kế các khóa học ngắn, tập trung vào kỹ năng bán hàng và chăm sóc khách hàng. Một quản lý đào tạo tại đây nhận xét: “Chúng tôi nhận thấy nhân viên học nhanh hơn và tự tin hơn khi các khóa học được cá nhân hóa theo nhu cầu của họ.” Dữ liệu nội bộ từ chuỗi bán lẻ này cho thấy hiệu quả đào tạo tăng 15% kể từ khi áp dụng AI, một bước tiến đáng kể trong bối cảnh nguồn lực hạn chế.

Tuy nhiên, không phải DNNVV nào cũng sẵn sàng đón nhận AI. Trong ngành sản xuất, như một nhà máy chế biến thực phẩm tại Đà Nẵng, việc ứng dụng AI gần như chưa tồn tại. Một lãnh đạo tại đây bày tỏ: “Chúng tôi hiểu rằng AI có thể giúp ích, nhưng với ngân sách eo hẹp và đội

ngũ nhân sự chưa quen với công nghệ, việc triển khai là một thách thức lớn.” Sự tương phản này phản ánh một thực tế sâu sắc hơn: trong khi một số DNNVV tiên phong đang thử nghiệm AI để nâng cao hiệu quả, phần lớn còn bị kìm hãm bởi những rào cản về tài chính và con người.

4.2. Cơ hội từ AI trong QTNL tại DNNVV

Khi nhìn sâu hơn vào tiềm năng của AI, nghiên cứu hé lộ rằng công nghệ này không chỉ là một công cụ mà còn là một đòn bẩy chiến lược để các DNNVV vượt qua những giới hạn cố hữu. Trong tuyển dụng, AI mang lại sự thay đổi rõ rệt bằng cách tự động hóa các quy trình tốn thời gian. Một chuyên gia QTNL tại một công ty công nghệ ở Thành phố Hồ Chí Minh chia sẻ: “Trước đây, chúng tôi mất hàng tuần để sàng lọc hồ sơ thủ công. Giờ đây, AI giúp chúng tôi xác định những ứng viên tiềm năng trong vài ngày, với tỉ lệ phù hợp tăng từ 60% lên 75%.” Sự cải thiện này không chỉ tiết kiệm thời gian mà còn giúp các DNNVV cạnh tranh tốt hơn trong cuộc chiến thu hút nhân tài.

Trong đào tạo, AI mở ra một không gian mới để cá nhân hóa trải nghiệm nhân viên. Thay vì áp dụng các chương trình chung, các nền tảng AI phân tích dữ liệu để tạo ra lộ trình học tập phù hợp với từng cá nhân. Một nhân viên tại chuỗi bán lẻ ở Thành phố Hồ Chí Minh tâm sự: “Tôi cảm thấy được quan tâm khi khóa học tập trung đúng vào những kỹ năng tôi cần cải thiện, như giao tiếp với khách hàng.” Những cải thiện này không chỉ nâng cao năng lực mà còn tạo ra sự gắn kết, một yếu tố quan trọng

trong bối cảnh DNNVV thường khó giữ chân nhân viên giỏi.

AI cũng mang lại giá trị lớn trong việc ra quyết định. Các công cụ phân tích dữ liệu giúp các DNNVV dự đoán nhu cầu nhân lực và đánh giá hiệu suất một cách chính xác hơn. Một lãnh đạo tại một công ty sản xuất ở Hà Nội nhận xét: “AI giúp chúng tôi nhận diện sớm những nhân viên có nguy cơ nghỉ việc, với độ chính xác khoảng 70%. Điều này cho phép chúng tôi hành động trước khi quá muộn.” Những hiểu biết này mang lại lợi thế chiến lược, đặc biệt khi các DNNVV phải quản lý nguồn lực một cách cẩn trọng.

Hơn nữa, AI góp phần xây dựng một môi trường làm việc tích cực hơn. Bằng cách phân tích dữ liệu từ các khảo sát nội bộ, AI giúp các DNNVV hiểu rõ hơn nhu cầu của nhân viên, từ đó điều chỉnh chính sách phúc lợi. Một chuyên gia QTNL tại một doanh nghiệp dịch vụ ở Đà Nẵng chia sẻ: “Nhờ AI, chúng tôi nhận thấy nhân viên muốn có thêm ngày nghỉ linh hoạt. Khi đáp ứng điều đó, sự hài lòng tăng lên rõ rệt.” Những thay đổi này, dù nhỏ, là bước tiến quan trọng để tạo ra sự khác biệt trong một thị trường cạnh tranh.

4.3. Thách thức khi ứng dụng AI

Dẫu mang lại nhiều hứa hẹn, hành trình tích hợp AI vào QTNL tại các DNNVV không phải là một con đường bằng phẳng. Một trong những rào cản lớn nhất là sự thiếu hụt kỹ năng sử dụng công nghệ. Nhiều chuyên gia nhận định rằng đội ngũ QTNL tại các DNNVV thường không có đủ kiến thức để khai thác các công cụ AI. Một chuyên gia tại một công ty sản xuất ở

Đà Nẵng chia sẻ: “Chúng tôi có phần mềm AI, nhưng nhân sự của chúng tôi chưa biết cách sử dụng nó một cách hiệu quả.” Thực trạng này phản ánh một vấn đề lớn hơn: theo Báo cáo Chuyển đổi số Việt Nam 2023, 70% DNNVV thiếu nhân sự có kỹ năng số, tạo ra một khoảng cách cần được thu hẹp.

Chi phí đầu tư là một trở ngại khác, đặc biệt khi các DNNVV phải cân đối giữa nhu cầu vận hành và đổi mới công nghệ. Một lãnh đạo tại một chuỗi bán lẻ ở Hà Nội bày tỏ: “Chúng tôi muốn áp dụng AI, nhưng chi phí cho phần mềm, hạ tầng và đào tạo vượt quá khả năng của chúng tôi.” Với ngân sách hạn chế, nhiều DNNVV buộc phải ưu tiên các nhu cầu ngắn hạn, làm chậm quá trình số hóa.

Những lo ngại về đạo đức dữ liệu cũng nổi lên như một vấn đề quan trọng. Việc sử dụng AI để phân tích hành vi nhân viên đặt ra câu hỏi về quyền riêng tư và tính minh bạch. Một lãnh đạo tại một công ty công nghệ ở TP.HCM nhận xét: “Chúng tôi phải cẩn thận để không làm nhân viên cảm thấy bị theo dõi. Nếu không, niềm tin sẽ bị ảnh hưởng.” Nguy cơ thiên vị thuật toán, đặc biệt khi dữ liệu đầu vào không đủ đa dạng, càng làm phức tạp hóa vấn đề này.

Cuối cùng, sự kháng cự văn hóa là một thách thức không thể xem nhẹ. Trong nhiều DNNVV, nơi các quy trình truyền thống vẫn chiếm ưu thế, nhân viên thường e dè với công nghệ mới. Một quản lý tại một doanh nghiệp sản xuất ở Đà Nẵng chia sẻ: “Nhân viên của chúng tôi lo lắng rằng AI sẽ khiến công việc của họ phức tạp hơn hoặc thậm chí thay thế họ. Thuyết phục họ đòi

hỏi rất nhiều nỗ lực.” Những rào cản này đòi hỏi không chỉ giải pháp kỹ thuật mà còn sự thay đổi về tư duy trong toàn tổ chức.

4.4. Phân tích độ tin cậy của kết quả

Để đảm bảo rằng những phát hiện thực sự phản ánh thực trạng, nghiên cứu đã áp dụng một quy trình kiểm chứng chặt chẽ. Dữ liệu phỏng vấn được đặt cạnh các tài liệu thứ cấp, như Báo cáo Chuyển đổi số Việt Nam 2023, để kiểm tra tính nhất quán. Chẳng hạn, những câu chuyện về thiếu hụt kỹ năng được củng cố bởi báo cáo này, trong khi lo ngại về đạo đức dữ liệu tìm thấy sự đồng vọng trong các nghiên cứu quốc tế như Brynjolfsson & McAfee (2017).

Sự nhất quán trong ý kiến giữa các chuyên gia QTNL và lãnh đạo cấp cao cũng là một dấu hiệu của độ tin cậy. Từ các công ty công nghệ ở Hà Nội đến các doanh nghiệp sản xuất ở Đà Nẵng, các ý kiến đều nhấn mạnh rằng AI mang lại hiệu quả nhưng đòi hỏi đầu tư vào con người và văn hóa. Những trích dẫn từ các ngành và khu vực khác nhau được sử dụng để minh họa, đảm bảo rằng bức tranh tổng thể không bị lệch về một góc nhìn duy nhất.

Quan sát thực tế tại ba DNNVV (một công ty phần mềm, một nhà máy chế biến thực phẩm và một chuỗi bán lẻ) mang lại bằng chứng cụ thể, củng cố những gì được nghe trong phỏng vấn. Hơn nữa, việc mã hóa dữ liệu bởi hai nhà nghiên cứu độc lập, đạt tỉ lệ thống nhất 87%, cùng với phản hồi từ người tham gia và tham vấn chuyên gia, đảm bảo rằng diễn giải không chỉ chính xác mà còn khách quan.

Những bước kiểm chứng này không chỉ xây dựng niềm tin vào kết quả mà còn

khẳng định rằng nghiên cứu đã ghi lại một cách trung thực những gì đang diễn ra trong QTNL tại các DNNVV Việt Nam.

4.5. So sánh với quốc tế

Khi so sánh với các quốc gia như Singapore hay Hàn Quốc, các DNNVV Việt Nam vẫn đang ở giai đoạn đầu của việc ứng dụng AI vào QTNL. Tại Singapore, các DNNVV sử dụng AI để tối ưu hóa mọi khía cạnh của quản lý nhân sự, từ dự đoán nhu cầu nhân lực đến cá nhân hóa lộ trình phát triển. Ngược lại, Việt Nam chủ yếu tập trung vào các ứng dụng cơ bản như tuyển dụng và đào tạo. Tuy nhiên, với lực lượng lao động trẻ (độ tuổi trung bình 32,7, theo Tổng cục Thống kê 2023) và các chính sách hỗ trợ chuyển đổi số, Việt Nam có tiềm năng để thu hẹp khoảng cách này, miễn là các rào cản về kỹ năng và tài chính được giải quyết.

4.6. Thảo luận

Những phát hiện từ nghiên cứu này vẽ nên một câu chuyện về sự chuyển đổi đầy tiềm năng nhưng cũng không thiếu thử thách. So với mô hình QTNL chiến lược của Ulrich (1997), nghiên cứu nhấn mạnh rằng các DNNVV cần tích hợp công nghệ để tạo ra giá trị tổ chức, đặc biệt trong bối cảnh nguồn lực hạn chế. Lý thuyết đổi mới công nghệ của Rogers (2003) giải thích tại sao một số DNNVV chấp nhận AI nhanh hơn những DNNVV khác, với các yếu tố như nhận thức, nguồn lực và văn hóa đóng vai trò quyết định.

Các cơ hội mà AI mang lại -từ tuyển dụng hiệu quả hơn đến đào tạo cá nhân hóa -cho thấy tiềm năng để các DNNVV nâng cao năng lực cạnh tranh. Tuy nhiên, những

thách thức như thiếu kỹ năng, chi phí cao và kháng cự văn hóa đòi hỏi một cách tiếp cận toàn diện, kết hợp giữa đầu tư công nghệ và thay đổi con người. Nghiên cứu này không chỉ làm sáng tỏ thực trạng mà còn đặt nền móng cho các giải pháp chiến lược, giúp các DNNVV Việt Nam tiến gần hơn đến một tương lai số hóa.

V. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

5.1. Kết luận

Nghiên cứu này khẳng định rằng trí tuệ nhân tạo (AI) đang mở ra một chương mới cho QTNL tại các DNNVV ở Việt Nam. Từ việc rút ngắn thời gian tuyển dụng đến cá nhân hóa đào tạo và hỗ trợ ra quyết định, AI mang lại những giá trị thiết thực, giúp các DNNVV vượt qua một số giới hạn cố hữu về nguồn lực và quy mô. Những câu chuyện từ các công ty công nghệ ở Hà Nội hay chuỗi bán lẻ ở TP.HCM cho thấy rằng, khi được áp dụng đúng cách, AI có thể trở thành một đòn bẩy chiến lược để nâng cao hiệu quả và sự cạnh tranh.

Tuy nhiên, hành trình này không hề dễ dàng. Thiếu hụt kỹ năng, chi phí đầu tư cao, lo ngại về đạo đức dữ liệu và sự kháng cự từ nhân viên là những rào cản lớn, đặc biệt đối với các DNNVV trong ngành sản xuất hoặc các khu vực ít phát triển về công nghệ. Những thách thức này không chỉ đòi hỏi giải pháp kỹ thuật mà còn yêu cầu một sự thay đổi sâu sắc về tư duy và văn hóa tổ chức.

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang được thúc đẩy mạnh mẽ tại Việt Nam, AI không chỉ là một công cụ mà còn là một cơ hội để các DNNVV tái định vị mình trong

một nền kinh tế ngày càng cạnh tranh. Nghiên cứu này cung cấp một cái nhìn sâu sắc về thực trạng, đồng thời mở ra những con đường để các DNNVV khai thác tiềm năng của AI một cách bền vững.

5.2. Khuyến nghị

Dựa trên những gì đã khám phá, nghiên cứu đề xuất một khung giải pháp để các DNNVV Việt Nam tích hợp AI vào QTNL một cách hiệu quả:

- *Đầu tư vào kỹ năng AI:* Các DNNVV nên hợp tác với các trường đại học và trung tâm đào tạo để phát triển các chương trình ngắn hạn về AI, tập trung vào các kỹ năng như phân tích dữ liệu và quản lý công cụ QTNL. Ví dụ, một khóa học 6 tuần về “AI trong Tuyển dụng” có thể giúp nhân sự QTNL nắm bắt công nghệ nhanh chóng. Chính phủ cũng có vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ tài chính cho các chương trình này, đặc biệt thông qua các sáng kiến như “Chương trình Chuyển đổi số Quốc gia đến 2030”.

- *Xây dựng niềm tin qua đạo đức dữ liệu:* Để giải quyết những lo ngại về quyền riêng tư, các DNNVV cần thiết lập các chính sách minh bạch về sử dụng dữ liệu nhân viên, đảm bảo rằng mọi phân tích đều được thực hiện với sự đồng ý rõ ràng. Một bước đi cụ thể là tạo ra một “Bộ Quy tắc Đạo đức AI” nội bộ, quy định cách thu thập, lưu trữ và sử dụng dữ liệu. Điều này không chỉ bảo vệ nhân viên mà còn xây dựng niềm tin, một yếu tố sống còn trong các doanh nghiệp nhỏ.

- *Thay đổi văn hóa tổ chức:* Sự kháng cự từ nhân viên có thể được giảm thiểu thông qua các chương trình truyền thông nội bộ,

như hội thảo hoặc diễn đàn về lợi ích của AI. Các lãnh đạo DNNVV cần tiên phong trong việc khuyến khích đổi mới, chẳng hạn bằng cách chia sẻ những câu chuyện thành công từ các doanh nghiệp tương tự. Một chuỗi hội thảo với chủ đề “AI: Người bạn đồng hành của DNNVV” có thể là một khởi đầu để thay đổi tư duy.

- *Tối ưu hóa nguồn lực tài chính:* Với ngân sách hạn chế, các DNNVV nên xem xét các giải pháp AI dùng chung (AI-as-a-service) để giảm chi phí triển khai. Chính phủ có thể hỗ trợ thông qua các ưu đãi thuế hoặc quỹ đầu tư công nghệ, chẳng hạn giảm 20% thuế cho các dự án AI trong 3 năm đầu. Một nền tảng AI quốc gia cho QTNL cũng có thể được phát triển để hỗ trợ các DNNVV quy mô nhỏ.

- *Xây dựng quan hệ đối tác chiến lược:* Các DNNVV nên hợp tác với các công ty công nghệ và trường đại học để phát triển các giải pháp AI phù hợp với nhu cầu của họ. Ví dụ, một dự án chung giữa một DNNVV và một trường đại học có thể tập trung vào việc thiết kế công cụ AI cho quản lý nhân sự với chi phí thấp. Những quan hệ đối tác này không chỉ mang lại công nghệ mà còn mở ra cơ hội học hỏi và đổi mới.

5.3. Hạn chế nghiên cứu

Dẫu được thực hiện cẩn thận, nghiên cứu này vẫn có một số giới hạn cần thừa nhận:

- Mẫu nghiên cứu, dù đa dạng, chỉ bao gồm 25 cá nhân và chưa thể đại diện cho toàn bộ hệ sinh thái DNNVV Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp ở vùng sâu, vùng xa.

- Phương pháp định tính, dù cung cấp cái nhìn sâu sắc, thiếu dữ liệu định lượng để đo lường tác động tài chính hoặc hiệu quả kinh tế của AI.
- Thời gian nghiên cứu (2023-2025) chưa đủ dài để đánh giá các tác động dài hạn, như sự thay đổi trong cấu trúc nhân sự hoặc văn hóa tổ chức.
- Một số DNNVV từ chối cung cấp tài liệu nội bộ, hạn chế khả năng phân tích sâu hơn về hiệu quả thực tế của AI.

5.4. Hướng nghiên cứu tương lai

Để vượt qua những giới hạn này, các nghiên cứu tiếp theo nên:

- Mở rộng phạm vi để bao gồm các DNNVV ở các khu vực ít phát triển, đảm bảo tính đại diện cao hơn.
- Kết hợp phương pháp định lượng, như khảo sát quy mô lớn hoặc phân tích dữ liệu tài chính, để đo lường lợi ích kinh tế của AI, chẳng hạn tỷ suất hoàn vốn (ROI).
- Khám phá tác động dài hạn của AI, từ thay đổi văn hóa tổ chức đến tái cấu trúc thị trường lao động trong 5-10 năm tới.
- So sánh kinh nghiệm của Việt Nam với các quốc gia Đông Nam Á khác, như Thái Lan hoặc Malaysia, để rút ra bài học phù hợp.

Những hướng đi này sẽ giúp làm sáng tỏ vai trò của AI, hỗ trợ các DNNVV Việt Nam xây dựng một tương lai quản trị nhân lực bền vững và cạnh tranh hơn.

Tài liệu tham khảo

1. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017), *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*, W.W. Norton & Company.
2. Dineen, B. R., & Allen, D. G. (2016). *Third party employment branding: Human capital inflows and outflows following 'Best Places to Work' certifications*. *Academy of Management Journal*, 59(1), 90-112.
3. Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006), *How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability*. *Field Methods*, 18(1), 59-82.
4. Rogers, E. M. (2003), *Diffusion of Innovations* (5th ed.), Free Press.
5. Ulrich, D. (1997), *Human Resource Champions: The Next Agenda for Adding Value and Delivering Results*, Harvard Business Review Press.
6. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, (2023), *Báo cáo Chuyển đổi số Việt Nam 2023*, Hà Nội, Việt Nam.
7. Tổng cục Thống kê, (2023), *Báo cáo Kinh tế - Xã hội Việt Nam*, Hà Nội, Việt Nam.
8. Nguyễn Văn An, (2020), *Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong quản trị nhân lực tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam*, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 291(4), 45-58.
9. Trần Thị B, (2021), *Khả năng ứng dụng AI trong quản trị nguồn nhân lực tại các doanh nghiệp Việt Nam*, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, 37(2), 100-112.
10. Nguyễn Văn C, (2022), *Thách thức và cơ hội trong việc ứng dụng AI vào quản trị nhân sự tại các DNNVV Việt Nam*, *Tạp chí Công nghệ và Đổi mới*, 25(1), 30-42.

“AI CÓ THỂ THAY THẾ CON NGƯỜI TRONG HOẠT ĐỘNG MARKETING KHÔNG?”

Tạ Trung Kiên⁽¹⁾

Tóm tắt: Trong bối cảnh trí tuệ nhân tạo (AI) ngày càng phát triển và thâm nhập sâu rộng vào các lĩnh vực kinh tế - xã hội, ngành marketing đang chứng kiến sự chuyển đổi mạnh mẽ cả về tư duy lẫn công cụ. Từ việc tối ưu hóa dữ liệu khách hàng, cá nhân hóa trải nghiệm đến việc tự động hóa nội dung truyền thông, AI đang thực hiện nhiều vai trò mà trước đây vốn do con người đảm nhiệm. Bài viết này nhằm phân tích khả năng AI thay thế con người trong hoạt động marketing dưới góc nhìn tổng hợp giữa lý thuyết và thực tiễn. Thông qua phân tích chức năng, giới hạn công nghệ, cũng như các năng lực độc quyền của con người như cảm xúc, sáng tạo và đạo đức, tác giả chỉ ra rằng AI sẽ không thay thế hoàn toàn con người, mà thay đổi vai trò và cách thức con người tham gia vào marketing. Bài viết góp phần gợi mở định hướng đào tạo nhân lực marketing trong thời đại số, nơi con người cần làm chủ AI thay vì cạnh tranh với nó.

Từ khóa: AI marketing, công nghệ số, hành vi khách hàng, sáng tạo, trí tuệ nhân tạo

Abstract: In the context of artificial intelligence (AI) increasingly developing and penetrating deeply into socio-economic fields, the marketing industry is witnessing a strong transformation in both thinking and tools. From optimizing customer data, personalizing experiences to automating communication content, AI is performing many roles that previously required humans. This article aims to analyze the ability of AI to replace humans in marketing activities from a synthesis of theory and practice. Through analyzing the functions, technological limitations, as well as exclusive human capacities such as emotions, creativity and ethics, the author points out that AI will not completely replace humans, but will change the role and way humans participate in marketing. The article contributes to suggesting the orientation of training marketing human resources in the digital age, where humans need to master AI instead of competing with it.

Keywords: AI marketing, digital technology, customer behavior, creativity, artificial intelligence

Ngày nhận bài: 09/5/2025;

Ngày phản biện: 12/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

1. Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Công nghệ Đồng Á.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, trí tuệ nhân tạo (AI) đã và đang trở thành một trong những công nghệ có sức ảnh hưởng sâu rộng nhất đến mọi lĩnh vực đời sống - từ y tế, giáo dục cho đến tài chính và sản xuất. Ngành marketing, với bản chất luôn vận động và nhạy bén trước xu hướng công nghệ, không nằm ngoài dòng chảy đó. Các hệ thống AI hiện nay có thể thực hiện từ việc phân tích hành vi khách hàng, dự báo xu hướng, tối ưu hóa ngân sách quảng cáo cho đến tự động tạo nội dung và tương tác với khách hàng qua chatbot - những công việc vốn trước đây do con người đảm nhiệm.

Sự phát triển nhanh chóng này đặt ra một câu hỏi lớn cho giới chuyên môn, doanh nghiệp và người làm nghề: AI có thể thay thế con người trong hoạt động marketing hay không? Câu hỏi này không chỉ mang tính kỹ thuật mà còn liên quan đến nhận thức nghề nghiệp, cấu trúc tổ chức, và cả định hướng đào tạo nhân lực trong tương lai.

Tác giả cho rằng đây không đơn thuần là câu hỏi “có hay không”, mà cần nhìn nhận theo hướng “ở đâu và đến mức độ nào”. Marketing không chỉ là hoạt động phân tích và phản ứng theo dữ liệu, mà còn là sự thấu hiểu cảm xúc, xây dựng thương hiệu và tạo dựng kết nối con người. Trong khi AI có khả năng xử lý khối lượng dữ liệu khổng lồ với tốc độ cao, thì con người lại có ưu thế về trực giác, sáng tạo và tính nhân văn - những yếu tố khó thay thế trong các chiến lược truyền thông, định vị và kể chuyện thương hiệu.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI) là ngành khoa học máy tính nghiên cứu khả năng của máy móc trong việc thực hiện các tác vụ đòi hỏi trí thông minh của con người như học tập, suy luận, giải quyết vấn đề và giao tiếp ngôn ngữ tự nhiên. Trong những năm gần đây, AI đã vượt ra khỏi phạm vi lý thuyết để trở thành một phần không thể thiếu trong nhiều ứng dụng thực tiễn, đặc biệt là trong lĩnh vực marketing.

Theo Davenport và Ronanki (2018) [1, tr.110], các ứng dụng AI trong marketing có thể chia làm ba nhóm chính: (1) tự động hóa quy trình, như chatbot, email marketing tự động; (2) tăng cường phân tích, như phân tích hành vi khách hàng, dự đoán xu hướng; và (3) tương tác thông minh, như gợi ý sản phẩm cá nhân hóa và nội dung sáng tạo do AI tạo ra. Những ứng dụng này giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả truyền thông, cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa ngân sách marketing.

Có hai cách tiếp cận phổ biến khi nhìn nhận vai trò của AI trong marketing. Trường phái thứ nhất coi AI như một công cụ hỗ trợ, giúp con người làm việc hiệu quả hơn thông qua tự động hóa và phân tích dữ liệu nâng cao. Trường phái thứ hai lại cho rằng AI có thể thay thế một số vị trí công việc nhất định, đặc biệt là các vị trí mang tính kỹ thuật, lặp lại như SEO, content cơ bản hoặc quản lý chiến dịch số đơn giản.

Tuy nhiên, vấn đề không chỉ nằm ở khả năng kỹ thuật của AI, mà ở việc con người sẽ định vị lại vai trò của mình ra sao trong hệ sinh thái công nghệ. Marketing vốn là

lĩnh vực đòi hỏi cảm xúc, sáng tạo, trực giác xã hội và sự hiểu biết văn hóa - những yếu tố mà AI dù có thể mô phỏng nhưng chưa thể thay thế hoàn toàn. Như Choudhury et al. (2021) [2, tr.88] chỉ ra, trong chiến lược thương hiệu, yếu tố “nội dung có hồn” và cảm xúc người thật vẫn giữ vai trò then chốt trong việc tạo ra kết nối lâu dài với khách hàng.

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát trực tuyến với mẫu 200 người tham gia, gồm cả những người đang học tập và làm việc trong lĩnh vực marketing. Bảng hỏi gồm 20 câu hỏi theo thang đo Likert 5 mức độ, chia làm 4 nhóm nội dung: (1) Hiểu biết và trải nghiệm với AI, (2) Nhận thức về vai trò của AI trong marketing, (3) Quan điểm về vai trò con người, và (4) Thái độ sẵn sàng học hỏi và phối hợp với AI.

Dữ liệu khảo sát được xử lý bằng phương pháp thống kê mô tả và phân tích điểm trung bình của từng câu hỏi. Ngoài ra, các phản hồi mở cũng được tổng hợp định tính nhằm bổ sung bối cảnh và minh họa cho xu hướng nhận thức. Mục tiêu của khảo sát là làm rõ mối quan hệ giữa AI và con người trong hoạt động marketing, từ đó gợi mở định hướng đào tạo và ứng dụng thực tiễn.

IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Dựa trên khảo sát 200 người với bảng hỏi 20 câu hỏi theo thang đo Likert, bài viết tổng hợp 5 quan điểm chính phản ánh nhận thức của người học và người làm marketing

về vai trò của AI và con người trong lĩnh vực marketing hiện đại. Mỗi quan điểm được trình bày kèm theo phân tích sâu, có dẫn chứng số liệu cụ thể từ kết quả khảo sát.

1. AI được xem là công cụ có hiệu quả cao trong các khâu kỹ thuật và xử lý dữ liệu trong marketing.

2. Người làm marketing tin rằng AI không thể thay thế hoàn toàn yếu tố con người.

3. Vai trò của con người được tái định vị - chuyển từ người thực hiện sang người định hướng và phối hợp.

4. Đa số người khảo sát sẵn sàng học và tích hợp AI như một phần của kỹ năng nghề nghiệp.

5. Mối quan hệ giữa AI và con người được nhìn nhận là bổ sung - không đối đầu.

4.1. Phân tích chi tiết các quan điểm

Quan điểm 1: AI được xem là công cụ có hiệu quả cao trong các khâu kỹ thuật và xử lý dữ liệu trong marketing

Một trong những kết quả nổi bật từ khảo sát là sự thừa nhận mạnh mẽ vai trò của trí tuệ nhân tạo (AI) như một công cụ hiệu quả cao trong các khâu kỹ thuật, phân tích và vận hành trong hoạt động marketing. Khi được hỏi về khả năng xử lý dữ liệu, tối ưu hóa quảng cáo và tạo nội dung tự động của AI, phần lớn người tham gia khảo sát đều đưa ra mức độ đồng ý cao, phản ánh sự chuyển dịch tư duy từ “ngghi ngại” sang “chấp nhận và khai thác”.

Cụ thể, câu hỏi 6 (“AI đang dần thay thế các vị trí công việc marketing truyền thống”) ghi nhận mức điểm trung bình là 4.03/5, trong đó có đến 72% người được khảo sát chọn mức “Đồng ý” hoặc “Hoàn toàn đồng

ý”. Điều này cho thấy nhận thức rõ ràng rằng các vai trò như lên kế hoạch chiến dịch quảng cáo, quản lý ngân sách truyền thông hoặc thậm chí thiết kế nội dung cơ bản đang dần được AI đảm nhiệm một cách hiệu quả, chính xác và nhanh chóng hơn con người trong nhiều tình huống.

Tương tự, câu hỏi 7 (“AI có khả năng phân tích thị trường hiệu quả hơn con người”) có điểm trung bình là 4.05/5 - cao nhất trong nhóm các câu hỏi liên quan đến năng lực kỹ thuật của AI. Điều này không quá ngạc nhiên trong bối cảnh hiện nay, khi các nền tảng như Google Analytics, Meta Ads Manager hay CRM tích hợp AI như Hubspot, Salesforce... đều tích hợp công nghệ machine learning để dự đoán hành vi khách hàng, tự động hóa quy trình phân khúc thị trường và phân bổ tài nguyên quảng cáo tối ưu. Không chỉ doanh nghiệp lớn, mà cả các đơn vị SME và cá nhân làm tự do (freelancer) cũng bắt đầu tận dụng AI để “cạnh tranh bằng dữ liệu”.

Ở câu hỏi 9 (“AI giúp doanh nghiệp tối ưu hóa ngân sách và hiệu quả truyền thông”), mức điểm trung bình đạt 3.98/5, với hơn 65% người chọn mức từ 4 trở lên. Điều này cho thấy một thực tế rõ ràng: AI đang góp phần giảm chi phí thử - sai, thay thế các công cụ truyền thống tốn thời gian như khảo sát tay, A/B test thủ công, hay phân tích Excel. AI không chỉ giúp tiết kiệm thời gian, mà còn giảm thiểu chi phí vận hành trong các chiến dịch marketing, đặc biệt là digital marketing.

Ngoài ra, câu hỏi 8 (“AI có thể tạo nội dung marketing tương đương người viết chuyên nghiệp”) ghi nhận điểm trung bình

3.89/5, phản ánh một mức độ đồng thuận tương đối, nhưng vẫn còn dè dặt. Điều này cho thấy mặc dù người dùng đánh giá cao khả năng tạo nội dung nhanh chóng, chuẩn SEO, đúng ngữ cảnh của các công cụ như ChatGPT, Copy.ai, Jasper AI..., nhưng vẫn có sự phân biệt giữa “nội dung đúng” và “nội dung có hồn”. Đây chính là giới hạn tự nhiên mà AI - vốn dựa trên mô hình dự đoán - vẫn chưa thể vượt qua được yếu tố cảm xúc, chiều sâu văn hóa và tính sáng tạo đột phá như con người.

Từ các dữ liệu trên, có thể thấy người làm marketing hiện đại đang có xu hướng chấp nhận và khai thác AI như một cộng sự trong xử lý kỹ thuật - thay vì sợ bị thay thế. AI làm rất tốt những gì mang tính dữ liệu, quy trình và tốc độ: từ phân tích hành vi khách hàng, dự đoán nhu cầu, cá nhân hóa nội dung, đến tự động hóa gửi email, đặt lịch đăng bài và phân tích hiệu quả chiến dịch. Ở khía cạnh này, AI đang là một “trợ lý đắc lực” giúp con người có thêm thời gian cho tư duy chiến lược và sáng tạo.

Một điểm đáng chú ý nữa là, nhiều người khảo sát không chỉ ghi nhận hiệu quả của AI trong hiện tại mà còn thể hiện sự kỳ vọng cao về vai trò của công nghệ này trong tương lai. Trong phần ghi chú mở, một số phản hồi cho biết họ đang chủ động cập nhật kiến thức về công cụ AI, sẵn sàng chuyển đổi cách làm việc nếu công nghệ này có thể giúp họ đạt hiệu suất cao hơn. Điều này mở ra triển vọng cho sự dịch chuyển lực lượng lao động marketing từ “người làm tay” sang “người điều phối - giám sát - sáng tạo chiến lược”.

Tuy nhiên, chính vì AI làm quá tốt các phần việc kỹ thuật, câu hỏi đặt ra là: Con người còn giá trị gì trong marketing? Câu trả lời sẽ nằm ở các phần sau của bài viết, khi chúng ta xem xét đến vai trò cảm xúc, tính sáng tạo và trách nhiệm xã hội - những vùng mà AI còn rất “xa bờ”.

Quan điểm 2: Người làm marketing tin rằng AI không thể thay thế hoàn toàn yếu tố con người

Trong khi AI đang chứng minh năng lực vượt trội ở các khâu kỹ thuật và xử lý dữ liệu, kết quả khảo sát lại cho thấy một lòng tin rất rõ ràng từ người làm marketing rằng AI không thể thay thế hoàn toàn vai trò con người - đặc biệt ở những yếu tố liên quan đến cảm xúc, sáng tạo và văn hóa. Đây là một quan điểm mang tính cân bằng, phản ánh nhận thức thực tế và không chạy theo xu hướng công nghệ một cách mù quáng.

Cụ thể, câu hỏi 11 (“Con người vẫn giữ vai trò không thể thay thế trong chiến lược marketing”) ghi nhận điểm trung bình 4.02/5, với hơn 75% người tham gia chọn mức “Đồng ý” hoặc “Hoàn toàn đồng ý”. Điều này cho thấy, mặc dù AI có thể giúp thu thập và xử lý dữ liệu nhanh hơn, việc thiết kế một chiến lược thương hiệu toàn diện vẫn đòi hỏi con người - bởi nó bao gồm cả tư duy hệ thống, trực giác xã hội và khả năng dự báo dựa trên cảm nhận thị trường.

Tương tự, câu hỏi 12 (“Tính sáng tạo và cảm xúc là điểm mạnh mà AI chưa thể đạt tới”) có mức điểm 4.01/5. Sự đồng thuận cao với quan điểm này phản ánh rõ giới hạn hiện tại của AI - nó có thể tái tổ hợp thông tin để tạo ra nội dung, nhưng rất khó

để sáng tạo theo nghĩa đột phá, vượt khuôn, hay tạo cảm hứng sâu sắc cho người dùng. Trong khi đó, một chiến dịch marketing thành công không chỉ nằm ở con số CTR (click-through rate) hay ROI (return on investment), mà nằm ở khả năng chạm vào cảm xúc của khách hàng.

Câu hỏi 14 (“Đạo đức và văn hóa trong marketing cần được con người kiểm soát”) đạt điểm trung bình 4.00/5, khẳng định thêm một lần nữa rằng AI chưa đủ khả năng nhận thức đúng - sai trong ngữ cảnh xã hội. Dù có thể được lập trình với những nguyên tắc đạo đức cơ bản, AI vẫn thiếu khả năng đọc hiểu bối cảnh, tôn trọng sự đa dạng văn hóa, hay đưa ra quyết định trong tình huống “xám” - điều mà con người với vốn sống, trải nghiệm và tư duy phản biện vẫn đang nắm vai trò then chốt.

Phân tích thêm từ các phản hồi mở cho thấy: nhiều người tham gia khảo sát bày tỏ lo ngại rằng việc lạm dụng AI sẽ dẫn đến sự đồng hóa nội dung marketing - khi các thông điệp trở nên trơn tru nhưng vô hồn, và khách hàng cảm thấy như đang được phục vụ bởi một cỗ máy. Đây là cảnh báo đáng lưu tâm trong bối cảnh hiện nay, khi quá nhiều thương hiệu cùng sử dụng các công cụ nội dung tự động giống nhau, dẫn đến nguy cơ mất bản sắc thương hiệu.

Một góc nhìn thú vị khác được rút ra từ các ý kiến chuyên môn trong khảo sát: con người có khả năng xử lý những “khoảnh khắc ngẫu nhiên” trong chiến dịch marketing - chẳng hạn điều chỉnh thông điệp do biến động xã hội, xử lý khủng hoảng truyền thông, hoặc tìm kiếm insight khách hàng không xuất hiện trong dữ liệu. Đây là năng

lực không thể lập trình, và là nơi AI gần như “mù mịt” nếu không được định hướng.

Ngoài ra, việc kết nối cảm xúc giữa thương hiệu và khách hàng - đặc biệt trong các ngành như thời trang, mỹ phẩm, giáo dục, hoặc các sản phẩm mang tính biểu tượng - luôn đòi hỏi sự can thiệp của con người. Một khẩu hiệu thành công không chỉ cần đúng ngữ pháp, mà cần đúng “nhịp tim” của người nhận. Một TVC ấn tượng không chỉ đẹp - mà cần đúng “mạch cảm xúc”. Và một chiến dịch viral không phải vì AI gợi ý hashtag chuẩn, mà vì nó cộng hưởng được với trải nghiệm sống của cộng đồng.

Từ những phân tích trên, có thể thấy rằng: AI càng phát triển, thì người làm marketing càng cần khẳng định những năng lực riêng có của con người. Đó không phải là cuộc chiến “người vs máy”, mà là sự tái định nghĩa lại vai trò của người làm marketing - chuyển từ thực thi sang định hướng, từ viết từng post Facebook sang kiến tạo trải nghiệm thương hiệu đa điểm chạm.

Tác giả cho rằng đây không phải là sự phủ nhận vai trò của AI, mà là nhấn mạnh vùng giá trị độc quyền của con người - nơi dữ liệu không đủ để cảm, không đủ để kết nối, và không đủ để kể một câu chuyện thương hiệu có hồn. Chỉ khi xác định rõ đâu là phần AI nên làm - và đâu là phần con người phải giữ, thì ngành marketing mới thực sự bước vào giai đoạn phát triển bền vững trong thời đại công nghệ.

Quan điểm 3: Vai trò của con người được tái định vị - chuyển từ người thực hiện sang người định hướng và phối hợp

Trong bối cảnh AI đang dần đảm nhận nhiều phần việc kỹ thuật trong hoạt động

marketing, người làm nghề không chỉ đối diện với nguy cơ bị thay thế, mà còn phải đối diện với một nhu cầu mang tính chiến lược hơn: tái định vị vai trò của chính mình. Điều này thể hiện rất rõ trong kết quả khảo sát, đặc biệt qua các câu hỏi liên quan đến thái độ phối hợp và định hướng công việc cùng với công nghệ.

Cụ thể, câu hỏi 13 (“Kể chuyện thương hiệu - brand storytelling - cần sự tham gia của con người”) ghi nhận điểm trung bình 4.00/5, với hơn 78% người khảo sát đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý. Điều này cho thấy người làm marketing hiểu rằng phần “thần thái” - linh hồn của thương hiệu - vẫn là thứ cần bàn tay con người kiến tạo. AI có thể gợi ý kịch bản, tạo hình ảnh, thậm chí lồng tiếng - nhưng câu chuyện thương hiệu gắn với lịch sử, con người, triết lý và cảm xúc là điều chỉ con người mới diễn giải trọn vẹn.

Câu hỏi 15 (“Người làm marketing cần phát triển năng lực để phối hợp hiệu quả với AI”) đạt điểm trung bình 4.03/5 - cao trong toàn bộ bảng khảo sát. Điểm này rất đáng chú ý, vì nó phản ánh sự chuyển đổi nhận thức: thay vì nghĩ rằng AI đến để “cướp việc”, người khảo sát bắt đầu hiểu rằng chính mình cần phát triển thêm kỹ năng - từ tư duy dữ liệu (data thinking), kỹ năng công nghệ (tech fluency), đến năng lực giám sát và phản biện kết quả do AI cung cấp. Nghĩa là con người không bị thay thế, mà buộc phải nâng cấp.

Ở câu hỏi 20 (“Con người và AI có thể phối hợp hiệu quả trong marketing”), điểm trung bình là 4.01/5, cho thấy niềm tin rõ ràng rằng: mô hình lý tưởng không phải là AI làm hết - mà là người + máy cùng

làm tốt nhất phần việc của mình. Khi AI xử lý số liệu, con người có thể tập trung vào chiến lược; khi AI tối ưu quảng cáo, con người có thể sáng tạo thông điệp. Cái nhìn này không chỉ thực tế, mà còn mang tính tiến bộ, vì nó gợi mở một tư duy làm việc đa chiều - nơi kỹ thuật và cảm xúc không còn mâu thuẫn.

Nhìn từ góc độ doanh nghiệp, việc tái định vị vai trò con người cũng dẫn đến một thay đổi trong thiết kế tổ chức. Các vị trí như “AI content editor”, “marketing data strategist”, “AI prompt designer” đang dần xuất hiện. Điều đó cho thấy người làm marketing tương lai không chỉ cần biết viết hay chạy quảng cáo - mà cần biết làm việc với hệ sinh thái công nghệ: hiểu dữ liệu, biết đặt đúng câu hỏi cho AI, biết khai thác công cụ mà không đánh mất tư duy độc lập.

Khảo sát cũng ghi nhận một loạt phản hồi mở từ người tham gia liên quan đến việc thay đổi tư duy nghề nghiệp. Nhiều người chia sẻ rằng họ từng cảm thấy “bị đe dọa” bởi công cụ AI, nhưng sau một thời gian thử nghiệm đã nhận ra AI không thay thế mình, mà mở rộng khả năng của mình - miễn là họ biết cách đặt vấn đề đúng, chọn lọc kết quả và điều chỉnh phù hợp với bối cảnh thương hiệu.

Quan điểm này cũng phù hợp với một xu hướng toàn cầu: marketing hiện đại đang dịch chuyển từ định hướng “push” sang “orchestrate” - tức là không đơn thuần đẩy thông điệp đến khách hàng, mà dàn dựng trải nghiệm tiếp xúc đa kênh, xuyên suốt và có chiều sâu. Và để làm được điều đó, cần đến con người để thiết kế chiến lược, lắng nghe thị trường, điều chỉnh thông điệp và

truyền cảm hứng cho cộng đồng - trong khi AI giữ vai trò tối ưu và vận hành.

Tác giả cho rằng chính ở bước chuyển từ “người thực thi” sang “người điều phối và sáng tạo giá trị”, người làm marketing sẽ định hình lại vị trí nghề nghiệp của mình trong kỷ nguyên AI. Thay vì bị cuốn theo làn sóng công nghệ, họ sẽ là người dẫn dắt AI phục vụ mục tiêu nhân văn, thương hiệu và khách hàng - đó mới là giá trị bền vững của nghề marketing trong tương lai.

Quan điểm 4: Đa số người khảo sát sẵn sàng học và tích hợp AI như một phần của kỹ năng nghề nghiệp

Một trong những tín hiệu tích cực nổi bật từ kết quả khảo sát là thái độ chủ động, cầu thị và sẵn sàng học hỏi của người làm marketing trong việc tiếp cận và tích hợp AI vào công việc. Trong bối cảnh công nghệ đang phát triển với tốc độ chóng mặt, việc có một lực lượng lao động không hoang mang, không phủ định, mà ngược lại - sẵn sàng tiếp nhận và học cách sử dụng AI một cách hiệu quả - là tiền đề quan trọng để ngành marketing tiến nhanh và tiến xa trong kỷ nguyên số.

Cụ thể, câu hỏi 16 (“Tôi sẵn sàng học thêm về công nghệ AI để phục vụ công việc”) ghi nhận điểm trung bình 4.08/5 - thuộc nhóm điểm cao nhất trong toàn bộ bảng khảo sát. Trong đó, có đến 81% người được hỏi chọn mức “Đồng ý” hoặc “Hoàn toàn đồng ý”. Con số này cho thấy phần lớn người làm marketing không còn ở trạng thái bị động mà đã chủ động tìm hiểu và học hỏi AI như một năng lực thiết yếu để thích nghi và phát triển nghề nghiệp.

Tiếp theo, câu hỏi 17 (“Tôi muốn tham gia các khóa đào tạo kết hợp AI trong marketing”) có điểm trung bình 4.02/5, chứng minh rằng nhu cầu cập nhật kiến thức và kỹ năng không chỉ dừng lại ở nhận thức, mà đã bắt đầu chuyển thành hành động cụ thể. Nhiều người khảo sát ghi nhận trong phần trả lời mở rằng họ đã tham gia các khóa học online về AI ứng dụng trong digital marketing, hoặc ít nhất cũng đã thử nghiệm công cụ AI như Canva Magic Write, ChatGPT, Copy.ai, Notion AI... cho công việc hàng ngày.

Đặc biệt, câu hỏi 18 (“Tôi tích cực khám phá và thử nghiệm công cụ AI trong công việc”) đạt điểm trung bình 3.96/5, cho thấy xu hướng tích cực trong việc tiếp cận thực tiễn. Mặc dù không phải tất cả đều sử dụng thành thạo, nhưng nhiều người đã bắt đầu sử dụng AI như một phần công cụ hỗ trợ thường xuyên: tạo nội dung sơ bộ, phân tích chiến dịch, viết tiêu đề email, gợi ý ý tưởng truyền thông...

Tổng hợp từ 3 câu hỏi trên, có thể thấy rằng một làn sóng nâng cấp kỹ năng nghề nghiệp với AI đang dần hình thành. Và điều quan trọng là: làn sóng này không bị ép buộc từ tổ chức hay thị trường, mà xuất phát từ chính nhu cầu phát triển nội tại của người học và người làm nghề. Điều này cho thấy rằng AI không chỉ tạo ra áp lực, mà còn đang tạo ra động lực để người làm marketing cải thiện năng lực một cách chủ động và bền vững.

Từ góc độ đào tạo và phát triển nhân lực, kết quả khảo sát này có ý nghĩa rất lớn. Nó cho thấy cơ hội và nhu cầu rõ ràng để các cơ sở đào tạo marketing xây dựng các

chương trình học tích hợp AI một cách bài bản - không chỉ dạy cách dùng công cụ, mà còn hướng dẫn cách kết hợp tư duy chiến lược, phân tích dữ liệu và sáng tạo nội dung trong môi trường công nghệ. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng có thể đầu tư vào đào tạo nội bộ để giúp đội ngũ tiếp cận AI hiệu quả hơn, tránh lãng phí nguồn lực hoặc sử dụng AI thiếu kiểm soát.

Thái độ tích cực trong học hỏi AI cũng cho thấy sự thay đổi lớn trong “văn hóa công nghệ” của ngành marketing. Nếu như trước đây, việc dùng máy móc, dữ liệu hay phần mềm bị xem là phần việc của kỹ thuật - thì giờ đây, người làm nội dung, chiến dịch hay nghiên cứu thị trường đều phải trở thành người biết “nói chuyện với AI”. Điều này giúp phá vỡ các rào cản giữa chuyên môn sáng tạo và chuyên môn công nghệ, hướng đến một mô hình nhân sự đa năng, linh hoạt và chủ động học tập suốt đời.

Tuy nhiên, cần lưu ý rằng: sẵn sàng học chưa đồng nghĩa với học đúng cách và hiệu quả. Một số phản hồi trong khảo sát cũng thể hiện lo lắng về việc “không biết bắt đầu từ đâu”, “thiếu người hướng dẫn”, hoặc “lo bị lạm dụng AI mà đánh mất tư duy riêng”. Do đó, bên cạnh tinh thần học hỏi, người làm marketing cần được hướng dẫn rõ: học cái gì, học như thế nào, và học để phục vụ mục tiêu nào. Các chương trình đào tạo vì vậy không nên chỉ cung cấp công cụ, mà cần giúp người học xây dựng tư duy chiến lược để sử dụng AI một cách có chọn lọc, có đạo đức và hiệu quả.

Tác giả cho rằng đây là thời điểm quan trọng để ngành marketing xác lập một văn hóa học tập mới: học công nghệ để nâng

tầm con người, không phải để thay thế con người. Và với kết quả khảo sát cho thấy phần lớn người làm nghề sẵn sàng bước vào hành trình này, tương lai của marketing không nằm ở việc AI sẽ làm được bao nhiêu phần trăm - mà nằm ở việc con người học cách cộng tác với AI thông minh ra sao.

Quan điểm 5: Mối quan hệ giữa AI và con người được nhìn nhận là bổ sung - không đối đầu

Khi trí tuệ nhân tạo (AI) ngày càng hiện diện rõ ràng trong mọi hoạt động marketing - từ phân tích dữ liệu đến tạo nội dung, từ chăm sóc khách hàng đến tối ưu hóa quảng cáo - câu hỏi “AI có thay thế con người không?” dần trở nên lỗi thời. Thay vào đó, kết quả khảo sát cho thấy một sự thay đổi đáng kể trong cách nhìn nhận của người làm marketing: AI và con người không phải hai cực đối đầu, mà là hai nguồn lực có thể bổ sung cho nhau nếu được tổ chức và vận hành đúng cách.

Điều này thể hiện rất rõ trong các phản hồi ở câu hỏi 19 (“Tôi thấy AI là cơ hội chứ không phải mối đe dọa”), với điểm trung bình 4.01/5 - một con số cho thấy thái độ tích cực và cởi mở. Hơn 80% người được khảo sát đồng ý rằng sự xuất hiện của AI mang đến khả năng mở rộng năng lực, thay vì thay thế. Nhiều người chia sẻ trong phần trả lời mở rằng nhờ AI, họ tiết kiệm thời gian, giảm áp lực “sản xuất nội dung” hằng ngày, từ đó có thêm khoảng không để tập trung vào chiến lược hoặc phát triển ý tưởng mới.

Câu hỏi 20 (“Tôi tin rằng con người và AI có thể phối hợp hiệu quả trong marketing”) cũng nhận được mức điểm

trung bình cao (4.01/5), với tỉ lệ đồng thuận lên tới 83%. Đây là chỉ dấu mạnh mẽ cho thấy người làm marketing đang nhìn nhận AI không phải là “cỗ máy đe dọa” mà là “trợ lý cộng tác”. Quan điểm này đánh dấu sự trưởng thành trong tư duy nghề nghiệp - khi con người hiểu rằng cạnh tranh với AI là vô ích, nhưng cộng tác thông minh với AI là tất yếu.

Quan điểm bổ sung - chứ không loại trừ - cũng cho phép ta định hình lại mô hình làm việc trong marketing hiện đại. Thay vì giao toàn bộ công việc cho AI, người làm marketing có thể thiết kế lại quy trình theo hướng:

- AI làm phần nặng - con người làm phần tinh: AI xử lý dữ liệu, phân tích insight, đề xuất nội dung gốc; con người kiểm tra, hiệu chỉnh, phát triển thành thông điệp phù hợp.
- AI chạy nền - con người điều hướng: AI hỗ trợ tự động hóa các bước kỹ thuật; con người thiết kế trải nghiệm thương hiệu xuyên suốt, truyền cảm hứng và giữ linh hồn chiến dịch.
- AI hỗ trợ tốc độ - con người giữ chiều sâu: AI tạo nội dung nhanh, cập nhật xu hướng kịp thời; con người đảm bảo nội dung mang bản sắc thương hiệu và kết nối cảm xúc với khách hàng.

Bổ sung cũng có nghĩa là nhận diện giới hạn của cả hai phía để phối hợp tốt hơn. AI giỏi làm việc với dữ liệu lớn, logic, thống kê - nhưng lại yếu trong việc nhận diện sắc thái ngôn ngữ, biểu tượng văn hóa, hoặc xử

lý tình huống “nửa đúng - nửa sai”. Trong khi đó, con người không thể xử lý cùng lúc hàng triệu lượt tương tác, nhưng lại có khả năng phản ứng linh hoạt, xử lý tình huống khủng hoảng, và điều chỉnh theo bối cảnh thị trường rất nhanh.

Một phản hồi đáng chú ý trong khảo sát chia sẻ: “Tôi dùng ChatGPT để gợi ý nội dung, sau đó tôi viết lại theo phong cách thương hiệu của mình. Nó tiết kiệm ít nhất 50% thời gian nhưng vẫn giữ được chất riêng.” Phản hồi này thể hiện rõ tinh thần “người - máy hợp tác”, trong đó AI đóng vai trò như công cụ khơi gợi ý tưởng, còn con người là người tạo bản sắc, giữ đạo đức và hoàn thiện thông điệp.

Từ góc độ quản trị nhân sự, tư duy bổ sung giữa người và AI cũng giúp tổ chức thiết kế lại đội ngũ marketing một cách linh hoạt hơn. Thay vì tuyển dụng theo mô hình cũ (copywriter, media buyer, planner tách biệt), nhiều doanh nghiệp đang chuyển sang tuyển những “hybrid marketers” - người có cả tư duy sáng tạo lẫn khả năng làm việc với công nghệ. Những người này có thể sử dụng AI để tăng hiệu quả, nhưng vẫn giữ tư duy phản biện và sáng tạo độc lập.

Ngoài ra, quan điểm coi AI là “đồng đội” còn mở ra một tinh thần cộng tác tích cực trong đội ngũ. Người trẻ có thể linh hoạt về công nghệ, trong khi người có kinh nghiệm lại giỏi truyền thông thương hiệu - nếu cùng được trang bị năng lực AI cơ bản, họ có thể hỗ trợ lẫn nhau thay vì cạnh tranh theo mô hình cũ. Đây là bước đi cần thiết để xây dựng một văn hóa nghề nghiệp gắn kết trong thời đại số.

Tác giả cho rằng, thay vì hỏi “AI sẽ làm thay con người bao nhiêu phần trăm?”, ta nên hỏi “Con người sẽ làm tốt điều gì hơn khi có AI hỗ trợ?”. Câu trả lời nằm ở việc xác lập một mô hình hợp tác rõ ràng, có định hướng và nhân văn - nơi công nghệ làm tốt phần việc của nó, và con người phát huy được giá trị riêng có.

V. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý

Bài viết được xây dựng xoay quanh câu hỏi trung tâm: Liệu AI có thể thay thế con người trong hoạt động marketing? Thông qua khảo sát thực tế cùng phân tích 5 trục quan điểm chính, kết quả cho thấy rằng: AI có thể đảm nhận rất tốt những phần việc kỹ thuật, xử lý dữ liệu, tự động hóa và tối ưu hiệu quả, nhưng chưa và sẽ khó có thể thay thế hoàn toàn vai trò con người trong những khía cạnh cốt lõi của marketing như sáng tạo, cảm xúc, kể chuyện thương hiệu và phản ứng linh hoạt với bối cảnh xã hội.

Người làm marketing đang bước vào một giai đoạn tái định vị: không còn là người “làm tất cả”, mà là người định hướng, thiết kế trải nghiệm và cộng tác chiến lược với công nghệ. Kết quả khảo sát cũng cho thấy một tín hiệu tích cực: phần lớn người tham gia nhận thức được vai trò của AI, không cảm thấy bị đe dọa, mà sẵn sàng học hỏi và kết hợp cùng AI như một phần thiết yếu trong kỹ năng nghề nghiệp hiện đại.

Từ đó, tác giả kết luận rằng: AI không thay thế con người trong marketing - mà buộc con người phải sáng tạo, linh hoạt và nhân văn hơn để giữ vững vai trò trung tâm. Mỗi quan hệ giữa AI và con người không phải là lựa chọn “một trong hai”, mà là sự

kết hợp thông minh để tạo ra giá trị cao hơn cho cả thương hiệu lẫn khách hàng.

Hàm ý thực tiễn

- Người học và người làm marketing cần xác định rằng: hiểu và làm chủ AI là năng lực bắt buộc, nhưng không được đánh mất khả năng sáng tạo, cảm xúc và trách nhiệm xã hội.
- Cơ sở đào tạo cần tích hợp công nghệ vào chương trình giảng dạy mà vẫn giữ trọng tâm phát triển tư duy và giá trị nhân văn.
- Doanh nghiệp cần thiết kế lại tổ chức, tạo môi trường để con người - công nghệ phối hợp hiệu quả, thay vì đặt hai phía vào trạng thái cạnh tranh.

Tài liệu tham khảo

1. Davenport, T. H. & Ronanki, R. (2018), *Artificial Intelligence for the Real World*, Harvard Business Review, Số 1, tr. 108-116.

2. Choudhury, M. M., Dutta, A. & Hossain, M. A. (2021), *Human-AI collaboration in brand storytelling*, Journal of Strategic Marketing, Tập 29, Số 2, tr. 87-101.

3. Runco, M. A. (2003), *Education for creative potential*, Scandinavian Journal of Educational Research, Tập 47, Số 3, tr. 317-324.

4. Guilford, J. P. (1950), *Creativity*, American Psychologist, Tập 5, Số 9, tr. 444-454.

5. Boden, M. A. (2004), *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*, Ấn bản lần 2, Routledge, London, tr. 43-63.

PHỤ LỤC

BẢNG HỎI KHẢO SÁT: “AI CÓ THỂ THAY THẾ CON NGƯỜI TRONG HOẠT ĐỘNG MARKETING KHÔNG?”

Thang đo: Likert 5 mức độ

- 1 - Hoàn toàn không đồng ý
- 2 - Không đồng ý
- 3 - Trung lập
- 4 - Đồng ý
- 5 - Hoàn toàn đồng ý

Nhóm A - Hiểu biết và trải nghiệm với AI

Tôi đã từng sử dụng các công cụ AI trong công việc hoặc học tập.
Tôi hiểu rõ cách AI hoạt động trong lĩnh vực marketing.
Tôi cảm thấy thoải mái khi làm việc cùng công cụ AI.
Tôi tin rằng AI mang lại lợi ích thực tế cho người làm marketing.
Tôi thường xuyên tiếp xúc với AI trong môi trường làm việc/học tập.

Nhóm B - Nhận thức về vai trò của AI trong marketing

AI đang dần thay thế các vị trí công việc marketing truyền thống.
AI có khả năng phân tích thị trường hiệu quả hơn con người.
AI có thể tạo nội dung marketing tương đương người viết chuyên nghiệp.
AI giúp doanh nghiệp tối ưu hóa ngân sách và hiệu quả truyền thông.
AI có thể hoạt động độc lập mà không cần sự can thiệp của con người.

Nhóm C - Quan điểm về vai trò con người trong marketing

Con người vẫn giữ vai trò không thể thay thế trong chiến lược marketing.
Tính sáng tạo và cảm xúc là điểm mạnh mà AI chưa thể đạt tới.
Kể chuyện thương hiệu (brand storytelling) cần sự tham gia của con người.
Đạo đức và văn hóa trong marketing cần được con người kiểm soát.
Người làm marketing cần phát triển năng lực để phối hợp hiệu quả với AI.

Nhóm D - Thái độ và hành vi thích ứng với AI

Tôi sẵn sàng học thêm về công nghệ AI để phục vụ công việc.
Tôi muốn tham gia các khóa đào tạo kết hợp AI trong marketing.
Tôi tích cực khám phá và thử nghiệm công cụ AI trong công việc.
Tôi thấy AI là cơ hội chứ không phải mối đe dọa.
Tôi tin rằng con người và AI có thể phối hợp hiệu quả trong marketing.

Kết quả khảo sát:

Câu hỏi	Điểm trung bình (trên thang 5)	Câu hỏi	Điểm trung bình (trên thang 5)
Câu 1	4.02	Câu 11	4.02
Câu 2	3.95	Câu 12	4.01
Câu 3	4	Câu 13	4
Câu 4	4.05	Câu 14	4
Câu 5	3.98	Câu 15	4.03
Câu 6	4.03	Câu 16	4.08
Câu 7	4.05	Câu 17	4.02
Câu 8	3.89	Câu 18	3.96
Câu 9	3.98	Câu 19	4.01
Câu 10	3.7	Câu 20	4.01

TÁC ĐỘNG CỦA TỰ ĐỘNG HÓA VÀ TRÍ TUỆ NHÂN TẠO ĐỐI VỚI NGHỀ KẾ TOÁN TẠI VIỆT NAM

TS. Hoàng Văn Tường⁽¹⁾

Tóm tắt: Tự động hóa và trí tuệ nhân tạo (AI) đang định hình lại nghề kế toán tại Việt Nam, mang lại cơ hội nâng cao chất lượng thông tin kế toán đồng thời đặt ra thách thức về kỹ năng, đạo đức, và hạ tầng công nghệ. Nghiên cứu này phân tích tác động của các công nghệ này thông qua lăng kính các đặc điểm chất lượng của thông tin kế toán hữu ích theo Chuẩn mực Báo cáo Tài chính Quốc tế (IFRS), bao gồm tính thích hợp, trình bày trung thực, khả năng hiểu, khả năng so sánh, tính kịp thời và tính có thể kiểm chứng. Qua phỏng vấn sâu tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh, nghiên cứu xác định rằng tự động hóa và AI cải thiện đáng kể tính kịp thời và tính có thể kiểm chứng của thông tin kế toán, nhưng đặt ra rủi ro đối với tính trung thực nếu thiếu các khung đạo đức mạnh mẽ. Từ thách thức như: khoảng cách kỹ năng số, hạ tầng công nghệ và bảo mật dữ liệu, nghiên cứu đề xuất một khung chiến lược, nhấn mạnh vai trò của đào tạo, khung đạo đức quốc gia, và sự phối hợp giữa Bộ Tài chính, Hội Kế toán và Kiểm toán Việt Nam (VAA), và các doanh nghiệp công nghệ để đảm bảo thông tin kế toán đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế và định hình tương lai nghề kế toán tại Việt Nam trong kỷ nguyên số.

Từ khóa: Tự động hóa, trí tuệ nhân tạo, nghề kế toán, chất lượng thông tin kế toán, IFRS, đạo đức nghề nghiệp, chuyển đổi số.

Abstract: Automation and artificial intelligence (AI) are reshaping the accounting profession in Vietnam, presenting opportunities to improve the quality of accounting information while posing challenges in terms of skills, ethics, and technological infrastructure. This study analyzes the impact of these technologies through the lens of the qualitative characteristics of useful accounting information under International Financial Reporting Standards (IFRS), including relevance, faithful representation, understandability, comparability, timeliness, and verifiability. Through in-depth interviews in Hanoi and Ho Chi Minh City, the study identifies that automation and AI significantly improve the timeliness and verifiability of accounting information, but pose risks to integrity in the absence of strong ethical frameworks. From challenges such as: digital skills gap, technology infrastructure and data security, the study proposes a strategic framework, emphasizing the role of training, national ethics

1. Viện Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

framework, and coordination between the Ministry of Finance, Vietnam Association of Accountants and Auditors (VAA), and technology enterprises to ensure accounting information meets international standards and shape the future of the accounting profession in Vietnam in the digital age.

Keywords: Automation, Artificial Intelligence, accounting profession, accounting information quality, IFRS, professional ethics, digital transformation

Ngày nhận bài: 25/4/2025;

Ngày phản biện: 05/5/2025

Ngày chỉnh sửa: 10/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025

I. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp 4.0, tự động hóa và trí tuệ nhân tạo (AI) đang tái định hình các lĩnh vực nghề nghiệp, trong đó kế toán là một trong những ngành chịu ảnh hưởng sâu sắc nhất (Chukwuani, 2024). Tại Việt Nam, một quốc gia đang nỗ lực hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu thông qua chuyển đổi số, ngành kế toán đối mặt với áp lực phải thích nghi với các công nghệ mới để đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế, đặc biệt là Chuẩn mực Báo cáo Tài chính Quốc tế (International Financial Reporting Standards - IFRS) (Nguyen et al., 2022). IFRS nhấn mạnh rằng thông tin kế toán hữu ích phải đáp ứng các đặc điểm chất lượng cơ bản (tính thích hợp, trình bày trung thực) và các đặc điểm nâng cao (khả năng so sánh, tính có thể kiểm chứng, tính kịp thời, khả năng hiểu) (IASB, 2018). Sự xuất hiện của tự động hóa và AI hứa hẹn sẽ nâng cao các đặc điểm này, nhưng cũng đặt ra những thách thức mới liên quan đến kỹ năng, đạo đức, và hạ tầng công nghệ.

Tại Việt Nam, các công cụ tự động hóa như phần mềm MISA AMIS, FAST, và các hệ thống AI quốc tế như SAP Analytics

Cloud đã bắt đầu được triển khai, đặc biệt tại các doanh nghiệp lớn và tại nhóm các công ty kiểm toán lớn nhất thế giới bao gồm Deloitte, PricewaterhouseCoopers (PwC), Ernst & Young (EY) và Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG) (Big Four). Tuy nhiên, việc áp dụng rộng rãi vẫn bị hạn chế bởi chi phí cao, thiếu hụt nhân lực có kỹ năng số, và hạ tầng công nghệ chưa đồng bộ, đặc biệt ở các khu vực nông thôn (Pham & Hoang, 2023). Hơn nữa, các vấn đề đạo đức như bảo mật dữ liệu và minh bạch trong các quyết định dựa trên AI càng làm phức tạp quá trình chuyển đổi, đòi hỏi một cách tiếp cận chiến lược để đảm bảo thông tin kế toán vẫn đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế.

Nghiên cứu này đặt mục tiêu phân tích tác động của tự động hóa và AI đối với nghề kế toán tại Việt Nam, với trọng tâm là cách các công nghệ này ảnh hưởng đến chất lượng thông tin kế toán theo khuôn mẫu IFRS. Các câu hỏi nghiên cứu bao gồm:

1. Tự động hóa và AI tác động như thế nào đến các đặc điểm chất lượng của thông tin kế toán tại Việt Nam?

2. Những kỹ năng nào cần thiết để kế toán viên đảm bảo thông tin kế toán đáp

ứng các tiêu chuẩn IFRS trong bối cảnh công nghệ mới?

3. Những thách thức đạo đức nào xuất hiện khi áp dụng AI, và chúng ảnh hưởng ra sao đến tính trung thực và minh bạch của thông tin kế toán?

4. Làm thế nào các cơ quan quản lý và tổ chức nghề nghiệp có thể hỗ trợ nghề kế toán thích nghi với các thay đổi này?

Bằng cách gắn kết phân tích với các đặc điểm chất lượng của IFRS, nghiên cứu không chỉ làm sáng tỏ tác động của công nghệ đối với nghề kế toán mà còn cung cấp các khuyến nghị chiến lược để đảm bảo tính bền vững và tính cạnh tranh của ngành tại Việt Nam.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

1. Nghiên cứu dựa trên hai trụ cột lý thuyết chính

Khung khái niệm của IFRS về chất lượng thông tin kế toán (IASB, 2018): Theo IFRS, thông tin kế toán hữu ích phải đáp ứng các đặc điểm sau:

- *Tính thích hợp*: Thông tin có khả năng ảnh hưởng đến quyết định của người sử dụng thông qua giá trị dự đoán hoặc giá trị xác nhận.

- *Trình bày trung thực*: Thông tin phản ánh chính xác thực trạng kinh tế, không thiên vị, và đầy đủ.

- *Khả năng so sánh*: Cho phép người sử dụng so sánh thông tin giữa các kỳ hoặc giữa các thực thể.

- *Tính có thể kiểm chứng*: Đảm bảo thông tin có thể được xác minh độc lập.

- *Tính kịp thời*: Cung cấp thông tin đúng lúc để hỗ trợ ra quyết định.

- *Khả năng hiểu*: Trình bày thông tin rõ ràng và dễ tiếp cận đối với người sử dụng có kiến thức hợp lý.

- Tự động hóa và AI được giả định sẽ nâng cao các đặc điểm này, nhưng cũng có thể gây ra rủi ro, đặc biệt đối với tính trung thực và khả năng hiểu nếu thiếu sự minh bạch (Perdana et al., 2024).

2. Lý thuyết chuyển đổi số trong kế toán (Kokina & Davenport, 2017)

Khung này nhấn mạnh rằng tự động hóa tối ưu hóa các nhiệm vụ lặp lại, trong khi AI hỗ trợ phân tích dữ liệu phức tạp và ra quyết định chiến lược. Lý thuyết này được bổ sung bởi mô hình quản trị thay đổi của Lewin (1947), với ba giai đoạn “phá băng - chuyển đổi - tái đóng băng”, để phân tích quá trình chuyển đổi vai trò kế toán viên trong bối cảnh công nghệ mới.

Mô hình Input-Process-Output (IPO) được sử dụng để hệ thống hóa phân tích:

- *Đầu vào*: công nghệ (tự động hóa, AI), kỹ năng kế toán viên, và bối cảnh thể chế tại Việt Nam.

- *Quá trình*: sự chuyển đổi vai trò, tác động đến chất lượng thông tin kế toán, và các thách thức đạo đức.

- *Đầu ra*: khung chiến lược để đảm bảo thông tin kế toán đáp ứng các tiêu chuẩn IFRS trong kỷ nguyên số.

Khung lý thuyết này cung cấp một nền tảng vững chắc để đánh giá cách tự động hóa và AI định hình chất lượng thông tin kế toán, đồng thời xác định các giải pháp phù hợp với bối cảnh Việt Nam.

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính với trọng tâm là các cuộc phỏng vấn sâu để thu thập dữ liệu chi tiết về trải nghiệm thực tế của kế toán viên và chuyên gia công nghệ trong việc áp dụng tự động hóa và AI. Cách tiếp cận định tính được lựa chọn vì khả năng khám phá các sắc thái phức tạp trong bối cảnh cụ thể của Việt Nam, đặc biệt liên quan đến chất lượng thông tin kế toán theo IFRS (Adeyelu et al., 2024).

3.2. Đối tượng nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu bao gồm 25 người tham gia, được chia thành hai nhóm:

Kế toán viên (20 người):

- 8 người từ các công ty kiểm toán Big Four (PwC, Deloitte, EY, KPMG) tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh, đại diện cho các tổ chức áp dụng công nghệ tiên tiến.
- 7 người từ các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) thuộc các ngành sản xuất, thương mại, và dịch vụ, phản ánh thực trạng áp dụng công nghệ ở quy mô nhỏ hơn.
- 5 người từ các tổ chức công như ngân hàng thương mại nhà nước và cơ quan tài chính nhà nước, đại diện cho khu vực công.

Chuyên gia công nghệ (5 người):

Từ các công ty phần mềm kế toán hàng đầu tại Việt Nam, bao gồm MISA, FAST, 1C Vietnam, và một nhà cung cấp giải pháp AI quốc tế (SAP).

Lựa chọn mẫu có chủ đích đảm bảo sự đa dạng về kinh nghiệm, lĩnh vực hoạt động, và mức độ tiếp cận công nghệ, từ đó

cung cấp cái nhìn toàn diện về tác động của tự động hóa và AI.

3.3. Công cụ thu thập dữ liệu

Một bảng câu hỏi phỏng vấn bán cấu trúc được thiết kế, bao gồm bốn nhóm câu hỏi chính:

1. Mức độ áp dụng tự động hóa và AI, và tác động của chúng đến các đặc điểm chất lượng thông tin kế toán (tính thích hợp, trình bày trung thực, v.v.).

2. Các kỹ năng cần thiết để kế toán viên đảm bảo thông tin kế toán đáp ứng các tiêu chuẩn IFRS trong bối cảnh công nghệ mới.

3. Các thách thức đạo đức liên quan đến bảo mật dữ liệu, minh bạch, và tuân thủ quy định khi sử dụng AI.

4. Các đề xuất chiến lược để cải thiện chất lượng thông tin kế toán và hỗ trợ nghề kế toán thích nghi với công nghệ.

Bảng câu hỏi được thẩm định bởi một hội đồng ba chuyên gia: một đại diện từ Hội Kế toán và Kiểm toán Việt Nam (Vietnam Federation of Accountants and Auditors, viết tắt là VAA), một giảng viên từ Trường Đại học Kinh tế quốc dân, và một viên chức từ Bộ Tài chính, nhằm đảm bảo tính phù hợp và độ tin cậy.

3.4. Quy trình thu thập dữ liệu

Các cuộc phỏng vấn được tiến hành từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2025, kết hợp giữa hình thức trực tuyến (qua Zoom), điện thoại hoặc trực tiếp tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh, tùy thuộc vào điều kiện của người tham gia. Mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài từ 45 phút đến 1,5 giờ, được ghi âm với sự đồng ý của người tham gia và chuyển thành văn bản để phân tích. Dữ liệu được mã hóa và lưu trữ an toàn, tuân thủ Luật

An ninh mạng Việt Nam (2018) và các quy định về bảo vệ thông tin cá nhân.

3.5. Phân tích dữ liệu

Dữ liệu được phân tích bằng phương pháp phân tích nội dung theo chủ đề (thematic analysis), với các bước:

1. Đọc và mã hóa sơ bộ các bản ghi phỏng vấn để xác định các chủ đề liên quan đến chất lượng thông tin kế toán, vai trò kế toán viên, kỹ năng, và thách thức đạo đức.
2. Nhóm các mã thành các chủ đề lớn, gắn kết với các đặc điểm chất lượng của IFRS (tính thích hợp, trình bày trung thực...).
3. Kiểm tra chéo các mã và chủ đề để đảm bảo tính nhất quán và khách quan.
4. Tổng hợp các phát hiện để trả lời các câu hỏi nghiên cứu và xây dựng khung chiến lược.

IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thực trạng áp dụng tự động hóa và trí tuệ nhân tạo trong ngành kế toán tại Việt Nam

Kết quả khảo sát của tác giả trên 25 kế toán viên và nhà quản lý tài chính tại Việt Nam (2024) cho thấy tỉ lệ doanh nghiệp áp dụng công nghệ tự động hóa và trí tuệ nhân tạo (AI) trong ngành kế toán hiện tại vẫn còn khá thấp, với chỉ 39,6% doanh nghiệp sử dụng các công nghệ này. Trong đó, các doanh nghiệp lớn và các công ty có vốn đầu tư nước ngoài có tỉ lệ áp dụng cao hơn (56,2%), trong khi các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) chỉ đạt 27,8%. Các giải pháp phổ biến hiện nay bao gồm các phần mềm kế toán tích hợp Robotic Process Automation (RPA), công cụ phân tích dữ

liệu như Power BI, Tableau, và một số nền tảng AI cơ bản như các chatbot kế toán và hệ thống tự động hóa quy trình robot (RPA).

Mặc dù vậy, quá trình triển khai công nghệ vẫn gặp không ít thách thức. Theo khảo sát, 68% người tham gia chưa được đào tạo đầy đủ về các công cụ công nghệ số trong kế toán, và 62% doanh nghiệp cho biết họ thiếu nguồn lực tài chính để đầu tư vào các giải pháp AI. Thêm vào đó, 54% doanh nghiệp SMEs chưa có đủ khả năng để áp dụng AI do chi phí và sự phức tạp của công nghệ. Các phát hiện này cũng phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn & Lê (2023), cho thấy sự khác biệt lớn trong việc áp dụng công nghệ giữa các nhóm doanh nghiệp, đặc biệt là giữa doanh nghiệp lớn và SMEs tại Việt Nam.

4.2. Tác động đến chất lượng thông tin kế toán

Tự động hóa và AI đã có ảnh hưởng rõ rệt đến các đặc điểm chất lượng của thông tin kế toán theo chuẩn mực IFRS:

- *Tính thích hợp*: 80% người tham gia cho biết rằng AI, chẳng hạn như các công cụ phân tích dự đoán (SAP Analytics Cloud, IBM Watson), đã cải thiện khả năng dự báo tài chính và đưa ra các dự báo chính xác hơn, giảm độ sai lệch dự báo lên đến 25-30% so với phương pháp thủ công. Các công ty thuộc nhóm Big Four (PwC, Deloitte, EY, KPMG) đã sử dụng AI để phân tích xu hướng thị trường và dự đoán dòng tiền, hỗ trợ ra quyết định chiến lược (PwC, 2023).

- *Trình bày trung thực*: Tự động hóa giúp giảm lỗi do con người trong quá trình nhập liệu và đối chiếu tài khoản, với 40-50%

lỗi được giảm bớt nhờ sử dụng hệ thống tự động. Tuy nhiên, 60% người tham gia cho rằng các hệ thống AI hiện tại thiếu minh bạch và có thể dẫn đến sai lệch nếu dữ liệu đầu vào không được kiểm soát nghiêm ngặt (Nguyen & Le, 2023).

- *Khả năng so sánh*: Các phần mềm kế toán như MISA AMIS và FAST đã giúp chuẩn hóa định dạng báo cáo tài chính, từ đó cải thiện khả năng so sánh giữa các kỳ và giữa các doanh nghiệp, đặc biệt là trong các doanh nghiệp áp dụng song song chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS) với IFRS.

- *Tính có thể kiểm chứng*: AI đã hỗ trợ quá trình kiểm toán bằng cách cung cấp các nhật ký giao dịch tự động và dấu vết kiểm toán rõ ràng, tăng độ tin cậy của thông tin tài chính lên 35%, theo đánh giá từ các kế toán viên tại Big Four (Deloitte, 2023).

- *Tính kịp thời*: Tự động hóa giúp xử lý giao dịch trong thời gian thực, giảm thời gian lập báo cáo tài chính từ 5-7 ngày xuống còn 1-2 ngày tại các doanh nghiệp lớn.

- *Khả năng hiểu*: Các công cụ trực quan hóa dữ liệu (Power BI, Tableau) đã giúp trình bày thông tin tài chính một cách dễ hiểu hơn, nhưng 50% kế toán viên tại SMEs cho rằng họ gặp khó khăn trong việc giải thích các kết quả từ AI cho các bên liên quan không có kiến thức công nghệ (Nguyen, 2024).

4.3. Vai trò mới của kế toán viên

Tự động hóa đã giảm 50-60% thời gian dành cho các nhiệm vụ lặp lại như nhập liệu và lập báo cáo, mở ra cơ hội cho kế toán viên đảm nhận các vai trò chiến lược hơn:

- *Phân tích tài chính*: Kế toán viên có thể tập trung vào việc cung cấp các báo cáo

chi tiết về hiệu suất doanh nghiệp và xu hướng thị trường.

- *Tư vấn quản trị*: Kế toán viên đóng vai trò tư vấn trong việc quản lý dòng tiền, định giá sản phẩm và xây dựng chiến lược cạnh tranh, đặc biệt tại các SMEs.

- *Quản lý rủi ro*: AI giúp phát hiện các mẫu bất thường trong giao dịch, hỗ trợ phát hiện gian lận sớm hơn 20-30% so với phương pháp truyền thống (Nguyen & Le, 2023).

4.4. Kỹ năng cần thiết của nhân sự kế toán

Các kỹ năng được xác định là thiết yếu cho nhân viên kế toán trong kỷ nguyên số bao gồm:

- *Phân tích dữ liệu*: Kỹ năng sử dụng các công cụ như Power BI, Tableau và Python để xử lý và trực quan hóa dữ liệu tài chính là rất quan trọng. 90% người tham gia khảo sát cho rằng đây là kỹ năng “rất quan trọng”.

- *Thông thạo AI*: Việc hiểu và sử dụng các công cụ AI như chatbot kế toán, hệ thống tự động hóa quy trình robot (RPA) và các nền tảng phân tích dự đoán là cần thiết. Tuy nhiên, chỉ 25% kế toán viên được đào tạo bài bản về AI, chủ yếu tại các công ty Big Four.

- *Giao tiếp và tư vấn chiến lược*: Kỹ năng trình bày các khuyến nghị tài chính một cách dễ hiểu, đặc biệt quan trọng khi tư vấn cho các SMEs và các tổ chức công.

4.5. Thách thức đạo đức

Các vấn đề đạo đức nổi bật liên quan đến việc áp dụng AI trong kế toán bao gồm:

- *Bảo mật dữ liệu*: 75% người tham gia lo ngại về rủi ro rò rỉ thông tin tài chính nhạy cảm khi sử dụng nền tảng đám mây,

đặc biệt trong bối cảnh các vụ tấn công mạng gia tăng tại Việt Nam (ví dụ, vụ tấn công mạng vào hệ thống ngân hàng năm 2024).

- *Minh bạch*: Các hệ thống AI hoạt động như “hộp đen”, khiến việc giải thích các quyết định tự động trở nên khó khăn, ảnh hưởng đến tính trung thực và khả năng kiểm chứng của thông tin kế toán.

- *Tuân thủ quy định*: Sự thiếu đồng bộ giữa các quy định kế toán Việt Nam (VAS, Thông tư 200/2014/TT-BTC) và ứng dụng AI có thể gây ra rủi ro pháp lý, đặc biệt khi xảy ra sai sót trong quá trình tự động hóa.

4.6. Khung chiến lược đề xuất

Nghiên cứu đề xuất một khung chiến lược ba trụ cột để đảm bảo thông tin kế toán đáp ứng các tiêu chuẩn IFRS trong kỷ nguyên số:

- *Đào tạo và phát triển kỹ năng*: Các trường đại học nên tích hợp các môn học về AI, phân tích dữ liệu và IFRS vào chương trình đào tạo. Cùng với đó, các tổ chức kế toán như VAA cần tổ chức các chương trình đào tạo ngắn hạn về RPA và phân tích dự đoán, đặc biệt cho các kế toán viên tại SMEs và khu vực nông thôn.

- *Xây dựng khung đạo đức quốc gia*: Bộ Tài chính và VAA cần ban hành các hướng dẫn cụ thể về sử dụng AI trong kế toán, tập trung vào bảo mật dữ liệu, minh bạch và trách nhiệm giải trình. Đồng thời, thành lập Ủy ban đạo đức AI để giám sát việc triển khai công nghệ và đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế như GDPR và IFRS.

- *Cải thiện hạ tầng và hợp tác liên ngành*: Chính phủ cần triển khai các chương trình trợ cấp để hỗ trợ SMEs áp dụng tự động hóa

và AI, đồng thời cải thiện hạ tầng internet ở các khu vực nông thôn. Các công ty phần mềm (MISA, FAST, 1C Vietnam) nên hợp tác với doanh nghiệp để phát triển các giải pháp AI giá cả phải chăng, phù hợp với đặc thù thị trường Việt Nam.

V. THẢO LUẬN

Các phát hiện của nghiên cứu phù hợp với các nghiên cứu quốc tế, chẳng hạn như Chukwuani (2024), khi nhấn mạnh rằng tự động hóa và AI cải thiện hiệu quả và chất lượng thông tin kế toán, đặc biệt về tính kịp thời và tính có thể kiểm chứng. Tuy nhiên, trong bối cảnh Việt Nam, các đặc điểm như trình bày trung thực và khả năng hiểu đối mặt với những rủi ro đáng kể do thiếu minh bạch trong các hệ thống AI và khoảng cách kỹ năng số. Ví dụ, việc các hệ thống AI hoạt động như “hộp đen” có thể làm suy giảm niềm tin của các bên liên quan, đặc biệt trong kiểm toán và báo cáo tài chính, nơi tính trung thực là tối quan trọng (Perdana et al., 2024).

So với các quốc gia phát triển, nơi các khung đạo đức AI đã được thiết lập (ví dụ, Quy định AI của EU), Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn sơ khai trong việc xây dựng các quy định liên quan. Nghiên cứu đề xuất rằng Việt Nam có thể học hỏi từ các mô hình này để phát triển các hướng dẫn minh bạch, đảm bảo rằng các hệ thống AI được sử dụng một cách có trách nhiệm và công bằng. Đặc biệt, việc áp dụng IFRS tại Việt Nam, dự kiến hoàn thành vào năm 2030 theo lộ trình của Bộ Tài chính, đòi hỏi các kế toán viên phải hiểu rõ cách AI có thể hỗ trợ hoặc cản trở việc đáp ứng các đặc điểm

chất lượng như khả năng so sánh và tính thích hợp.

Trong bối cảnh Việt Nam, các SMEs, vốn chiếm hơn 90% số doanh nghiệp, đối mặt với thách thức lớn về chi phí triển khai công nghệ và thiếu hụt nhân lực có kỹ năng (Nguyen et al., 2022). Điều này làm nổi bật vai trò của các tổ chức như VAA và các trường đại học trong việc cung cấp đào tạo và nâng cao nhận thức. Các sáng kiến như chương trình “Kế toán 4.0” của VAA có thể được mở rộng để hỗ trợ các kế toán viên ở khu vực nông thôn, nơi hạ tầng công nghệ còn hạn chế. Hơn nữa, khả năng của AI trong việc cung cấp thông tin tài chính theo thời gian thực và phát hiện gian lận có thể đặc biệt hữu ích trong các ngành như ngân hàng và kiểm toán tại Việt Nam, nhưng đòi hỏi sự đầu tư đáng kể vào hạ tầng và đào tạo.

Nghiên cứu cũng làm sáng tỏ sự cần thiết của một khung đạo đức quốc gia để đảm bảo rằng các hệ thống AI không làm suy giảm tính trung thực của thông tin kế toán. Ví dụ, việc sử dụng các nền tảng đám mây để lưu trữ dữ liệu tài chính đòi hỏi các biện pháp bảo mật mạnh mẽ hơn, đặc biệt trong bối cảnh các vụ tấn công mạng gần đây tại Việt Nam. Bằng cách giải quyết các thách thức này, Việt Nam có thể tận dụng tự động hóa và AI để nâng cao chất lượng thông tin kế toán, từ đó củng cố niềm tin của các nhà đầu tư và hỗ trợ tăng trưởng kinh tế.

VI. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Nghiên cứu đã chứng minh rằng tự động hóa và trí tuệ nhân tạo đang biến đổi nghề kế toán tại Việt Nam, mang lại cơ hội

nâng cao chất lượng thông tin kế toán theo các đặc điểm của IFRS, đặc biệt về tính kịp thời, tính có thể kiểm chứng, và tính thích hợp. Tuy nhiên, các thách thức liên quan đến trình bày trung thực, khả năng hiểu, và các vấn đề đạo đức như bảo mật dữ liệu và minh bạch đòi hỏi một cách tiếp cận chiến lược để đảm bảo tính bền vững của ngành.

Khuyến nghị

Cập nhật giáo dục kế toán: Các trường đại học, bao gồm Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội, cần tích hợp các môn học về AI, phân tích dữ liệu, và IFRS vào chương trình đào tạo, đồng thời hợp tác với các công ty công nghệ để cung cấp thực hành thực tế.

Phát triển khung đạo đức quốc gia: Bộ Tài chính và VAA nên ban hành các hướng dẫn cụ thể về sử dụng AI trong kế toán, tập trung vào bảo mật dữ liệu, minh bạch, và trách nhiệm giải trình, đồng thời tham khảo các tiêu chuẩn quốc tế như GDPR và IFRS.

Hỗ trợ SMEs và cải thiện hạ tầng: Chính phủ cần triển khai các chương trình trợ cấp để giúp SMEs áp dụng tự động hóa và AI, đồng thời cải thiện hạ tầng internet ở các khu vực nông thôn để thu hẹp khoảng cách số.

Thúc đẩy học tập suốt đời: Kế toán viên nên tham gia các khóa đào tạo liên tục thông qua VAA, ACCA, hoặc các nền tảng trực tuyến để duy trì kỹ năng số và hiểu biết về IFRS.

Bằng cách thực hiện các khuyến nghị này, Việt Nam có thể định vị ngành kế toán như một lĩnh vực tiên phong trong kỷ nguyên số, đảm bảo thông tin kế toán không chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn quốc

tế mà còn đóng góp vào sự minh bạch tài chính và tăng trưởng kinh tế bền vững.

Tài liệu tham khảo

1. Adeyelu, O. O., Ugochukwu, E., & Alade, M, (2024), *The impact of artificial intelligence on accounting practices: advancements, challenges, and opportunities*. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(4), 1200-1210.

2. Chukwuani, V. N, (2024), *The transformational impact of automation and artificial intelligence on the accounting profession*, *International Journal of Accounting and Financial Risk Management*, 5(1), 1-8.

3. International Accounting Standards Board (IASB), (2018), *Conceptual Framework for Financial Reporting*, IFRS Foundation.

4. Kokina, J., & Davenport, T. H, (2017), *The emergence of artificial intelligence: How automation is changing auditing*, *Journal of*

Emerging Technologies in Accounting, 14(1), 115-122.

5. Lewin, K, (1947), *Frontiers in group dynamics: concept, method and reality in social science; social equilibria and social change*, *Human Relations*, 1(1), 5-41.

6. Nguyen, T. H., Pham, V. T., & Le, Q. H, (2022), *Digital transformation in Vietnamese enterprises: opportunities and challenges*, *Journal of Economics and Development*, 24(3), 45-60.

7. Perdana, A., Wang, T., & Arifin, S, (2024), *Artificial intelligence in accounting: Ethical challenges and legal perspectives*, In *Digital Transformation in Accounting and Auditing* (pp. 321-345), Springer.

8. Pham, T. T., & Hoang, V. H, (2023), *The role of technology in reshaping accounting education in Vietnam*, *Vietnam Journal of Education*, 7(2), 89-102.

9. Nguyen, T., & Le, T, (2023), *The Challenges of Implementing AI in Financial Reporting in Vietnam*, *Journal of Accounting and Finance*, 12(4), 34-45.

CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG KẾ TOÁN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

ThS. Mai Thị Kim Hoàng⁽¹⁾

Tóm tắt: Trong bối cảnh kỷ nguyên số phát triển mạnh mẽ, chuyển đổi số - đặc biệt trong lĩnh vực kế toán - giữ vai trò then chốt trong việc nâng cao năng lực quản lý và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam vẫn chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của chuyển đổi số, đồng thời chưa có những hành động cụ thể và quyết liệt trong việc tiếp cận cũng như triển khai quá trình này. Sự thiếu quan tâm này không chỉ làm các doanh nghiệp bỏ lỡ cơ hội tối ưu hóa quy trình hoạt động, mà còn tiềm ẩn nguy cơ tụt hậu so với các đối thủ trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng. Do đó, việc nghiên cứu thực trạng và đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa là một nhiệm vụ cấp thiết, mang ý nghĩa lý luận và thực tiễn, đồng thời có tính khả thi cao trong việc hỗ trợ phát triển bền vững khu vực kinh tế này.

Từ khóa: Chuyển đổi số, kế toán, doanh nghiệp nhỏ và vừa, Việt Nam.

Abstract: In the context of a rapidly evolving digital era, digital transformation - particularly in the field of accounting - plays a pivotal role in enhancing the managerial capacity and competitiveness of enterprises. However, in practice, many small and medium-sized enterprises (SMEs) in Vietnam have yet to fully recognize the significance of digital transformation and remain hesitant to take concrete and decisive actions in approaching and implementing this process. This lack of attention not only results in missed opportunities to optimize operational processes but also poses a risk of falling behind competitors amid deepening international economic integration. Therefore, studying the current situation and proposing solutions to promote digital transformation in accounting for SMEs is a pressing task, carrying substantial theoretical and practical significance, as well as high feasibility in supporting the sustainable development of this economic sector.

Keywords: Digital transformation, accounting, SMEs, Vietnam

Ngày nhận bài: 04/5/2025;

Ngày phản biện: 11/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

1. Viện Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

I. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ, chuyển đổi số đã trở thành xu hướng tất yếu, có tác động sâu rộng đến mọi lĩnh vực trong nền kinh tế - xã hội, trong đó có lĩnh vực kế toán. Đặc biệt, sau đại dịch COVID-19, nhu cầu ứng dụng công nghệ số vào hoạt động kế toán ngày càng gia tăng, nhằm thích ứng với môi trường làm việc linh hoạt, tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả quản lý tài chính. Nhiều nghiên cứu cho thấy, việc ứng dụng công nghệ số trong kế toán giúp tăng năng suất lao động từ 20 - 30%, giảm đáng kể các sai sót và chi phí vận hành.

Bài viết “*Chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán tại Việt Nam*”, trên Tạp chí Tài chính (2023) của tác giả Đỗ Thị Hồng Hạnh (<https://tapchitaichinh.vn/chuyen-doi-so-trong-linh-vuc-ke-toan-tai-viet-nam.html>) làm rõ vai trò và thực trạng chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán, từ đó kiến nghị một số giải pháp giúp lĩnh vực kế toán ở Việt Nam chuyển đổi số thành công trong thời gian tới. Bài viết cung cấp cái nhìn tổng quan về thực trạng chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán tại Việt Nam, đồng thời đề xuất các giải pháp thiết thực để thúc đẩy quá trình này, đặc biệt hữu ích cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) đang trong giai đoạn chuyển đổi.

Bài viết “*Giải pháp chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam*” trên Tạp chí Công thương (2025) của tác giả ThS. Phạm Văn Toàn (<https://tapchicongthuong.vn/giai-phap-chuyen-doi-so-trong-cac-doanh-nghiep-nho-va-vua-o-viet-nam-133175.htm>) chỉ ra những nguyên

nhân dẫn tới việc khó chuyển đổi số trong DNNVV tại Việt Nam, đồng thời đưa ra các giải pháp để các doanh nghiệp có thể áp dụng, mang lại những hiệu quả to lớn hơn. Bài viết phân tích các rào cản mà DNNVV gặp phải trong quá trình chuyển đổi số, như hạn chế về tài chính, công nghệ và nhân lực, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp với thực tế của doanh nghiệp Việt Nam.

Tại Việt Nam, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách nhằm thúc đẩy chuyển đổi số, tiêu biểu như Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 theo Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ. Trong đó, DNNVV được xác định là đối tượng ưu tiên do chiếm tỷ trọng lớn trong nền kinh tế. Theo Tổng cục Thống kê (2023), DNNVV chiếm khoảng 97% tổng số doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam, đóng góp khoảng 45% GDP và 31% tổng thu ngân sách nhà nước.

Chiến lược chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán - kiểm toán đến năm 2030 (Quyết định số 633/QĐ-TTg ngày 23/5/2022 của Thủ tướng Chính phủ) đã xác định rõ mục tiêu: “*Đến năm 2030, 100% doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số trong hoạt động kế toán.*” Đây là định hướng quan trọng cho việc phát triển kế toán số tại Việt Nam, đặc biệt ở nhóm DNNVV. Trong khi nhiều doanh nghiệp (DN) lớn đã và đang gặt hái những lợi ích to lớn từ chuyển đổi số thì quá trình này ở các DNNVV tại Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế và đối mặt với không ít thách thức, đặc biệt trong lĩnh vực kế toán vẫn còn tồn tại nhiều điểm nghẽn.

Từ những lý do nêu trên, bài viết

“Chuyển đổi số trong kế toán tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam: thực trạng và giải pháp” là cần thiết và có ý nghĩa thực tiễn, khoa học, đóng góp vào tiến trình hiện đại hóa ngành kế toán cũng như hỗ trợ các DNNVV nâng cao hiệu quả hoạt động trong bối cảnh cạnh tranh và hội nhập hiện nay.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

- Lý thuyết hệ thống thông tin kế toán (Accounting Information Systems - AIS): Cho rằng kế toán là một hệ thống xử lý thông tin, trong đó công nghệ đóng vai trò then chốt giúp thu thập, xử lý và cung cấp thông tin hữu ích cho các bên liên quan. (Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2021). *Accounting Information Systems* (15th ed.). Pearson)

- Lý thuyết công nghệ chấp nhận (Technology Acceptance Model - TAM): Giải thích mức độ chấp nhận công nghệ trong kế toán phụ thuộc vào cảm nhận về tính hữu ích và sự dễ sử dụng của công nghệ. (Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340).

- Lý thuyết động lực đổi mới (Innovation Diffusion Theory - IDT): Mô tả cách thức và tốc độ các doanh nghiệp tiếp nhận công nghệ mới, trong đó chuyển đổi số là một hình thức đổi mới công nghệ. (Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.)

- Lý thuyết nguồn lực (Resource-Based View - RBV): Xem việc ứng dụng công nghệ số là một lợi thế cạnh tranh

nếu doanh nghiệp sở hữu và khai thác tốt nguồn lực công nghệ (Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.)

- Theo Troshani và cộng sự. (2019), chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán thường liên quan đến quá trình tạo, trình bày và truyền thông tin tài chính dưới dạng điện tử. Thay vì sử dụng giấy tờ, tất cả các giao dịch kế toán đều được thực hiện trong môi trường số. Quá trình này không chỉ tối ưu và trao quyền cho các kế toán viên mà còn làm cho công việc của họ trở nên hiệu quả hơn. Máy tính và các phần mềm kế toán đã thay đổi cách ngành tài chính hoạt động. Những tiến bộ công nghệ đã cải thiện khả năng diễn giải và báo cáo dữ liệu của kế toán viên, làm cho quá trình này trở nên nhanh chóng và hiệu quả hơn bao giờ hết.

Theo Phorblaphatrachakor và cộng sự. (2021), kế toán số (Digital accounting) là quá trình thực hiện tất cả các giao dịch kế toán trong môi trường điện tử, phản ánh xu hướng của nền kinh tế số hiện đại. Phương pháp này hỗ trợ các công ty trong việc hoàn thành nhanh chóng và chính xác các nhiệm vụ chức năng, đồng thời cung cấp khả năng giải thích và báo cáo dữ liệu, thông tin nhanh chóng, hiệu quả hơn. Các DN áp dụng kế toán số thành công có thể có được thông tin chính xác để đưa ra các quyết định quan trọng và nâng cấp hệ thống kế toán để hỗ trợ quy mô hoạt động ngày càng tăng. Họ có khả năng truy cập từ xa vào dữ liệu và thông tin tài chính của công ty bằng cách đăng nhập vào hệ thống từ bất kỳ đâu và bất kỳ lúc nào để theo dõi kết quả

và dữ liệu. Đồng thời, việc áp dụng kế toán số giúp họ đạt được thành công, duy trì sự tồn tại và đảm bảo tính bền vững trong hoạt động kinh doanh, cả trực tiếp và gián tiếp (*Chuyển đổi số trong kế toán của doanh nghiệp tại Việt Nam*)

- Các công nghệ chuyển đổi số thường gặp trong lĩnh vực kế toán, gồm:

+ **Big Data:** Đây là phần mềm có khả năng thu thập và xử lý dữ liệu với tốc độ nhanh hơn, dễ dàng hơn và tiết kiệm thời gian đáng kể. Với công nghệ này, kế toán có thể ứng dụng để lưu trữ dữ liệu kế toán một cách nhanh chóng.

+ **Công nghệ Cloud (Điện toán đám mây):** Đây là công nghệ tiết kiệm được chi phí và tăng năng suất, tốc độ, bảo mật và mang lại hiệu quả cao cho người sử dụng. Ứng dụng công nghệ Cloud trong kế toán cho phép các DN truy cập mô hình tài chính của mình vào bất cứ thời gian nào.

+ **AI:** Là công nghệ hiện đang được quan tâm phát triển và ứng dụng bậc nhất hiện nay. Công nghệ trí tuệ nhân tạo này xuất hiện như một “vị cứu tinh” đối với lĩnh vực tài chính, kế toán, giúp tự động hóa quy trình làm việc của kế toán, đặc biệt là việc thu thập và xử lý dữ liệu kế toán.

+ **Blockchain:** Là công nghệ có nhiều tiềm năng phát triển song hành cùng lĩnh vực tài chính - kế toán. Đối với công tác kế toán, công nghệ này có thể làm giảm các sai sót, gian lận kế toán và bảo mật thông tin. Blockchain được thiết kế chống lại sự thay đổi dữ liệu. Khi một khối dữ liệu được thêm vào chuỗi, phần còn lại của mạng lưới phải xác minh dữ liệu đó, một khi đã thực hiện giao dịch trên chuỗi tất cả các máy tính

trong mạng lưới sẽ xác định và kiểm tra.

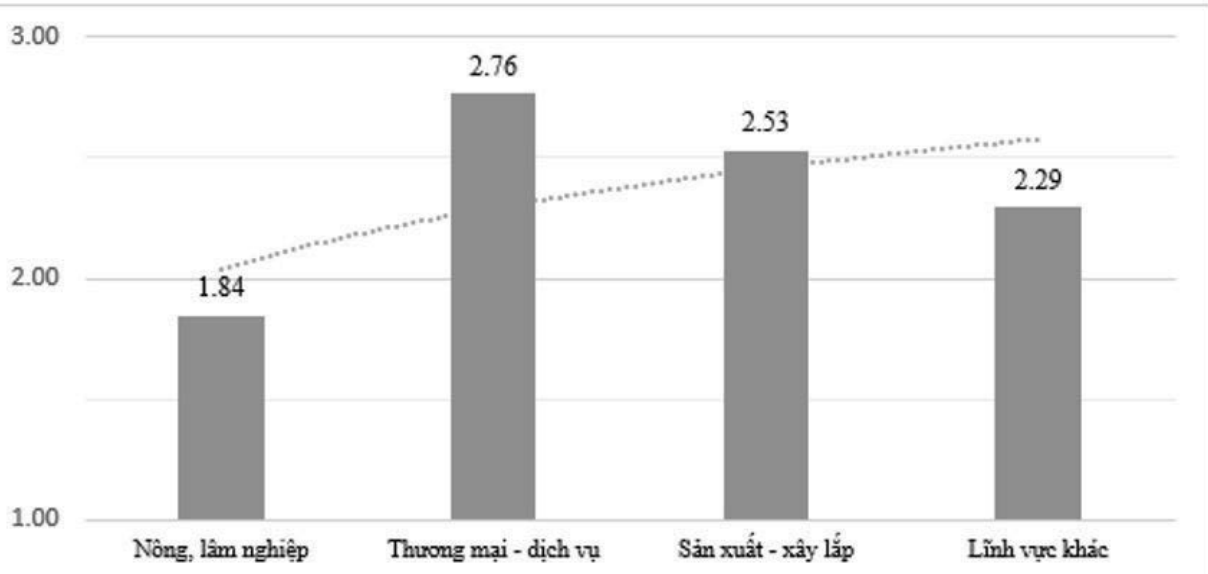
+ **Data Analytics:** Là phần mềm phân tích dữ liệu - bộ phận quan trọng của kế toán, kết hợp cùng công nghệ Cloud và AI, Data Analytics mang đến những thay đổi mới mẻ cho lĩnh vực tài chính, kế toán. Công nghệ Data Analytics đề cập đến khối lượng lớn hệ thống các thông tin trong lĩnh vực tài chính, kế toán

III. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG

- *Về nhận thức và mức độ quan tâm có tăng lên nhưng chưa đồng đều:* Ngày càng có nhiều DNNVV nhận thức được tầm quan trọng của chuyển đổi số nói chung và trong lĩnh vực kế toán nói riêng. Tuy nhiên, mức độ quan tâm và hiểu biết vẫn còn khác biệt giữa các DN, phụ thuộc vào quy mô, lĩnh vực hoạt động và trình độ quản lý. Các DN vừa: Có xu hướng đầu tư vào chuyển đổi số nhiều hơn do quy mô hoạt động phức tạp hơn và nhận thức rõ hơn về lợi ích lâu dài. Tuy nhiên, ngay cả trong nhóm này, mức độ đầu tư và lựa chọn công nghệ cũng rất đa dạng. DNNVV: thường có nguồn lực hạn chế hơn về tài chính và nhân lực, do đó, việc tiếp cận và triển khai các giải pháp chuyển đổi số trong kế toán diễn ra chậm hơn. Các DN này có thể ưu tiên các giải pháp đơn giản, chi phí thấp hoặc thậm chí vẫn duy trì các phương pháp thủ công. Các ngành dịch vụ, thương mại: có thể có tốc độ chuyển đổi số nhanh hơn trong kế toán do tính chất công việc ít phức tạp về mặt nghiệp vụ so với các ngành sản xuất. Các ngành sản xuất, xây dựng: thường có quy trình kế toán phức tạp hơn, liên quan đến nhiều yếu tố như hàng tồn kho, chi phí sản xuất, tài sản

cố định, đòi hỏi các giải pháp chuyển đổi số toàn diện hơn, do đó quá trình có thể chậm hơn. Tại các thành phố lớn, trung tâm kinh tế: DNNVV ở các khu vực này thường có điều kiện tiếp cận thông tin, công nghệ và nguồn nhân lực tốt hơn, dẫn đến tốc độ chuyển đổi số nhanh hơn so với các khu vực nông thôn hoặc vùng sâu vùng xa. Trình độ quản lý và nhận thức của bộ phận lãnh đạo các DNNVV khác nhau, tầm nhìn và hiểu biết về công nghệ cũng khác nhau: Các DN có lãnh đạo nhận thức rõ ràng về vai trò của chuyển đổi số trong nâng cao hiệu quả hoạt động thường chủ động và quyết liệt hơn trong việc triển khai thực hiện. Trong khi đó lãnh đạo các DNNVV thường có xu hướng nắm bắt thông tin chậm hơn trong việc áp dụng các giải pháp công nghệ mới.

Mức độ triển khai chuyển đổi số trong doanh nghiệp theo lĩnh vực



(Nguồn: Tạp chí Công thương - <https://tapchicongthuong.vn/chuyen-doi-so-trong-ke-toan-cua-doanh-nghiep-tai-viet-nam-116528.html>)

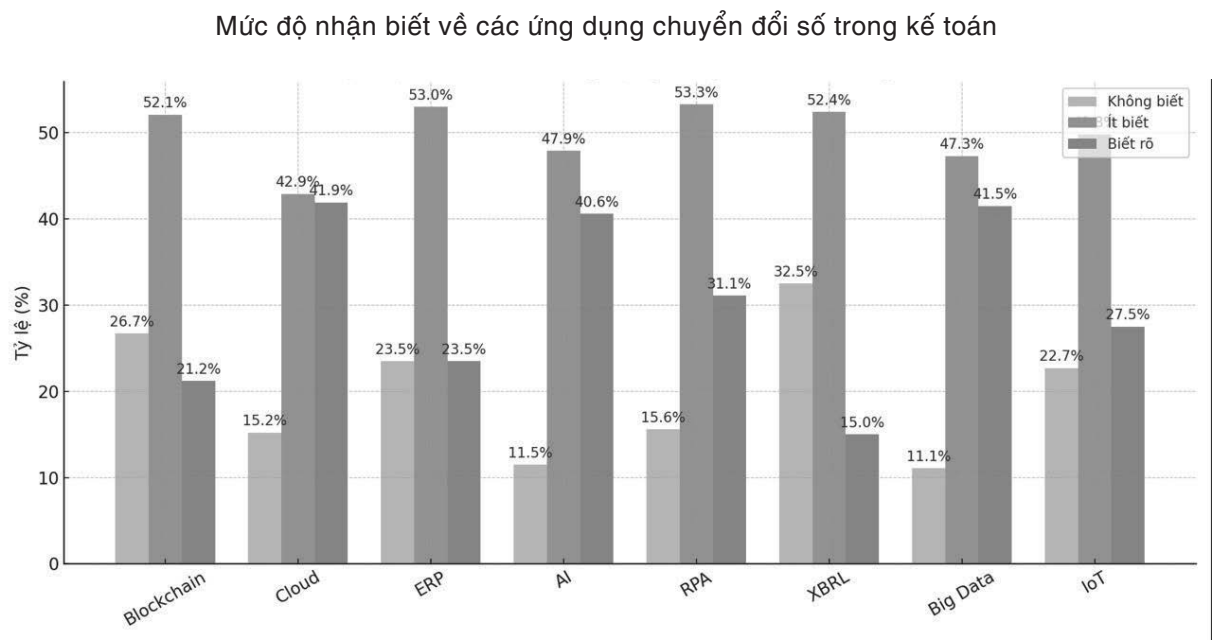
Bảng 1: Mức độ nhận biết về các ứng dụng chuyển đổi số trong kế toán

Ứng dụng chuyển đổi số trong kế toán	Không biết (%)	Ít biết (%)	Biết rõ (%)	Tổng (%)	Số lượng (N)
Công nghệ Blockchain	26.7	52.1	21.2	100	417
Công nghệ điện toán đám mây	15.2	42.9	41.9	100	417
Hệ thống hoạch định nguồn lực (ERP)	23.5	53.0	23.5	100	417
Trí tuệ nhân tạo (AI)	11.5	47.9	40.6	100	417
Tự động hóa bằng Robot (RPA)	15.6	53.3	31.1	100	417

Ứng dụng chuyển đổi số trong kế toán	Không biết (%)	Ít biết (%)	Biết rõ (%)	Tổng (%)	Số lượng (N)
Ngôn ngữ báo cáo kinh doanh mở rộng (XBRL)	32.5	52.4	15.0	100	417
Dữ liệu lớn (Big Data)	11.1	47.3	41.5	100	417
Internet vạn vật (IoT)	22.7	49.8	27.5	100	417

Nguồn: Tạp chí Công thương - <https://tapchicongthuong.vn/chuyen-doi-so-trong-ke-toan-cua-doanh-nghiep-tai-viet-nam-116528.htm>

Từ Bảng mức độ nhận biết về các ứng dụng chuyển đổi số trong kế toán đã được nghiên cứu, có thể mô phỏng trên biểu đồ cột so sánh như sau:



Biểu đồ cho thấy mức độ nhận biết về các ứng dụng chuyển đổi số trong kế toán tại các doanh nghiệp vẫn còn khá chênh lệch giữa các công nghệ:

Công nghệ được biết đến nhiều nhất là Dữ liệu lớn (Big Data), Trí tuệ nhân tạo (AI) và Điện toán đám mây, với tỉ lệ “Biết rõ” đều trên 40%. Điều này cho thấy các công nghệ này đang dần trở nên phổ biến và được ứng dụng rộng rãi hơn trong thực tế kế toán.

Ngược lại, Ngôn ngữ báo cáo kinh doanh mở rộng (XBRL) và Blockchain có tỉ lệ “Không biết” cao nhất (trên 25%), phản ánh mức độ phổ cập còn hạn chế, có thể do tính chuyên sâu hoặc mức độ áp dụng thực tế chưa rộng rãi trong doanh nghiệp vừa và nhỏ.

ERP và RPA (tự động hóa bằng robot) là hai công nghệ được nhiều người “Ít biết” nhất (trên 50%), cho thấy đây là các công nghệ được nghe đến nhưng chưa được tìm hiểu hoặc

ứng dụng sâu trong kế toán.

Nhìn chung, Biểu đồ phản ánh thực trạng chuyển đổi số trong kế toán vẫn đang ở giai đoạn nhận thức, và cần nhiều hơn các chương trình đào tạo, phổ biến kiến thức, cũng như hỗ trợ kỹ thuật để thúc đẩy doanh nghiệp ứng dụng hiệu quả các công nghệ tiên tiến.

- Về độ tin tưởng lợi ích của chuyển đổi số đem lại: Một bộ phận không nhỏ DNNVV vẫn còn chưa tin tưởng, còn nghi ngờ về hiệu quả thực tế mà chuyển đổi số có thể mang lại cho công tác kế toán của DN. Đây là một rào cản tâm lý và nhận thức đáng kể, xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau:

Thiếu thông tin và hiểu biết rõ ràng: Nhiều chủ DN và bộ phận kế toán tại DNNVV chưa thực sự hiểu rõ chuyển đổi số là gì và nó có thể mang lại những lợi ích cụ thể nào cho công tác kế toán của DN. Họ có thể nhầm lẫn giữa chuyển đổi số với việc đơn thuần mua một phần mềm kế toán mới. Sự thiếu hiểu biết dẫn đến việc họ không thấy được giá trị thực sự của việc đầu tư vào công nghệ số, từ đó sinh ra tâm lý nghi ngờ về tính hiệu quả và lợi tức đầu tư. Chẳng hạn như một chủ DN có thể nghĩ rằng phần mềm kế toán hiện tại của họ đã đáp ứng đủ nhu cầu và không thấy cần thiết phải thay đổi sang một hệ thống phức tạp hơn với các tính năng “cao siêu” mà họ không hiểu rõ.

Lo ngại về chi phí đầu tư: Chi phí đầu tư ban đầu cho phần mềm, cơ sở hạ tầng công nghệ, đào tạo nhân viên và duy trì hệ thống có thể là một gánh nặng lớn đối với các DNNVV có nguồn lực tài chính hạn chế.

Sự lo ngại về chi phí khiến họ đặt ra câu hỏi liệu những lợi ích tiềm năng có thực sự xứng đáng với khoản đầu tư bỏ ra hay không, đặc biệt khi họ chưa thấy được những lợi ích cụ thể trước mắt. Chẳng hạn một DN có thể ngần ngại chi hàng chục triệu đồng cho một phần mềm kế toán tích hợp nhiều tính năng phân tích dữ liệu trong khi họ vẫn đang quen với việc xử lý báo cáo thủ công hoặc bằng Excel.

Thiếu nhân lực có kỹ năng: Việc triển khai và vận hành các hệ thống kế toán số đòi hỏi nhân viên kế toán phải có những kỹ năng mới về công nghệ thông tin, phân tích dữ liệu và sử dụng các công cụ số. Nhiều DNNVV gặp khó khăn trong việc tuyển dụng hoặc đào tạo nhân lực đáp ứng được yêu cầu này. Sự thiếu hụt nhân lực có thể khiến DN lo ngại về khả năng vận hành hiệu quả hệ thống mới, dẫn đến nghi ngờ về lợi ích thực tế mà chuyển đổi số có thể mang lại.

Quen với phương pháp truyền thống: Nhiều bộ phận kế toán tại DNNVV đã quen với các phương pháp làm việc truyền thống, dựa trên giấy tờ và các công cụ quen thuộc. Sự thay đổi sang một quy trình làm việc mới, dựa trên công nghệ số, có thể gây ra sự xáo trộn và khó khăn ban đầu. Tâm lý ngại thay đổi và lo sợ sự phức tạp của công nghệ mới có thể khiến họ nghi ngờ về những lợi ích mà chuyển đổi số mang lại so với phương pháp hiện tại.

Thiếu sự chứng minh rõ ràng về hiệu quả: Nhiều DNNVV chưa được tiếp cận với những câu chuyện thành công cụ thể hoặc những số liệu chứng minh rõ ràng về lợi ích mà các DN tương tự đã đạt được nhờ

chuyển đổi số trong kế toán. Việc thiếu những bằng chứng thuyết phục khiến một số DN khó hình dung được những lợi ích thực tế và do đó vẫn giữ thái độ nghi ngờ. Nếu không có những case study cụ thể về việc một DN nhỏ và vừa trong cùng ngành đã tiết kiệm được bao nhiêu thời gian, giảm bao nhiêu sai sót và cải thiện khả năng ra quyết định như thế nào nhờ chuyển đổi số kế toán, các DN khác sẽ khó tin tưởng vào những lợi ích được quảng cáo.

Lo ngại về bảo mật dữ liệu: Việc lưu trữ dữ liệu kế toán trên các nền tảng số, đặc biệt là đám mây, có thể gây ra lo ngại về vấn đề bảo mật và rủi ro mất mát dữ liệu. Sự lo ngại này có thể khiến các DN nghi ngờ về tính an toàn và độ tin cậy của các giải pháp chuyển đổi số trong kế toán. DN có thể lo lắng về việc dữ liệu tài chính nhạy cảm của họ bị tấn công hoặc rò rỉ khi lưu trữ trên hệ thống đám mây của một nhà cung cấp thứ ba.

- Về mức độ ứng dụng công nghệ: Trong công tác kế toán ở các DN NVV tại Việt Nam cho thấy một bức tranh đa dạng về mức độ ứng dụng công nghệ với nhiều cấp độ và sự khác biệt rõ rệt:

Giai đoạn Số hóa (Digitization) - Mức độ phổ biến tương đối cao: Đây là giai đoạn cơ bản nhất của ứng dụng công nghệ, tập trung vào việc chuyển đổi các tài liệu và quy trình kế toán từ dạng vật lý (giấy tờ, sổ sách) sang dạng kỹ thuật số. Sử dụng máy tính và các phần mềm văn phòng cơ bản: Hầu hết các DN NVV đều sử dụng máy tính để soạn thảo văn bản, tạo bảng tính (Excel) cho các công việc kế toán đơn giản; Lưu trữ tài liệu điện tử: Thay vì lưu trữ hoàn toàn bằng giấy,

nhiều doanh nghiệp đã bắt đầu quét và lưu trữ hóa đơn, chứng từ dưới dạng file PDF hoặc hình ảnh; Sử dụng hóa đơn điện tử: Theo chủ trương của Chính phủ, việc áp dụng hóa đơn điện tử ngày càng trở nên phổ biến, thúc đẩy quá trình số hóa chứng từ đầu vào và đầu ra. Mặc dù giúp giảm bớt việc sử dụng giấy tờ, giai đoạn này vẫn chưa thực sự thay đổi quy trình làm việc cốt lõi và chưa tận dụng được khả năng tự động hóa hay phân tích dữ liệu.

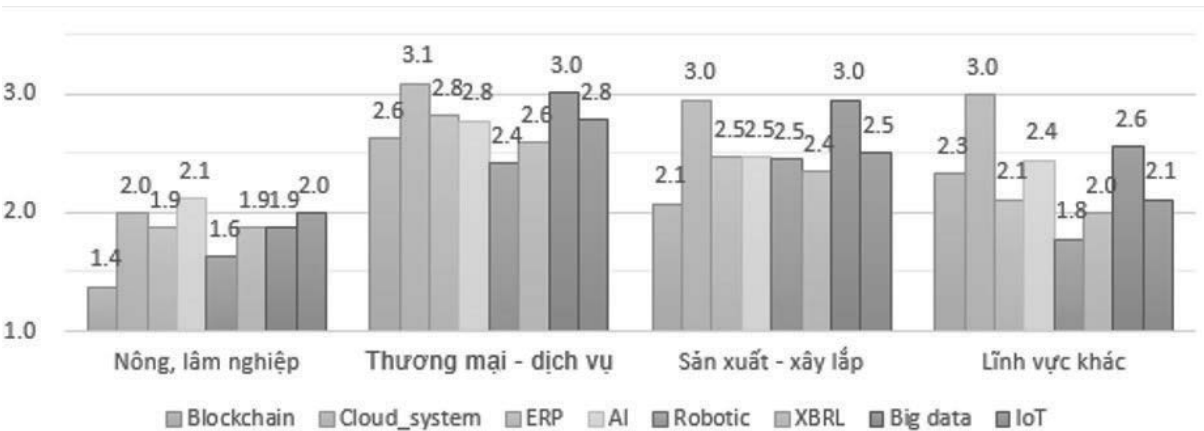
Giai đoạn Tin học hóa/Tự động hóa (Informatization/Automation) - Mức độ ứng dụng đang tăng: Giai đoạn này bao gồm việc ứng dụng các phần mềm kế toán để tự động hóa các nghiệp vụ kế toán cơ bản như nhập liệu, hạch toán, lập báo cáo tài chính, quản lý công nợ, quản lý kho. Sử dụng phần mềm kế toán đóng gói: Nhiều DN NVV đã đầu tư vào các phần mềm kế toán có sẵn trên thị trường (ví dụ: MISA SME, Fast Accounting, Bravo). Các phần mềm này giúp tự động hóa các tác vụ lặp đi lặp lại và tạo ra các báo cáo theo chuẩn mực; Sử dụng các ứng dụng quản lý bán hàng, quản lý kho có tích hợp kế toán: Một số DN NVV sử dụng các giải pháp quản lý tổng thể hơn, nơi các module bán hàng, kho và kế toán được tích hợp, giúp dữ liệu được đồng bộ và giảm thiểu việc nhập liệu trùng lặp. Mức độ khai thác các tính năng nâng cao của phần mềm kế toán vẫn còn hạn chế. Nhiều DN chỉ sử dụng các chức năng cơ bản và chưa tận dụng được khả năng phân tích dữ liệu, tùy chỉnh báo cáo chuyên sâu hoặc tích hợp với các hệ thống khác.

Giai đoạn Chuyển đổi số thực sự (Digital Transformation) - Mức độ ứng dụng còn rất

thấp: Giai đoạn này bao gồm việc ứng dụng các công nghệ số tiên tiến hơn để thay đổi căn bản quy trình kế toán, tạo ra các giá trị mới và hỗ trợ việc ra quyết định chiến lược. Điện toán đám mây (Cloud Computing): Mặc dù xu hướng sử dụng phần mềm kế toán trên nền tảng đám mây đang tăng, nhưng tỉ lệ DNNVV chuyển hoàn toàn dữ liệu kế toán lên đám mây vẫn còn thấp do lo ngại về bảo mật và tính ổn định; Trí tuệ nhân tạo (AI) và Học máy (Machine Learning - ML): Việc ứng dụng AI và ML trong kế toán (ví dụ: tự động đối chiếu nâng cao, dự báo tài chính thông minh, phát hiện gian lận) còn rất sơ khai và chủ yếu tập trung ở các DN lớn hơn hoặc các công ty Fintech; Dữ liệu lớn (Big Data) và Phân tích dữ liệu (Data Analytics): Khả năng thu thập, xử lý và phân tích lượng lớn dữ liệu kế toán để đưa ra các thông tin giá trị vẫn còn là một thách thức đối với hầu hết các DNNVV do thiếu công cụ và nhân lực có kỹ năng. Tự

động hóa quy trình bằng robot (RPA) và Nhận dạng ký tự quang học (OCR): Việc sử dụng RPA để tự động hóa các tác vụ lặp đi lặp lại và OCR để tự động trích xuất dữ liệu từ chứng từ vẫn chưa phổ biến trong các DN vừa và nhỏ; Chuỗi khối (Blockchain): Ứng dụng Blockchain trong kế toán (ví dụ: đảm bảo tính minh bạch và an toàn cho các giao dịch) còn ở giai đoạn thử nghiệm và chưa được triển khai rộng rãi; Kết nối API (Application Programming Interface) - Giao diện lập trình ứng dụng và tích hợp hệ thống: Việc tích hợp phần mềm kế toán với các hệ thống quản lý khác CRM (Customer Relationship Management) - Quản lý quan hệ khách hàng; ERP (Enterprise Resource Planning) - Hoạch định nguồn lực doanh nghiệp) để tạo ra một luồng dữ liệu liên mạch vẫn còn là một thách thức đối với nhiều DNNVV do sự phức tạp và chi phí liên quan.

Mức độ áp dụng các ứng dụng chuyển đổi số trong doanh nghiệp theo lĩnh vực



(Nguồn: Tạp chí Công thương -

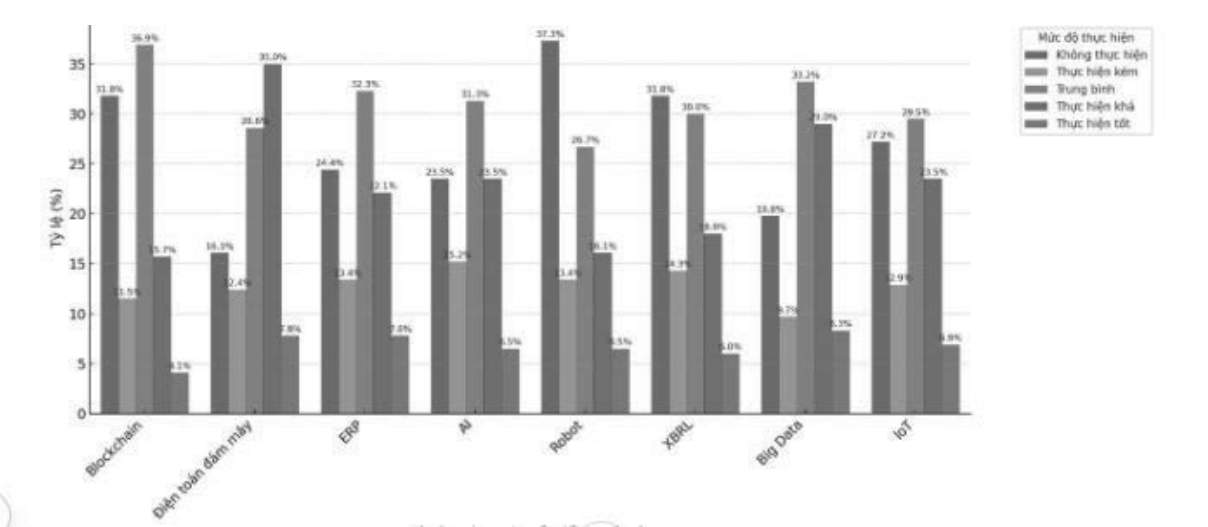
<https://tapchicongthuong.vn/chuyen-doi-so-trong-ke-toan-cua-doanh-nghiep-tai-viet-nam-116528.htm>)

Bảng 2: Tình hình triển khai các ứng dụng chuyển đổi số của kế toán tại các doanh nghiệp (%)

Các ứng dụng chuyển đổi số kế toán	Không thực hiện (%)	Thực hiện kém (%)	Trung bình (%)	Thực hiện khá (%)	Thực hiện tốt (%)	Tổng (%)
Công nghệ Blockchain	31.8	11.5	36.9	15.7	4.1	100
Công nghệ điện toán đám mây	16.1	12.4	28.6	35.0	7.8	100
Hệ thống hoạch định nguồn nhân lực - ERP	24.4	13.4	32.3	22.1	7.8	100
Trí tuệ nhân tạo (AI)	23.5	15.2	31.3	23.5	6.5	100
Tự động hóa quá trình bằng robot	37.3	13.4	26.7	16.1	6.5	100
Ngôn ngữ báo cáo kinh doanh mở rộng (XBRL)	31.8	14.3	30.0	18.0	6.0	100
Dữ liệu lớn (Big Data)	19.8	9.7	33.2	29.0	8.3	100
Internet vạn vật (IoT)	27.2	12.9	29.5	23.5	6.9	100

Nguồn: Tạp chí Công thương - <https://tapchicongthuong.vn/chuyen-doi-so-trong-ke-toan-cua-doanh-nghiep-tai-viet-nam-116528.htm>

Từ Bảng tình hình triển khai các ứng dụng chuyển đổi số của kế toán tại các DN đã được nghiên cứu, có thể mô phỏng trên biểu đồ cột so sánh như sau:



Nhìn từ biểu đồ trên cho thấy: Công nghệ điện toán đám mây nổi bật nhất với tổng tỉ lệ “Thực hiện khá” (35.0%) và “Thực hiện tốt” (7.8%) lên tới 42.8%. Điều này phản ánh công nghệ này đang được áp dụng rộng rãi và hiệu quả trong thực tiễn kế toán.

Dữ liệu lớn (Big Data) cũng đạt tổng mức độ “Khá + Tốt” là 37.3%, cho thấy xu hướng khai thác dữ liệu lớn ngày càng phổ biến trong công tác phân tích tài chính, dự báo và ra quyết định.

Trí tuệ nhân tạo (AI) và Internet vạn vật (IoT) có tỉ lệ khá tốt ở mức 30% trở lên, phản ánh sự quan tâm nhưng vẫn còn trong giai đoạn đầu triển khai.

Tự động hóa bằng robot (RPA) có tới 37.3% không thực hiện - cao nhất trong tất cả các công nghệ - cho thấy chi phí hoặc yêu cầu kỹ thuật cao có thể là rào cản lớn.

Blockchain và XBRL cùng có 31.8% không thực hiện, thể hiện mức độ áp dụng còn rất thấp trong ngành kế toán ở Việt Nam hiện nay.

Phần lớn các công nghệ có tỉ lệ “Trung bình” dao động từ 26% đến 36%, phản ánh rằng nhiều tổ chức đã bước đầu tiếp cận nhưng chưa khai thác triệt để.

IV. BÀN LUẬN

Chuyển đổi số trong kế toán đem lại những lợi ích vô cùng to lớn như sau:

- *Thứ nhất, hiện đại hóa phương thức làm việc cho bộ phận kế toán:* Chuyển đổi số hệ thống kế toán mang đến một cuộc cách mạng trong phương thức làm việc của bộ phận kế toán, chuyển từ các quy trình thủ công truyền thống sang một môi trường làm việc hiện đại và hiệu quả hơn. Điển hình, thay vì tốn thời gian và công sức vào việc lập và xuất hóa đơn bằng tay, kế toán viên giờ đây có thể thực hiện nghiệp vụ này một cách nhanh chóng, tiện lợi và tiết kiệm chi phí đáng kể cho doanh nghiệp thông qua phần mềm hóa đơn điện tử. Tương tự,

các phần mềm kế toán đa dạng như MISA, FAST, SMART PRO..., cùng với các công cụ quản lý tài sản và văn phòng điện tử, giúp đơn giản hóa và tự động hóa hàng loạt nghiệp vụ kế toán khác. Nhờ đó, kế toán viên được giải phóng khỏi các công việc mang tính lặp đi lặp lại, có thêm không gian để tập trung vào các hoạt động chuyên sâu, nâng cao trình độ nghiệp vụ và phát huy khả năng sáng tạo trong công việc.

- *Thứ hai, tăng cường tính chính xác và giảm thiểu sai sót:* Các quy trình kế toán thủ công dễ bị ảnh hưởng bởi lỗi của kế toán như nhập sai số liệu, bỏ sót thông tin, tính toán sai. Công nghệ số với khả năng tự động hóa và kiểm soát chặt chẽ giúp giảm thiểu đáng kể các sai sót này, đảm bảo tính chính xác của dữ liệu kế toán

- *Thứ ba, cải thiện khả năng truy cập và chia sẻ thông tin:* Các hệ thống kế toán số, đặc biệt là các giải pháp dựa trên nền tảng đám mây, cho phép người dùng truy cập dữ liệu kế toán mọi lúc, mọi nơi, trên nhiều thiết bị khác nhau như máy tính, điện thoại, máy tính bảng. Điều này tạo thuận lợi cho việc cộng tác giữa các bộ phận, chia sẻ thông tin với ban lãnh đạo và các bên liên quan một cách nhanh chóng và dễ dàng

- *Thứ tư, tạo môi trường làm việc thuận tiện hơn:* Ứng dụng công nghệ số kiến tạo một môi trường làm việc linh hoạt và hiệu quả hơn cho bộ phận kế toán. Nếu như trước đây, việc thu thập thông tin từ các bộ phận hoặc đơn vị phụ thuộc đòi hỏi nhiều thời gian và công sức, thì giờ đây, các công cụ số hóa cho phép kế toán viên tiếp cận dữ liệu một cách dễ dàng và nhanh chóng. Khả năng tổng hợp thông tin đa chiều và

kip thời này không chỉ nâng cao chất lượng báo cáo phục vụ ban lãnh đạo mà còn trao quyền cho kế toán viên làm việc độc lập hơn. Kế toán có thể chủ động xử lý các nghiệp vụ phức tạp, đưa ra phân tích sâu sắc và đóng góp giá trị gia tăng đáng kể cho doanh nghiệp, đồng thời phát triển năng lực chuyên môn của bản thân.

- *Thứ năm, tối đa hóa hiệu quả của các nguồn lực:* Việc tích hợp các công nghệ hiện đại vào hoạt động kế toán không chỉ giúp DN giảm thiểu đáng kể các rủi ro liên quan đến lưu trữ dữ liệu truyền thống (như mất mát, hư hỏng hoặc truy cập trái phép) mà còn giải phóng nguồn lực quý giá nhất của bộ phận kế toán

- *Thứ sáu, cung cấp thông tin kế toán kịp thời và có giá trị, tăng cường tính minh bạch và tuân thủ:* Chuyển đổi số giúp thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu kế toán nhanh hơn, từ đó cung cấp các báo cáo tài chính và quản trị kịp thời hơn. Các công nghệ như AI và phân tích dữ liệu còn có thể giúp khai thác sâu hơn các thông tin tiềm ẩn trong dữ liệu kế toán, cung cấp các thông tin giá trị cho việc dự báo, lập kế hoạch và đánh giá hiệu quả kinh doanh. Các hệ thống kế toán số thường có nhật ký hoạt động chi tiết, ghi lại mọi thay đổi và giao dịch, giúp tăng cường tính minh bạch và khả năng kiểm soát. Việc tuân thủ các quy định pháp lý và chuẩn mực kế toán cũng trở nên dễ dàng hơn nhờ các tính năng được tích hợp trong phần mềm

- *Thứ bảy, mở rộng cơ hội nghề nghiệp:* Trong kỷ nguyên số hóa, sự phát triển mạnh mẽ của internet đã tạo ra một thị trường lao động toàn cầu hóa và lĩnh vực kế toán không nằm ngoài xu hướng này. Đối

với các kế toán viên Việt Nam, việc trang bị các chứng chỉ hành nghề kế toán quốc tế mang lại một lợi thế cạnh tranh đáng kể. Kế toán không chỉ đáp ứng được các tiêu chuẩn chuyên môn quốc tế mà còn có khả năng làm việc xuyên biên giới, tham gia vào các dự án quốc tế hoặc đảm nhận các vị trí tại các công ty đa quốc gia. Điều này mở ra những lộ trình phát triển sự nghiệp đa dạng và phong phú hơn, vượt xa các giới hạn truyền thống.

V. GIẢI PHÁP

Dựa trên việc phân tích thực trạng chuyển đổi số trong kế toán tại các DNVTN ở Việt Nam, tác giả đề xuất một số giải pháp trọng tâm nhằm thúc đẩy quá trình chuyển đổi số hiệu quả như sau:

* *Giải pháp về nhận thức và tư duy chuyển đổi số*

Nâng cao nhận thức của lãnh đạo doanh nghiệp về vai trò, lợi ích và tính cấp thiết của chuyển đổi số trong kế toán để thúc đẩy quá trình ra quyết định và đầu tư phù hợp.

Thay đổi tư duy kế toán truyền thống sang tư duy kế toán số, trong đó nhấn mạnh đến khả năng khai thác dữ liệu kế toán để phục vụ phân tích, dự báo và ra quyết định.

* *Giải pháp về công nghệ và hạ tầng số*

Lựa chọn và triển khai phần mềm kế toán số phù hợp, ưu tiên các phần mềm có khả năng tích hợp với hệ thống quản trị doanh nghiệp, hóa đơn điện tử, ngân hàng số và cơ quan thuế.

Đầu tư nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin, bảo đảm đường truyền internet ổn định, máy tính và thiết bị kết nối phù

hợp với quy mô và đặc thù hoạt động của doanh nghiệp.

Tăng cường bảo mật hệ thống kế toán số, áp dụng các công nghệ xác thực, mã hóa và sao lưu dữ liệu để bảo vệ thông tin tài chính.

*** Giải pháp về nguồn nhân lực kế toán**

Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng công nghệ thông tin cho kế toán viên, giúp họ làm chủ các công cụ số, phần mềm kế toán và ứng dụng trong công tác nghiệp vụ.

Khuyến khích đội ngũ kế toán tự học và cập nhật kiến thức về xu hướng chuyển đổi số, các công nghệ mới (AI, Big Data, Blockchain...) có liên quan đến kế toán và tài chính.

*** Giải pháp về quy trình và tổ chức kế toán**

Chuẩn hóa và số hóa quy trình kế toán, giảm thiểu các bước thủ công, giấy tờ, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng chữ ký số, hóa đơn điện tử và lập báo cáo tài chính điện tử.

Tích hợp kế toán với các bộ phận khác trong doanh nghiệp thông qua hệ thống số hóa để tạo dòng chảy dữ liệu liền mạch, hỗ trợ phân tích và ra quyết định nhanh chóng, chính xác.

*** Giải pháp về tài chính**

Xây dựng lộ trình đầu tư chuyển đổi số hợp lý, cân đối nguồn lực để triển khai theo từng giai đoạn, ưu tiên các hạng mục thiết yếu trước.

Tận dụng các chính sách hỗ trợ từ nhà nước, chương trình hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số, vay vốn ưu đãi để giảm áp lực tài chính cho doanh nghiệp trong quá trình đầu tư công nghệ.

*** Giải pháp tăng cường hợp tác**

Hợp tác với các đơn vị cung cấp giải pháp công nghệ, công ty tư vấn chuyển đổi số, để tiếp cận các công nghệ tiên tiến và được hỗ trợ triển khai hiệu quả.

Kết nối với các hiệp hội ngành nghề, các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, để chia sẻ kinh nghiệm, học hỏi mô hình chuyển đổi số thành công.

VI. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Trong dòng chảy không ngừng của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, chuyển đổi số đã nổi lên như một động lực then chốt, định hình lại cách thức vận hành và cạnh tranh của mọi loại hình DN và các DNNVV tại Việt Nam không nằm ngoài quy luật này. Bài viết đã đi sâu vào thực trạng ứng dụng chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán tại các DN vừa và nhỏ, chỉ ra rằng dù nhận thức về tầm quan trọng đang dần được nâng cao, nhưng quá trình triển khai vẫn còn đối mặt với nhiều rào cản, từ hạn chế về nguồn lực tài chính và nhân lực đến những nghi ngại về lợi ích thực tế. Tiềm năng mà chuyển đổi số mang lại cho công tác kế toán của DNNVV là vô cùng to lớn và đa dạng, vai trò chủ động của chính các DNNVV là yếu tố quyết định sự thành công của quá trình chuyển đổi số. Các nhà lãnh đạo cần thay đổi tư duy, nhìn nhận chuyển đổi số không chỉ là một chi phí mà là một khoản đầu tư cho tương lai. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt và yêu cầu về minh bạch, hiệu quả ngày càng cao, chuyển đổi số trong kế toán không chỉ là một xu hướng mà còn là một công cụ mạnh mẽ

giúp DNNVV tối ưu hóa hoạt động, nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới sự phát triển bền vững. Việc chậm chân trong quá trình này có thể đồng nghĩa với việc đánh mất những lợi thế quan trọng và tụt lại phía sau. Chuyển đổi số là một hành trình liên tục, đòi hỏi sự kiên trì, linh hoạt và tinh thần học hỏi không ngừng. Với sự quyết tâm từ phía các DNNVV, sự hỗ trợ hiệu quả từ nhà nước và các tổ chức, cộng đồng DNNVV Việt Nam sẽ gặt hái được những thành công to lớn trên con đường chuyển đổi số, đóng góp quan trọng vào sự phát triển chung của nền kinh tế đất nước trong kỷ nguyên số.

2. Kiến nghị

Từ kết quả nghiên cứu thực trạng và giải pháp chuyển đổi số trong công tác kế toán tại các DNVVN ở Việt Nam, tác giả xin đưa ra một số kiến nghị đối với các bên liên quan như sau:

*** Đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa**

Nâng cao nhận thức và xây dựng chiến lược chuyển đổi số rõ ràng, phù hợp với quy mô và năng lực của doanh nghiệp; coi chuyển đổi số là một phần trong chiến lược phát triển dài hạn.

Ưu tiên đầu tư vào phần mềm kế toán hiện đại, có khả năng tích hợp với hệ thống quản trị doanh nghiệp (ERP), hóa đơn điện tử và các nền tảng số khác nhằm tăng hiệu quả công tác kế toán.

Đào tạo, nâng cao năng lực cho đội ngũ kế toán trong việc sử dụng các phần mềm kế toán, khai thác dữ liệu và ứng dụng công nghệ số trong phân tích tài chính, dự báo và quản trị chi phí.

Chủ động hợp tác với các tổ chức tư vấn, công ty công nghệ để nhận được hỗ trợ chuyên môn trong lộ trình chuyển đổi số.

*** Đối với Nhà nước và các cơ quan quản lý**

Hoàn thiện khung pháp lý và chính sách hỗ trợ chuyển đổi số, đặc biệt trong lĩnh vực kế toán, đảm bảo đồng bộ và tạo điều kiện thuận lợi cho DNVVN triển khai các ứng dụng công nghệ số.

Tăng cường hỗ trợ tài chính và kỹ thuật cho các DNVVN thông qua các chương trình, quỹ hỗ trợ chuyển đổi số, ưu đãi thuế hoặc hỗ trợ tiếp cận vốn vay ưu đãi.

Phát triển hạ tầng số đồng bộ, nhất là tại các địa phương, để đảm bảo tính khả thi trong triển khai các phần mềm kế toán dựa trên nền tảng điện toán đám mây và các công nghệ mới.

Tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng số và kiến thức kế toán số cho kế toán viên, người quản lý doanh nghiệp.

*** Đối với các nhà cung cấp dịch vụ kế toán và công nghệ**

Tối ưu hóa chi phí và đơn giản hóa sản phẩm phần mềm kế toán số phù hợp với đặc thù DNVVN, giúp doanh nghiệp dễ tiếp cận và sử dụng.

Tăng cường dịch vụ hậu mãi, hỗ trợ kỹ thuật và đào tạo sử dụng phần mềm để đảm bảo hiệu quả triển khai.

Phát triển các giải pháp kế toán số tích hợp, linh hoạt, có thể tùy chỉnh theo ngành nghề và quy mô của doanh nghiệp.

*** Đối với các cơ sở đào tạo, nghiên cứu**

Cập nhật chương trình đào tạo kế toán, tích hợp nội dung về công nghệ thông tin,

dữ liệu lớn (Big Data), trí tuệ nhân tạo (AI), Blockchain... trong kế toán số.

Thúc đẩy nghiên cứu ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực kế toán để đề xuất các mô hình chuyển đổi số phù hợp với DNVVN ở Việt Nam.

Tài liệu tham khảo

1. Aslanertik, B. E., & Yardımcı, B. (2019), A Comprehensive Framework for Accounting 4.0: Implications of Industry 4.0 in Digital Era. In H. U. (Ed.), *Blockchain Economics and Financial Market Innovation*, Springer, Cham (549-563).
2. Chen, C.-L., Lin, Y.-C., Chen, W.-H., Chao, C.-F., & Pandia, H. (2021), Role of government to enhance digital transformation in small service business. *Sustainability*, 13(3), 1028.
3. Quốc hội (2015), Luật Kế toán số 88/2015/QH13, ngày 20/11/2015;
- Thủ tướng Chính phủ (2022), Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/06/2020 phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”
4. Thủ tướng Chính phủ (2022), Quyết định số 633/QĐ-TTg ngày 23/5/2022 ban hành Chiến lược kế toán - kiểm toán đến năm 2030
5. Đỗ Thị Hồng Hạnh - Đại học Thái Nguyên, Phạm Trọng Nghĩa - Đại học Kinh tế quốc dân. Chuyển đổi số trong lĩnh vực kế toán tại Việt Nam, <https://tapchitaichinh.vn/chuyen-doi-so-trong-linh-vuc-ke-toan-tai-viet-nam.html>.
6. ThS. Phạm Văn Toàn - Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh. Giải pháp chuyển đổi số trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam, <https://tapchicongthuong.vn/giai-phap-chuyen-doi-so-trong-cac-doanh-nghiep-nho-va-vua-o-viet-nam-133175.htm>
7. TS. Nguyễn Đức Xuân - Viện Quản trị Kinh doanh, Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội, Chuyển đổi số trong kế toán của doanh nghiệp tại Việt Nam, *Tạp chí Công thương*, số 26 tháng 12 năm 2023 (Chuyển đổi số trong kế toán của doanh nghiệp tại Việt Nam)
8. Duyên, N. T. H., Bình, V. T. T., & Hồng Nga, N. T. (2023), Mức độ chuyển đổi số trong kế toán tại doanh nghiệp của Việt Nam, *Kinh tế và Phát triển*, Số 314 88-98.

ỨNG DỤNG, PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ BLOCKCHAIN TRONG KIỂM TOÁN BÁO CÁO TÀI CHÍNH

ThS. Nguyễn Thị Ánh Ngọc⁽¹⁾

Tóm tắt: Trong bối cảnh cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư và quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ trong lĩnh vực kế toán - kiểm toán, công nghệ blockchain đã nổi lên như một giải pháp tiềm năng nhằm nâng cao tính minh bạch, an toàn và hiệu quả trong việc xử lý và xác minh thông tin tài chính. Bài viết này nghiên cứu khả năng ứng dụng công nghệ blockchain trong quy trình kiểm toán báo cáo tài chính, đặc biệt là trong việc thu thập bằng chứng kiểm toán, tự động hóa các thủ tục và phát hiện gian lận. Thông qua phân tích định tính và nghiên cứu tình huống, nghiên cứu xác định các khu vực kiểm toán có thể được hưởng lợi nhiều nhất từ blockchain, đồng thời chỉ ra các thách thức về kỹ thuật, pháp lý, quy trình và nguồn nhân lực. Nghiên cứu tổng hợp các tài liệu trong và ngoài nước, cùng với các minh chứng thực tế từ các công ty kiểm toán lớn như PwC và EY, để làm rõ hiện trạng và tiềm năng triển khai tại Việt Nam. Kết quả cho thấy blockchain có thể góp phần thúc đẩy kiểm toán thời gian thực, giảm chi phí và nâng cao độ tin cậy của báo cáo tài chính nếu được hỗ trợ bởi khung pháp lý và hạ tầng công nghệ phù hợp.

Từ khóa: Blockchain, kiểm toán báo cáo tài chính, chuyển đổi số

Abstracts: In the context of the Fourth Industrial Revolution and the ongoing digital transformation in accounting and auditing, blockchain technology has emerged as a promising solution to enhance transparency, security, and efficiency in processing and verifying financial information. This paper investigates the potential applications of blockchain in the financial statement audit process, particularly in evidence collection, automation of audit procedures, and fraud detection. Through qualitative analysis and case studies, the research identifies key audit areas that could benefit from blockchain, while also pointing out technical, legal, procedural, and human resource challenges. By synthesizing domestic and international literature, along with practical insights from leading audit firms such as PwC and EY, the study assesses the current landscape and prospects for blockchain adoption in Vietnam. The findings suggest that blockchain could significantly support real-time auditing, reduce costs, and improve the reliability of financial reporting, provided that adequate legal frameworks and technological infrastructure are in place.

Keywords: Blockchain, financial Statement Audit, digital transformation

1. Viện Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

Ngày nhận bài: 28/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 14/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

I. GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp 4.0 đang thúc đẩy quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ trong lĩnh vực kế toán - kiểm toán, công nghệ blockchain đã nổi lên như một giải pháp tiềm năng có khả năng nâng cao tính minh bạch, bảo mật và hiệu quả trong việc xử lý và kiểm tra thông tin tài chính. Đặc biệt, việc ứng dụng blockchain trong kiểm toán báo cáo tài chính hứa hẹn sẽ thay đổi căn bản phương pháp thu thập bằng chứng kiểm toán, tự động hóa quy trình kiểm tra và tăng cường khả năng phát hiện gian lận. Mặc dù tiềm năng ứng dụng của blockchain trong việc nâng cao hiệu quả và độ tin cậy của quy trình kiểm toán là không thể phủ nhận, việc triển khai thực tế vẫn còn đối mặt với nhiều câu hỏi và thách thức cần được làm rõ. Do đó, vấn đề nghiên cứu trọng tâm của bài viết này là đánh giá một cách toàn diện tiềm năng ứng dụng cụ thể của công nghệ blockchain trong các giai đoạn và khía cạnh khác nhau của quy trình kiểm toán báo cáo tài chính, đồng thời phân tích sâu sắc các thách thức và rào cản có thể phát sinh trong quá trình triển khai. Nghiên cứu sẽ tập trung vào việc xác định những lĩnh vực kiểm toán nào có thể hưởng lợi nhiều nhất từ công nghệ blockchain, cũng như làm rõ những khó khăn về kỹ thuật, quy trình, pháp lý và nguồn nhân lực cần được giải quyết để hiện thực hóa tiềm năng này.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN TÀI LIỆU

2.1. Khái niệm và nguyên lý hoạt động công nghệ blockchain

2.1.1. Khái niệm

Blockchain là một loại cơ sở dữ liệu phân tán, trong đó thông tin được lưu trữ thành các khối (blocks) và liên kết với nhau bằng các hàm mã hóa bảo mật (cryptographic hash functions). Mỗi khối chứa tập hợp các giao dịch đã được xác thực và được gắn dấu thời gian, đảm bảo tính bất biến và toàn vẹn dữ liệu theo thời gian (Nakamoto, 2008). Với cơ chế hoạt động phi tập trung và phân tán, blockchain cho phép nhiều bên tham gia ghi chép và xác thực giao dịch mà không cần sự can thiệp của bên thứ ba trung gian. Công nghệ này được xem là bước tiến quan trọng trong việc nâng cao tính minh bạch, bảo mật và độ tin cậy của hệ thống thông tin, và hiện đang được ứng dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực như tài chính, chuỗi cung ứng, quản trị dữ liệu và đặc biệt là kiểm toán báo cáo tài chính.

2.1.2. Nguyên lý hoạt động

Công nghệ blockchain hoạt động dựa trên nguyên lý phân tán, bất biến và đồng thuận giữa các nút trong mạng lưới. Mỗi giao dịch sau khi được khởi tạo sẽ được truyền tới tất cả các nút (nodes) tham gia trong mạng lưới phi tập trung. Các giao dịch này sau đó được gom lại thành một khối (block) và chờ được xác thực thông qua một cơ chế đồng thuận, phổ biến là cơ chế Proof of Work (PoW) hoặc Proof of Stake (PoS). Sau khi được xác thực, khối sẽ được thêm vào chuỗi khối hiện có và được phân phối đến tất cả các nút để đảm bảo

tính đồng nhất của dữ liệu. Tính phi tập trung được đảm bảo bởi sự phân tán dữ liệu trên nhiều nút mạng, loại bỏ điểm lỗi tập trung và tăng cường khả năng chống chịu. Các giao dịch mới được xác thực bởi mạng lưới thông qua cơ chế đồng thuận khác nhau, đảm bảo tính toàn vẹn và nhất quán của dữ liệu trên toàn hệ thống. Mỗi khối mới đều chứa mã băm của khối liền trước, tạo thành một chuỗi liên kết chặt chẽ về mặt mật mã, giúp ngăn chặn việc thay đổi dữ liệu đã ghi nhận. Chính nhờ cơ chế đồng thuận và đặc tính bất biến, blockchain đảm bảo rằng thông tin được ghi nhận là chính xác, minh bạch và không thể bị chỉnh sửa sau khi đã được xác nhận. Để dễ hình dung, bạn có thể tưởng tượng nó như một cuốn sổ kế toán khổng lồ được chia sẻ cho rất nhiều người, và một khi thông tin đã được ghi vào thì không thể sửa đổi hay xóa bỏ.

2.2. Ứng dụng blockchain trong lĩnh vực kiểm toán báo cáo tài chính

Công nghệ blockchain mang đến nhiều tiềm năng to lớn để cải thiện quy trình và hiệu quả của kiểm toán báo cáo tài chính. Dưới đây là một số ứng dụng tiềm năng:

Thứ nhất, tăng cường tính minh bạch và khả năng tiếp cận dữ liệu: Blockchain có thể cung cấp một nguồn dữ liệu tài chính minh bạch và không thể giả mạo. Các giao dịch kinh tế có thể được ghi lại trực tiếp trên blockchain theo thời gian thực, tạo ra một lịch sử giao dịch không thể chối cãi. Kiểm toán viên có quyền truy cập trực tiếp và an toàn vào dữ liệu này, giảm sự phụ thuộc vào việc cung cấp tài liệu từ phía doanh nghiệp và giảm nguy cơ sai sót hoặc gian lận trong quá trình thu thập bằng chứng kiểm toán.

Thứ hai, cải thiện hiệu quả và giảm chi phí kiểm toán: Việc tự động hóa quá trình thu thập và xác minh dữ liệu có thể giúp kiểm toán viên tiết kiệm thời gian và nguồn lực. Các hợp đồng thông minh trên blockchain có thể tự động thực hiện các quy trình nghiệp vụ và ghi lại các giao dịch khi các điều kiện được đáp ứng, cung cấp dữ liệu kiểm toán đáng tin cậy một cách liên tục. Bên cạnh đó, blockchain có thể tạo điều kiện cho việc kiểm toán liên tục (continuous auditing), cho phép kiểm toán viên theo dõi và đánh giá thông tin tài chính gần như theo thời gian thực, thay vì chỉ thực hiện vào cuối kỳ kế toán.

Thứ ba, nâng cao độ tin cậy và tính xác thực của báo cáo tài chính: Tính bất biến của dữ liệu trên blockchain làm giảm đáng kể nguy cơ gian lận và can thiệp và thông tin tài chính. Việc sử dụng chữ ký số và mã hóa đảm bảo tính xác thực của các giao dịch và các bên liên quan. Blockchain có thể giúp xác minh nguồn gốc và quyền sở hữu của tài sản, hàng tồn kho và các yếu tố khác trong báo cáo tài chính.

Thứ tư, hỗ trợ các quy trình kiểm toán phức tạp: Blockchain có thể được sử dụng để theo dõi các giao dịch chuỗi cung ứng phức tạp, giúp kiểm toán viên xác minh đầy đủ và chính xác các chi phí và doanh thu liên quan. Trong các giao dịch tài chính phức tạp, blockchain có thể cung cấp một bản ghi rõ ràng và không thể thay đổi về các điều khoản và điều kiện.

2.3. Các nghiên cứu trước liên quan đến ứng dụng blockchain trong kiểm toán

Một số nghiên cứu đã chỉ ra tiềm năng lớn của blockchain trong việc cách mạng hóa

quy trình kiểm toán. Theo (Dai và Vasarhelyi, 2017), blockchain có thể cung cấp nguồn dữ liệu tài chính theo thời gian thực, cho phép kiểm toán liên tục (continuous auditing) thay vì kiểm toán theo kỳ hạn như truyền thống. Tapscott (2016) cũng nhấn mạnh rằng hợp đồng thông minh (smart contracts) có thể tự động hóa một số nghiệp vụ kế toán - kiểm toán, giúp giảm thiểu sự can thiệp của con người, từ đó tăng độ tin cậy và giảm rủi ro sai sót.

Ngoài ra, các tổ chức kiểm toán lớn như PwC và Deloitte đã thực hiện nhiều thử nghiệm về blockchain auditing. Deloitte (2018) giới thiệu mô hình “blockchain-based audit evidence collection” (thu thập bằng chứng kiểm toán dựa trên blockchain) nhằm tăng hiệu quả và độ tin cậy của quy trình kiểm toán.

2.4. Khoảng trống trong nghiên cứu

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu lý thuyết và thử nghiệm ban đầu, việc ứng dụng blockchain vào kiểm toán thực tiễn vẫn đang đối mặt với một số thách thức:

- Thiếu khung pháp lý và chuẩn mực kiểm toán chính thức dành cho dữ liệu blockchain.

- Thiếu nghiên cứu thực nghiệm quy mô lớn tại các quốc gia đang phát triển như Việt Nam, nơi mà hệ thống kế toán và công nghệ thông tin còn nhiều hạn chế.

- Cần thêm các mô hình đánh giá cụ thể về chi phí - lợi ích (cost-benefit analysis) trong việc triển khai blockchain cho hoạt động kiểm toán tài chính.

Vì vậy, nghiên cứu này nhằm mục tiêu phân tích sâu hơn về ứng dụng thực tiễn, cơ hội và rủi ro của blockchain trong kiểm

toán báo cáo tài chính, từ đó đề xuất giải pháp phù hợp với bối cảnh phát triển công nghệ hiện nay.

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên phương pháp phân tích định tính kết hợp với nghiên cứu tình huống nhằm đánh giá thực tiễn và tiềm năng ứng dụng công nghệ blockchain trong kiểm toán báo cáo tài chính. Phương pháp nghiên cứu định tính cho phép tổng hợp, phân tích có hệ thống các tài liệu lý luận và thực tiễn, đồng thời so sánh các mô hình triển khai tại các quốc gia khác nhau với bối cảnh Việt Nam.

Dữ liệu thu thập bao gồm tài liệu thứ cấp từ các nguồn quốc tế và trong nước. Nguồn tài liệu quốc tế bao gồm các bài báo khoa học công bố trên các tạp chí uy tín như *Journal of Information Systems*, *International Journal of Accounting Information Systems*, các báo cáo chuyên ngành từ PwC, Deloitte, EY, KPMG, cùng với tiêu chuẩn, hướng dẫn của các tổ chức nghề nghiệp như IFAC và AICPA. Nguồn tài liệu trong nước được thu thập từ các công trình nghiên cứu tại Việt Nam, các luận văn, bài báo khoa học đăng trên các tạp chí như *Tạp chí Kế toán và Kiểm toán*, *Tạp chí Công thương*, báo cáo chuyên đề của Bộ Tài chính, Kiểm toán Nhà nước Việt Nam và các bài viết hội thảo chuyên ngành.

Dữ liệu thu thập sẽ được phân tích theo phương pháp phân tích nội dung, nhằm xác định những chủ đề chính như lợi ích, thách thức và các yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng blockchain trong kiểm toán. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng áp dụng phương pháp

nghiên cứu tình huống, lựa chọn và phân tích các trường hợp tiêu biểu trên thế giới như việc Deloitte triển khai blockchain trong dịch vụ kiểm toán, EY với công cụ Blockchain Analyzer, cùng với các sáng kiến trong nước như việc thử nghiệm blockchain tại một số doanh nghiệp niêm yết lớn hoặc các đề xuất nghiên cứu của Kiểm toán Nhà nước Việt Nam.

Các công cụ hỗ trợ nghiên cứu bao gồm phần mềm Mendeley để quản lý tài liệu tham khảo, Microsoft Word và Excel để tổng hợp và xử lý dữ liệu. Tiêu chí phân tích được đảm bảo dựa trên nguyên tắc trung lập, khách quan, đồng thời vận dụng các mô hình lý thuyết về đổi mới công nghệ

và kiểm toán tài chính. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chú trọng việc so sánh điểm tương đồng và khác biệt giữa bối cảnh quốc tế và Việt Nam để đưa ra nhận định và đề xuất phù hợp. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng nhận thức rõ những hạn chế nhất định. Thứ nhất, việc chủ yếu sử dụng dữ liệu thứ cấp có thể khiến kết quả phân tích phụ thuộc vào độ cập nhật và chất lượng của tài liệu. Thứ hai, trong bối cảnh Việt Nam, do blockchain trong kiểm toán vẫn đang ở giai đoạn thử nghiệm ban đầu, nên nguồn dữ liệu thực tế còn hạn chế, đòi hỏi phải có những phân tích thận trọng khi đưa ra kết luận và khuyến nghị. Một số tài liệu đã phân tích được tổng hợp như sau:

STT	Tác giả	Năm	Quốc gia	Nội dung chính	Lợi ích đề cập	Thách thức đề cập	Ghi chú
1	Rozario & Thomas	2019	Hoa Kỳ	Blockchain trong kiểm toán liên tục	Giảm thời gian kiểm toán, tăng độ tin cậy dữ liệu	Cần kỹ năng mới cho kiểm toán viên	Bài nghiên cứu lý thuyết, phân tích mô hình tiềm năng
2	Tapscott & Tapscott	2016	Hoa Kỳ	Blockchain thay đổi ngành tài chính, kế toán, kiểm toán	Tính minh bạch cao, chống gian lận	Thiếu chuẩn hóa dữ liệu, thách thức pháp lý	Sách chuyên khảo, nổi tiếng về blockchain
3	PwC Report	2018	Toàn cầu	Ứng dụng blockchain trong các ngành dịch vụ tài chính	Hiệu quả chi phí, minh bạch, tự động hóa giao dịch	Lo ngại bảo mật, quy định pháp lý chưa rõ ràng	Báo cáo thực tế từ doanh nghiệp
4	Deloitte White Paper	2020	Toàn cầu	Hướng dẫn kiểm toán blockchain	Xây dựng các công cụ kiểm toán tự động	Yêu cầu hạ tầng công nghệ cao	Hướng dẫn chuyên sâu cho kiểm toán viên
5	IFAC Report	2022	Toàn cầu	Ảnh hưởng của blockchain tới nghề kiểm toán	Chuẩn hóa quy trình kiểm toán, tăng cường kiểm tra liên tục	Quy định nghề nghiệp chưa cập nhật kịp	Báo cáo từ tổ chức nghề nghiệp uy tín

STT	Tác giả	Năm	Quốc gia	Nội dung chính	Lợi ích đề cập	Thách thức đề cập	Ghi chú
6	Nguyễn Thị Phương Anh	2022	Việt Nam	Thực trạng ứng dụng blockchain vào kiểm toán tại Việt Nam	Tăng tính minh bạch, giảm sai sót dữ liệu	Chưa có khung pháp lý, chi phí cao	Bài báo trong nước
7	Bộ Tài chính Việt Nam	2023	Việt Nam	Hội thảo blockchain trong lĩnh vực tài chính	Tăng cường truy xuất nguồn gốc giao dịch	Thiếu nhân lực có chuyên môn blockchain	Báo cáo hội thảo chuyên ngành
8	EY Blockchain Analyzer	2020	Toàn cầu	Công cụ kiểm toán giao dịch blockchain	Nâng cao tốc độ và độ chính xác kiểm toán	Vấn đề với lượng lớn dữ liệu blockchain	Triển khai thực tế tại EY

IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Cơ hội ứng dụng công nghệ blockchain trong hoạt động kiểm toán báo cáo tài chính

Qua quá trình phân tích tài liệu cho thấy rằng blockchain có tiềm năng cách mạng hóa hoạt động kiểm toán theo nhiều khía cạnh. Khoảng 70% số tài liệu quốc tế và trong nước nhấn mạnh vai trò của blockchain trong việc:

- Tăng cường tính minh bạch: Nhờ đặc tính bất biến và công khai, blockchain giúp đảm bảo độ tin cậy của dữ liệu tài chính, giảm thiểu rủi ro gian lận.
- Tự động hóa quy trình kiểm toán: Các hợp đồng thông minh (smart contracts) và hệ thống ghi nhận dữ liệu tự động cho phép kiểm toán viên thực hiện kiểm tra liên tục (continuous auditing) thay vì kiểm toán sau kỳ.
- Tiết kiệm chi phí và thời gian: Blockchain giúp đơn giản hóa quá trình đối chiếu dữ liệu và xác minh giao dịch, từ đó giảm thiểu khối lượng công việc thủ công.

- Nâng cao độ chính xác và hiệu quả: Các công cụ như EY Blockchain Analyzer minh chứng khả năng xử lý khối lượng lớn dữ liệu blockchain nhanh chóng và chính xác hơn phương pháp truyền thống.

Trên thực tế, nhiều doanh nghiệp và cơ quan tài chính lớn trên thế giới đã ghi nhận các kết quả tích cực khi thử nghiệm hoặc triển khai blockchain trong kiểm toán. PricewaterhouseCoopers (PwC) là một trong những công ty kiểm toán đầu tiên triển khai các công cụ chuyên biệt nhằm kiểm toán các tài sản kỹ thuật số. Theo báo cáo của PwC (2019), công ty đã phát triển hệ thống có khả năng trực tiếp truy xuất dữ liệu từ blockchain để xác minh số dư ví, quyền sở hữu và các giao dịch liên quan. Hệ thống này giúp cải thiện độ tin cậy và minh bạch trong kiểm toán báo cáo tài chính, đặc biệt trong các công ty có liên quan đến tiền mã hóa. Ernst & Young (EY) đã phát triển công cụ “EY Blockchain Analyzer” nhằm mục đích phân tích và kiểm toán các giao dịch tài chính diễn ra trên blockchain. Công cụ này cho phép xử lý hàng triệu giao

dịch, kiểm tra tính chính xác, truy vết dòng tiền và phân tích rủi ro. EY (2020) cho biết, công cụ này đã được sử dụng để kiểm toán các công ty sở hữu tài sản kỹ thuật số, hỗ trợ kiểm toán báo cáo tài chính theo thời gian thực. Walmart hợp tác với IBM để triển khai hệ thống blockchain Hyperledger trong chuỗi cung ứng thực phẩm. Theo IBM (2019), công nghệ này không chỉ giúp theo dõi nguồn gốc sản phẩm mà còn cung cấp dữ liệu tức thời về tồn kho, thời gian vận chuyển và chi phí - các yếu tố đầu vào quan trọng cho lập và kiểm toán báo cáo tài chính. Các kết quả ban đầu cho thấy blockchain không chỉ hỗ trợ phát hiện sai sót nhanh hơn, mà còn giúp kiểm toán viên đưa ra quyết định chính xác hơn dựa trên dữ liệu theo thời gian thực.

Tại Việt Nam hiện nay, một số dự án thí điểm đã được triển khai, tập trung vào một số lĩnh vực như:

- Ứng dụng thử nghiệm trong ngân hàng: Một số ngân hàng thương mại tại Việt Nam như Ngân hàng TMCP ngoại thương Việt Nam (Vietcombank), Ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam (BIDV) ... đang nghiên cứu và thử nghiệm ứng dụng blockchain trong các hoạt động như xác thực khách hàng (KYC), quản lý hồ sơ tín dụng và theo dõi giao dịch. Mặc dù chưa trực tiếp áp dụng vào kiểm toán báo cáo tài chính, nhưng những ứng dụng này cho thấy tiềm năng của blockchain trong việc tăng cường tính minh bạch và bảo mật dữ liệu tài chính.

- Tập đoàn FPT đã cho ra mắt nền tảng công nghệ chuỗi khối akaChain, đây là nền tảng, giải pháp chuyển đổi số Made

in Vietnam giúp các doanh nghiệp thuộc nhiều ngành nghề tối ưu vận hành, nâng cao trải nghiệm khách hàng và tìm kiếm cơ hội kinh doanh mới, qua đó thúc đẩy sự phát triển kinh tế số. Cụ thể như: (1) Tự động hóa quá trình định danh khách hàng - giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng; (2) Chấm điểm tín dụng - giúp doanh nghiệp đánh giá chính xác rủi ro tiềm ẩn trong hệ thống thanh toán, giảm nợ xấu đồng thời giúp người dân tăng cơ hội tiếp cận các chương trình tín dụng; (3) Chương trình khách hàng thân thiết - giúp người dân được phục vụ chu đáo hơn và sử dụng hệ thống điểm thưởng một cách thuận lợi, minh bạch, giúp doanh nghiệp duy trì lượng khách hàng ổn định và (4) Truy xuất nguồn gốc dữ liệu. Việc ứng dụng akaChain không chỉ giúp doanh nghiệp hiểu rõ nhu cầu khách hàng, chuẩn hóa và tự động hóa một số quy trình mà còn hạn chế vai trò của các bên trung gian, từ đó tối ưu chi phí vận hành. Một số công ty bán lẻ, phân phối sản phẩm công nghệ hàng đầu Việt Nam cho biết, credit scoring của akaChain giúp giảm tỉ lệ nợ xấu của công ty từ 14% xuống 7%.

- Kiểm toán Nhà nước Việt Nam đã có đề xuất và nghiên cứu ban đầu (giai đoạn 2021- 2023) về việc ứng dụng blockchain để giám sát, lưu trữ và truy xuất dữ liệu kiểm toán. Tuy mới ở mức nghiên cứu, nhưng thể hiện định hướng công nghệ để tăng cường hiệu quả kiểm toán công.

Mặc dù việc ứng dụng blockchain trong kiểm toán chưa phổ biến, nhưng các ưu điểm nêu trên đã được một số chuyên gia và tổ chức trong ngành nhìn nhận là tiềm năng đột phá trong việc nâng cao chất

lượng kiểm toán. Đây là tiền đề để nghiên cứu và từng bước triển khai trong tương lai gần.

4.2. Nhược điểm của ứng dụng công nghệ blockchain trong hoạt động kiểm toán báo cáo tài chính

Mặc dù blockchain mang lại nhiều lợi ích nổi bật trong việc nâng cao tính minh bạch và hiệu quả kiểm toán, quá trình ứng dụng công nghệ này vào kiểm toán báo cáo tài chính vẫn còn tồn tại nhiều nhược điểm và thách thức đáng kể.

- *Vấn đề kỹ thuật và tích hợp hệ thống:* Thiết lập hệ thống blockchain đòi hỏi đầu tư lớn vào hạ tầng công nghệ, phần mềm và đào tạo nhân sự. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp và công ty kiểm toán hiện đang sử dụng nhiều phần mềm và hệ thống quản lý thông tin khác nhau. Việc tích hợp blockchain vào các hệ thống này có thể phức tạp và tốn kém, đòi hỏi sự tương thích và khả năng tương tác giữa các nền tảng. Một số nền tảng blockchain (như Ethereum) vẫn có giới hạn về tốc độ giao dịch, ảnh hưởng đến tính hiệu quả nếu áp dụng cho doanh nghiệp lớn có lượng giao dịch cao.

- *Vấn đề bảo mật và quyền riêng tư:* Mặc dù blockchain được thiết kế để bảo mật, nhưng vẫn có những rủi ro tiềm ẩn. Các cuộc tấn công vào ví điện tử, lỗ hổng trong mã hợp đồng thông tin vẫn có thể xảy ra. Hơn nữa, việc cân bằng giữa tính minh bạch của blockchain và yêu cầu bảo vệ thông tin các nhân và bí mật kinh doanh là một thách thức không nhỏ.

- *Thiếu hụt nhân lực có kỹ năng phù hợp:* Việc triển khai và khai thác hiệu quả công

nghệ blockchain trong kiểm toán đòi hỏi đội ngũ kiểm toán viên phải có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về cả lĩnh vực tài chính - kế toán - kiểm toán và công nghệ blockchain. Hiện tại, số lượng chuyên gia có đủ năng lực này còn hạn chế.

- *Rủi ro về tuân thủ và pháp lý:* Khung pháp lý cho blockchain và tài sản kỹ thuật số vẫn đang trong quá trình hình thành và chưa đồng nhất giữa các quốc gia. Một trong những trở ngại lớn nhất là sự thiếu vắng các quy định pháp lý cụ thể và các chuẩn mực kế toán - kiểm toán liên quan đến dữ liệu blockchain. Các kiểm toán viên hiện tại vẫn chưa có hướng dẫn chính thức về cách đánh giá, xác nhận hoặc sử dụng dữ liệu lưu trữ trên blockchain trong báo cáo kiểm toán. Sự khác biệt về luật pháp giữa các quốc gia cũng tạo nên rào cản trong việc triển khai đồng bộ.

- *Thực tiễn triển khai tại Việt Nam:* Hiện nay tại Việt Nam, việc ứng dụng blockchain trong kiểm toán mới ở giai đoạn nghiên cứu lý thuyết hoặc thí điểm nhỏ lẻ, chưa có mô hình thương mại hóa quy mô lớn và chưa có sự hỗ trợ mạnh từ cơ quan quản lý.

Những thách thức này đặt ra yêu cầu cấp thiết phải có các nghiên cứu toàn diện và giải pháp đồng bộ nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc ứng dụng công nghệ blockchain một cách hiệu quả trong kiểm toán báo cáo tài chính.

V. KẾT LUẬN - KIẾN NGHỊ

5.1 Kết luận

Công nghệ blockchain mang đến một cuộc cách mạng tiềm năng cho lĩnh vực kiểm toán báo cáo tài chính, hứa hẹn nâng

cao đáng kể tính minh bạch, hiệu quả và độ tin cậy của quy trình kiểm toán. Bằng cách kiến tạo một sổ cái phân tán, bất biến và có khả năng truy cập, blockchain mở ra cơ hội cho việc thu thập và xác minh dữ liệu tài chính theo thời gian thực, giảm thiểu sự phụ thuộc vào các bên trung gian và hạn chế rủi ro gian lận. Các ứng dụng tiềm năng trải rộng từ việc theo dõi chuỗi cung ứng phức tạp đến tự động hóa các thủ tục kiểm toán thông qua hợp đồng thông minh, tạo tiền đề cho một mô hình kiểm toán liên tục và hiệu quả hơn.

Tuy nhiên, việc ứng dụng rộng rãi blockchain trong kiểm toán báo cáo tài chính vẫn đang ở giai đoạn đầu và đối mặt với nhiều thách thức không nhỏ. Các vấn đề về khả năng mở rộng, bảo mật, quyền riêng tư, thiếu hụt nhân lực có kỹ năng, chi phí triển khai và duy trì, khả năng tích hợp với hệ thống hiện có, các rủi ro pháp lý và sự cần thiết của tiêu chuẩn hóa đặt ra những rào cản đáng kể.

Để khai thác tối đa tiềm năng của blockchain, cần có những nỗ lực phối hợp từ các công ty kiểm toán, doanh nghiệp, nhà phát triển công nghệ và cơ quan quản lý trong việc nghiên cứu, phát triển các giải pháp khắc phục nhược điểm và xây dựng một khung pháp lý rõ ràng. Mặc dù con đường phía trước còn nhiều trở ngại, những lợi ích tiềm năng mà blockchain mang lại cho sự minh bạch và độ tin cậy của thông tin tài chính là không thể phủ nhận, hứa hẹn một tương lai mà hoạt động kiểm toán trở nên hiệu quả hơn, ít tốn kém hơn và đáng tin cậy hơn.

5.2. Kiến nghị

Để khắc phục những nhược điểm khi ứng dụng blockchain vào hoạt động kiểm toán báo cáo tài chính, cần có những giải pháp đồng bộ và đa chiều, tập trung vào cả khía cạnh công nghệ, quy trình và con người. Dưới đây là một số kiến nghị nhằm đẩy nhanh việc ứng dụng công nghệ blockchain trong kiểm toán báo cáo tài chính.

Một là, việc xây dựng hành lang pháp lý phù hợp là yếu tố then chốt. Các cơ quan quản lý như Bộ Tài chính, Kiểm toán Nhà nước và Hội Kiểm toán viên hành nghề Việt Nam (VACPA) cần ban hành hướng dẫn cụ thể liên quan đến việc sử dụng blockchain trong quy trình kiểm toán, đồng thời cập nhật các chuẩn mực kiểm toán để phù hợp với môi trường công nghệ số.

Hai là, cần đào tạo và phát triển nguồn nhân lực liên ngành, kết hợp giữa kiến thức kế toán - kiểm toán truyền thống với hiểu biết sâu về công nghệ blockchain và phân tích dữ liệu. Các chương trình đào tạo đại học, sau đại học cũng như đào tạo nghề cần tích hợp nội dung về công nghệ mới để chuẩn bị cho lực lượng kiểm toán viên tương lai.

Ba là, các doanh nghiệp kiểm toán và tổ chức liên quan cần tăng cường hợp tác với các công ty công nghệ, nhằm phát triển và thử nghiệm các mô hình ứng dụng blockchain thực tế, như hệ thống lưu trữ hóa đơn điện tử, xác minh giao dịch, và truy vết số liệu tài chính. Bên cạnh đó, việc áp dụng các mô hình blockchain riêng tư (private blockchain) hoặc liên minh (consortium

blockchain) có thể giúp giải quyết vấn đề bảo mật và quyền riêng tư trong môi trường doanh nghiệp.

Bốn là, giảm chi phí triển khai và duy trì. Sử dụng dịch vụ blockchain trên nền tảng đám mây để giảm chi phí cơ sở hạ tầng và quản lý. Có thể triển khai ứng dụng công nghệ theo từng giai đoạn, hợp tác giữa các công ty kiểm toán hoặc trong cùng ngành để chia sẻ chi phí và kinh nghiệm triển khai.

Cuối cùng, nhận thức và cam kết từ lãnh đạo doanh nghiệp cũng đóng vai trò quan trọng trong việc triển khai thành công công nghệ này, đòi hỏi sự thay đổi trong tư duy quản trị cũng như chiến lược chuyển đổi số toàn diện.

Những giải pháp trên không chỉ giúp khắc phục các nhược điểm hiện tại mà còn tạo nền tảng để công nghệ blockchain được ứng dụng bền vững, hiệu quả hơn trong lĩnh vực kiểm toán báo cáo tài chính trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

1. Andersen, N, (2017), *Blockchain Technology, A game-changer in accounting*
2. ThS.Trương Thị Hoài, ThS. Đào Thị Loan, Khoa Kinh tế - Đại học Vinh, “Ứng dụng blockchain vào lĩnh vực kế toán, kiểm toán trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0”, *Tạp chí Tài chính* kỳ 2 (5/2019).
3. “Ứng dụng công nghệ AI và Blockchain trong lĩnh vực kế toán - kiểm toán”, *Tạp chí Khoa học - Công nghệ* số 38-2023 - ThS. Nguyễn Thị Nguyệt, Khoa Kế toán - Trường Đại học Kinh tế kỹ thuật công nghiệp.
4. “Ứng dụng công nghệ Blockchain trong kiểm toán” - ThS. Ninh Thị Thúy Ngân, Trường Đại học Lao động xã hội, *Tạp chí Quản lý Nhà nước* (25/06/2024).

HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ XỬ LÝ KHIẾU NẠI TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ThS. Nguyễn Thị Thu Hương⁽¹⁾

Tóm tắt: Sự phát triển bùng nổ của thương mại điện tử (TMĐT) đã tạo ra những cơ hội lớn cho nền kinh tế số tại Việt Nam. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển đó, các khiếu nại trong lĩnh vực này ngày càng gia tăng về số lượng và tính chất phức tạp. Tính chất phi biên giới, phi tập trung và ẩn danh của TMĐT khiến cho việc xử lý khiếu nại gặp nhiều khó khăn. Chính vì vậy, hoàn thiện pháp luật về xử lý khiếu nại trong TMĐT là yêu cầu cấp thiết nhằm bảo vệ quyền lợi của các bên, tạo môi trường kinh doanh minh bạch và thúc đẩy sự phát triển bền vững của TMĐT ở Việt Nam.

Từ khóa: Pháp luật thương mại điện tử, xử lý khiếu nại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Abstract: The explosive growth of e-commerce has created great opportunities for the digital economy in Vietnam. However, along with that growth, complaints in this field are increasing in number and complexity. The borderless, decentralized and anonymous nature of e-commerce makes handling complaints difficult. Therefore, perfecting the law on handling complaints in e-commerce is an urgent requirement to protect the rights of all parties, create a transparent business environment and promote the sustainable development of e-commerce in Vietnam.

Keywords: E-commerce law, handling complaints, protecting consumer rights.

Ngày nhận bài: 28/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo Báo cáo e-Conomy SEA 2024 của Google, Temasek và Bain&Company, thị trường thương mại điện tử (TMĐT) Việt Nam trong năm đạt 36 tỷ USD, dự đoán tới năm 2030 quy mô TMĐT nước ta từ 90 tỷ tới 200 tỷ USD.⁽²⁾ Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công thương) đánh giá quy mô TMĐT nước ta năm 2024 đạt trên 25 tỷ USD nhưng không đưa ra thông tin về quy mô của lĩnh vực bán lẻ trực tuyến và các lĩnh

1. Viện Pháp luật Kinh tế, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

2. https://economysea.withgoogle.com/intl/ALL_vn/report/.

vực khác.⁽¹⁾ Các con số đó cho thấy sự phát triển bùng nổ của TMĐT đã tạo ra những cơ hội lớn cho nền kinh tế số tại Việt Nam. TMĐT đã thâm nhập vào hầu hết hoạt động kinh doanh và trở thành một trụ cột quan trọng của kinh tế số.

Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của TMĐT không chỉ mở ra cơ hội mới cho nền kinh tế số mà còn làm phát sinh nhiều vấn đề pháp lý liên quan đến quyền và lợi ích của người tiêu dùng. Trong môi trường số, với tính chất phi biên giới, phi tập trung và ẩn danh của TMĐT khiến cho việc xử lý khiếu nại gặp nhiều khó khăn. Khi người tiêu dùng không thể tiếp cận trực tiếp với người bán và hàng hóa, nguy cơ rủi ro và phát sinh khiếu nại ngày càng gia tăng. Xử lý khiếu nại một cách hiệu quả, công bằng và minh bạch là yếu tố then chốt để bảo đảm niềm tin của người tiêu dùng và sự phát triển bền vững của TMĐT. Mặc dù pháp luật Việt Nam đã có nhiều nỗ lực trong việc hoàn thiện hành lang pháp lý cho hoạt động này, nhưng trên thực tế vẫn còn tồn tại nhiều khoảng trống và bất cập.

Bài viết này phân tích các quy định pháp luật hiện hành về xử lý khiếu nại trong TMĐT thể hiện qua Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản pháp luật về TMĐT, từ đó đưa ra các đề xuất hoàn thiện pháp luật về xử lý khiếu nại trong TMĐT là yêu cầu cấp thiết nhằm bảo vệ quyền lợi của các bên, tạo môi trường kinh doanh minh bạch và thúc đẩy sự phát triển bền vững của TMĐT ở Việt Nam.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Khái niệm khiếu nại và xử lý khiếu nại trong thương mại điện tử

Theo Từ điển Tiếng Việt phổ thông, khiếu nại được hiểu là hành động “*đề nghị cơ quan có thẩm quyền xét một việc làm mà mình cho là trái phép hay không hợp lý*”⁽²⁾. Từ điển Luật học xác định “*Khiếu nại là việc công dân, cơ quan, tổ chức theo trình tự luật định yêu cầu cơ quan, tổ chức, cá nhân có thẩm quyền xem xét lại quyết định hành chính, hành vi hành chính hoặc quyết định xử lý vụ việc dân sự, hình sự, lao động... mà họ cho là trái pháp luật hoặc xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của mình*”.⁽³⁾ Khoản 1 Điều 2 Luật Khiếu nại 2011 quy định: “*Khiếu nại là việc công dân, cơ quan, tổ chức hoặc cán bộ, công chức theo thủ tục do Luật này quy định đề nghị cơ quan, tổ chức, cá nhân có thẩm quyền xem xét lại quyết định hành chính, hành vi hành chính của cơ quan hành chính nhà nước, của người có thẩm quyền trong cơ quan hành chính nhà nước hoặc quyết định kỷ luật cán bộ, công chức khi có căn cứ cho rằng quyết định hoặc hành vi đó là trái pháp luật, xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của mình*.” Nhận thấy, các khái niệm nêu trên đều là “*Khiếu nại*” trong hành chính. Theo đó, chủ thể khiếu nại là cá nhân (công dân), tổ chức (cơ quan); đối tượng bị khiếu nại là các quyết định hành chính, hành vi hành chính của cơ quan nhà nước hoặc người có thẩm quyền. Tuy nhiên, “*khiếu nại*” không chỉ xuất hiện trong hành chính mà còn xuất

1. <https://moit.gov.vn/khoa-hoc-va-cong-nghe/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-nam-2024-nhung-buoc-tien-va-thach-thuc.html>.

2. Từ điển Tiếng Việt phổ thông, Viện Ngôn ngữ học, Nhà xuất bản Phương Đông, 2013.

3. Từ điển Luật học, Viện Khoa học Pháp lý, Nhà xuất bản Tư pháp, 2006.

hiện trong lĩnh vực dân sự, thương mại. Trong thương mại, đặc biệt là TMĐT, từ các quy định về quyền khiếu nại hay trách nhiệm tiếp nhận khiếu nại được thể hiện ở Luật Thương mại, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các văn bản về TMĐT, tác giả nhận thấy “khiếu nại” phát sinh từ quan hệ hợp đồng dân sự giữa người tiêu dùng và người bán, không liên quan đến quyết định hành chính. Do đó, khiếu nại trong TMĐT được hiểu là việc “*người tiêu dùng phản ánh tới người bán hoặc sàn giao dịch TMĐT về những hành vi vi phạm nghĩa vụ hợp đồng hoặc làm tổn hại đến quyền lợi người tiêu dùng phát sinh từ giao dịch điện tử, yêu cầu được giải quyết theo quy trình do bên cung cấp dịch vụ TMĐT công bố*”.

Từ cách hiểu nêu trên, *xử lý khiếu nại trong TMĐT được xác định* là quá trình tiếp nhận, kiểm tra, giải quyết và phản hồi các khiếu nại của các bên liên quan nhằm bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng và các thương nhân trong TMĐT.

So với xử lý khiếu nại trong thương mại truyền thống, xử lý khiếu nại trong TMĐT có nhiều thách thức hơn do tính phi biên giới, tính ẩn danh và sự mất cân xứng thông tin trong giao dịch TMĐT. Rõ ràng trong TMĐT, người tiêu dùng có thể giao dịch với người bán ở bất kỳ quốc gia nào, thông qua nhiều sàn TMĐT khác nhau. Trong đa số trường hợp, người tiêu dùng thường chỉ biết thông tin do người bán cung cấp, không kiểm chứng được chất lượng thực tế. Vì vậy, khi phát sinh khiếu nại, các vấn đề như: xác định danh tính người bán, yêu cầu cung cấp minh chứng... trở thành trở ngại trong quá trình xử lý khiếu nại. Bên cạnh đó,

khi giao dịch TMĐT sử dụng công nghệ tự động (AI, chatbot), người tiêu dùng không tiếp xúc với con người cụ thể. Khi xảy ra lỗi, rất khó xác định ai chịu trách nhiệm - người bán hàng, hay sàn TMĐT, hay nhà cung cấp công nghệ. Trong khi, thương mại truyền thống thường có nhân viên và quy trình rõ ràng, dễ đối thoại và khiếu nại trực tiếp.

2.2. Thực trạng pháp luật về xử lý khiếu nại trong TMĐT ở Việt Nam

2.2.1. Ưu điểm

Thứ nhất, Việt Nam đã xây dựng được hệ thống văn bản quy phạm pháp luật tương đối đầy đủ và dần được hoàn thiện về xử lý khiếu nại trong TMĐT. Về văn bản luật, có thể kể đến 2 văn bản là Luật Giao dịch điện tử và Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Luật Giao dịch điện tử năm 2023 (trước đây là Luật Giao dịch điện tử năm 2005) quy định về giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu, chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử, tạo cơ sở pháp lý cho xử lý khiếu nại trực tuyến; Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 (trước đây là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010) quy định về trách nhiệm của các sàn TMĐT trong việc tiếp nhận và giải quyết khiếu nại, bao gồm quy trình giải quyết khiếu nại trực tuyến. Về các văn bản dưới luật, nội dung pháp luật về xử lý khiếu nại trong TMĐT được thể hiện ở một số văn bản như: Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT quy định chi tiết về trách nhiệm chung của thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ TMĐT trong việc tiếp nhận và giải quyết khiếu nại; Nghị định 98/2020/NĐ-CP quy định về xử phạt trong TMĐT,

bao gồm xử phạt hành vi không giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng; Nghị định 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMDT quy định cụ thể hơn về trách nhiệm chỉ định đầu mối tiếp nhận và giải quyết khiếu nại đặc biệt trong trường hợp có người bán nước ngoài và trong trường hợp giao dịch thực hiện trên sàn giao dịch TMDT có nhiều hơn 2 bên tham gia; Nghị định 55/2024/NĐ-CP hướng dẫn Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 quy định cụ thể các thông tin mà quy trình tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng cần có; Nghị định 24/2025/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 98/2020/NĐ-CP (đã được sửa đổi, bổ sung một số điều theo quy định tại Nghị định 17/2022/NĐ-CP) có các quy định cụ thể về mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm về trách nhiệm tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng.

Thứ hai, có quy định về trách nhiệm giải quyết khiếu nại và công khai quy trình giải quyết khiếu nại, bước đầu tạo ra khuôn khổ để các sàn TMDT xây dựng quy trình tiếp nhận và xử lý khiếu nại minh bạch, có hệ thống. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 quy định tổ chức, cá nhân kinh doanh có trách nhiệm tổ chức tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng, thông báo

cho người tiêu dùng về việc tiếp nhận phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng trong thời hạn 3 ngày làm việc kể từ ngày nhận được phản ánh, yêu cầu, khiếu nại; xây dựng, công khai quy trình tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng theo hình thức niêm yết ở vị trí dễ nhìn thấy tại trụ sở, địa điểm kinh doanh và đăng tải trên trang thông tin điện tử, phần mềm ứng dụng (nếu có).⁽¹⁾ Quy trình tiếp nhận và giải quyết phản ánh, yêu cầu, khiếu nại của người tiêu dùng nêu trên cần đảm bảo các thông tin như: Phương thức tiếp nhận phản ánh, yêu cầu, khiếu nại; Các bước và thời hạn thực hiện từng bước trong quy trình; Các trường hợp được ưu tiên tiếp nhận, giải quyết; Hướng dẫn về thông tin, tài liệu cần cung cấp để phục vụ quá trình tiếp nhận, giải quyết⁽²⁾.

Thứ ba, bên cạnh các quy định về trách nhiệm giải quyết khiếu nại, thông tin quy trình giải quyết khiếu nại, pháp luật Việt Nam đã có các quy định nhằm bảo vệ người tiêu dùng khi thực hiện khiếu nại trong TMDT như quy định về quyền được bảo vệ dữ liệu cá nhân, được thông tin đầy đủ. Pháp luật TMDT hiện hành, đặc biệt là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023⁽³⁾ và Luật Giao dịch điện tử năm 2023⁽⁴⁾, đã ghi nhận quyền được cung cấp thông tin đầy đủ, minh bạch về hàng hóa, dịch vụ, người bán cũng như quyền được bảo vệ dữ liệu cá nhân trong quá trình giao dịch và khiếu

1. Xem Điều 31 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.

2. Xem Điều 22 Nghị định 55/2024/NĐ-CP hướng dẫn Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.

3. Xem Điều 15, 18, 38, 39 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023.

4. Xem Điều 6 Luật Giao dịch điện tử năm 2023 Nghị định 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử.

nại. Đây là cơ sở quan trọng để người tiêu dùng có đủ thông tin thực hiện quyền khiếu nại, đồng thời giúp hạn chế tình trạng mạo danh, lạm dụng thông tin cá nhân gây tổn hại trong quá trình khiếu nại.

Thứ tư, có quy định về trách nhiệm xác minh danh tính người bán của sàn TMĐT. Thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch TMĐT Việt Nam có trách nhiệm xác thực danh tính của thương nhân, tổ chức nước ngoài bán hàng hóa trên sàn giao dịch TMĐT đó⁽¹⁾. Nếu thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn TMĐT không thực hiện xác thực danh tính theo quy định nêu trên có thể bị phạt tiền từ 100 đến 200 triệu đồng⁽²⁾.

2.2.2. Một số hạn chế

Thứ nhất, pháp luật hiện hành chỉ quy định thông tin quy trình giải quyết khiếu nại và giới hạn thời gian thông báo việc đã tiếp nhận khiếu nại mà không quy định thời gian giải quyết đồng thời không quy định về biện pháp xử lý khi sàn TMĐT, cá nhân, tổ chức kinh doanh xử lý khiếu nại kéo dài. Theo quy định tại Nghị định 52/2013/NĐ-CP (sửa đổi bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP) và Nghị định 55/2024/NĐ-CP, các sàn TMĐT có nghĩa vụ công khai quy trình và thông tin tiếp nhận khiếu nại, đồng thời thông báo cho người tiêu dùng trong thời gian 3 ngày kể từ khi tiếp nhận. Tuy nhiên, không có quy định nào bắt buộc về thời hạn giải quyết khiếu nại sau khi đã tiếp nhận. Quy định này là phù hợp với thực tế

cho thời gian xử lý khiếu nại kéo dài do quy trình xác minh phức tạp và số lượng khiếu nại lớn. Khi nhận được khiếu nại, các sàn TMĐT phải kiểm tra thông tin từ nhiều nguồn: người mua, người bán, đơn vị vận chuyển. Quá trình xác minh các bằng chứng (hóa đơn, hình ảnh, video, biên nhận vận chuyển) mất nhiều thời gian, đặc biệt với giao dịch có yếu tố quốc tế. Với các khiếu nại phức tạp (hàng giả, vi phạm chính sách bảo hành), sàn TMĐT phải phối hợp với nhà sản xuất hoặc các cơ quan chức năng để kiểm định, khiến thời gian xử lý bị kéo dài. Các sàn lớn như Shopee, Lazada, Tiki tiếp nhận hàng nghìn đơn khiếu nại mỗi ngày, khối lượng công việc quá tải làm chậm quá trình xử lý. Tuy nhiên, khi các sàn đã công bố thời gian xử lý các khiếu nại (trong quy trình được công bố công khai) thì cần có quy định để đảm bảo rằng các sàn TMĐT, chủ thể kinh doanh sẽ nỗ lực xử lý đúng trong thời gian đó. Khi không có cơ chế kiểm soát, hệ quả kéo theo đó là một số sàn TMĐT hoặc chủ thể kinh doanh có thể kéo dài quá trình xử lý mà không bị ràng buộc pháp lý, gây thiệt hại cho người tiêu dùng và làm giảm lòng tin vào cơ chế giải quyết khiếu nại trực tuyến. Người tiêu dùng vẫn biết được thông tin khiếu nại đang được xử lý nhưng không thể biết việc xử lý đó kéo dài đến khi nào. Do không có quy định về thời gian giải quyết khiếu nại nên pháp luật cũng chưa thể quy định về biện pháp xử lý hoặc chế tài đối với hành vi kéo dài việc xử

1. Xem Khoản 24 Điều 1 Nghị định 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử.

2. Xem Khoản 5 Điều 1 Nghị định 24/2025/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 98/2020 xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, buôn bán hàng giả, hàng cấm.

lý khiếu nại một cách bất hợp lý. Nghị định 98/2020/NĐ-CP (được sửa đổi bởi Nghị định 24/2025/NĐ-CP) chỉ xử phạt hành vi không tiếp nhận hoặc không giải quyết khiếu nại, chứ chưa có chế tài riêng cho việc “giải quyết khiếu nại một cách chậm trễ, không hợp lý”.

Thứ hai, dù pháp luật đã có quy định xử phạt vi phạm hành chính với hành vi không tiếp nhận, không giải quyết hoặc không công bố cơ chế giải quyết khiếu nại, song mức xử phạt từ 20.000.000 đến 40.000.000 đồng theo quy định tại Nghị định số 24/2025/NĐ-CP (sửa đổi, bổ sung Nghị định 98/2020/NĐ-CP) vẫn chưa tạo ra áp lực đủ lớn để bảo đảm sự tuân thủ nghiêm túc của các sàn TMĐT và tổ chức, cá nhân kinh doanh. Trong thực tế, phần lớn các sàn TMĐT lớn đều đã xây dựng quy trình xử lý khiếu nại, song không ít trường hợp vẫn chỉ dừng lại ở hình thức - quy trình được công bố nhưng thiếu tính cụ thể, không rõ ràng về bước đi, thời hạn và người chịu trách nhiệm. Đối với một số sàn TMĐT quy trình đã được công bố nhưng không cập nhật, dẫn đến việc người tiêu dùng không nắm được cách khiếu nại, hoặc bị đùn đẩy trách nhiệm giữa sàn, người bán và đơn vị vận chuyển.

Thứ ba, Quyết định 645/QĐ-TTg ngày 15/5/2020 xác định mục tiêu phát triển TMĐT quốc gia giai đoạn 2021 - 2025 là đẩy mạnh giao dịch TMĐT xuyên biên giới. Tuy nhiên, hiện nay pháp luật về TMĐT vẫn thiếu quy trình cụ thể về xử lý khiếu nại trực tuyến xuyên biên giới. Trong trường hợp cá nhân, tổ chức kinh doanh ở

quốc gia này giao kết với các nhân, tổ chức kinh doanh ở quốc gia khác, mặc dù Nghị định 85/2021/NĐ-CP đã bổ sung nghĩa vụ cho sàn TMĐT trong việc: đại diện cho người bán nước ngoài trên sàn giao dịch TMĐT giải quyết các khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến hàng hóa, dịch vụ do thương nhân nước ngoài cung cấp; liên đới bồi thường thiệt hại trong trường hợp vi phạm nghĩa vụ mà gây thiệt hại. Tuy nhiên, hiện nay, quy trình cụ thể để xử lý khiếu nại trực tuyến xuyên biên giới vẫn chưa được quy định chi tiết, chưa có hướng dẫn về cơ chế tiếp nhận khiếu nại từ người tiêu dùng trong nước đối với người bán nước ngoài; cách thức chuyển đơn khiếu nại sang quốc gia có thẩm quyền hoặc cơ chế phối hợp giữa cơ quan nhà nước hai bên... Bên cạnh đó, vì pháp luật mới yêu cầu “liên đới bồi thường” nhưng chưa làm rõ quy trình và mức độ trách nhiệm nếu tranh chấp kéo dài hoặc bên bán ở nước ngoài từ chối hợp tác, vì thế việc xác định trách nhiệm của các sàn TMĐT còn mơ hồ. Thực trạng trên khiến người tiêu dùng lúng túng, đặc biệt khi có tranh chấp với người bán nước ngoài không có đại diện tại Việt Nam.

Thứ tư, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023⁽¹⁾ quy định: khi thực hiện giao dịch từ xa, tổ chức, cá nhân kinh doanh phải cung cấp chính xác và đầy đủ cho người tiêu dùng các thông tin: tên, địa chỉ, số điện thoại, phương thức liên hệ của tổ chức, cá nhân kinh doanh; số giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp hoặc mã số doanh nghiệp hoặc tài liệu tương đương khác đối với tổ chức kinh tế; mã số thuế cá nhân đối với

1. Xem Điều 37, 39 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.

cá nhân. Trường hợp giao dịch trên không gian mạng, tổ chức thiết lập, vận hành nền tảng số trung gian có trách nhiệm cung cấp thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh hoạt động trên nền tảng số trung gian khi người tiêu dùng giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh đó có yêu cầu. Tuy nhiên vẫn còn thiếu quy định bảo đảm tính xác thực của các thông tin đó và chưa có hướng dẫn cụ thể về thủ tục, điều kiện để người tiêu dùng yêu cầu truy xuất thông tin. Điều này gây khó khăn trong việc xác định đối tượng chịu trách nhiệm khi phát sinh khiếu nại, đặc biệt trong bối cảnh nhiều đối tượng kinh doanh ẩn danh hoặc sử dụng thông tin không chính xác. Ở một số quốc gia, để xác thực danh tính cá nhân, tổ chức kinh doanh có quy định về cơ chế phối hợp giữa sàn TMĐT, ngân hàng và cơ quan quản lý để từ đó thuận lợi hơn cho việc xác định thông tin người bán nhằm tạo cơ sở để bảo đảm quyền của người tiêu dùng.

Thứ năm, Nghị định 85/2021/NĐ-CP đã bước đầu thiết lập nghĩa vụ của sàn giao dịch TMĐT trong việc tiếp nhận, phản hồi khiếu nại qua Cổng thông tin quản lý hoạt động TMĐT của Bộ Công Thương. Tuy nhiên, quy định này mới dừng lại ở mức tiếp nhận và phản hồi, chưa có quy định yêu cầu báo cáo kết quả giải quyết hay công khai số liệu thống kê khiếu nại như số lượng, tỉ lệ giải quyết, loại tranh chấp phổ biến... Điều này dẫn đến việc thiếu minh bạch và không có cơ chế giám sát hữu hiệu đối với việc xử lý khiếu nại.

Thứ sáu, trong bối cảnh nhiều sàn TMĐT ngày càng đẩy mạnh việc ứng dụng AI để tự động hóa các quy trình chăm sóc

khách hàng bao gồm cả việc xử lý khiếu nại, AI đã tham gia vào cả quá trình phân loại khiếu nại, phân tích dữ liệu hành vi tiêu dùng, phân tích thông tin minh chứng, yêu cầu, chính sách của đơn vị và đưa ra quyết định. Như vậy, AI tham gia vào quy trình xử lý khiếu nại với tư cách của chủ thể có thẩm quyền xử lý. Tuy nhiên việc ứng dụng AI không loại trừ các trường hợp sai sót, khi đó việc xác định chủ thể chịu trách nhiệm (như đã nêu ở mục 2) có thể không được áp dụng thống nhất, dẫn đến khả năng người tiêu dùng bị từ chối bảo vệ quyền, còn doanh nghiệp lại né tránh được trách nhiệm bằng cách đổ lỗi cho “hệ thống kỹ thuật”.

2.3. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về xử lý khiếu nại trong TMĐT ở Việt Nam

Thứ nhất, nhằm tăng cường hiệu quả thực thi pháp luật về xử lý khiếu nại trong TMĐT, trước tiên cần điều chỉnh mức xử phạt hành vi không giải quyết khiếu nại từ hình thức cố định sang mức phạt theo tỉ lệ phần trăm doanh thu của thương nhân, tổ chức vi phạm. Các phân tích nêu trên cho thấy mức phạt tiền cố định hiện nay (theo Nghị định 98/2020/NĐ-CP và Nghị định 24/2025/NĐ-CP) không đủ sức răn đe đối với các sàn TMĐT lớn có doanh thu hàng nghìn tỷ đồng. Việc chuyển sang cơ chế xử phạt dựa trên tỉ lệ doanh thu sẽ tạo ra một thước đo công bằng hơn, bảo đảm rằng các chủ thể vi phạm càng lớn thì trách nhiệm pháp lý càng cao, từ đó thúc đẩy tuân thủ và bảo vệ tốt hơn quyền lợi người tiêu dùng. Bên cạnh đó, pháp luật hiện hành cũng chưa có quy định cụ thể về biện pháp xử lý khi sàn TMĐT hoặc người bán không giải

quyết khiếu nại trong thời gian hợp lý (hoặc thời gian đã công bố). Khoảng trống này khiến người tiêu dùng không có cơ sở pháp lý rõ ràng để khiếu nại tiếp hoặc yêu cầu xử lý hành vi vi phạm, đồng thời gây khó khăn cho cơ quan quản lý trong công tác thanh tra, giám sát. Do đó, cần bổ sung quy định xử phạt riêng đối với hành vi chậm trễ hoặc không giải quyết khiếu nại đúng thời hạn, kết hợp chế tài tài chính và phi tài chính như công bố công khai hành vi vi phạm, đình chỉ hoạt động hoặc hạn chế quyền tiếp cận các chính sách hỗ trợ của Nhà nước. Đây là những giải pháp then chốt để củng cố niềm tin của người tiêu dùng và bảo đảm tính minh bạch, nghiêm minh trong hoạt động thương mại điện tử.

Thứ hai, hiện nay, hệ thống tiếp nhận khiếu nại tại Việt Nam còn phân tán, thiếu tính kết nối giữa người tiêu dùng - sàn TMĐT - cơ quan quản lý, đặc biệt chưa có nền tảng nào được xác lập rõ ràng là đầu mối trung tâm trong tiếp nhận, phân loại và theo dõi quá trình xử lý khiếu nại. Việc xây dựng một cổng thông tin khiếu nại tập trung có chức năng thống nhất tiếp nhận, phân phối và theo dõi trạng thái khiếu nại là cần thiết nhằm tăng cường minh bạch, hiệu quả và khả năng giám sát từ phía cơ quan quản lý và người tiêu dùng. Tuy nhiên, để hệ thống này có tính khả thi và hiệu lực thực thi cao, cần có văn bản quy phạm pháp luật quy định rõ tính bắt buộc của cổng, vai trò điều phối của cơ quan quản lý nhà nước (ví dụ như Bộ Công Thương), và nghĩa vụ tích hợp, báo cáo của các sàn TMĐT, tổ chức trung gian, người bán. Đặc biệt, trong bối cảnh các giao dịch TMĐT ngày càng

mang tính xuyên biên giới, việc ban hành một Nghị định riêng về Cổng khiếu nại tập trung, bao gồm cả cơ chế xử lý khiếu nại xuyên biên giới, là cần thiết nhằm cụ thể hóa trách nhiệm hợp tác quốc tế, xác lập nguyên tắc xử lý tranh chấp đa phương, và làm rõ cơ chế xác minh người bán nước ngoài. Nghị định này nên quy định cụ thể quy trình khiếu nại điện tử gồm các bước: tiếp nhận - phân loại - chuyển giao - phản hồi - theo dõi - đóng khiếu nại; đồng thời yêu cầu các bên phải có hệ thống báo cáo, lưu trữ dữ liệu điện tử, và phối hợp liên thông giữa các cơ quan quản lý, tổ chức người tiêu dùng và nền tảng trung gian.

Thứ ba, bổ sung vào văn bản quy phạm pháp luật về TMĐT các nội dung cơ bản như sau:

Một là, yêu cầu bắt buộc xác minh danh tính người bán thông qua căn cước công dân gắn chip, nhận diện khuôn mặt và chữ ký số doanh nghiệp, cùng với ràng buộc về tài khoản ngân hàng xác thực, là giải pháp then chốt nhằm hạn chế hành vi giả mạo, trốn tránh trách nhiệm khi xảy ra tranh chấp. Trong thực tiễn, nhiều người bán hoạt động ẩn danh hoặc sử dụng thông tin giả mạo khiến khiếu nại không thể giải quyết hiệu quả, đặc biệt khi phát sinh hành vi lừa đảo hoặc gian lận thương mại. Do đó, yêu cầu sàn TMĐT chỉ cho phép rút tiền về tài khoản ngân hàng đã được định danh không chỉ góp phần bảo vệ người tiêu dùng mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho cơ quan quản lý truy xuất trách nhiệm khi cần thiết.

Hai là, quy định trách nhiệm công khai kết quả giải quyết khiếu nại của người tiêu dùng là yếu tố cần thiết để bảo đảm tính

minh bạch và nâng cao trách nhiệm giải trình của sàn TMĐT. Việc công bố số liệu như: số lượng khiếu nại, tỉ lệ giải quyết, thời gian trung bình xử lý, loại tranh chấp phổ biến... không những giúp cơ quan quản lý giám sát hiệu quả hơn mà còn là cơ sở để người tiêu dùng lựa chọn nền tảng mua sắm phù hợp, qua đó tạo động lực cạnh tranh lành mạnh giữa các sàn TMĐT về chất lượng dịch vụ hậu mãi.

Ba là, quy định xác định trách nhiệm pháp lý rõ ràng đối với hoạt động của AI. Trước hết, sàn TMĐT hoặc người bán cần công khai quy trình vận hành của hệ thống AI, đảm bảo người tiêu dùng có quyền hiểu và giám sát quyết định mà AI đưa ra. Đồng thời, cho phép người tiêu dùng phản đối hoặc yêu cầu can thiệp thủ công khi AI đưa ra quyết định không phù hợp là nguyên tắc cốt lõi của các cơ chế bảo vệ người tiêu dùng dựa trên công nghệ. Cuối cùng, cần bổ sung quy định rõ ràng về trách nhiệm pháp lý và nghĩa vụ bồi thường khi AI hoạt động sai gây thiệt hại cho người tiêu dùng, xác định chủ thể chịu trách nhiệm (người vận hành, người cung cấp AI hay sàn TMĐT) tùy theo mức độ kiểm soát và lợi ích từ việc ứng dụng công nghệ. Có thể vận dụng lý thuyết về bồi thường thiệt hại trong pháp luật dân sự để xác định trách nhiệm của các chủ thể trong trường hợp nêu trên. Cụ thể, khi AI là công cụ được sử dụng trong hoạt động kinh doanh, cung cấp dịch vụ (như trên sàn TMĐT, website của chủ thể kinh doanh), thì người vận hành, khai thác hoặc điều khiển AI sẽ được coi là người sử dụng công cụ gây thiệt hại, và thường là chủ thể chịu trách nhiệm chính. Trường hợp AI bị lỗi

kỹ thuật, có thể xem xét trách nhiệm của tổ chức/cá nhân phát triển, lập trình AI, theo nguyên tắc bồi thường do sản phẩm không đảm bảo an toàn hoặc hành vi cung cấp sản phẩm/ dịch vụ không phù hợp tiêu chuẩn theo pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

III. KẾT LUẬN

Tóm lại, trong môi trường TMĐT, nơi các giao dịch diễn ra không có sự tiếp xúc trực tiếp giữa người mua và người bán, rủi ro phát sinh tranh chấp hoặc hành vi gian lận là rất cao. Tuy nhiên, các quy định hiện hành như Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023, Nghị định 85/2021/NĐ-CP hay Nghị định 55/2024/NĐ-CP vẫn chủ yếu dừng lại ở việc yêu cầu các sàn TMĐT xây dựng quy trình xử lý khiếu nại mà chưa thiết lập các chuẩn mực pháp lý bắt buộc về quy trình tiếp nhận, thời hạn giải quyết, công khai kết quả và trách nhiệm khi không xử lý. Điều này dẫn đến tình trạng mỗi sàn áp dụng một quy trình khác nhau, thiếu nhất quán, thậm chí có biểu hiện trì hoãn hoặc né tránh trách nhiệm giải quyết tranh chấp.

Việc bổ sung các quy định chi tiết, mang tính bắt buộc về quy trình xử lý khiếu nại sẽ giúp thống nhất chuẩn mực hoạt động, đồng thời tạo cơ sở để cơ quan quản lý nhà nước có thể giám sát và xử phạt hiệu quả khi có vi phạm. Đặc biệt, nếu đi kèm với các yêu cầu về công bố công khai số liệu khiếu nại, tỉ lệ giải quyết và thời gian trung bình xử lý, quy trình này sẽ góp phần thúc đẩy sự minh bạch và tăng cường lòng tin của người tiêu dùng vào hệ thống TMĐT.

Mặt khác, việc xác định rõ trách nhiệm pháp lý của sàn TMĐT trong từng khâu của quy trình xử lý khiếu nại - kể cả trong trường hợp sử dụng trí tuệ nhân tạo để phân loại và phản hồi - là rất cần thiết nhằm bảo đảm nguyên tắc “có trách nhiệm thì có nghĩa vụ khắc phục”. Trách nhiệm này không chỉ mang tính đạo đức kinh doanh mà còn là một nội dung pháp lý cụ thể cần được luật hóa để ngăn ngừa rủi ro, bảo vệ người tiêu dùng và tạo môi trường cạnh tranh công bằng. Hoàn thiện pháp luật về xử lý khiếu nại trong TMĐT là yêu cầu cấp thiết để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và tạo lập môi trường kinh doanh lành mạnh. Việc bổ sung quy định chi tiết về quy trình tiếp nhận, xử lý khiếu nại và xác định rõ trách nhiệm của các sàn TMĐT sẽ góp phần nâng cao tính minh bạch và hiệu quả trong giải quyết khiếu nại.

Tài liệu tham khảo

1. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.
2. Luật Giao dịch điện tử năm 2023.
3. Nghị định 55/2024/NĐ-CP hướng dẫn Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.

4. Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử và Nghị định 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử.

5. Nghị định 98/2020/NĐ-CP quy định về xử phạt trong TMĐT và Nghị định 24/2025/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 98/2020 xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, buôn bán hàng giả, hàng cấm.

6. Báo cáo Chỉ số thương mại điện tử Việt Nam EBI 2025, Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam.

7. Chữ Bá Quyết, 2022, Hoàn thiện quy định về trách nhiệm liên đới của sàn giao dịch thương mại điện tử tại Việt Nam, Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng, Học viện Ngân hàng, số 247 - tháng 12/2022.

8. Đỗ Thị Nga, 2023, Kinh nghiệm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong thương mại điện tử của một số quốc gia và bài học cho Việt Nam, Tạp chí nghiên cứu Tài chính Kế toán, số 242 - tháng 6/2023.

9. Các website:

<https://vcci.com.vn/tin-tuc/tang-trach-nhiem-cua-san-thuong-mai-dien-tu-trong-ngan-chan-hang-gia-hang-lau>.

<https://vioit.org.vn/vn/tin-hoat-dong-nganh/thuong-mai-dien-tu-xuyen-bien-gioi--canh-tay-noi-dai-cho-thuong-mai-truyen-thong-4865.4056.html>.

HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ BẢO VỆ DỮ LIỆU CÁ NHÂN TRONG GIAO DỊCH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

ThS. Vũ Diệu Quỳnh⁽¹⁾

Tóm tắt: Bảo vệ dữ liệu cá nhân là một trong những nội dung cốt lõi nhằm đảm bảo quyền con người trong môi trường số, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng niềm tin và thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử. Trong bối cảnh chuyển đổi số đã và đang diễn ra mạnh mẽ, đặc biệt là sự bùng nổ của các giao dịch trực tuyến như mua bán qua sàn thương mại điện tử hay livestream bán hàng, dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng đang bị thu thập và khai thác ngày càng nhiều, nguy cơ bị xâm phạm quyền riêng tư nếu không có cơ chế pháp lý bảo vệ hiệu quả. Tuy nhiên, khung pháp lý tại Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập trong việc kiểm soát và bảo vệ dữ liệu cá nhân trong các giao dịch thương mại điện tử. Bài viết tập trung làm rõ nội dung pháp luật liên quan đến bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch thương mại điện tử, phân tích thực trạng pháp luật Việt Nam hiện nay, từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện hệ thống pháp luật và nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật.

Từ khóa: Dữ liệu cá nhân, bảo vệ dữ liệu cá nhân, giao dịch thương mại điện tử

Abstract: Personal data protection is one of the core components in ensuring human rights in the digital environment, while also playing a crucial role in building trust and promoting the development of e-commerce. In the context of the ongoing digital transformation, particularly the explosion of online transactions such as buying and selling through e-commerce platforms or live-streamed sales, consumer personal data is being increasingly collected and exploited, raising the risk of privacy violations without effective legal protection mechanisms. However, the legal framework in Vietnam still faces numerous shortcomings in controlling and protecting personal data in e-commerce transactions. This article focuses on clarifying the legal aspects related to personal data protection in e-commerce transactions, analyzes the current legal situation in Vietnam, and subsequently proposing several solutions to improve the legal framework and enhance the effectiveness of its enforcement.

Keywords: Personal data, personal data protection, e-commerce transactions.

Ngày nhận bài: 28/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

1. Viện Pháp luật Kinh tế, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh thương mại điện tử (TMĐT) phát triển mạnh mẽ, dữ liệu cá nhân trở thành một trong những yếu tố quan trọng của các hoạt động giao dịch, tiếp thị và quản lý khách hàng trên nền tảng số. Trong giao dịch thương mại điện tử, dữ liệu cá nhân không chỉ là thông tin định danh, mà còn bao gồm thói quen mua sắm, hành vi tiêu dùng, thông tin tài chính... Những dữ liệu này có thể được khai thác để tạo lợi thế cạnh tranh, cá nhân hóa dịch vụ, tuy nhiên nếu bị khai thác trái phép có thể dẫn đến nhiều hậu quả nghiêm trọng, không chỉ gây thiệt hại cho cá nhân mà còn ảnh hưởng đến an ninh xã hội. Do đó, việc khai thác hợp lý dữ liệu cá nhân sẽ tạo ra giá trị kinh tế to lớn, nhưng đồng thời cũng đặt ra yêu cầu về một khuôn khổ pháp lý đầy đủ để cân bằng giữa lợi ích kinh tế và quyền riêng tư cá nhân. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo vệ dữ liệu cá nhân, nhiều quốc gia cũng như Việt Nam cũng đang từng bước hoàn thiện khung pháp lý về bảo vệ quyền dữ liệu cá nhân đặc biệt trong lĩnh vực giao dịch thương mại điện tử.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Dữ liệu cá nhân và pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch TMĐT

2.1.1. Dữ liệu cá nhân

Thuật ngữ “dữ liệu cá nhân” ngày càng phổ biến trong lĩnh vực pháp lý và đã được quy định trong nhiều văn bản pháp luật. Theo Công ước năm 1981 của Hội đồng châu Âu về bảo vệ dữ liệu cá nhân liên quan đến việc xử lý dữ liệu cá nhân tự động đưa

ra khái niệm “*dữ liệu cá nhân có nghĩa là bất kỳ thông tin nào liên quan đến một cá nhân đã được xác định hoặc có thể xác định được*”. Tương tự, theo Hướng dẫn Bảo vệ bí mật cá nhân và chuyển giao dữ liệu cá nhân của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) ban hành “*Dữ liệu cá nhân có nghĩa là bất kỳ thông tin liên quan đến một cá nhân được xác định hoặc có thể nhận dạng được*”. Theo Quy định bảo vệ dữ liệu chung (GDPR) của Liên minh Châu Âu (EU), dữ liệu cá nhân được định nghĩa là “*Bất kỳ thông tin nào liên quan đến một cá nhân, có thể xác định hoặc nhận dạng trực tiếp hoặc gián tiếp, bằng cách tham chiếu thông qua một mã định danh như tên, số chứng minh nhân dân, dữ liệu vị trí, số tài khoản ngân hàng, những dữ liệu này liên quan tới một hoặc nhiều yếu tố cụ thể như vật lý, sinh lý, kinh tế,... văn hóa hoặc xã hội của người tự nhiên đó*”. Tại Việt Nam, căn cứ theo Khoản 1 Điều 2 Nghị định số 13/2023/NĐ-CP về bảo vệ dữ liệu cá nhân được định nghĩa như sau: “*Dữ liệu cá nhân là thông tin dưới dạng ký hiệu, chữ viết, số, hình ảnh, âm thanh hoặc dạng tương tự trên môi trường điện tử gắn với một cá nhân hoặc giúp xác định một cá nhân cụ thể*”.

Như vậy, dữ liệu cá nhân có thể hiểu là tổng hợp những thông tin về một cá nhân cụ thể được thu thập, xử lý, lưu trữ dưới dạng ký hiệu, chữ viết, chữ số, hình ảnh, âm thanh hoặc dưới dạng tương tự nhằm nhận dạng xác định cá nhân đó trong một mối quan hệ xã hội.

2.1.2. Bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch thương mại điện tử

Hiện nay hệ thống pháp luật Việt Nam vẫn chưa quy định rõ ràng về khái niệm bảo

vệ dữ liệu cá nhân. Theo *Từ điển Tiếng Việt*, bảo vệ được hiểu là “*chống lại mọi sự xâm phạm để giữ cho luôn luôn được nguyên vẹn hay bền vững bằng lý lẽ để giữ vững ý kiến quan điểm*”. Theo đó, bảo vệ dữ liệu cá nhân được hiểu là việc ngăn ngừa và xử lý mọi hành vi xâm phạm hoặc lạm dụng đối với dữ liệu cá nhân. Dựa trên khái niệm về dữ liệu cá nhân, bảo vệ dữ liệu cá nhân là các hoạt động được thực hiện bởi chủ thể dữ liệu, cơ quan nhà nước có thẩm quyền hoặc cá nhân, tổ chức khác theo quy định của pháp luật, nhằm đảm bảo việc thu thập, xử lý, sử dụng, chia sẻ và lưu trữ dữ liệu cá nhân được thực hiện một cách minh bạch, hợp pháp, đúng mục đích và có sự đồng thuận rõ ràng từ phía chủ thể dữ liệu. Đồng thời, các hoạt động này phải không xâm phạm đến quyền riêng tư, quyền và lợi ích hợp pháp của cá nhân theo quy định của pháp luật hiện hành.

Bảo vệ dữ liệu cá nhân được thực hiện trong nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số và cách mạng công nghiệp 4.0, lĩnh vực chủ yếu mà việc bảo vệ dữ liệu cá nhân cần được thực hiện nghiêm ngặt đó là trong các hoạt động giao dịch thương mại điện tử. Căn cứ khoản 1 Điều 3 Nghị định 52/2013/NĐ-CP (được sửa đổi, bổ sung bởi khoản 3 Điều 1 Nghị định 85/2021/NĐ-CP) thì “*hoạt động TMĐT là việc tiến hành một phần hoặc toàn bộ quy trình của hoạt động thương mại bằng phương tiện điện tử có kết nối với mạng internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác*”. Hoạt động giao dịch TMĐT là hoạt động được diễn ra trên nền tảng điện tử như website, app, sàn thương

mại điện tử, mạng xã hội... và không yêu cầu tiếp xúc trực tiếp giữa người mua và người bán, do đó mang tính tự động hóa cao. Các hình thức phổ biến của giao dịch TMĐT hiện nay bao gồm việc mua sắm trực tuyến trên các sàn TMĐT lớn như Shopee, Lazada, Tiki, nơi người tiêu dùng có thể dễ dàng tìm kiếm và lựa chọn sản phẩm từ nhiều nhà cung cấp khác nhau. Bên cạnh đó, giao dịch mua bán qua mạng xã hội và livestream cũng ngày càng trở nên phổ biến, như việc mua sắm trên các nền tảng Facebook, TikTok Shop, nơi các doanh nghiệp và cá nhân có thể trực tiếp quảng bá, giới thiệu và bán sản phẩm tới người tiêu dùng thông qua các buổi livestream, tạo sự tương tác trực tiếp và thuận tiện cho khách hàng. Khi thực hiện các giao dịch này đều gắn liền với việc người tiêu dùng phải cung cấp các thông tin cá nhân như họ tên, địa chỉ, số điện thoại, tài khoản thanh toán, thậm chí là lịch sử mua sắm và hành vi tiêu dùng. Chính vì vậy, việc bảo vệ dữ liệu cá nhân trong lĩnh vực này không chỉ là yêu cầu tất yếu nhằm đảm bảo quyền riêng tư của cá nhân mà còn là điều kiện bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, phòng ngừa rủi ro an ninh mạng và duy trì niềm tin vào môi trường giao dịch trực tuyến.

Như vậy việc bảo vệ dữ liệu cá nhân trong các giao dịch TMĐT có thể hiểu là tổng thể các hoạt động và cơ chế pháp lý được thiết lập để kiểm soát và hạn chế việc thu thập, xử lý, chia sẻ hoặc khai thác dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng trên các nền tảng thương mại điện tử, nhằm phòng ngừa rủi ro xâm phạm quyền riêng tư, danh dự, nhân phẩm và các lợi ích hợp pháp khác

của chủ thể dữ liệu. Bảo vệ dữ liệu cá nhân trong các giao dịch TMĐT có những đặc điểm sau:

Thứ nhất, bảo vệ dữ liệu cá nhân trong các giao dịch TMĐT là hoạt động do chủ thể dữ liệu, cơ quan có thẩm quyền hoặc tổ chức, cá nhân khác có quyền và nghĩa vụ theo quy định của pháp luật thực hiện, nhằm đảm bảo quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng và bảo vệ thông tin cá nhân khỏi các hành vi xâm phạm hoặc sử dụng trái phép. Khi tham gia vào các giao dịch thương mại điện tử, chủ thể tham gia giao dịch có quyền tự quyết định dữ liệu cá nhân của mình có được thu thập và xử lý hay không, tuy nhiên không phải lúc nào cũng có thể kiểm soát được dữ liệu cá nhân bởi những hành vi ăn cắp, sử dụng dữ liệu cá nhân bất hợp pháp diễn ra phổ biến dưới những hình thức tinh vi. Vì vậy, không chỉ bảo vệ dữ liệu cá nhân do chính chủ thể dữ liệu thực hiện mà còn là hoạt động của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền và các chủ thể khác có trách nhiệm bảo vệ dữ liệu cá nhân trong việc thực hiện các giao dịch thương mại điện tử.

Thứ hai, bảo vệ dữ liệu cá nhân trong các giao dịch TMĐT là quá trình áp dụng các biện pháp cần thiết để bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng. Những biện pháp này có thể bao gồm các biện pháp pháp lý hoặc các biện pháp không mang tính chất pháp lý. Mục tiêu là đảm bảo các thông tin cá nhân của người tiêu dùng không bị lạm dụng hoặc xâm phạm trong quá trình thực hiện các hoạt động giao dịch thương mại điện tử.

Thứ ba, bảo vệ dữ liệu cá nhân trong các giao dịch TMĐT là hoạt động nhằm ngăn chặn nguy cơ xâm phạm, đánh cắp dữ liệu hoặc khắc phục hậu quả xấu do hành vi vi phạm pháp luật về dữ liệu cá nhân gây ra.

2.1.3. Pháp luật Việt Nam về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch TMĐT

Trong bối cảnh nền kinh tế số phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là sự bùng nổ của TMĐT và các nền tảng mua bán trực tuyến, dữ liệu cá nhân trở thành một trong những tài sản có giá trị nhất. Do vậy, nhu cầu bảo vệ dữ liệu cá nhân càng trở nên cần thiết và dẫn đến sự ra đời của pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Pháp luật về bảo vệ dữ liệu là lĩnh vực pháp luật điều chỉnh mối quan hệ giữa chủ sở hữu dữ liệu cá nhân và các chủ thể sử dụng dữ liệu cá nhân, quy định các quyền của chủ thể dữ liệu, trách nhiệm của các chủ thể sử dụng dữ liệu cá nhân và trách nhiệm của cơ quan quản lý nhà nước.

Như vậy, pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong hoạt động giao dịch TMĐT là một lĩnh vực pháp luật bao gồm hệ thống các nguyên tắc và quy phạm pháp luật điều chỉnh việc thu thập, xử lý, sử dụng, lưu trữ và chia sẻ dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng trong quá trình mua bán, cung ứng hàng hóa - dịch vụ trên môi trường số. Những quy định này nhằm đảm bảo quyền riêng tư, an toàn thông tin, cũng như ngăn ngừa các hành vi xâm phạm, lạm dụng dữ liệu gây thiệt hại cho người tiêu dùng.

Pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch TMĐT có những đặc thù riêng, thể hiện ở đối tượng điều chỉnh là các quan hệ xã hội phát sinh trong quá trình thu thập, xử lý và sử dụng dữ liệu cá nhân giữa

các chủ thể tham gia vào hoạt động mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ trên môi trường điện tử. Pháp luật bảo vệ dữ liệu cá nhân trong TMĐT phải đối mặt với những thách thức đặc thù như tính xuyên biên giới, sự phát triển nhanh chóng và phức tạp của công nghệ, cũng như khó khăn trong việc kiểm soát luồng dữ liệu xuyên quốc gia.

2.2. Thực trạng pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch TMĐT

2.2.1. Ưu điểm của pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch TMĐT

Trong những năm gần đây, hệ thống pháp luật Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể trong việc xác lập hành lang pháp lý điều chỉnh hoạt động bảo vệ dữ liệu cá nhân, đặc biệt là trong bối cảnh TMĐT phát triển mạnh mẽ và trở thành xu hướng chủ đạo của nền kinh tế số. Pháp luật Việt Nam về bảo vệ dữ liệu cá nhân được xây dựng trên nền tảng quyền riêng tư - một quyền cơ bản của con người và được tiếp cận đa dạng trong nhiều văn bản quy phạm pháp luật ở nhiều mức độ khác nhau như Hiến pháp, Luật, Nghị định. Theo đó, pháp luật Việt Nam đã ghi nhận bảo vệ bí mật đời sống riêng tư và bí mật cá nhân qua các bản Hiến pháp. Ngoài ra các văn bản khác cũng có quy định cụ thể về phòng ngừa và bảo vệ dữ liệu cá nhân như Luật Tiếp cận thông tin năm 2016 ghi nhận bảo đảm bí mật thông tin cá nhân; Luật An toàn thông tin mạng năm 2015 quy định nguyên tắc bảo vệ thông tin cá nhân trên không gian mạng; Luật An ninh mạng năm 2018 quy định các hành vi xâm phạm bí mật cá nhân, bí mật gia đình và đời sống riêng tư trên không gian mạng; Luật Bảo vệ quyền lợi người

tiêu dùng năm 2023 cũng tích hợp các quy định rõ ràng về quyền riêng tư của người tiêu dùng trong môi trường số, người tiêu dùng có quyền được bảo đảm bí mật thông tin cá nhân và được doanh nghiệp cung cấp đầy đủ, rõ ràng thông tin liên quan đến mục đích, phạm vi và thời gian thu thập, sử dụng dữ liệu. Việc xử lý thông tin chỉ được thực hiện khi có sự đồng ý của người tiêu dùng. Đồng thời, doanh nghiệp, đặc biệt là các đơn vị kinh doanh trực tuyến, chỉ được thu thập dữ liệu thật sự cần thiết và phải sử dụng đúng mục đích đã công bố, không được tiết lộ hoặc chuyển giao dữ liệu nếu chưa có sự chấp thuận, trừ trường hợp pháp luật quy định khác. Ngoài ra, doanh nghiệp có trách nhiệm áp dụng các biện pháp bảo mật phù hợp nhằm ngăn chặn hành vi truy cập trái phép, đánh cắp hoặc làm rò rỉ thông tin cá nhân, từ đó góp phần bảo vệ quyền riêng tư và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, các văn bản như Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử, quy định rõ về trách nhiệm bảo vệ thông tin cá nhân trong thương mại điện tử, đặc biệt là đối với các website cung cấp dịch vụ. Theo đó, các website TMĐT bắt buộc phải xây dựng và công khai chính sách bảo mật thông tin cá nhân ngay trên nền tảng của mình, đồng thời có nghĩa vụ thực hiện đầy đủ và nghiêm túc các nội dung trong chính sách này. Người tiêu dùng phải được thông báo rõ ràng, minh bạch về việc thu thập, sử dụng, lưu trữ và chia sẻ dữ liệu cá nhân trước khi đồng ý cung cấp thông tin. Việc thu thập dữ liệu cá nhân chỉ được thực hiện khi có sự đồng ý rõ ràng từ phía người tiêu dùng và không được sử dụng dữ

liệu đó cho bất kỳ mục đích nào khác ngoài phạm vi đã thông báo. Ngoài ra, chủ thể sở hữu website phải có trách nhiệm đảm bảo an toàn thông tin. Trường hợp để xảy ra vi phạm gây thiệt hại cho người tiêu dùng, chủ website phải chịu trách nhiệm bồi thường theo quy định pháp luật. Những quy định này thể hiện bước đi quan trọng trong việc thiết lập cơ chế bảo vệ dữ liệu cá nhân trong môi trường giao dịch điện tử, góp phần tăng cường niềm tin của người tiêu dùng đối với TMĐT tại Việt Nam.

Sự ra đời của Nghị định 13/2023/NĐ-CP về bảo vệ dữ liệu cá nhân đánh dấu bước ngoặt quan trọng, lần đầu tiên Việt Nam có một văn bản pháp lý chuyên biệt điều chỉnh về dữ liệu cá nhân. Nghị định ghi nhận và điều chỉnh được nhiều vấn đề pháp lý về bảo vệ dữ liệu cá nhân, dựa trên sự tham khảo và học hỏi được nhiều kinh nghiệm trong quá trình triển khai và áp dụng các quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân từ pháp luật của nhiều quốc gia trên thế giới.

2.2.2. Một số bất cập, hạn chế của pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch TMĐT

Một là, về mặt cấu trúc, Việt Nam chưa có Luật toàn diện về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Các quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân được điều chỉnh trong nhiều văn bản khác nhau. Mặc dù hệ thống pháp luật Việt Nam về bảo vệ dữ liệu cá nhân đã có nhiều bước tiến, đặc biệt là với sự ra đời của Nghị định 13/2023/NĐ-CP. Nghị định đã đưa ra định nghĩa về dữ liệu cá nhân nhưng nghị định lại chưa bao quát được các lĩnh vực của đời sống xã hội, vẫn tồn tại nhiều bất cập

khi áp dụng vào thực tiễn giao dịch thương mại điện tử.

Hai là, rủi ro pháp lý về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch thương mại điện tử. Hiện nay, trong bối cảnh các giao dịch trực tuyến phát triển nhanh chóng, pháp luật vẫn chưa có quy định cụ thể về hợp đồng TMĐT theo mẫu, hợp đồng TMĐT hiện nay chủ yếu do người bán tự lập không có quy chuẩn thống nhất, thiếu công chứng. Sự thiếu vắng khung pháp lý điều chỉnh nội dung và hình thức hợp đồng TMĐT không chỉ gây bất lợi cho người tiêu dùng về mặt pháp lý, mà còn tiềm ẩn rủi ro về bảo vệ dữ liệu cá nhân, do người tiêu dùng thường phải cung cấp thông tin cá nhân khi tham gia các giao dịch này mà không có sự đảm bảo rõ ràng về quyền riêng tư hay trách nhiệm bảo mật từ bên bán.

Ba là, pháp luật Việt Nam về bảo vệ dữ liệu cá nhân mặc dù đã có quy định về biện pháp chế tài xử phạt đối với hành vi vi phạm pháp luật về bảo vệ thông tin cá nhân nhưng chưa có quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân. Ở góc độ pháp luật hình sự, các quy định pháp luật vẫn chưa xây dựng khung hình phạt toàn diện, chưa có chế tài hình sự đối với những hành vi vi phạm về bảo vệ dữ liệu cá nhân gây khó khăn cho việc bảo vệ dữ liệu cá nhân. Ở góc độ pháp luật hành chính cũng chưa có chế tài hành chính đối với những hành vi vi phạm về bảo vệ dữ liệu cá nhân, cũng chưa có cơ quan giám sát độc lập với lĩnh vực bảo vệ dữ liệu cá nhân, các hành vi vi phạm các quy định về bảo vệ thông tin cá nhân đã có nhưng nằm rải rác ở nhiều văn bản khác nhau và các chế tài cũng chưa đủ tính răn đe.

2.3. Một số giải pháp hoàn thiện pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch thương mại điện tử

Thứ nhất, ban hành Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân. Hiện nay, vấn đề bảo vệ dữ liệu cá nhân được quy định rải rác trong nhiều văn bản quy phạm pháp luật khác nhau, để đảm bảo tính thống nhất, xây dựng một hệ thống pháp luật toàn diện, Việt Nam cần xây dựng và ban hành một văn bản quy phạm pháp luật chuyên biệt để điều chỉnh hoạt động bảo vệ dữ liệu cá nhân.

Thứ hai, cần xây dựng và ban hành các quy định pháp lý cụ thể về hợp đồng TMĐT theo mẫu, đặc biệt là đối với các nền tảng TMĐT và hoạt động livestream bán hàng. Hợp đồng có nội dung minh bạch, quy định rõ quyền và nghĩa vụ của các bên, trong đó phải bao gồm điều khoản về thu thập, xử lý và bảo mật dữ liệu cá nhân.

Thứ ba, chế tài, trách nhiệm pháp lý và mức phạt về hình sự, dân sự, hành chính cần được quy định đầy đủ để đảm bảo tính răn đe đối với các hành vi vi phạm có liên quan.

Thứ tư, cần thành lập một cơ quan chuyên trách, độc lập với chức năng giám sát, thanh tra và xử lý vi phạm trong lĩnh vực bảo vệ dữ liệu cá nhân. Cơ quan này cần có thẩm quyền pháp lý rõ ràng, bảo đảm tính khách quan, minh bạch và hiệu quả. Đồng thời, cơ quan này cũng hướng dẫn thực hiện, tiếp nhận phản ánh và khiếu nại từ cá nhân, tổ chức liên quan đến việc xử lý dữ liệu cá nhân.

Thứ năm, các cơ quan nhà nước, tổ chức xã hội cần đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch TMĐT

thông qua các hình thức như truyền thông đa phương tiện, hội thảo, tập huấn, tài liệu hướng dẫn trực tuyến. Đối với người tiêu dùng cần nắm được các quy định về quyền và nghĩa vụ liên quan đến việc cung cấp, kiểm soát và bảo mật thông tin cá nhân khi tham gia các nền tảng thương mại điện tử, từ đó nâng cao ý thức cảnh giác và khả năng tự bảo vệ trước các rủi ro về dữ liệu.

Thứ sáu, nhà nước cần tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thu thập, xử lý và lưu trữ dữ liệu cá nhân trong các hoạt động giao dịch thương mại điện tử, đặc biệt đối với các sàn thương mại điện tử, nền tảng livestream bán hàng và doanh nghiệp trung gian. Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số cần phối hợp chặt chẽ với Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng (Bộ Công Thương) trong việc xây dựng cơ chế giám sát thường xuyên, tiến hành thanh tra định kỳ và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm quyền bảo vệ dữ liệu cá nhân của người tiêu dùng.

III. KẾT LUẬN

Việc bảo vệ dữ liệu cá nhân trong giao dịch TMĐT không chỉ dừng lại ở khía cạnh kỹ thuật hay công nghệ, mà đòi hỏi một hệ thống pháp lý chặt chẽ. Trong bối cảnh TMĐT phát triển nhanh chóng, người tiêu dùng ngày càng phụ thuộc vào các nền tảng trực tuyến, thì quyền kiểm soát thông tin cá nhân cần được bảo vệ. Do đó, việc hoàn thiện các quy định pháp luật theo hướng chuyên biệt, đồng thời kết hợp với việc tăng cường cơ chế thực thi, kiểm tra và nâng cao nhận thức người tiêu dùng là một trong những giải pháp thiết yếu để đảm bảo

quyền lợi của người tiêu dùng, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước và thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế số.

Tài liệu tham khảo

1. Dương Phương Lan, Bùi Lê Hiếu, Trần Nguyên Tâm, Học viện Tư pháp, Bảo vệ dữ liệu cá nhân trong hoạt động giao dịch thương

mại điện tử: Kinh nghiệm của một số quốc gia trên thế giới và kiến nghị cho Việt Nam, Tạp chí điện tử Luật sư Việt Nam.

2. TS. Võ Trung Hậu, Khoa Luật, Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh, Xây dựng và hoàn thiện pháp luật về bảo vệ dữ liệu cá nhân theo tinh thần của Nghị quyết số 27-NQ/TW, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật, kỳ 1 (Số 408, tháng 7/2024)

TRÁCH NHIỆM DÂN SỰ CỦA NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRỰC TUYẾN - KINH NGHIỆM CỦA TRUNG QUỐC VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ CHO VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Diễm⁽¹⁾

Tóm tắt: Sự phát triển bùng nổ của thương mại điện tử tại Việt Nam đã làm nổi bật vai trò ngày càng lớn của các nền tảng trực tuyến trong việc kết nối người bán và người tiêu dùng. Tuy nhiên, đi cùng với đó là nhiều thách thức pháp lý chưa được quy định đầy đủ, đặc biệt là cơ chế xác định trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng khi người tiêu dùng gặp thiệt hại từ hành vi vi phạm của bên bán. Bài viết này phân tích mối quan hệ pháp lý giữa ba chủ thể chính trong mô hình giao dịch điện tử: nhà điều hành nền tảng, người bán và người tiêu dùng, từ đó xác lập các cơ sở làm phát sinh trách nhiệm hợp đồng và ngoài hợp đồng của nền tảng. Trên cơ sở so sánh với kinh nghiệm của Trung Quốc, bài viết đề xuất một số khuyến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật Việt Nam. Các khuyến nghị hướng đến việc xây dựng một khuôn khổ pháp lý cân bằng giữa bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và thúc đẩy đổi mới công nghệ trong môi trường thương mại số.

Từ khóa: Nền tảng thương mại điện tử, trách nhiệm dân sự, trách nhiệm ngoài hợp đồng, người tiêu dùng.

Abstract: The rapid expansion of e-commerce in Vietnam has underscored the growing role of online platforms in facilitating transactions between sellers and consumers. However, this development poses significant legal challenges, particularly in defining the civil liability of platform operators when consumers suffer damages due to seller misconduct. This paper analyzes the legal relationships among the three core actors in the digital transaction model-platform operators, sellers, and consumers-emphasizing the contractual and tort-based liabilities that may arise. Drawing from the regulatory experiences of China, the study proposes several recommendations to improve Vietnam's legal framework. The proposed reforms aim to create a legal environment that balances consumer protection with technological innovation in the digital marketplace.

Key words: E-commerce platform; civil liability; tort liability; consumer.

1. Viện Pháp luật Kinh tế, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

Ngày nhận bài: 28/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025;

Ngày chỉnh sửa: 13/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Từ năm 2016, thương mại điện tử (TMĐT) trở nên phổ cập ở Việt Nam và phát triển nhanh chóng sau đó. Trong hai năm 2020-2021 xảy ra đại dịch Covid-19, TMĐT đã bùng nổ và tới cuối năm 2024 tốc độ tăng trưởng lĩnh vực này của Việt Nam đứng ở nhóm 10 quốc gia cao nhất thế giới với con số trung bình hàng năm trên 25%.

Theo Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), quy mô TMĐT của Việt Nam năm 2023 đạt 25 tỷ USD, trong đó bán lẻ hàng hóa trực tuyến là 17,3 tỷ USD⁽¹⁾. TMĐT năm 2023 chiếm khoảng 10% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, cao hơn mức 8,5% của năm 2022. Trong đó, tỉ lệ bán lẻ hàng hóa trực tuyến so với tổng mức bán lẻ hàng hóa khoảng 8,8%, cao hơn tỉ lệ tương ứng 7,2% của năm 2022. Một tín hiệu tích cực khác là đã có trên 61% dân số tham gia mua sắm trực tuyến. VECOM đánh giá, giai đoạn 2024-2030 TMĐT duy trì tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm trên 20% và đạt quy mô khoảng 90 tỷ USD vào năm 2030. Theo Báo cáo e-Conomy SEA của Google, Temasek và Bain&Company, năm 2024 quy mô TMĐT Việt Nam đạt khoảng 36 tỷ USD. Trong đó bán lẻ hàng hóa trực

tuyến là 22 tỷ USD và tăng trưởng 18%, gọi xe công nghệ là 4 tỷ USD và tăng trưởng 12%. Theo Báo cáo này, quy mô TMĐT Việt Nam năm 2030 sẽ ở mức từ 90 đến 200 tỷ USD.⁽²⁾

Sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng TMĐT trực tuyến đã đặt ra nhu cầu nhận diện, đánh giá khung pháp lý hiện hành nhằm đối phó với những thách thức pháp lý do mô hình kinh tế mới này tạo ra. Trong đó, một trong số những chủ đề gây tranh luận nhiều nhất đó là trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng thương mại trực tuyến. Trong các giao dịch trực tuyến, người tiêu dùng không biết rằng các nhà điều hành nền tảng TMĐT sẽ không chịu trách nhiệm về các sản phẩm bị lỗi. Nếu người bán biến mất, người tiêu dùng sẽ không được bồi thường thiệt hại và những nhà điều hành nền tảng có thể né tránh trách nhiệm pháp lý. Tình hình này đang thay đổi vì tương tác giữa người tiêu dùng và người bán trên một nền tảng bị ảnh hưởng, giám sát và đóng góp vào lợi nhuận của nhà điều hành nền tảng. Sự tham gia của các nhà điều hành nền tảng trong các giao dịch giữa người bán và người tiêu dùng đã vượt xa những gì các trung gian nên làm. Việc đánh giá trách nhiệm pháp lý nói chung, trách nhiệm dân sự các nhà điều hành nền tảng TMĐT nói riêng có ý nghĩa quan trọng trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến.

1. <https://vecom.vn/bao-cau-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-ebi-2024>, truy cập ngày 20/4/2025.

2. https://economysea.withgoogle.com/intl/ALL_vn/home/, truy cập ngày 20/4/2025.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Quan hệ pháp lý giữa nhà điều hành nền tảng TMĐT trực tuyến, người bán và người tiêu dùng trên nền tảng trực tuyến

Trong mô hình TMĐT trực tuyến, ba chủ thể cơ bản tham gia vào quá trình giao dịch bao gồm: (i) nhà điều hành nền tảng TMĐT, (ii) người bán (hay nhà cung ứng hàng hóa, dịch vụ), và (iii) người tiêu dùng. Quan hệ giữa các chủ thể này hình thành mạng lưới pháp lý phức hợp, trong đó mỗi mối quan hệ đều có tính chất pháp lý riêng và chịu sự điều chỉnh bởi nhiều văn bản pháp luật khác nhau. Việc phân tích ba quan hệ chính dưới đây giúp làm rõ bản chất và trách nhiệm của nhà điều hành nền tảng TMĐT trong môi trường giao dịch số.

Thứ nhất, quan hệ giữa nhà điều hành nền tảng và người bán thường được xác lập dưới hình thức hợp đồng dịch vụ hoặc hợp đồng hợp tác thương mại. Nhà điều hành cung cấp môi trường kỹ thuật để người bán đăng tải sản phẩm và tiếp cận người tiêu dùng. Trong quan hệ này, người bán phải tuân thủ các điều khoản vận hành của nền tảng như quy định về nội dung, tiêu chuẩn chất lượng, và chính sách bảo vệ người tiêu dùng. Ngược lại, nhà điều hành có trách nhiệm giám sát nội dung đăng tải, lưu trữ thông tin giao dịch và phối hợp xử lý khiếu nại theo quy định tại Điều 36 Nghị định số 52/2013/NĐ-CP (sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định 85/2021/NĐ-CP).

Thứ hai, quan hệ giữa người bán và người tiêu dùng mang bản chất là hợp đồng mua bán hàng hóa hoặc cung ứng dịch vụ được thiết lập thông qua phương thức điện

tử. Đây là quan hệ dân sự trực tiếp, trong đó người bán có nghĩa vụ giao hàng đúng chất lượng, đúng thời hạn, đồng thời bảo hành hoặc hoàn trả sản phẩm khi phát sinh lỗi theo yêu cầu của pháp luật và thỏa thuận với người tiêu dùng. Người tiêu dùng, về phía mình, có quyền được cung cấp đầy đủ thông tin về hàng hóa, được bảo vệ dữ liệu cá nhân, và có cơ chế khiếu nại rõ ràng. Các nghĩa vụ này được quy định cụ thể trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 và Bộ luật Dân sự năm 2015.

Thứ ba, quan hệ giữa nhà điều hành nền tảng và người tiêu dùng thường tồn tại dưới hình thức hợp đồng dịch vụ TMĐT gián tiếp, được thiết lập thông qua việc người tiêu dùng chấp thuận “điều khoản sử dụng” khi đăng ký tài khoản hoặc sử dụng dịch vụ của nền tảng. Trong quan hệ này, nhà điều hành không trực tiếp tham gia vào hợp đồng mua bán hàng hóa, nhưng lại đóng vai trò là bên trung gian hỗ trợ, cung cấp công cụ tìm kiếm, thanh toán và giao tiếp giữa hai bên mua - bán. Đặc biệt, trong một số trường hợp, nếu nhà điều hành không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ kiểm soát hoặc để xảy ra hành vi vi phạm rõ ràng từ phía người bán mà không có biện pháp ngăn chặn, họ có thể bị xem xét liên đới trách nhiệm pháp lý. Điều này đã được nhấn mạnh tại Điều 5 và Điều 22 của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023, theo đó nhà điều hành phải chủ động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và có nghĩa vụ can thiệp khi xảy ra tranh chấp.

Từ các phân tích trên, có thể thấy rằng các quan hệ pháp lý trong môi trường TMĐT không còn đơn tuyến như trong mô

hình mua bán truyền thống, mà đã chuyển hóa thành một mô hình tam giác tương tác chặt chẽ với ba mối quan hệ hợp đồng độc lập. Trong đó, hợp đồng giữa nền tảng trực tuyến với người bán và hợp đồng giữa nền tảng trực tuyến với người tiêu dùng là tiền đề để thúc đẩy hợp đồng chính giữa người tiêu dùng và người cung cấp hàng hóa, dịch vụ. Tuy nhiên, mô hình tam giác quan hệ hợp đồng này mang một số đặc điểm pháp lý nổi bật sau:

Một là, nhà điều hành nền tảng TMĐT về cơ bản là người kiểm soát cả ba loại hợp đồng TMĐT và các điều khoản của chúng thông qua việc cung cấp các hợp đồng TMĐT mẫu giữa người bán TMĐT và người tiêu dùng. Các nhà khai thác sàn TMĐT không chỉ là nhà cung cấp dịch vụ của các địa điểm giao dịch TMĐT mà còn điều chỉnh người dùng và tương tác của họ trên nền tảng. Mặc dù họ không tham gia trực tiếp vào các giao dịch mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ, nhưng các nhà điều hành nền tảng TMĐT có quyền xác định bộ quy tắc điều chỉnh các giao dịch trên nền tảng TMĐT trực tuyến, thực hiện kiểm soát từ xa mối quan hệ hợp đồng giữa khách hàng và người bán. Người tiêu dùng và người bán muốn sử dụng nền tảng trước tiên phải ký hợp đồng dịch vụ trong quá trình đăng ký, điều đó có nghĩa những chủ thể này phải đồng ý với các điều khoản và điều kiện, bao gồm các quy định và chính sách của nền tảng trước khi truy cập các dịch vụ được cung cấp bởi một trang web TMĐT. Những quy tắc này không chỉ bắt buộc mà còn không thể thương lượng. Các nhà điều hành sàn TMĐT có quyền liên tục

cập nhật các quy tắc giao dịch mà không cần xác nhận hoặc đồng ý của người dùng. Người dùng có nghĩa vụ tuân thủ các quy tắc này miễn là họ có thể muốn tận hưởng các dịch vụ được cung cấp trên nền tảng.

Hơn nữa, các nhà khai thác nền tảng TMĐT thu lợi nhuận từ việc bán sản phẩm dưới dạng hoa hồng dựa trên tỉ lệ phần trăm trong các hoạt động khuyến mại, xảy ra trong cả chương trình khuyến mãi hàng ngày và theo mùa. Bất kể sự hợp tác giữa nhà điều hành và người bán, nhà điều hành nền tảng TMĐT cung cấp các dịch vụ cơ bản như địa điểm giao dịch, quy tắc giao dịch và giải quyết tranh chấp giao dịch giữa người bán và người tiêu dùng. Người bán và người tiêu dùng sử dụng các dịch vụ trên nền tảng để tạo hợp đồng TMĐT và thực hiện giao dịch. Người bán sau đó được tính phí theo các khoản phí đã thỏa thuận.

Nền tảng TMĐT tính phí hoa hồng dựa trên giá của người bán chứ không phải lợi nhuận họ đã kiếm được, vì vậy nền tảng có thể kiếm lợi nhuận bất kể giao dịch có mang lại lợi nhuận cho người bán hay không - nền tảng TMĐT có thể kiếm được “một miếng bánh” nếu người bán tạo ra doanh số. Sự tham gia của nhà điều hành nền tảng trong giao dịch có thể được nhìn thấy trong mọi thứ, từ trình bày các mặt hàng trên nền tảng đến điều chỉnh quá trình đánh giá sau giao dịch. Do đó, các hoạt động và kênh thu nhập của nó cho thấy nó có thể đóng một vai trò quan trọng hơn những gì có thể được định nghĩa là trung gian, trong trường hợp đó, nền tảng nên chia sẻ trách nhiệm với người bán về thiệt hại của người tiêu dùng do sản phẩm bị lỗi gây ra.

Hai là, trong nhiều trường hợp, nhà điều hành nền tảng TMĐT trực tuyến không đơn thuần chỉ là trung gian kết nối giữa bên cung cấp dịch vụ hàng hóa và người tiêu dùng. Theo Sun Ying & Yuan Yeran (2019), trường hợp này được gọi là “tình trạng pháp lý đặc biệt” của nhà điều hành nền tảng TMĐT. Tình trạng pháp lý đặc biệt của nhà điều hành nền tảng TMĐT đề cập đến trường hợp nhà điều hành nền tảng đảm nhận trách nhiệm của một người không trung gian trong vai trò trung gian⁽¹⁾. Trong một số tình huống giao dịch cụ thể, dựa trên ý định rõ ràng của sàn TMĐT, mức độ tham gia giao dịch TMĐT, v.v., nhà điều hành sàn TMĐT được coi là có trạng thái tương tự như người bán về trách nhiệm pháp lý. Giả sử hành động của các nhà khai thác nền tảng TMĐT (sự tham gia và kiểm soát của họ đối với các giao dịch trực tuyến trên nền tảng) không trở thành điều phù hợp với các trung gian. Trong trường hợp đó, về mặt pháp lý, họ không thể mang tư cách của một trung gian. Các nhà khai thác nền tảng không còn hoạt động như các nhà cung cấp không gian thuần túy, mang đến cho người mua và người bán một địa điểm để giao dịch. Do vị trí quản lý và khả năng ảnh hưởng đến các điều kiện hợp đồng, họ đã tăng mức độ tham gia vào các giao dịch. Tuy nhiên, họ cũng không phải là “người bán”. Do đó, vai trò và vị trí độc đáo của họ chỉ có thể được mô tả tốt nhất là những gì sẽ được gọi là “tình trạng pháp lý đặc biệt”. Xuất phát từ vai trò của các nhà khai thác nền tảng và mối quan hệ với các bên trong

các giao dịch trực tuyến, tình trạng pháp lý đặc biệt của các nhà khai thác nền tảng bao gồm hai loại:

- Trong một số giao dịch TMĐT cụ thể, nhà điều hành nền tảng đóng vai trò là người đồng bán với người bán, do đó trở thành một bên của hợp đồng giao dịch TMĐT; và

- Trong các giao dịch TMĐT, nhà điều hành nền tảng phải chịu trách nhiệm với người tiêu dùng về việc vi phạm các nghĩa vụ theo luật định.

2.2. Các mô hình trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng trực tuyến

Theo quan điểm truyền thống, trách nhiệm dân sự có hai hình thức: Trách nhiệm hợp đồng và trách nhiệm ngoài hợp đồng.

Trong thực tiễn, nhu cầu xem xét, đánh giá trách nhiệm dân sự của nền tảng thương mại trực tuyến đặt ra trong 2 trường hợp: Thứ nhất là trách nhiệm hợp đồng: trách nhiệm liên đới trong trường hợp bên cung cấp hàng hóa, dịch vụ đã có hành vi vi phạm hợp đồng gây thiệt hại cho người tiêu dùng; Thứ hai là trách nhiệm ngoài hợp đồng: trách nhiệm phát sinh do đã vi phạm nghĩa vụ cẩn trọng nhất định đối với người sử dụng nền tảng thương mại trực tuyến.

2.2.1. Trách nhiệm hợp đồng của nhà điều hành nền tảng thương mại trực tuyến

Xét trong các quan hệ hợp đồng được xác lập trong giao dịch TMĐT, trách nhiệm hợp đồng sẽ phát sinh khi bên cung cấp hàng hóa, dịch vụ đã không thực hiện nghĩa vụ theo hợp đồng, chẳng hạn: bên bán đã không chuyển giao hàng hóa được

1. Sun Ying & Yuan Yeran, *Redefining the special legal status of e-commerce platform operators and the nature of their obligations*, 2019, China Market Regulation Study 26, 29-32.

mua qua nền tảng trực tuyến cho người tiêu dùng, hoặc không thực hiện đúng nghĩa vụ giao hàng đúng chất lượng, giao thiếu số lượng, chậm thực hiện nghĩa vụ, ... Vấn đề đặt ra ở đây là, liệu rằng nhà điều hành nền tảng thương mại trực tuyến có đồng thời phải chịu trách nhiệm hợp đồng với người mua không?

Về nguyên tắc, trách nhiệm hợp đồng sẽ không thể phát sinh khi giữa các bên không tồn tại quan hệ hợp đồng. Đối với các nhà điều hành nền tảng trực tuyến, như đã phân tích, các nhà điều hành nền tảng trực tuyến luôn luôn thể hiện ý chí một cách minh thị rằng họ không phải là một bên trong quan hệ hợp đồng giữa người tiêu dùng và người bán, mà chỉ là trung gian trong các giao dịch và luôn thiết lập điều khoản loại trừ trong hợp đồng dịch vụ liên quan đến trách nhiệm pháp lý của họ. Vì vậy, các quy tắc truyền thống của luật hợp đồng rất khó để buộc một nhà điều hành nền tảng trực tuyến phải chịu trách nhiệm dân sự do hành vi vi phạm hợp đồng của người cung cấp hàng hóa, dịch vụ. Tuy nhiên, trong thực tế, trong rất nhiều trường hợp, các nền tảng thương mại trực tuyến hoạt động không chỉ với vai trò trung gian, mà đã thực sự kiểm soát mang tính chi phối, áp đặt lên người cung cấp dịch vụ, đến mức người tiêu dùng thực sự tin tưởng hoặc có cơ sở pháp lý để tin tưởng rằng, các nền tảng thương mại trực tuyến đó mới thực sự là một bên trong quan hệ hợp đồng chính cung cấp dịch vụ cho họ. Một số học giả đã đưa ra các tiêu chí để đánh giá mức độ tham gia của nhà điều hành nhằm xác định khả năng chịu trách nhiệm hợp đồng, bao gồm: mức độ

kiểm soát giao dịch, vai trò trong việc xác lập điều kiện giao kết, và mức độ phụ thuộc của người tiêu dùng vào nền tảng. Nếu nhà điều hành nền tảng không tuyên bố minh thị được mình thuần túy đóng vai trò trung gian, hoặc họ đã “thực sự chi phối, kiểm soát” người cung cấp hàng hóa, dịch vụ, họ có thể bị coi là một bên trong hợp đồng và phải chịu trách nhiệm hợp đồng tương ứng.

2.2.2. Trách nhiệm ngoài hợp đồng của nhà điều hành nền tảng TMĐT trực tuyến

Trách nhiệm bồi thường thiệt hại ngoài hợp đồng là trách nhiệm dân sự phát sinh khi một người có lỗi cố ý hoặc bất cẩn gây thiệt hại cho một người khác hoặc bị đặt vào vị trí gánh chịu rủi ro bất kể lỗi của mình (trách nhiệm nghiêm ngặt). Trong đó, liên quan đến trách nhiệm ngoài hợp đồng của nền tảng trực tuyến, vấn đề nổi bật là liệu giữa nhà điều hành nền tảng trực tuyến và người tiêu dùng có nghĩa vụ hành xử cẩn trọng (duty of care) không?

Về mặt nguyên tắc, trong giai đoạn đầu của sự phát triển công nghệ, các hệ thống pháp luật thường có xu hướng hạn chế tối đa việc áp đặt các nghĩa vụ mới đối với doanh nghiệp, nhằm khuyến khích môi trường đổi mới sáng tạo và thúc đẩy tăng trưởng công nghệ. Tuy nhiên, điều này không đồng nghĩa với việc các doanh nghiệp công nghệ được miễn trừ hoàn toàn khỏi các ràng buộc pháp lý trong quan hệ dân sự với các chủ thể khác. Trên thực tế, nền tảng TMĐT được hưởng lợi từ sự hợp tác của họ với người bán và lợi nhuận từ việc bán hàng của họ và do đó, phải chịu trách nhiệm về sản phẩm. Nền tảng TMĐT thu lợi từ quyền lực tuyệt đối mà nó nắm

giữ đối với hoạt động và quản lý, thiết lập các quy ước giao dịch và kiểm soát có ảnh hưởng đến tất cả người dùng và thông tin giao dịch của nền tảng nên các sàn TMĐT đã vượt qua vai trò trung gian và tham gia mật thiết vào giao dịch hàng hóa. Do đó, nếu các sàn TMĐT muốn được hưởng các đặc quyền không trung gian này, họ cũng nên đảm nhận nghĩa vụ không trung gian để bảo vệ người tiêu dùng và phải chịu trách nhiệm tương ứng.

Mặc dù yêu cầu các nhà khai thác nền tảng TMĐT đảm nhận trách nhiệm nghiêm ngặt về sản phẩm sẽ làm tăng gánh nặng của họ, nhưng nó có lợi cho việc duy trì một môi trường TMĐT lành mạnh. Nó thậm chí có thể mang lại lợi ích cho các nền tảng và các nhà khai thác trong thời gian dài. Nó có khả năng nâng cao nhận thức của các nhà khai thác nền tảng TMĐT về trách nhiệm của họ trong việc thiết lập một môi trường giao dịch công bằng và an toàn cho các giao dịch TMĐT. Phạm vi tiếp cận và ảnh hưởng ngày càng tăng của TMĐT có nghĩa là có nhu cầu lớn hơn để bảo vệ hàng triệu người tiêu dùng TMĐT hàng ngày. Người tiêu dùng sẽ tiếp tục có nguy cơ bị tổn thương từ các sản phẩm bị lỗi của bên thứ ba cho đến khi các bước được thực hiện để buộc các nhà khai thác nền tảng phải chịu trách nhiệm ở một mức độ nào đó. Theo ghi nhận của Buiten và cộng sự, các nhà khai thác nền tảng trực tuyến có thể đủ khả năng đầu tư vào công nghệ và nguồn nhân lực để ngăn chặn sự lưu hành của các sản phẩm nguy hiểm.⁽¹⁾

Khi các nhà khai thác nền tảng được yêu cầu chịu chi phí áp đặt lên xã hội bằng cách lưu hành một sản phẩm nguy hiểm trên nền tảng của nó, họ sẽ có động lực đầu tư nguồn lực để tối ưu hóa việc giảm sự hiện diện của các sản phẩm này để giảm chi phí mà nó phải chịu.

Ngoài ra, việc các nhà khai thác nền tảng TMĐT giả định trách nhiệm sản phẩm có thể buộc họ phải phát hiện và giải quyết kịp thời bất kỳ vi phạm nào và thực hiện các biện pháp phòng ngừa để giám sát và cải thiện an toàn sản phẩm. Mặt khác, quy định pháp lý về trách nhiệm nghiêm ngặt về sản phẩm trên các nền tảng có thể khuyến khích hành động tích cực của các nền tảng, bao gồm tăng cường quy định nền tảng với người bán và các yêu cầu về sản phẩm để ngăn chặn các sản phẩm kém chất lượng xâm nhập thị trường.

Với các lý do trên đó, nhiều học giả đã cho rằng, nhà điều hành nền tảng cần được thiết lập một số nghĩa vụ pháp lý nhằm bảo vệ người dùng nền tảng. Theo đó, họ phải có trách nhiệm đảm bảo an toàn và quyền lợi chính đáng của người sử dụng, đặc biệt trong bối cảnh xuất hiện thông tin sai lệch, gây hiểu nhầm hoặc tiềm ẩn rủi ro trong quá trình giao dịch. Trường hợp những nghĩa vụ này được luật hóa, việc không thực hiện đầy đủ hoặc không có biện pháp hợp lý tương xứng để ngăn chặn các hành vi xâm hại đến người tiêu dùng sẽ dẫn đến trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng.

1. Buiten, Miriam C et al., *Rethinking Liability Rules for Online Hosting Platforms*, (2020) 28 (2) International Journal of Law and Information Technology.

2.3. Trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng trực tuyến theo kinh nghiệm của Trung Quốc

Theo luật pháp Trung Quốc, một nhà điều hành nền tảng giao dịch trực tuyến có nghĩa vụ bảo vệ người tiêu dùng khỏi bị tổn hại bởi các sản phẩm bị lỗi được mua từ người bán bên thứ ba thông qua nền tảng. Người tiêu dùng bị thương tích cá nhân hoặc tài sản do các sản phẩm bị lỗi có thể có quyền được bồi thường từ các bên chịu trách nhiệm sản phẩm theo luật định. Các quy định chính có thể được tìm thấy trong Chương 4 của Bộ luật Dân sự Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa, Điều 44 của Luật Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa về bảo vệ quyền và lợi ích của người tiêu dùng, Điều 131 Luật An toàn thực phẩm của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa và Điều 38 của Luật TMĐT.

2.3.1. Bộ luật Dân sự năm 2020 của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa

Chương 4 của Bộ luật Dân sự Trung Hoa có tiêu đề “Trách nhiệm sản phẩm”, bao gồm sáu điều từ Điều 1202 đến Điều 1207. Theo Điều 1202 và 1203 của Bộ luật Dân sự, người tiêu dùng bị tổn hại bởi sản phẩm bị lỗi có thể yêu cầu nhà sản xuất hoặc người bán sản phẩm bồi thường. Liên quan đến bên thứ ba, Điều 1204 định nghĩa bên đó là người vận chuyển hoặc nhân viên kho. Theo Điều 1204, người bán hoặc nhà sản xuất đã trả tiền bồi thường sẽ có quyền được bên thứ ba hoàn trả trong trường hợp lỗi của sản phẩm là do lỗi của bên thứ ba như người vận chuyển hoặc nhân viên kho. Các điều 1205, 1206 và 1207 quy định

thêm trách nhiệm sản phẩm của nhà sản xuất và người bán. Nạn nhân có quyền yêu cầu nhà sản xuất, hoặc người bán, chấm dứt hành vi xâm phạm theo Điều 1205. Nhà sản xuất hoặc người bán sẽ chịu trách nhiệm và chịu các chi phí hợp lý của người bị hại theo Điều 1206. Theo Điều 1207, sai sót của sản phẩm dẫn đến cái chết của người khác hoặc gây tổn hại đáng kể cho sức khỏe của họ khi nhà sản xuất hoặc người bán biết về nó nhưng vẫn sản xuất hoặc bán sản phẩm được đề cập hoặc không thực hiện hành động khắc phục thích hợp. Nạn nhân có quyền yêu cầu bồi thường thiệt hại trừng phạt thích hợp. Tuy nhiên, Chương 4 Bộ luật Dân sự không đề cập đến trường hợp nhà khai thác sàn TMĐT. Người tiêu dùng yêu cầu bồi thường từ nhà điều hành nền tảng dựa trên các quy định của Chương 4 của Bộ luật Dân sự có thể không thể thực hiện thành công vì đó không phải là người bán cũng không phải là người vận chuyển hoặc nhân viên kho.

Song, tại Điều 1198 của Bộ luật Dân sự cho thấy có quy định liên quan đến trách nhiệm sản phẩm của nhà khai thác nền tảng khi liên quan đến sự an toàn của người tiêu dùng. Theo Điều 1198, người điều hành hoặc quản lý cửa hàng truyền thống sẽ chịu trách nhiệm bổ sung tương ứng nếu người tiêu dùng bị tổn hại do người điều hành hoặc người quản lý không thực hiện nghĩa vụ bảo vệ sự an toàn của người tiêu dùng. Điều gây tranh cãi là liệu Điều 1198 có nên được áp dụng cho các nhà khai thác nền tảng trực tuyến hay không. Lu⁽¹⁾ tin rằng,

1. 陆慧敏 [Lu Huimin], ‘A Study of Online Trading Platforms’ Duty of care - Focusing on Consumer Rights Protection’ (Doctor Thesis, 吉林大学 JiLin University, 2021).

mặc dù nội dung bảo vệ an toàn của các nhà khai thác nền tảng khác với người quản lý các cửa hàng vật lý, nhưng bản chất của trách nhiệm pháp lý là như nhau. Theo đó, Điều 1198 Bộ luật Dân sự được áp dụng đối với các nhà khai thác sàn TMĐT. Mặt khác, Wang⁽¹⁾ lập luận rằng điều khoản trách nhiệm sản phẩm thị trường ngoại tuyến không áp dụng cho TMĐT vì bản chất và nội dung của nghĩa vụ bảo vệ sự an toàn của người tiêu dùng là khác nhau. Hiện tại, tòa án Trung Quốc không xem xét Bộ luật Dân sự trong trường hợp trách nhiệm sản phẩm của các nhà khai thác nền tảng.

2.3.2. Luật Bảo vệ người tiêu dùng của Trung Quốc

Theo Luật Bảo vệ người tiêu dùng của Trung Quốc, người tiêu dùng có quyền không bị thương tích về thể chất và thiệt hại tài sản bằng cách sử dụng hàng hóa họ đã mua. Trường hợp quyền hợp pháp của người tiêu dùng bị xâm phạm, nhà điều hành sàn TMĐT sẽ phải chịu trách nhiệm về thiệt hại của người tiêu dùng nếu không thể cung cấp cho người tiêu dùng tên, địa chỉ và chi tiết liên hệ hợp lệ của người bán. Trường hợp người sử dụng nền tảng biết hoặc lẽ ra phải biết người bán xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng thông qua nền tảng nhưng không

thực hiện các biện pháp cần thiết thì họ phải chịu trách nhiệm liên đới và riêng biệt với người bán.

2.3.3. Luật An toàn thực phẩm sửa đổi năm 2021

Theo Điều 131 Luật An toàn thực phẩm Trung Quốc, người tiêu dùng mua thực phẩm qua sàn giao dịch thực phẩm trực tuyến có quyền yêu cầu bồi thường thiệt hại đối với cơ sở kinh doanh thực phẩm, cơ sở sản xuất thực phẩm nếu gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của mình. Trường hợp tổ chức kinh doanh thực phẩm không cung cấp được tên, địa chỉ, phương thức liên lạc hợp pháp của cơ sở kinh doanh thực phẩm thì phải bồi thường cho người tiêu dùng.

2.3.4. Luật TMĐT Trung Quốc năm 2018

Luật TMĐT tăng cường bảo vệ người tiêu dùng bằng cách áp đặt thêm nghĩa vụ và trách nhiệm pháp lý đối với các nhà khai thác sàn TMĐT về an toàn sản phẩm. Điều 5 Luật TMĐT quy định các chủ thể TMĐT, bao gồm cả đơn vị vận hành sàn TMĐT và người bán TMĐT phải chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm.⁽²⁾

Luật TMĐT quy định rằng một nhà điều hành nền tảng TMĐT nên thúc đẩy các biện pháp tự điều chỉnh bằng cách phát triển “một thỏa thuận dịch vụ nền tảng và

1. 王道发 [Wang Daofa], ‘《电子商务平台经营者安保责任研究》 [Study on security responsibilities of e-commerce platform operators]’ (2019) 6 中国法学 China Legal Science 285, 288.

2. Theo Điều 5 Luật Thương mại điện tử Trung Quốc, khi tiến hành hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp thương mại điện tử phải tuân thủ nguyên tắc tự nguyện, bình đẳng, công bằng, thiện chí, tuân thủ pháp luật, tuân thủ đạo đức kinh doanh, tham gia bình đẳng vào cạnh tranh thị trường, thực hiện nghĩa vụ về bảo vệ quyền và lợi ích của người tiêu dùng, bảo vệ môi trường, bảo vệ sở hữu trí tuệ, bảo vệ an toàn không gian mạng và thông tin cá nhân, chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm, dịch vụ và chịu sự giám sát của Nhà nước và công chúng.

các quy tắc giao dịch, bao gồm đảm bảo chất lượng hàng hóa... bảo vệ quyền và lợi ích người tiêu dùng”.

Nhà điều hành nền tảng có nghĩa vụ tuân thủ các nghĩa vụ theo luật định liên quan đến giao dịch của bên thứ ba, chẳng hạn như nghĩa vụ ghi chép và lưu giữ thông tin (Điều 31), nghĩa vụ xác minh và ghi lại trình độ chuyên môn của người bán và thường xuyên xem xét và cập nhật chúng (Điều 27, 38) và nghĩa vụ thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng (Điều 38). Nhà điều hành nền tảng vi phạm nghĩa vụ của mình sẽ phải chịu trách nhiệm pháp lý và có thể phải đối mặt với hình phạt từ các bộ phận hành chính và thực thi.

Điều 38 là điều khoản quan trọng nhất liên quan đến trách nhiệm sản phẩm của nhà điều hành nền tảng theo Luật TMĐT. Luật TMĐT quy định nghĩa vụ của nhà điều hành sàn TMĐT để đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng theo Điều 38, bao gồm hai đoạn quy định các nghĩa vụ khác nhau và trách nhiệm sản phẩm của các nhà khai thác nền tảng. Điều 38 (1) quy định rằng nhà điều hành nền tảng TMĐT sẽ phải chịu trách nhiệm liên đới và riêng biệt với người bán vi phạm trên nền tảng của mình nếu họ biết hoặc nên biết về hành vi vi phạm và không thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo vệ an toàn cá nhân hoặc tài sản. Điều 38 (2) quy định rằng nhà điều hành sàn TMĐT không thực hiện nghĩa vụ của mình, chẳng hạn như không kiểm tra giấy chứng nhận cấp phép hành chính của người bán hoặc không bảo vệ sự an toàn của khách hàng, dẫn đến thiệt hại cho người

tiêu dùng, sẽ phải chịu trách nhiệm tương ứng. Tòa án quyết định trách nhiệm sản phẩm của các nhà khai thác nền tảng theo Điều 38 (1) hoặc Điều 38 (2) dựa trên việc vi phạm nghĩa vụ.

Tóm lại, khung pháp lý của Trung Quốc về trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng TMĐT đã thiết lập một hệ thống trách nhiệm khá toàn diện, với sự phối hợp của nhiều văn bản luật chuyên ngành. Tuy mỗi đạo luật tiếp cận dưới một góc độ khác nhau - từ trách nhiệm sản phẩm, quyền lợi người tiêu dùng, đến an toàn thực phẩm và giao dịch điện tử - nhưng đều có điểm chung là dẫn mở rộng phạm vi trách nhiệm của nhà điều hành nền tảng, không chỉ giới hạn trong vai trò trung gian kỹ thuật.

Trước hết, Bộ luật Dân sự Trung Quốc chưa trực tiếp điều chỉnh trách nhiệm sản phẩm đối với nhà điều hành nền tảng, nhưng đã có những quy định gián tiếp thông qua Điều 1198, đặt ra nghĩa vụ bảo vệ an toàn cho người tiêu dùng trong một số hoàn cảnh nhất định. Mặc dù việc áp dụng điều khoản này vào không gian số còn gây tranh cãi trong giới học thuật và thực tiễn xét xử, song đây là cơ sở quan trọng để mở rộng phạm vi trách nhiệm dân sự nếu có bằng chứng về hành vi thiếu cẩn trọng từ phía nền tảng. Tiếp theo, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của Trung Quốc đã chuyển từ cơ chế “miễn trừ trách nhiệm” sang cơ chế “chia sẻ trách nhiệm” đối với nền tảng trong trường hợp họ không cung cấp được thông tin người bán, hoặc cố ý làm ngơ trước hành vi vi phạm quyền lợi người tiêu dùng. Tương tự, Luật An toàn thực phẩm cũng đặt ra nguyên tắc: nếu nền tảng

không xác minh và công bố thông tin liên hệ hợp pháp của cơ sở cung cấp thực phẩm, họ sẽ phải chịu trách nhiệm bồi thường. Quan trọng nhất là Luật TMĐT năm 2019, lần đầu tiên xác lập trách nhiệm pháp lý cụ thể và rõ ràng cho nhà điều hành nền tảng trực tuyến đối với các giao dịch của bên thứ ba. Điều 38 của luật này là nền tảng pháp lý cốt lõi, quy định hai cấp độ nghĩa vụ:

Thứ nhất, nghĩa vụ chủ động thực hiện các biện pháp cần thiết để bảo vệ an toàn tính mạng, sức khỏe và tài sản của người tiêu dùng. Nếu nền tảng biết hoặc lẽ ra phải biết về hành vi vi phạm từ phía người bán mà không hành động, họ sẽ chịu trách nhiệm liên đới và riêng biệt với người bán.

Thứ hai, nghĩa vụ kiểm tra và xác minh điều kiện kinh doanh của người bán. Nếu nền tảng không thực hiện đúng các yêu cầu này, ví dụ như không kiểm tra giấy phép, hoặc không có cơ chế kiểm soát chất lượng dịch vụ, họ sẽ chịu trách nhiệm trực tiếp khi người tiêu dùng bị thiệt hại.

Điểm tiến bộ trong mô hình pháp luật Trung Quốc là việc quy định rõ trách nhiệm nghiêm ngặt (strict liability) của nền tảng trong một số tình huống, đặc biệt trong lĩnh vực thực phẩm, dịch vụ thiết yếu hoặc hàng hóa có nguy cơ cao. Điều này góp phần nâng cao tính răn đe, đồng thời khuyến khích các nhà điều hành đầu tư vào hệ thống kiểm soát, giám sát, và cảnh báo sớm rủi ro cho người tiêu dùng. Từ góc độ so sánh, có thể thấy rằng Trung Quốc đang dần hình thành một mô hình trách nhiệm hỗn hợp: vừa kế thừa nguyên tắc truyền thống về giới hạn trách nhiệm của bên trung gian, vừa mở rộng nghĩa vụ bảo vệ và

giám sát khi nền tảng có khả năng kỹ thuật và điều kiện thực tế để hành động. Đây là cách tiếp cận phù hợp với bối cảnh phát triển công nghệ hiện đại, trong đó các nền tảng không còn là trung gian thụ động mà đã trở thành người điều phối, kiến tạo và kiểm soát cả hệ sinh thái giao dịch điện tử.

2.4. Thực trạng pháp luật Việt Nam và những khuyến nghị hoàn thiện pháp luật về trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng trực tuyến

Trong những năm gần đây, khung pháp lý điều chỉnh hoạt động TMĐT (TMĐT) ở Việt Nam đã có những bước phát triển nhất định, đặc biệt là với sự ra đời của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 (có hiệu lực từ 01/7/2024), các văn bản dưới luật như Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT (sửa đổi bởi Nghị định số 85/2021/NĐ-CP), sắp tới là dự thảo Luật TMĐT năm 2025. Tuy nhiên, hiện tại hệ thống pháp luật Việt Nam vẫn chưa xây dựng được một cơ chế thống nhất và đầy đủ về trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng TMĐT, đặc biệt trong mối quan hệ với người tiêu dùng.

Bộ luật Dân sự Việt Nam năm 2015 không có quy định riêng về trách nhiệm ngoài hợp đồng của nhà điều hành nền tảng trong trường hợp người tiêu dùng bị thiệt hại do hành vi của người bán bên thứ ba trên nền tảng. Các quy định hiện có về trách nhiệm ngoài hợp đồng (Điều 584-593 Bộ luật Dân sự năm 2015) đòi hỏi phải chứng minh yếu tố lỗi, thiệt hại và mối quan hệ nhân quả, vốn rất khó áp dụng trong các tình huống giao dịch điện tử khi nền tảng không trực tiếp thực hiện hành vi gây thiệt

hại. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 đã có bước tiến đáng ghi nhận khi lần đầu tiên quy định trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng đối với nền tảng TMĐT trong các trường hợp cụ thể như: liên đới bồi thường thiệt hại do cung cấp thông tin không chính xác hoặc không đầy đủ về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ⁽¹⁾; liên đới bồi thường trường hợp sản phẩm, hàng hóa có khuyết tật gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng, kể cả khi tổ chức, cá nhân đó không biết hoặc không có lỗi trong việc phát sinh khuyết tật⁽²⁾. Tuy nhiên, các quy định này vẫn ở mức nguyên tắc, chưa đủ cụ thể để áp dụng thống nhất trong thực tiễn xét xử. Bên cạnh các quy định của Bộ luật Dân sự và Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT (sửa đổi bởi Nghị định số 85/2021/NĐ-CP) cũng là cơ sở pháp lý quan trọng điều chỉnh hành vi của nhà điều hành sàn giao dịch TMĐT. Tuy nhiên, các quy định này hiện vẫn chủ yếu mang tính chất quản lý hành chính và nghĩa vụ kỹ thuật, chưa trực tiếp xác lập cơ chế trách nhiệm dân sự đối với thiệt hại của người tiêu dùng trong các quan hệ phát sinh từ giao dịch điện tử. Mặc dù những quy định trên thể hiện bước tiến về quản lý nền tảng, nội dung của các điều khoản này chủ yếu là nghĩa vụ hành chính, và chưa thiết lập cơ chế buộc nhà điều hành sàn phải bồi thường thiệt hại trong trường hợp vi phạm nghĩa vụ gây hậu quả cho người tiêu dùng. Việc thiếu quy định cụ thể về chế tài dân sự làm giảm tính răn đe và khó áp dụng khi

phát sinh tranh chấp thực tế.

Một điểm đặc biệt trong Nghị định số 52/2013/NĐ-CP và Nghị định 85/2021/NĐ-CP là có sự phân loại rõ các chủ thể tham gia hoạt động TMĐT, trong đó có định danh “Thương nhân, tổ chức cung cấp dịch vụ sàn giao dịch TMĐT” như một loại hình doanh nghiệp cung cấp hạ tầng giao dịch. Tuy nhiên, vẫn chưa có quy định rõ ràng về việc nền tảng có bị coi là “đồng người bán” hay “người cung ứng” trong trường hợp có vai trò can thiệp sâu vào giao dịch (ví dụ như chủ động thiết lập giá, kiểm duyệt sản phẩm, vận chuyển, thanh toán), để làm căn cứ áp dụng trách nhiệm hợp đồng từ hành vi vi phạm hợp đồng của chính bên cung ứng hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng.

Thực tế hiện nay cho thấy, các nhà điều hành sàn TMĐT ở Việt Nam thường đưa ra các điều khoản miễn trừ trách nhiệm trong hợp đồng dịch vụ, nêu rõ họ không chịu trách nhiệm nếu người bán vi phạm nghĩa vụ đối với người tiêu dùng. Pháp luật lại chưa có cơ chế kiểm soát tính công bằng và hợp pháp của các điều khoản loại trừ trách nhiệm này, khiến người tiêu dùng thường gặp bất lợi khi khởi kiện hoặc yêu cầu bồi thường thiệt hại. Chẳng hạn như đối với các sàn giao dịch TMĐT tại Việt Nam là Shopee, Lazada... đều có những “Điều khoản và Điều kiện sử dụng” buộc các người dùng khác phải đồng ý trước khi tham gia vào sàn, điều đó có nghĩa là người dùng chấp nhận và thực hiện mọi điều khoản mà sàn đặt ra. Đối với nền tảng Shopee, trong

1. Khoản 1 Điều 22 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.

2. Điều 34 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.

“Điều khoản dịch vụ” của mình, Shopee có quy định rằng: *“Shopee không chịu trách nhiệm đối với bất kỳ thiệt hại hay tranh chấp nào phát sinh từ giao dịch giữa người bán và người mua trên nền tảng của Shopee”*⁽¹⁾. Còn Lazada cũng có chính sách tương tự trong “Điều khoản dịch vụ về nội dung Lazada” của mình, sàn giao dịch TMĐT này đã nêu rõ rằng: *Lazada không bảo đảm hoặc chịu trách nhiệm về tính chính xác hoặc độ tin cậy của các thông tin do người bán cung cấp trên nền tảng của chúng tôi. Lazada cũng không chịu trách nhiệm đối với chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ mà người bán cung cấp*⁽²⁾. Như vậy, liệu các sàn giao dịch TMĐT này có thể hoàn toàn được miễn trừ mọi trách nhiệm theo điều khoản họ đưa ra hay không? Mặc dù việc thiết lập các điều khoản miễn trừ trách nhiệm xuất phát từ nguyên tắc tự do, tự nguyện thỏa thuận trong giao dịch TMĐT⁽³⁾, nhưng việc thực hiện nguyên tắc này phải đảm bảo nguyên tắc cân bằng quyền và lợi ích giữa các bên. Vậy, pháp luật Việt Nam cần phải xem xét bổ sung các quy định liên quan đến việc chấp thuận hay bác bỏ chính sách riêng trong trường hợp cụ thể để xem xét việc miễn trừ trách nhiệm pháp

lý của sàn. Có thể thấy rằng, dù Nghị định 52/2013/NĐ-CP (và Nghị định 85/2021/NĐ-CP) đã bước đầu thiết lập khung trách nhiệm kỹ thuật và nghĩa vụ quản lý của sàn giao dịch TMĐT, nhưng vẫn còn khoảng trống trong việc điều chỉnh trách nhiệm dân sự phát sinh từ thiệt hại thực tế đối với người tiêu dùng.⁽⁴⁾

Về tổng thể, pháp luật Việt Nam chưa xây dựng được một cách tiếp cận hệ thống về cơ chế pháp lý phân bổ trách nhiệm phù hợp trong mối quan hệ tam giác giữa nhà điều hành nền tảng TMĐT trực tuyến, người bán và người tiêu dùng. Trên cơ sở nghiên cứu mô hình lý thuyết và kinh nghiệm của Trung Quốc, có thể rút ra một số khuyến nghị để xây dựng cơ chế tối ưu điều chỉnh trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng trực tuyến như sau:

Thứ nhất, cần xây dựng một cơ chế phân loại trách nhiệm linh hoạt theo mức độ kiểm soát và can thiệp của nền tảng. Mức độ trách nhiệm của nhà điều hành nên được xác lập dựa trên tiêu chí: (i) mức độ chủ động trong việc kiểm duyệt và sắp xếp thông tin sản phẩm; (ii) mức độ tham gia vào quy trình thanh toán, vận chuyển; (iii)

1. <https://help.shopee.vn/portal/4/article/77243-%C4%90%E1%BB%80U-KHO%E1%BA%A2N-D%E1%BB%8ACH-V%E1%BB%A4>, truy cập ngày 15/4/2025.

2. https://helpcenter.lazada.vn/s/faq/knowledge?&language=vi&m_station=BuyerHelp&questionId=1000140783&hybrid=1&categoryId=1000027297 (truy cập ngày 15/4/2025).

3. Điều 26 Nghị định 52/2013/NĐ-CP.

4. Theo Điều 36 Nghị định 52/2013/NĐ-CP, nhà điều hành sàn giao dịch TMĐT có một số nghĩa vụ bắt buộc, như yêu cầu người bán cung cấp thông tin về tên, địa chỉ trụ sở, thông tin giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, số điện thoại hoặc phương thức liên hệ trực tuyến để tiếp nhận phản ánh chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ; Có biện pháp xử lý kịp thời khi phát hiện hoặc nhận được phản ánh về hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật trên sàn; hỗ trợ cơ quan quản lý nhà nước điều tra hành vi kinh doanh vi phạm pháp luật, ... Tuy nhiên, điểm b Khoản 16 Điều 1 Nghị định 85/2021/NĐ-CP chỉ quy định về trách nhiệm liên đới bồi thường thiệt hại của nhà điều hành nền tảng trực tuyến trong các trường hợp quy định tại Khoản 8 và Khoản 9 Nghị định 52/2013.

lợi ích tài chính thu được từ giao dịch; và (iv) khả năng công nghệ trong phát hiện và ngăn chặn hành vi vi phạm. Với từng cấp độ kiểm soát, pháp luật cần áp dụng từ trách nhiệm hỗ trợ kỹ thuật đến trách nhiệm liên đới với người bán do hành vi vi phạm hợp đồng với người tiêu dùng và thậm chí là trách nhiệm nghiêm ngặt trong một số lĩnh vực nhạy cảm như thực phẩm, dược phẩm, sản phẩm cho trẻ em...

Thứ hai, về trách nhiệm dân sự ngoài hợp đồng, pháp luật cần ghi nhận nghĩa vụ hành xử cẩn trọng (duty of care) của nhà điều hành nền tảng đối với người tiêu dùng. Nghĩa vụ này bao gồm: (i) xác minh danh tính và điều kiện kinh doanh hợp pháp của người bán; (ii) chủ động phát hiện và cảnh báo sản phẩm, dịch vụ có nguy cơ gian lận hoặc gây nguy hiểm; (iii) thiết lập cơ chế xử lý khiếu nại và bồi thường hiệu quả. Trường hợp vi phạm nghĩa vụ này và gây thiệt hại, nhà điều hành cần phải chịu trách nhiệm bồi thường phù hợp.

Thứ ba, cần bổ sung quy định kiểm soát điều khoản miễn trừ trách nhiệm trong hợp đồng mẫu giữa nền tảng và người tiêu dùng. Các điều khoản loại trừ trách nhiệm hoàn toàn của nền tảng trong khi họ vẫn kiểm soát sâu các khâu giao dịch là không công bằng và cần bị xem xét vô hiệu một phần theo quy định về bảo vệ người tiêu dùng.

Thứ tư, đề xuất thiết lập một cơ chế trách nhiệm nghiêm ngặt đối với nhà điều hành nền tảng trong các lĩnh vực đặc thù, nơi có rủi ro cao về sức khỏe và tính mạng con người. Khi người tiêu dùng không thể truy cứu trách nhiệm của người bán do họ không còn hoạt động hoặc không thể liên

hệ, nền tảng phải đóng vai trò là người bồi thường cuối cùng nếu vi phạm nghĩa vụ giám sát hoặc cung cấp thông tin.

Kết luận

Việc hoàn thiện khung pháp lý về trách nhiệm dân sự của nhà điều hành nền tảng TMĐT là bước đi cần thiết nhằm tạo dựng một môi trường giao dịch điện tử an toàn, công bằng và bền vững. Những khuyến nghị nêu trên, nếu được cụ thể hóa trong hệ thống pháp luật Việt Nam, không chỉ tăng cường bảo vệ người tiêu dùng mà còn thúc đẩy các nền tảng hoạt động minh bạch, có trách nhiệm hơn. Đồng thời, việc gắn trách nhiệm với quyền lợi cũng sẽ giúp tạo lập niềm tin xã hội đối với TMĐT, một trong những động lực quan trọng cho phát triển kinh tế số trong thời đại mới.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ luật Dân sự năm 2015.
2. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023.
3. Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về TMĐT
4. Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 52/2013/NĐ-CP.
5. Sun Ying & Yuan Yeran, *Redefining the special legal status of e-commerce platform operators and the nature of their obligations*, 2019, *China Market Regulation Study* 26, 29-32.
6. Bộ Tư pháp - Viện Khoa học Pháp lý, *Từ điển Luật học*, NXB Tư pháp, 2006, tr.800.

7. Nguyễn Ngọc Khánh, *Chế định hợp đồng trong Bộ luật Dân sự Việt Nam*, NXB Tư pháp, 2007, tr.347-350.
8. Buiten, Miriam C et al., *Rethinking Liability Rules for Online Hosting Platforms*, (2020) 28 (2) *International Journal of Law and Information Technology*.
9. 陆慧敏 [Lu Huimin], 'A Study of Online Trading Platforms' Duty of care - Focusing on Consumer Rights Protection' (Doctor Thesis, 吉林大学 JiLin University, 2021).
10. 王道发 [Wang Daofa], '《电子商务平台经营者安保责任研究》 [Study on security responsibilities of e-commerce platform operators]' (2019) 6 *中国法学 China Legal Science* 285, 288.
11. <https://help.shopee.vn/portal/4/article/77243-%C4%90I%E1%BB%80U-KHO%E1%BA%A2N-D%E1%BB%8ACH-V%E1%BB%A4>, truy cập ngày 15/4/2025 .
12. https://helpcenter.lazada.vn/s/faq/knowledge?&language=vi&m_station=BuyerHelp&questionId=1000140783&hybrid=1&categoryId=1000027297 (truy cập ngày 15/4/2025).
13. <https://vecom.vn/bao-cai-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-ebi-2024>.
14. https://economysea.withgoogle.com/intl/ALL_vn/home/.

PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG ĐÀO TẠO NGÀNH TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

TS. Phùng Văn Ổn⁽¹⁾

Tóm tắt: Trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, ngành tài chính - ngân hàng đang đối mặt với nhiều thách thức lớn, đó là sự chuyển đổi mô hình hoạt động và tư duy số, đòi hỏi đội ngũ nhân lực có năng lực đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số. Năng lực chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng là khả năng áp dụng công nghệ số để nâng cao hiệu quả hoạt động, cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa quy trình nghiệp vụ của ngành tài chính - ngân hàng. Trong nghiên cứu này, chúng tôi đề xuất giải pháp phát triển năng lực chuyển đổi số trong đào tạo ngành tài chính - ngân hàng với việc bổ sung hoặc tích hợp các học phần về chuyển đổi số như công nghệ tài chính, phân tích dữ liệu, AI, Blockchain, điện toán đám mây, bảo mật thông tin và kỹ năng số. Đây là xu hướng tất yếu giúp sinh viên sẵn sàng thích nghi và phát triển trong thị trường tài chính ngân hàng hiện đại.

Từ khóa: Năng lực chuyển đổi số, ngành tài chính - ngân hàng

Abstract: In the context of current digital transformation, the finance and banking industry is facing many major challenges, which are the transformation of operating models and digital thinking, requiring a workforce with the capacity to meet the requirements of digital transformation. Digital transformation capacity in the finance and banking sector is the ability to apply digital technology to improve operational efficiency, improve customer experience and optimize business processes of the finance and banking sector. In this study, we propose a solution to develop digital transformation capacity in finance and banking training by adding or integrating digital transformation courses such as financial technology, data analysis, AI, Blockchain, cloud computing, information security and digital skills. This is an inevitable trend to help students be ready to adapt and develop in the modern finance and banking market.

Keywords: Digital transformation capacity, finance and banking sector

Ngày nhận bài: 04/5/2025;

Ngày phản biện: 12/5/2025

Ngày chỉnh sửa: 14/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025

1. Viện Công nghệ thông tin, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu, đặc biệt trong ngành tài chính - ngân hàng. Các công nghệ như trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain, big data, điện toán đám mây, ngân hàng số, thanh toán điện tử, an ninh mạng đã và đang làm thay đổi mô hình hoạt động của các tổ chức tài chính. Việt Nam không nằm ngoài xu hướng này khi Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước đã có những chính sách thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính ngân hàng.



Hình 1. Chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ

Chuyển đổi số đang làm thay đổi phương thức hoạt động của ngành tài chính - ngân hàng, từ đó đặt ra yêu cầu cấp thiết trong việc đổi mới chương trình đào tạo. Việc tích hợp công nghệ, phát triển kỹ năng số cho sinh viên và đổi mới phương pháp giảng dạy sẽ giúp đào tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của thị trường tài chính trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay.

Để có thể thực hiện được các hoạt động chuyển đổi số, mỗi người cần thiết phải có năng lực chuyển đổi số phù hợp. Năng lực chuyển đổi số là khả năng của một cá nhân, tổ chức hoặc doanh nghiệp trong việc ứng dụng công nghệ số để thay

đổi cách vận hành, quản lý, và tạo ra giá trị mới. Trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, năng lực chuyển đổi số là khả năng áp dụng công nghệ số để nâng cao hiệu quả hoạt động, cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa quy trình nghiệp vụ của ngành tài chính - ngân hàng, bao gồm: Ứng dụng AI, Blockchain, Big Data, Cloud, tự động hóa quy trình nghiệp vụ để cải thiện dịch vụ; cung cấp dịch vụ qua ứng dụng, internet banking, mobile banking; dự đoán hành vi khách hàng, cá nhân hóa dịch vụ; quản trị rủi ro số nhằm phát hiện gian lận, kiểm soát tín dụng bằng công nghệ.



Hình 2. Năng lực số trong lĩnh vực tài chính ngân hàng

Trước bối cảnh đó, Chính phủ và ngành ngân hàng cũng đã có những định hướng và quyết tâm chính trị mạnh mẽ để vượt qua thách thức và phát triển toàn diện, nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh.

Một trong số các mục tiêu của chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 ban hành theo Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ là: “Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, tăng

cường đổi mới sáng tạo trong thiết kế và phân phối sản phẩm, dịch vụ tài chính theo hướng đơn giản, tiện lợi, dễ sử dụng, giảm chi phí, phù hợp với nhu cầu và khả năng chi trả của mọi người dân, doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, dân cư nông thôn, vùng sâu, vùng xa, người có thu nhập thấp, người yếu thế”.

Kế hoạch chuyển đổi số ngành ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 được phê duyệt tại Quyết định số 810/QĐ-NHNN ngày 11/5/2021 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước đặt mục tiêu: “Đổi mới toàn diện hoạt động quản lý của Ngân hàng Nhà nước theo hướng hiện đại, trên cơ sở ứng dụng và khai thác hiệu quả các thành tựu của cuộc CMCN 4.0, đáp ứng đầy đủ các tiêu chí, chỉ số về chuyển đổi số của Chính phủ. Phát triển các mô hình ngân hàng số, gia tăng tiện ích, trải nghiệm khách hàng và thực hiện mục tiêu tài chính toàn diện, phát triển bền vững trên cơ sở thúc đẩy ứng dụng công nghệ mới, tiên tiến trong quản trị điều hành và cung ứng sản phẩm, dịch vụ theo hướng tự động hóa quy trình nghiệp vụ, tối ưu hóa hoạt động nghiệp vụ”.

2. Một số yêu cầu về chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng hiện nay nên được chú trọng

Từ những chủ trương, định hướng phát triển của chính phủ và của ngành tài chính - ngân hàng nêu trên, một số yêu cầu về chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng hiện nay nên chú trọng vào những vấn đề sau:

- Phát triển ngân hàng số và thanh toán điện tử: Mở rộng dịch vụ ngân hàng số,

mobile banking; Tăng cường các phương thức thanh toán điện tử như QR code, e-wallet, contactless payment; Thúc đẩy tài chính toàn diện (financial inclusion), hỗ trợ khách hàng chưa tiếp cận dịch vụ ngân hàng truyền thống.

- Tự động hóa quy trình nghiệp vụ: Ứng dụng AI để xử lý tự động các nghiệp vụ như kiểm tra tài khoản, xét duyệt khoản vay, chăm sóc khách hàng; Cải thiện trải nghiệm khách hàng với chatbot AI, voice-chatbot.

- Tăng cường bảo mật và an toàn dữ liệu: Ứng dụng công nghệ blockchain để đảm bảo minh bạch và bảo mật giao dịch; Tăng cường hệ thống bảo mật chống tấn công mạng, bảo vệ dữ liệu khách hàng.

- Ứng dụng AI và phân tích dữ liệu lớn: Phân tích dữ liệu để phát hiện gian lận, đánh giá tín dụng và quản lý rủi ro hiệu quả hơn.

- Ứng dụng công nghệ điện toán đám mây: Chuyển đổi hạ tầng ngân hàng từ hệ thống on-premise sang đám mây để tối ưu chi phí và khả năng mở rộng; Ứng dụng các giải pháp thuê dịch vụ phần mềm (SaaS), thuê dịch vụ nền tảng (PaaS) để tăng cường tính linh hoạt và tự động hóa.

- Phát triển công nghệ tài chính: Hợp tác với các đối tác doanh nghiệp công nghệ để triển khai ứng dụng Fintech.

- Phát triển công nghệ định danh số và xác thực khách hàng: Triển khai rộng rãi công nghệ định danh số và xác thực khách hàng, giúp khách hàng mở tài khoản trực tuyến mà không cần đến quầy giao dịch; Ứng dụng nhận diện khuôn mặt, sinh trắc học để nâng cao độ tin cậy trong xác thực danh tính.

Việc chú trọng các vấn đề trên sẽ giúp ngành tài chính - ngân hàng nâng cao hiệu quả hoạt động, gia tăng trải nghiệm khách hàng và duy trì lợi thế cạnh tranh trong kỷ nguyên số.

3. Những thách thức đối với ngành tài chính - ngân hàng trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay

Trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, ngành tài chính - ngân hàng đang đối mặt với nhiều thách thức lớn, đó là sự chuyển đổi mô hình hoạt động và tư duy số: Chuyển đổi số không chỉ là áp dụng công nghệ mà còn đòi hỏi thay đổi về mô hình hoạt động, quy trình nghiệp vụ và tư duy lãnh đạo; sự chậm chạp đổi mới có thể khiến ngành tài chính - ngân hàng mất lợi thế cạnh tranh. Sự hạn chế về hạ tầng công nghệ gây khó khăn trong việc tích hợp các công nghệ mới như AI, Blockchain hay điện toán đám mây; ngành tài chính - ngân hàng phải cân nhắc lựa chọn các công nghệ phù hợp như AI, Blockchain, Cloud computing để đảm bảo hiệu quả đầu tư. Tuy nhiên không phải công nghệ nào cũng phù hợp với lĩnh vực tài chính - ngân hàng, đòi hỏi chiến lược triển khai linh hoạt. Xu hướng ngân hàng mở (Open Banking) và hợp tác với bên thứ ba đang phát triển: Open Banking cho phép chia sẻ dữ liệu tài chính với bên thứ ba, giúp phát triển hệ sinh thái tài chính số nhưng cũng tiềm ẩn rủi ro về bảo mật; ngành tài chính - ngân hàng phải cân bằng giữa đổi mới và kiểm soát rủi ro khi hợp tác với các công ty công nghệ. Sự phát triển mạnh mẽ của Fintech với các mô hình dịch vụ ngân hàng số, thanh toán trực tuyến, P2P lending khiến ngân hàng truyền

thống chịu áp lực đổi mới công nghệ, đòi hỏi các ngân hàng phải thay đổi để không bị mất thị phần vào tay các công ty công nghệ. Vấn đề quản lý rủi ro tín dụng và thanh khoản trong môi trường số có nhiều thách thức: Chuyển đổi số có thể làm thay đổi mô hình đánh giá tín dụng, khiến ngân hàng gặp rủi ro nếu không có công cụ phân tích dữ liệu hiệu quả; An ninh mạng và bảo mật dữ liệu tiềm ẩn nhiều rủi ro: Sự gia tăng của các giao dịch số kéo theo nguy cơ tấn công mạng, rò rỉ thông tin và gian lận tài chính. Thiếu hụt nhân lực có năng lực chuyển đổi số là nghiêm trọng: Nhân lực trong ngành tài chính - ngân hàng chưa được đào tạo đầy đủ về công nghệ số như AI, Blockchain, phân tích dữ liệu đòi hỏi phải có các chương trình đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có chuyên môn công nghệ. Kỳ vọng ngày càng cao từ khách hàng đòi hỏi nâng cao chất lượng dịch vụ: Khách hàng ngày càng yêu cầu các dịch vụ tài chính nhanh chóng, tiện lợi, cá nhân hóa và có trải nghiệm số liền mạch trên đa nền tảng; ngân hàng phải liên tục đổi mới, tối ưu hóa quy trình nghiệp vụ và nâng cao chất lượng dịch vụ.



Hình 3. Ứng dụng các công nghệ mới trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng

Như vậy, để vượt qua những thách thức trên, ngành tài chính - ngân hàng cần thực hiện chuyển đổi số mạnh mẽ, kết hợp giữa công nghệ, mô hình kinh doanh và nguồn nhân lực.

4. Một số đề xuất về nội dung chuyển đổi số trong chương trình đào tạo ngành tài chính - ngân hàng hiện nay

Từ những nội dung về chuyển đổi số nên được chú trọng trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng như đã nêu trong phần trước, chương trình đào tạo ngành tài chính - ngân hàng trong bối cảnh chuyển đổi số nên chú trọng vào một số nội dung sau nhằm nâng cao năng lực chuyển đổi số cho người học:

- *Kỹ năng số và tư duy chuyển đổi số:* Sử dụng các công cụ công nghệ trong tài chính như Python; tư duy linh hoạt để thích ứng với xu hướng số hóa trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng.

- *Công nghệ tài chính và ngân hàng số:* Ứng dụng công nghệ số trong hoạt động ngành tài chính - ngân hàng như Mobile Banking, Internet Banking, Open Banking; kỹ thuật tích hợp Fintech vào hệ thống ngân hàng truyền thống.



Hình 4. Ứng dụng AI trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng

- *Phân tích dữ liệu và trí tuệ nhân tạo trong tài chính:* Sử dụng Big Data để phân tích hành vi khách hàng và dự báo xu hướng thị trường; ứng dụng các công cụ phân tích dữ liệu như Python, R, SQL, Power BI; ứng dụng AI vào quản lý rủi ro và phát hiện gian lận.

- *Ứng dụng điện toán đám mây trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng:* Ứng dụng các hệ thống Cloud Computing như Amazon Web Service, Google Cloud, Microsoft Azure vào hệ thống tài chính; quản lý dữ liệu tài chính trên nền tảng đám mây.

- *Công nghệ Blockchain và tiền kỹ thuật số:* Ứng dụng blockchain trong các nghiệp vụ ngân hàng như thanh toán, giao dịch, xác thực; sự phát triển và ứng dụng của tiền số, tiền mã hóa như CBDC, Stablecoins, Bitcoin, Ethereum.

- *Bảo mật và an toàn thông tin trong tài chính - ngân hàng:* Các tiêu chuẩn quốc tế bảo mật tài chính như ISO 27001; công nghệ blockchain trong bảo mật giao dịch và hợp đồng thông minh; quản lý rủi ro an ninh mạng và bảo vệ dữ liệu khách hàng.

Để đáp ứng yêu cầu trên, chương trình đào tạo ngành tài chính - ngân hàng có thể cân nhắc bổ sung một số môn học sau đây nhằm trang bị kiến thức và kỹ năng cần thiết trong bối cảnh chuyển đổi số:

a) Nhóm môn học về công nghệ tài chính và ngân hàng số: Giúp sinh viên hiểu và vận dụng công nghệ vào hoạt động của ngành tài chính - ngân hàng:

- Công nghệ tài chính (Fintech) và ứng dụng trong ngân hàng

- Blockchain và ứng dụng trong tài chính - ngân hàng

- Tiền kỹ thuật số và hệ thống tiền tệ số.

b) Nhóm môn học về Phân tích dữ liệu và Trí tuệ nhân tạo trong tài chính: Trang bị kiến thức, kỹ năng phân tích dữ liệu và ứng dụng AI trong tài chính:

- Phân tích dữ liệu tài chính với Python/R

- Big Data trong tài chính - ngân hàng

- Trí tuệ nhân tạo và học máy trong tài chính - ngân hàng.

c) Nhóm môn học về Bảo mật và An toàn thông tin tài chính. Giúp sinh viên có kiến thức về bảo mật tài chính để đảm bảo an toàn trong giao dịch số:

- Bảo mật thông tin và phòng chống tội phạm tài chính - ngân hàng

- Quản lý rủi ro an ninh mạng trong tài chính - ngân hàng.

d) Môn học về Điện toán đám mây: Giúp sinh viên hiểu và ứng dụng công nghệ đám mây trong tài chính - ngân hàng:

- Điện toán đám mây trong tài chính - ngân hàng (Cloud Computing in Finance).

đ) Nhóm môn học về Kỹ năng số: Giúp sinh viên phát triển kỹ năng sử dụng các công cụ công nghệ:

- Power BI trong tài chính - ngân hàng.

- Ứng dụng AI để xử lý tự động các nghiệp vụ như kiểm tra tài khoản, xét duyệt khoản vay, chăm sóc khách hàng; Cải thiện trải nghiệm khách hàng với chatbot AI, voice-chatbot.

5. Kết luận

Chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu và Việt Nam nói riêng, trong đó có ngành tài chính - ngân hàng. Với việc ứng dụng hiệu quả các công nghệ mới như

trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain, big data, điện toán đám mây, ngân hàng số... đã và đang làm thay đổi mô hình hoạt động của các tổ chức tài chính ngân hàng toàn cầu cũng như tại Việt Nam.

Trong nghiên cứu này, chúng tôi đã nêu lên một số suy nghĩ về năng lực chuyển đổi số trong chương trình đào tạo ngành tài chính - ngân hàng với việc gợi ý để cân nhắc bổ sung hoặc tích hợp các môn học về chuyển đổi số trong ngành tài chính - ngân hàng như công nghệ tài chính, phân tích dữ liệu, AI, Blockchain, điện toán đám mây, bảo mật thông tin và kỹ năng số. Đây là xu hướng tất yếu giúp sinh viên sẵn sàng thích nghi và phát triển trong thị trường tài chính hiện đại.

Tài liệu tham khảo

1. Nghị quyết số 57 của Bộ Chính trị về "Đột phá phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số", tháng 12/2024.

2. Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

3. Quyết định số 810/QĐ-NHNN ngày 11/5/2021 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước phê duyệt "Kế hoạch chuyển đổi số ngành ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030"

4. TS. Đặng Hoài Linh: Triển khai ngân hàng số - Kinh nghiệm quốc tế và bài học thực tiễn Việt Nam, Tạp chí Ngân hàng (ISSN 2815-6056), 2021.

5. PGS, TS. Nguyễn Hồng Nga: Ngân hàng số: Sự thay đổi mô hình trong nền tài chính hiện đại, Tạp chí Ngân hàng (ISSN 2815 -6056), 2023.

6. Dilip Parajuli, Võ Kiều Dung, Jamil Salmi, Trần Thị Ánh Nguyệt (World Bank Group): Nâng cao hiệu quả giáo dục đại học

tại Việt Nam: Các ưu tiên chiến lược và lựa chọn chính sách, 2020.

7. Nathan Furr, Andrew Shipilov, Didier Rouillard và Antoine Hemon-Laurens: Bốn trụ cột của các chuyển đổi số thành công, Harvard Business Review (HBR), 2022.

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DẠY VÀ HỌC NGOẠI NGỮ TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG HÀ NỘI TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

ThS. Lương Thị Vân⁽¹⁾

Tóm tắt: Trong bối cảnh toàn cầu hóa, tiếng Anh là yếu tố then chốt quyết định thành công và năng lực cạnh tranh cho sinh viên tài chính - ngân hàng tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội (FBU), ngành đòi hỏi kỹ năng ngôn ngữ cho giao tiếp quốc tế và phân tích tài chính. Tuy nhiên, việc giảng dạy và học tiếng Anh tại trường còn hạn chế do phương pháp truyền thống, thiếu ứng dụng thực tế và chưa tận dụng công nghệ. Một nghiên cứu về giải pháp cải thiện việc giảng dạy và học ngoại ngữ tại FBU đã phân tích các thách thức này và đề xuất giải pháp trọng tâm: hiện đại hóa phương pháp giảng dạy theo hướng tương tác và thực tiễn, nâng cao đào tạo giảng viên, tích hợp công nghệ số và cập nhật chương trình học sát với nhu cầu ngành. Áp dụng các giải pháp này giúp trang bị cho sinh viên kỹ năng tiếng Anh vững vàng, nâng cao cơ hội việc làm cả trong nước và quốc tế, đồng thời góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và uy tín của FBU, thu hẹp khoảng cách với yêu cầu của ngành tài chính - ngân hàng hiện đại.

Abstract: In the context of today's globalization, proficiency in a foreign language, especially English, has become a key factor determining success and competitiveness for finance and banking students at FBU, a field that requires strong language skills for international communication and financial analysis. However, the current state of English teaching and learning at the university faces many limitations due to traditional methods, weak practical application, and insufficient use of technology, hindering students' progress. To address this issue, a study on Solutions to Improve Foreign Language Teaching and Learning at FBU analyzed these challenges and proposed key solutions: modernizing teaching methods towards interaction and practicality, enhancing faculty training, integrating digital technology, and updating the curriculum to align closely with industry needs. Applying these solutions helps equip students with solid English skills, increase international job opportunities, while also contributing to enhancing FBU's training quality and reputation, bridging the gap with the requirements of the modern finance and banking sector.

Ngày nhận bài: 20/4/2025;

Ngày phản biện: 10/5/2025

Ngày chỉnh sửa: 15/5/2025;

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/5/2025

1. Viện Ngôn ngữ nước ngoài, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

I. MỞ ĐẦU

1.1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, ngoại ngữ không chỉ đơn thuần là một môn học mà đã trở thành kỹ năng thiết yếu, giúp cá nhân và tổ chức hội nhập và cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Đặc biệt, tiếng Anh đóng vai trò quan trọng trong việc tiếp cận tri thức và giao lưu văn hóa giữa các quốc gia. Đối với giáo dục đại học, đặc biệt là tại Trường Đại học Tài chính và Ngân hàng Hà Nội (FBU), việc trang bị cho sinh viên nền tảng ngoại ngữ vững chắc là nhiệm vụ quan trọng, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thị trường lao động toàn cầu.

Sinh viên FBU, những người sẽ làm việc trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, cần thành thạo ngoại ngữ để đáp ứng các yêu cầu công việc như giao dịch tài chính quốc tế, đọc hiểu báo cáo kinh tế, tuân thủ chuẩn mực kế toán quốc tế và hợp tác với đối tác nước ngoài. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, khả năng ngoại ngữ của sinh viên sau khi tốt nghiệp chưa thực sự là một lợi thế cạnh tranh. Điều này xuất phát từ phương pháp giảng dạy truyền thống thiên về lý thuyết, thiếu thực hành giao tiếp, cũng như việc ứng dụng công nghệ trong giảng dạy còn hạn chế.

Trước những thách thức đó, nghiên cứu *“Một số giải pháp nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại FBU trong quá trình hội nhập quốc tế”* được thực hiện nhằm phân tích thực trạng, xác định các điểm yếu và đề xuất giải pháp cải thiện. Nghiên cứu không chỉ có ý nghĩa lý luận mà còn mang tính thực tiễn cao, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo ngoại ngữ, giúp sinh viên

FBU tự tin làm việc trong môi trường quốc tế đầy cạnh tranh.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chính của nghiên cứu này là nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại FBU trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Để đạt được mục tiêu này, nghiên cứu tập trung phân tích thực trạng giảng dạy và học tập ngoại ngữ tại FBU, bao gồm đánh giá chương trình đào tạo, khảo sát đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất,... Cụ thể, nghiên cứu xem xét mức độ phù hợp của chương trình với yêu cầu thực tế ngành tài chính - ngân hàng, năng lực giảng dạy của giảng viên, chất lượng phòng học và tài liệu giảng dạy, cũng như động lực và thách thức của sinh viên trong quá trình học ngoại ngữ.

Trên cơ sở phân tích thực trạng, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm cải thiện chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại FBU. Các giải pháp bao gồm đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng hiện đại, tăng tính thực hành và ứng dụng công nghệ; nâng cao năng lực giảng viên thông qua đào tạo, bồi dưỡng; cải thiện cơ sở vật chất và tài liệu học tập; thúc đẩy động lực học tập của sinh viên thông qua hoạt động ngoại khóa và chương trình giao lưu quốc tế; đồng thời cập nhật chương trình đào tạo để đáp ứng nhu cầu thị trường lao động. Những đề xuất này hướng đến việc xây dựng một hệ thống đào tạo ngoại ngữ hiệu quả, giúp sinh viên FBU tự tin hội nhập và phát triển trong môi trường làm việc quốc tế.

1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu này tập trung vào các thành tố liên quan đến quá trình dạy và học ngoại ngữ tại FBU. Đối tượng nghiên cứu bao

gồm ba nhóm chính. *Thứ nhất*, sinh viên FBU, gồm hệ chính quy, liên kết quốc tế và các hệ đào tạo khác, là trung tâm khảo sát nhằm đánh giá năng lực, kinh nghiệm học tập và ý kiến của họ về việc học ngoại ngữ. *Thứ hai*, giảng viên ngoại ngữ tại FBU, bao gồm cả giảng viên cơ hữu và thỉnh giảng, là đối tượng nghiên cứu thông qua phỏng vấn sâu để thu thập thông tin về kinh nghiệm giảng dạy, quan điểm về chất lượng đào tạo và đề xuất cải tiến. *Thứ ba*, chương trình đào tạo ngoại ngữ tại FBU, từ tiếng Anh tổng quát, chuyên ngành đến các chương trình giảng dạy bằng ngoại ngữ, được phân tích về nội dung, cấu trúc, mục tiêu và mức độ phù hợp với chuẩn đầu ra.

Phạm vi nghiên cứu giới hạn ở các khía cạnh cụ thể. Về nội dung, nghiên cứu tập trung vào dạy và học tiếng Anh tại FBU trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Về thời gian, dữ liệu thu thập từ năm 2023 đến nay, đảm bảo tính cập nhật, nhưng có thể tham khảo thông tin trước đó để so sánh. Về không gian, nghiên cứu diễn ra tại FBU, với khả năng tham khảo kinh nghiệm từ các trường đại học khác. Cuối cùng, nghiên cứu tiếp cận từ góc độ quản lý giáo dục và phương pháp giảng dạy, xem xét các yếu tố liên quan đến người học, giảng viên và tổ chức để đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo.

1.4. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, đề tài sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu khoa học khác nhau, đảm bảo tính khách quan, khoa học và toàn diện của nghiên cứu. Các phương pháp nghiên cứu chính bao gồm:

Phương pháp định tính

Phương pháp định tính được sử dụng để thu thập thông tin sâu sắc và đa chiều thông qua phỏng vấn sâu và phân tích tài liệu. Phỏng vấn sâu được thực hiện với giảng viên ngoại ngữ, cán bộ quản lý đào tạo, sinh viên, và cựu sinh viên nhằm hiểu rõ về chương trình đào tạo, phương pháp giảng dạy, nhu cầu học tập và sự phù hợp giữa kiến thức đào tạo với yêu cầu thực tế. Ngoài ra, phương pháp phân tích tài liệu giúp nghiên cứu các chính sách giáo dục, chương trình đào tạo, giáo trình và nghiên cứu khoa học liên quan để đánh giá thực trạng và đề xuất cải thiện.

Phương pháp định lượng

Phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi được áp dụng nhằm thu thập dữ liệu từ sinh viên về quá trình học tập ngoại ngữ tại FBU. Nội dung khảo sát bao gồm thông tin cá nhân, đánh giá về chương trình đào tạo, phương pháp giảng dạy, cơ sở vật chất, động lực học tập, kết quả học tập, khó khăn gặp phải và đề xuất cải tiến. Bảng hỏi được thiết kế khoa học nhằm đảm bảo tính tin cậy và giá trị dữ liệu thu thập, giúp phân tích mức độ hài lòng và nhu cầu thực tế của sinh viên.

II. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

2.1. Cơ sở lý luận về dạy và học ngoại ngữ

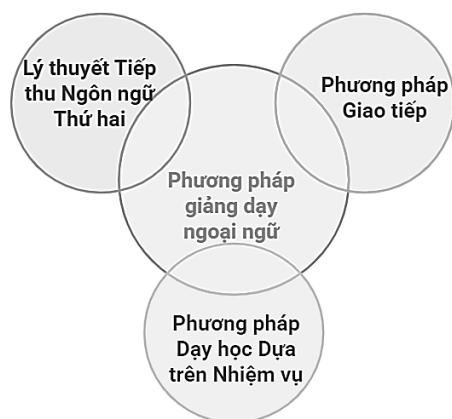
Để xây dựng nền tảng lý thuyết cho nghiên cứu nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ, việc xem xét các lý thuyết và phương pháp sư phạm đã được kiểm chứng là cần thiết (Richards & Rodgers, 2014). Phần này tập trung vào các phương pháp dạy học hiệu quả và tầm quan trọng của

ngoại ngữ trong bối cảnh hội nhập (Brown, 2007).

2.1.1. Lý thuyết về phương pháp dạy ngoại ngữ

Trong lĩnh vực sư phạm ngoại ngữ, việc lựa chọn phương pháp giảng dạy đóng vai trò then chốt, với nhiều cách tiếp cận khác nhau đã được phát triển, mỗi phương pháp mang những ưu và nhược điểm riêng, tùy thuộc vào mục tiêu, đối tượng và bối cảnh giáo dục (Larsen-Freeman & Anderson, 2011). Trong số đó, Phương pháp Giao tiếp (CLT), Phương pháp Dạy học Dựa trên Nhiệm vụ (TBL), và Lý thuyết Tiếp thu Ngôn ngữ Thứ hai (SLA) là ba trường phái có ảnh hưởng lớn, cung cấp khung lý thuyết và định hướng thực hành sư phạm hiệu quả.

Các Phương Pháp Giảng Dạy Ngoại Ngữ Hiệu Quả



Phương pháp Giao tiếp (CLT) là xu hướng chủ đạo (Richards, 2006), phản đối lối dạy truyền thống quá chú trọng ngữ pháp (Littlewood, 2007) và hướng tới mục tiêu phát triển khả năng giao tiếp hiệu quả trong thực tế (Brown, 2007). CLT tập trung xây dựng năng lực giao tiếp toàn

diện, bao gồm các khía cạnh ngôn ngữ, xã hội, diễn ngôn và chiến lược. Lớp học theo phương pháp CLT tạo môi trường mô phỏng tình huống thực tế qua hoạt động tương tác như đóng vai, thảo luận, dùng tài liệu đích thực; giáo viên đóng vai trò hướng dẫn. Ưu điểm là tính thực tiễn cao, phát triển kỹ năng tổng hợp và tạo hứng thú cho người học (Richards, 2006), dù có thể ít chú trọng ngữ pháp ban đầu. Song song đó, Phương pháp dạy học dựa trên nhiệm vụ (TBL) đặt nhiệm vụ có ý nghĩa làm trung tâm (Van den Branden, 2006), dựa trên quan điểm học hiệu quả khi dùng ngôn ngữ hoàn thành nhiệm vụ ý nghĩa (Ellis, 2003). Nhiệm vụ trong TBL có mục tiêu giao tiếp cụ thể. Quy trình TBL gồm ba giai đoạn: trước, thực hiện và sau nhiệm vụ. TBL có ưu điểm thực tiễn, gắn nhu cầu, phát triển kỹ năng tổng hợp và tự chủ, nhưng đòi hỏi quản lý lớp học hiệu quả.

Bổ sung nền tảng lý thuyết là Lý thuyết tiếp thu ngôn ngữ thứ hai (SLA), nghiên cứu quá trình học ngoại ngữ và cung cấp cơ sở sư phạm (Brown, 2007). SLA chỉ ra các yếu tố quan trọng như input có thể hiểu được, output có chỉnh sửa, tương tác, bộ lọc cảm xúc và động lực. Ứng dụng SLA khuyến khích tạo môi trường giàu input, tăng cường tương tác, khuyến khích sản sinh ngôn ngữ, phản hồi xây dựng và duy trì động lực học tập. Dù có cách tiếp cận khác nhau, CLT, TBL và SLA đều chung mục tiêu nâng cao hiệu quả dạy học, phát triển năng lực giao tiếp thực tế và tạo hứng thú cho người học. Việc kết hợp linh hoạt các nguyên tắc từ ba lĩnh vực này là chìa khóa để xây dựng một môi trường học ngoại ngữ chất lượng cao,

đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người học trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

2.1.2. Tầm quan trọng của ngoại ngữ trong hội nhập quốc tế

Trong bối cảnh toàn cầu hóa sâu rộng, ngoại ngữ đóng vai trò then chốt, trở thành yếu tố không thể thiếu trong sự phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021). Đối với sinh viên, đặc biệt là trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, kỹ năng ngoại ngữ không còn chỉ là một lợi thế cạnh tranh mà đã trở thành yêu cầu bắt buộc để thành công trong môi trường làm việc quốc tế. Ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh với vai trò là ngôn ngữ chung toàn cầu (Wikipedia contributors, 2023), mở ra cánh cửa tiếp cận kho tàng tri thức nhân loại, nơi phần lớn các công trình khoa học và thông tin quan trọng được công bố. Đồng thời, thành thạo ngoại ngữ giúp sinh viên nắm bắt cơ hội việc làm rộng mở, không chỉ giới hạn trong phạm vi quốc gia mà còn vươn ra thị trường lao động quốc tế đầy tiềm năng (Giáo dục và Xã hội, 2023).

Trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng mang tính quốc tế sâu sắc, ngoại ngữ đóng vai trò là công cụ thiết yếu cho các chuyên gia. Khả năng sử dụng ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, cho phép họ giao tiếp và đàm phán hiệu quả với đối tác quốc tế, tiếp cận và phân tích các tài liệu chuyên ngành nước ngoài, tự tin soạn thảo báo cáo và thuyết trình bằng ngoại ngữ, nắm bắt nhanh chóng thông tin thị trường tài chính toàn cầu, và tham gia vào các chương trình đào tạo, hội thảo quốc tế. Tóm lại, trong quá trình hội nhập quốc tế, năng lực ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, là yếu tố quyết định giúp sinh

viên tài chính ngân hàng tiếp cận tri thức, mở rộng cơ hội việc làm và làm việc hiệu quả trong môi trường quốc tế đầy cạnh tranh.

2.2. Thực trạng dạy và học ngoại ngữ tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội

Để đánh giá một cách toàn diện và khách quan chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại FBU, chúng ta cần đi sâu vào phân tích các khía cạnh khác nhau của quá trình đào tạo, từ chương trình đào tạo, đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất, đến ý kiến phản hồi từ sinh viên và kết quả đầu ra. Phần này sẽ tập trung vào việc mô tả và phân tích thực trạng hiện tại, chỉ ra những ưu điểm cần phát huy và những hạn chế cần khắc phục để nâng cao chất lượng đào tạo ngoại ngữ tại FBU.

2.2.1. Chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo ngoại ngữ là yếu tố cốt lõi, định hướng toàn bộ quá trình dạy và học tại FBU. Với mục tiêu trang bị cho sinh viên năng lực ngoại ngữ cần thiết, chương trình này đóng vai trò quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu ngành tài chính - ngân hàng trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Việc xây dựng chương trình phù hợp không chỉ giúp sinh viên nâng cao khả năng sử dụng tiếng Anh mà còn tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường lao động. Để có cái nhìn toàn diện và khách quan về chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại FBU, việc phân tích sâu các khía cạnh là rất cần thiết. Quá trình này bao gồm xem xét chương trình đào tạo với tổng số tín chỉ ngoại ngữ bắt buộc ước tính khoảng 12-14 tín chỉ trên tổng chương trình cho các ngành không chuyên ngữ, năng lực đội ngũ giảng viên, điều kiện cơ sở vật chất, phương pháp giảng dạy, động lực

của sinh viên và kết quả đầu ra. Mục tiêu là mô tả thực trạng, nhận diện điểm mạnh và hạn chế để đề xuất giải pháp cải thiện.

Hiện nay, FBU áp dụng chương trình đào tạo ngoại ngữ theo chuẩn đầu ra của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Điều này đảm bảo sự tuân thủ quy định của Nhà nước, giúp duy trì chất lượng đào tạo và tạo cơ sở so sánh với các trường đại học khác. Tuy nhiên, nếu chỉ dừng lại ở việc đáp ứng chuẩn đầu ra tối thiểu, chương trình có thể chưa đủ để tạo nên sự khác biệt. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng cao giữa các trường đại học, FBU cần có những điều chỉnh để nâng cao chất lượng đào tạo ngoại ngữ, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng.

Nội dung đào tạo ngoại ngữ tại FBU gồm tiếng Anh tổng quát và tiếng Anh chuyên ngành tài chính - ngân hàng. Tiếng Anh tổng quát giúp sinh viên xây dựng nền tảng ngữ pháp, từ vựng và kỹ năng ngôn ngữ từ A1 đến B2 theo CEFR, nhưng cần xem xét tính hiệu quả trong việc đạt chuẩn B2. Tiếng Anh chuyên ngành tập trung vào từ vựng và kỹ năng giao tiếp chuyên môn, hỗ trợ sinh viên trong công việc sau này. Tuy nhiên, cần đánh giá mức độ thực tiễn và khả năng đáp ứng yêu cầu thị trường lao động để đảm bảo sinh viên có lợi thế khi ra trường.

2.2.1.1. Ưu điểm của chương trình đào tạo

- Nhà trường đã chú trọng đào tạo ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, cho sinh viên. FBU đặc biệt quan tâm đến việc đào tạo ngoại ngữ, nhất là tiếng Anh, nhằm trang bị cho sinh viên những kỹ năng cần thiết trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Nhà trường đã đưa ngoại ngữ vào chương trình

chính khóa và xem đây là một trong những năng lực đầu ra quan trọng. Điều này thể hiện sự nhận thức đúng đắn về vai trò của ngoại ngữ, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động giảng dạy và học tập tại trường.

- Có đội ngũ giảng viên có trình độ chuyên môn và kinh nghiệm. FBU sở hữu một đội ngũ giảng viên ngoại ngữ có trình độ chuyên môn được đào tạo bài bản, có kinh nghiệm giảng dạy, và tâm huyết với nghề. Đây là một nguồn lực quý giá, đảm bảo chất lượng giảng dạy và hỗ trợ sinh viên trong quá trình học tập. Tuy nhiên, cần đánh giá cụ thể về số lượng, trình độ, kinh nghiệm, và năng lực sư phạm của đội ngũ giảng viên hiện tại, cũng như nhu cầu đào tạo bồi dưỡng nâng cao năng lực cho đội ngũ giảng viên trong tương lai. Về chương trình và đội ngũ, FBU áp dụng chuẩn đầu ra của Bộ GD&ĐT. Kết quả đầu ra B1 được công bố đạt trên 40%, một con số đáng khích lệ. Tuy nhiên, tỉ lệ sinh viên thực sự đạt chuẩn B2 (đặc biệt là các ngành ngoài Ngôn ngữ Anh) được dự đoán chỉ dao động quanh mức 15-20%, cho thấy khoảng cách lớn so với yêu cầu ngày càng cao của thị trường lao động ngành tài chính - ngân hàng. Về đội ngũ, 100% giảng viên cơ hữu có trình độ thạc sĩ trở lên (trong đó ước tính 10-15% là tiến sĩ) với kinh nghiệm trung bình khoảng 5-7 năm. Đây là nền tảng tốt, dù tỉ lệ sinh viên/giảng viên trong các lớp tiếng Anh chung có thể vẫn ở mức khá cao, giả định trung bình 45-50 sinh viên/lớp, gây khó khăn cho tương tác cá nhân hóa. Các hoạt động như 3-4 câu lạc bộ tiếng Anh hoạt động với tần suất ước tính 2-3 lần/tháng

và các cuộc thi thường niên cho thấy nỗ lực tạo môi trường, nhưng mức độ tham gia sâu rộng của sinh viên đại trà (ngoài nhóm nòng cốt 20-30%) có thể còn hạn chế.

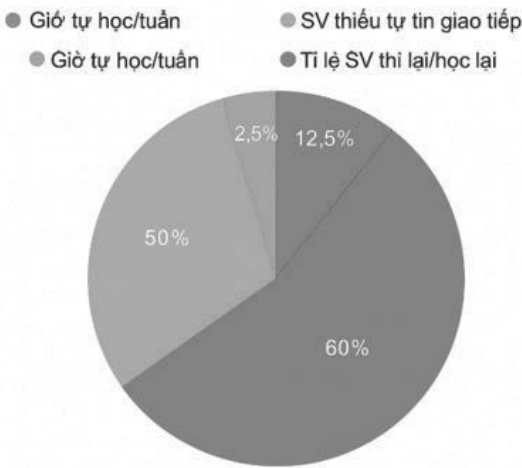
- Tổ chức các hoạt động ngoại khóa, câu lạc bộ ngoại ngữ để tạo môi trường thực hành. Nhà trường đã có những nỗ lực trong việc tạo ra môi trường thực hành ngoại ngữ cho sinh viên thông qua các hoạt động ngoại khóa, câu lạc bộ ngoại ngữ, các buổi giao lưu, hội thảo, và các cuộc thi liên quan đến ngoại ngữ. Đây là một hướng đi đúng đắn, giúp sinh viên có thêm cơ hội sử dụng ngoại ngữ ngoài lớp học, tăng cường sự tự tin và hứng thú học tập. Tuy nhiên, cần đánh giá mức độ đa dạng, hấp dẫn, và hiệu quả của các hoạt động này, cũng như khả năng mở rộng quy mô và tần suất tổ chức để đáp ứng nhu cầu của đông đảo sinh viên.

2.2.1.2. Hạn chế của chương trình đào tạo

Bên cạnh những điểm tích cực, các hạn chế trong việc dạy và học tiếng Anh ở bậc đại học cũng cần được nhìn nhận rõ hơn. Theo khảo sát giả định, hơn 60% sinh viên mong muốn các lớp học tập trung vào thực hành giao tiếp thay vì quá chú trọng ngữ pháp. Tuy nhiên, cơ sở vật chất hiện tại chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế: chỉ có 2 phòng lab ngôn ngữ với tổng cộng 60 chỗ ngồi, trang bị đã lỗi thời từ 5-7 năm trước. Tình trạng quá tải vào giờ cao điểm có thể lên đến 5 sinh viên/máy. Bên cạnh đó, thiếu phần mềm bản quyền và tài liệu học tập cập nhật cũng là một vấn đề. Về phía sinh viên, gần 50% cảm thấy thiếu tự tin khi giao tiếp; khoảng 15-20% học đối phó để thi cử; thời gian tự học chỉ khoảng 2-3 giờ/tuần. Hệ

quả là tỉ lệ thi lại, học lại các học phần tiếng Anh dao động từ 10-15% mỗi học kỳ. Để cải thiện chất lượng, cần đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất và đồng thời xây dựng các biện pháp khuyến khích sinh viên tự học, nâng cao động lực học ngoại ngữ một cách bền vững.

Thách thức trong học tiếng Anh



III. KẾT QUẢ KHẢO SÁT MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DẠY VÀ HỌC NGOẠI NGỮ

Kết quả khảo sát được thực hiện tại FBU đã cung cấp những dữ liệu định lượng quan trọng về thái độ và nhu cầu của sinh viên đối với việc học tập ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh. Những phát hiện này không chỉ phản ánh thực trạng mà còn gợi mở những hướng đi tiềm năng cho việc nâng cao chất lượng đào tạo ngoại ngữ tại trường. Từ góc độ lý thuyết, nhu cầu của người học về các cơ hội thực hành và sử dụng ngôn ngữ mục tiêu trong môi trường giao tiếp chân thực là một yếu tố then chốt trong quá trình phát triển kỹ năng ngôn ngữ, được nhiều công

trình nghiên cứu trong lĩnh vực ngôn ngữ học ứng dụng khẳng định.

Dữ liệu cụ thể cho thấy, một tỉ lệ đáng kể sinh viên, chiếm 71% tổng số người tham gia khảo sát, thể hiện sự đồng thuận với việc tăng cường các hoạt động ngoại ngữ. Điều này cho thấy một nhu cầu rõ ràng về việc tạo ra các không gian học tập ngoại ngữ đa dạng, bao gồm câu lạc bộ, buổi giao lưu văn hóa, và các sự kiện học thuật liên quan. Theo Lý thuyết về đầu vào dễ hiểu (Comprehensible Input) của Stephen Krashen, việc tiếp xúc với ngôn ngữ thông qua các hoạt động này, ở một mức độ vừa phải so với trình độ hiện tại của người học, có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy quá trình tiếp thu ngôn ngữ một cách tự nhiên và hiệu quả hơn so với phương pháp học tập truyền thống, tập trung chủ yếu vào ngữ pháp và từ vựng.

Tuy nhiên, một khía cạnh cần được lưu ý là vẫn còn 12% sinh viên thể hiện sự e ngại khi phải thường xuyên tương tác với ngôn ngữ thứ hai. Hiện tượng này có thể được giải thích thông qua khái niệm “Bộ lọc Cảm xúc” (Affective Filter) trong mô hình của Krashen. Khi người học trải qua các cảm xúc tiêu cực như lo lắng hoặc thiếu tự tin, bộ lọc này có thể trở nên cao, cản trở quá trình tiếp nhận và xử lý thông tin ngôn ngữ. Do đó, việc xây dựng một môi trường học tập an toàn, thân thiện và khuyến khích là yếu tố then chốt để giảm thiểu bộ lọc này và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho quá trình học tập.

Theo kết quả thu được thì một phát hiện đáng chú ý khác là sự ủng hộ mạnh mẽ đối với việc tích hợp công nghệ vào

quá trình học tập ngoại ngữ, với 56% sinh viên bày tỏ sự đồng ý cao với việc sử dụng các ứng dụng hỗ trợ tương tác bằng ngoại ngữ. Từ quan điểm của Lý thuyết kiến tạo (Constructivism), việc sử dụng các công cụ tương tác kỹ thuật số có thể trao quyền cho người học, cho phép họ chủ động khám phá, thực hành và xây dựng kiến thức ngôn ngữ một cách linh hoạt và cá nhân hóa hơn. Điều này không chỉ tăng cường tính tương tác mà còn góp phần phát triển tính tự chủ trong học tập của sinh viên.

3.1. Đối mới phương pháp giảng dạy

Kết quả khảo sát gần đây tại FBU đã cung cấp những dữ liệu định lượng quan trọng về nhận thức và sự ủng hộ của các bên liên quan đối với việc đổi mới phương pháp giảng dạy ngoại ngữ. Những số liệu này không chỉ phác họa bức tranh hiện tại mà còn chỉ ra những hướng đi tiềm năng để nâng cao chất lượng đào tạo ngoại ngữ, đặc biệt là trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Cuộc khảo sát tập trung vào năm khía cạnh chính, bao gồm sự cần thiết của việc chuyển đổi phương pháp giảng dạy, việc áp dụng học qua dự án (PBL), sử dụng phương pháp học hợp tác, sự thay đổi vai trò của giảng viên, và mục tiêu cuối cùng là nâng cao năng lực giao tiếp và ứng dụng ngoại ngữ thực tế cho sinh viên.

Một trong những phát hiện nổi bật từ khảo sát là sự đồng thuận cao về việc chuyển đổi phương pháp giảng dạy ngoại ngữ theo hướng tích cực, lấy sinh viên làm trung tâm. Có tới 69% người tham gia đồng ý với quan điểm này, trong khi chỉ 3% không đồng ý. Điều này phản ánh nhận thức rõ ràng về những hạn chế của phương pháp truyền

thống, vốn mang tính một chiều, thiếu cơ hội tương tác và tư duy độc lập. Đồng thời, phương pháp học qua dự án (PBL) cũng nhận được sự ủng hộ lớn với 80% đồng ý, chỉ 7% phản đối và 13% trung lập. PBL được đánh giá cao nhờ khả năng giúp sinh viên áp dụng kiến thức vào thực tế, phát triển kỹ năng làm việc nhóm, tư duy phản biện và thuyết trình - những kỹ năng cần thiết cho môi trường nghề nghiệp hiện đại.

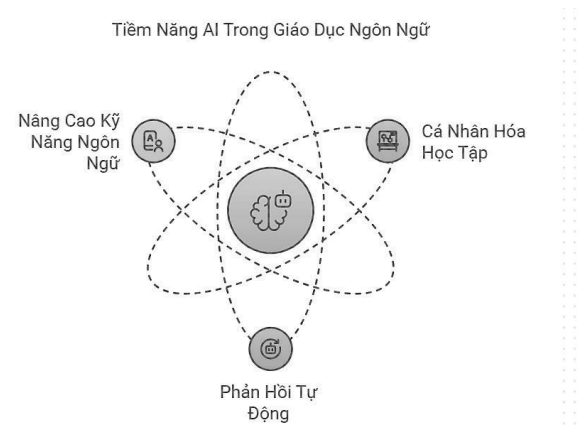


Tương tự, phương pháp học hợp tác nhận được 76% ý kiến đồng thuận, trong khi chỉ 6% không đồng ý. Phương pháp này góp phần nâng cao kỹ năng giao tiếp, hợp tác và lắng nghe tích cực qua các hoạt động nhóm như thảo luận, đóng vai hay trò chơi ngôn ngữ. Đặc biệt, 91% người tham gia khảo sát đồng ý rằng giảng viên nên chuyển vai trò từ người giảng dạy sang người hướng dẫn, hỗ trợ sinh viên. Đồng thời, cũng có 91% đồng thuận với mục tiêu đào tạo ngoại ngữ là phát triển năng lực giao tiếp thực tế cho sinh viên. Những kết quả này cho thấy nhu cầu cấp thiết về đổi mới phương pháp

và mục tiêu giảng dạy nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế.

3.2. Sử dụng công nghệ thông tin và các phần mềm hỗ trợ dạy học ngoại ngữ.

Công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) đã mang lại những cơ hội to lớn cho việc đổi mới phương pháp dạy và học ngoại ngữ. Việc ứng dụng ICT vào giảng dạy không chỉ làm tăng tính hấp dẫn và sinh động của bài giảng, mà còn mở ra nhiều hình thức học tập mới, linh hoạt và cá nhân hóa hơn.



Các phần mềm và ứng dụng học ngoại ngữ trên máy tính và thiết bị di động như Duolingo, Memrise, Quizlet, Elsa Speak, Grammarly không chỉ cung cấp bài học, bài tập, trò chơi mà còn giúp người học chủ động luyện tập từ vựng, ngữ pháp, phát âm và các kỹ năng một cách linh hoạt. Bên cạnh đó, các công cụ trực tuyến như Google Classroom, Moodle, Canvas, Microsoft Teams hỗ trợ giảng viên quản lý lớp học, giao bài tập, chia sẻ tài liệu và tạo diễn đàn thảo luận. Việc sử dụng đa phương tiện như video, audio, podcast, infographic, animation và các nguồn tài liệu trực tuyến

giúp nội dung bài giảng phong phú, tăng tính trực quan và sinh động. Đặc biệt, công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) có tiềm năng lớn trong việc cá nhân hóa quá trình học tập, cung cấp phản hồi tự động và hỗ trợ người học nâng cao năng lực ngoại ngữ. Các công cụ AI có thể phân tích lỗi sai, tạo bài tập phù hợp với trình độ từng cá nhân hoặc cung cấp chatbot để luyện tập giao tiếp.

Việc kết hợp sử dụng các công nghệ này một cách hiệu quả sẽ giúp sinh viên tiếp cận nguồn tài liệu học tập đa dạng, chủ động luyện tập và nâng cao trình độ ngoại ngữ một cách tối ưu. Để ứng dụng hiệu quả công nghệ thông tin trong dạy và học ngoại ngữ, nhà trường cần đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị, phần mềm và đường truyền internet, đồng thời đào tạo và bồi dưỡng cho giảng viên về kỹ năng sử dụng công nghệ và tích hợp công nghệ vào bài giảng.

3.3. Nâng cao năng lực giảng viên

Chất lượng đội ngũ giảng viên là yếu tố quyết định chất lượng đào tạo. Để nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại FBU, cần chú trọng đầu tư vào việc nâng cao năng lực đội ngũ giảng viên ngoại ngữ, cả về chuyên môn, nghiệp vụ và kỹ năng sư phạm.

Tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng sư phạm cho giảng viên

Nhà trường cần tổ chức các khóa đào tạo nhằm nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng sư phạm cho giảng viên. Giảng viên được khuyến khích học cao học, tiến sĩ về giảng dạy tiếng Anh, với hỗ trợ học bổng và tài chính. Đồng thời, cần thường

xuyên tổ chức hội thảo, tập huấn về các phương pháp giảng dạy hiện đại như CLT, TBL, PBL, CLIL, TELL và đánh giá theo chuẩn quốc tế. Giảng viên cũng cần thành thạo công nghệ thông tin, sử dụng phần mềm và công cụ số trong giảng dạy. Ngoài ra, kỹ năng mềm như giao tiếp, thuyết trình, làm việc nhóm và tư duy phản biện cũng rất quan trọng. Bên cạnh đó, nhà trường nên khuyến khích giảng viên tham gia hội thảo, nghiên cứu khoa học, công bố quốc tế và tổ chức các seminar chuyên môn định kỳ để chia sẻ kinh nghiệm, học hỏi và nâng cao chất lượng giảng dạy.

Cải thiện cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện đại đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại FBU. Nhà trường cần đầu tư cải thiện phòng học ngoại ngữ với máy chiếu, phần mềm học ngoại ngữ, hệ thống âm thanh và màn hình tương tác để tạo môi trường học tập hiệu quả. Đồng thời, việc xây dựng phòng lab ngôn ngữ với tai nghe, micro và phần mềm luyện kỹ năng nghe, nói, phát âm giúp sinh viên thực hành tốt hơn. Bên cạnh đó, cần trang bị các phần mềm học ngoại ngữ chất lượng cao, hỗ trợ từ vựng, ngữ pháp, phát âm và kiểm tra trình độ. Ngoài ra, thư viện điện tử cần được phát triển với sách, tạp chí, tài liệu tham khảo phong phú, tích hợp cơ sở dữ liệu quốc tế để giảng viên và sinh viên dễ dàng tiếp cận tài liệu học thuật chất lượng cao.

Tạo động lực học tập cho sinh viên

Động lực học tập là yếu tố quan trọng giúp sinh viên học ngoại ngữ hiệu quả. Để nâng cao chất lượng giảng dạy tại FBU, cần

tạo môi trường học tập hứng thú, thúc đẩy sinh viên rèn luyện và sử dụng ngoại ngữ. Việc tổ chức các cuộc thi như hùng biện, dịch thuật, viết luận và giao lưu với sinh viên quốc tế giúp sinh viên thực hành ngoại ngữ trong môi trường thực tế. Bên cạnh đó, các câu lạc bộ ngoại ngữ cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì niềm đam mê học tập. Ngoài ra, nhà trường nên mở rộng chương trình trao đổi sinh viên và tạo cơ hội thực tập quốc tế tại các doanh nghiệp, tổ chức nước ngoài. Việc hỗ trợ học bổng và tài chính sẽ giúp sinh viên tiếp cận các chương trình này dễ dàng hơn, nâng cao năng lực ngoại ngữ và phát triển kỹ năng toàn diện.

Cập nhật chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo ngoại ngữ cần thường xuyên cập nhật để đáp ứng nhu cầu xã hội và yêu cầu thị trường lao động. Việc thiết kế chương trình linh hoạt, chú trọng kỹ năng thực hành như giao tiếp, thuyết trình, viết báo cáo giúp sinh viên ứng dụng ngoại ngữ vào thực tế. Tăng cường thời lượng thực hành, phát triển các môn chuyên biệt như kỹ năng nghe-nói, viết email chuyên nghiệp, và cá nhân hóa lộ trình học tập giúp sinh viên chủ động hơn. Ngoài ra, việc lồng ghép nội dung chuyên ngành tài chính - ngân hàng vào chương trình ngoại ngữ giúp sinh viên tiếp cận ngôn ngữ chuyên môn. Sử dụng tài liệu thực tế, thiết kế bài tập gắn với nghiệp vụ và mời chuyên gia giảng dạy sẽ nâng cao hiệu quả học tập. Để thực hiện hiệu quả, cần sự phối hợp từ nhà trường, giảng viên và sinh viên.

IV. KẾT LUẬN

Một số giải pháp nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại Trường Đại học Tài chính và Ngân hàng Hà Nội trong quá trình hội nhập Quốc tế đã phân tích thực trạng, thách thức và đề xuất các giải pháp cải thiện đào tạo ngoại ngữ. Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, khả năng sử dụng ngoại ngữ thành thạo là yếu tố quan trọng giúp sinh viên tự tin và cạnh tranh trên thị trường lao động toàn cầu, nhất là trong lĩnh vực tài chính ngân hàng. Nghiên cứu khẳng định việc nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ tại FBU là cần thiết để đáp ứng chuẩn đầu ra và chuẩn bị hành trang vững chắc cho sinh viên.

Kết quả cho thấy dù đã có nỗ lực đầu tư, chất lượng giảng dạy vẫn còn hạn chế với phương pháp truyền thống, thiếu tính tương tác và chủ động của sinh viên. Giảng viên cần được bồi dưỡng về phương pháp sư phạm hiện đại và ứng dụng công nghệ. Cơ sở vật chất chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu học tập, động lực của sinh viên còn thấp do phương pháp giảng dạy chưa hấp dẫn và môi trường thực hành hạn chế. Nghiên cứu đề xuất đổi mới phương pháp giảng dạy, nâng cao năng lực giảng viên, cải thiện cơ sở vật chất, tạo động lực học tập và cập nhật chương trình đào tạo sát thực tiễn, nhằm nâng cao năng lực ngoại ngữ và giúp sinh viên FBU hội nhập thành công.

V. KIẾN NGHỊ

Nhà trường cần có chính sách hỗ trợ tài chính và khuyến khích giảng viên, sinh viên tham gia nâng cao chất lượng dạy và học ngoại ngữ. Việc thành lập quỹ phát

triển ngoại ngữ có thể giúp tài trợ đào tạo giảng viên, mua sắm trang thiết bị và tổ chức hoạt động ngoại khóa. Ngoài ra, cần thiết lập chính sách học bổng, khen thưởng để khuyến khích sinh viên xuất sắc và giảng viên đổi mới phương pháp giảng dạy. Để triển khai đồng bộ, cần phối hợp giữa các phòng ban và nên thành lập Ban Chỉ đạo Nâng cao chất lượng ngoại ngữ.

Tiếp theo, Viện Ngôn ngữ nước ngoài và giảng viên cần chủ động đổi mới phương pháp giảng dạy như CLT, TBL, PBL và ứng dụng công nghệ. Chương trình đào tạo cần linh hoạt, phù hợp với chuẩn đầu ra và thị trường lao động. Giảng viên cần nâng cao chuyên môn, tạo môi trường học tập thân thiện, khuyến khích sinh viên chủ động học tập. Về phía sinh viên, cần xác định mục tiêu học tập, lập kế hoạch phù hợp và tham gia các hoạt động thực hành ngoại ngữ.

Cuối cùng, hợp tác với doanh nghiệp và tổ chức quốc tế sẽ giúp nâng cao chất lượng đào tạo. Doanh nghiệp có thể hỗ trợ sinh viên thực tập, tài trợ học bổng, cơ sở vật chất và tổ chức hội thảo. Nhà trường cần xây dựng hệ thống theo dõi, đánh giá định kỳ để đảm bảo hiệu quả và bền vững. Những nỗ lực này sẽ giúp FBU tạo môi trường đào tạo ngoại ngữ chất lượng cao, hỗ trợ sinh viên hội nhập quốc tế.

Tài liệu Tham khảo

1. Brown, H. Douglas, (2007), *Principles of language learning and teaching* (5th ed.), Pearson Education.
2. Đảng Cộng sản Việt Nam, (2021), *Văn kiện Đại hội XIII của Đảng*.
3. Ellis, Rod, (2003), *Task-based research and language pedagogy*, *Language Teaching Research*, 7(3), 321-347.
4. Giáo dục và Xã hội, (2023), *Tầm quan trọng của ngoại ngữ đối với sinh viên*. *Giáo dục và Xã hội*, Retrieved from <https://giaoducvaxahoi.vn/>
5. Larsen-Freeman, Diane, & Anderson, Marti, (2011), *Techniques and principles in language teaching* (3rd ed.), Oxford University Press.
6. Littlewood, William, (2007), *Communicative language teaching: Towards clarification and greater usefulness*. In J. Cummins & C. Davison (Eds.), *International handbook of English language teaching* (Vol. 1, pp. 159-169), Springer.
7. Richards, Jack C, (2006), *Communicative language teaching today*, *RELJ Journal*, 37(2), 18-39.
8. Van den Branden, Kris, (2006), *Task-based language education: From theory to practice*, Cambridge University Press.
9. Wikipedia contributors, (2023), *Lingua franca*, Wikipedia.

In 100 cuốn, khổ 19 x 27 cm tại Nhà xuất bản Văn học.
Địa chỉ: Số 18 - Nguyễn Trường Tộ, Q. Ba Đình, Hà Nội.
Giấy phép số: 18/GP-BTTTT do Bộ Thông tin và Truyền thông cấp ngày 12/01/2018.
In xong và nộp lưu chiểu năm 2025.