



TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG HÀ NỘI

Tạp chí khoa học TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

Số 13 - 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

NHIỆT LIỆT CHÀO MỪNG

Kỷ niệm **95** NĂM  
NGÀY THÀNH LẬP ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM  
(03/02/1930 - 03/02/2025)

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

Địa chỉ: Tiến 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 13  
2025

**TỔNG BIÊN TẬP**

TS. Phạm Phan Dũng

**PHÓ TỔNG BIÊN TẬP**

PGS.TS. NGƯT. Phạm Ngọc Ánh

**CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP**

PGS.TSKH. Bùi Xuân Biên

**ỦY VIÊN HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP**

GS.TS. NGƯT. 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 Bính

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

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.

# Mục lục

## TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

**3** Giải pháp khắc phục ảnh hưởng tiêu cực của thuế thu nhập doanh nghiệp bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn của Việt Nam

**PGS.TS. Lê Văn Ái**

**11** Giải pháp đẩy mạnh hoạt động tái bảo hiểm trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam

**TS. Nguyễn Thị Thu Hà  
ThS. Phí Thị Minh Nguyệt**

**20** Thúc đẩy phát triển thị trường cho thuê tài chính Việt Nam

**TS. Dương Thị Tuệ  
ThS. Phạm Thị Hồng Nhung,  
ThS. Nguyễn Phương Nga**

**27** Điều chỉnh chính sách: thúc đẩy tăng trưởng dựa trên tiêu dùng cuối cùng

**ThS. Phan Thanh Hà**

## QUẢN TRỊ KINH DOANH

**37** Hành vi mua sắm trực tuyến trên nền tảng TikTok của sinh viên trong nền kinh tế số

**ThS. Võ Thị Đào**

**46** Ứng dụng AI trong hoạt động quản trị doanh nghiệp tại Việt Nam

**ThS. Ngô Đức Giang  
ThS. Nguyễn Thị Hằng**

## KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

**54** Giải pháp áp dụng mô hình CDIO trong thiết kế chương trình đào tạo ngành Kế toán - kiểm toán

**TS. Hoàng Văn Tường  
ThS. Vũ Thị Thanh Ngọc**

## PHÁP LUẬT KINH TẾ

**67** Hoàn thiện pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh

**ThS. Nguyễn Thị Thu Hương**

**78** Hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới

**ThS. Vũ Diệu Quỳnh**

## NGÔN NGỮ NƯỚC NGOÀI

**86** Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo cho sinh viên năm nhất ngành Ngôn ngữ Trung Quốc Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội

**TS. Trương Văn Nam**

**94** Một số phương pháp giảng dạy chữ Hán có hiệu quả cho sinh viên ngành Ngôn ngữ Trung Quốc tại trường Đại học Tài Chính - Ngân Hàng Hà Nội

**ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Trang**

## NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

**103** Hướng tới nền kinh tế xanh ở Việt Nam và nhiệm vụ của cơ quan chức năng

**PGS. TS. Nguyễn Hoàng Minh  
ThS. Bùi Phương Thảo**

**112** NFT - Tiềm ẩn nguy cơ rửa tiền - kinh nghiệm quốc tế và những gợi mở cho Việt Nam

**ThS. Phạm Thị Thanh Hoa**

# GIẢI PHÁP KHẮC PHỤC ẢNH HƯỞNG TIÊU CỰC CỦA THUẾ THU NHẬP DOANH NGHIỆP BỔ SUNG TỐI THIỂU NỘI ĐỊA ĐẠT CHUẨN CỦA VIỆT NAM

PGS.TS. Lê Văn Ái<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Thuế thu nhập doanh nghiệp tối thiểu toàn cầu gọi tắt là “Thuế tối thiểu toàn cầu” do Tổ chức hợp tác quốc tế OECD khởi xướng tháng 6 năm 2013 nhằm hạn chế xu hướng xói mòn cơ sở tính thuế thu nhập doanh nghiệp đã và đang diễn ra ngày càng tăng ở các nước trên thế giới làm cho nguồn thu của ngân sách quốc gia bị thu hẹp. Nhận rõ lợi ích thiết thực của thuế tối thiểu toàn cầu đang có hướng gia tăng ở Việt Nam và để phù hợp với thông lệ quốc tế, ngày 29/11/2023, Quốc hội đã thông qua Nghị quyết số 107/2023 về việc áp dụng thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) bổ sung theo quy định chống xói mòn cơ sở thuế toàn cầu, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2024, áp dụng từ năm tài chính 2024. Sự ra đời Nghị quyết số 107/2023/QH15 có không ít ý kiến trái chiều giữa các nhà khoa học trong các cuộc hội thảo cũng như trên các trang mạng. Để người đọc hiểu rõ hơn Nghị quyết số 107/2023/QH15 của Quốc hội, bài viết tập trung trình bày các vấn đề chủ yếu: (i) Một số nội dung chủ yếu của thuế TNDN bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn (QDMTT) quy định tại Nghị quyết 107/2023/QH15; (ii) Phân tích những tác động của việc áp dụng thuế QDMTT ở Việt Nam; (iii) Tham góp thêm một số giải pháp khắc phục tác dụng tiêu cực đối với chủ trương thu hút nguồn vốn FDI của các công ty đa quốc gia khi áp dụng QDMTT.

**Từ khóa:** Thuế tối thiểu toàn cầu, thu ngân sách nhà nước, thu hút nguồn vốn FDI, công ty đa quốc gia

**Abstract:** The global minimum corporate income tax, abbreviated as “Global Minimum Tax”, was initiated by the Organization for International Cooperation (OECD) in June 2013 to limit the trend of corporate income tax base erosion that has been increasing in countries around the world, causing the national budget revenue to shrink. Recognizing the practical benefits of the global minimum tax that are increasing in Vietnam and in line with international practice, on November 29, 2023, the National Assembly passed Resolution No. 107/2023 on the application of additional corporate income tax according to the regulations against global tax base

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

*erosion, effective from January 1, 2024, applied from the 2024 fiscal year. The birth of Resolution No. 107/2023/QH15 has caused many conflicting opinions among scientists in seminars as well as on websites. To help readers better understand Resolution No. 107/2023/QH15 of the National Assembly, the article focuses on presenting the main issues: (i) Some main contents of the standard domestic minimum supplementary corporate income tax (QDMTT) stipulated in Resolution 107/2023/QH15; (ii) Analyzing the impacts of applying QDMTT tax in Vietnam; (ii) Contributing some additional solutions to overcome the negative effects on the policy of attracting FDI capital of multinational companies when applying QDMTT.*

**Keywords:** Global minimum tax, state budget revenue, attracting FDI capital, multinational companies.

Ngày nhận bài: 25/01/2025

Ngày phản biện: 01/02/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

## I. NỘI DUNG CỤ THỂ

### 1. Một số nội dung cụ thể của QDMTT quy định tại Nghị quyết số 107/2023/QH15

Thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) tối thiểu toàn cầu (gọi tắt là thuế tối thiểu toàn cầu) là một trong hai trụ cột chính của Chương trình hành động chống xói mòn cơ sở thuế toàn cầu do OECD khởi xướng vào tháng 6 năm 2013

Mặc dù thuế tối thiểu toàn cầu không phải là điều ước quốc tế, không phải là cam kết quốc tế, không bắt buộc phải áp dụng trong hệ thống thuế quốc gia, song do có những quy định mang tính nguyên tắc và nhận thấy việc áp dụng thuế tối thiểu toàn cầu mang lại nhiều lợi ích cho quốc gia xét trên phương diện quản lý thuế như chống xói mòn cơ sở thuế TNDN, tăng nguồn thu cho NSNN, đảm bảo công bằng trong thực

hiện nghĩa vụ thuế TNDN, tăng khả năng kết nối trong quản lý thu thuế TNDN đối với các công ty đa quốc gia ở các quốc gia nên nhiều nước đã và đang nghiên cứu áp dụng, trong đó có Việt Nam.

Tại Việt Nam, ngày 29/11/2023/Quốc Hội khóa 15 đã ban hành Nghị quyết 107/2023/QH15 về áp dụng thuế TNDN bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn (QDMTT) theo quy định chống xói mòn cơ sở thuế.

Nội dung chính của thuế QDMTT bao gồm:

Đơn vị hợp thành hoặc tập hợp các đơn vị hợp thành của Tập đoàn đa quốc gia theo quy định tại Điều 2 Nghị quyết số 107/2023/QH15 có hoạt động sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam phải áp dụng Quy định về thuế TNDN bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn (viết tắt là QDMTT). Trường hợp đơn vị hợp thành hoặc tập hợp các đơn vị hợp thành tại Việt Nam có thu nhập theo Quy định về Thuế tối thiểu toàn cầu và thuế suất thực tế tại Việt Nam dưới mức thuế suất tối thiểu thì thuế TNDN bổ sung tối

thiếu nội địa đạt chuẩn tại Việt Nam được xác định như sau:

Số thuế thu nhập doanh nghiệp bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn (QDMTT) = (Tỷ lệ thuế bổ sung x Lợi nhuận tính thuế bổ sung) + Số thuế bổ sung được điều chỉnh cho năm hiện hành (nếu có). Trong đó:

+ Tỷ lệ thuế bổ sung = Thuế suất tối thiểu (15%) - Thuế suất thực tế tại Việt Nam tính cho mỗi năm tài chính. Thuế suất thực tế tại Việt Nam bằng Tổng số thuế thu nhập doanh nghiệp tại Việt Nam thuộc phạm vi áp dụng đã được điều chỉnh trong năm tài chính của các đơn vị hợp thành tại Việt Nam/ Thu nhập ròng tại Việt Nam trong năm tài chính theo Quy định về thuế tối thiểu toàn cầu.

+ Lợi nhuận tính thuế bổ sung = Thu nhập ròng theo Quy định về thuế tối thiểu toàn cầu - Giá trị tài sản hữu hình và tiền lương được giảm trừ theo Quy định của thuế tối thiểu toàn cầu. Trong đó:

Thu nhập ròng theo Quy định của thuế tối thiểu toàn cầu bằng thu nhập theo Quy định của thuế tối thiểu toàn cầu của tất cả đơn vị hợp thành trừ đi lỗ theo Quy định của thuế tối thiểu toàn cầu của tất cả đơn vị hợp thành.

Giá trị tài sản hữu hình và tiền lương được giảm trừ theo Quy định của thuế tối thiểu toàn cầu khi xác định lợi nhuận tính thuế bổ sung là giá trị bằng 5% tổng giá trị hữu hình trung bình hàng năm của tất cả đơn vị hợp thành tại Việt Nam và 5% tổng tiền lương của tất cả đơn vị hợp thành tại Việt Nam theo Quy định về thuế tối thiểu toàn cầu.

Trong giai đoạn chuyển tiếp từ năm 2024, giá trị tài sản hữu hình và tiền lương được giảm trừ cho từng năm theo tỷ lệ quy định tại Phụ lục ban hành kèm theo Nghị quyết số 107/2023/QH15.

#### **Lưu ý:**

Số thuế TNDN bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn sẽ được xác định bằng 0 (không) trong một năm tài chính nếu đơn vị hợp thành hoặc tập hợp các đơn vị hợp thành trong năm tài chính liên quan đáp ứng đồng thời các điều kiện sau đây:

- Doanh thu bình quân theo Quy định về thuế tối thiểu toàn cầu tại Việt Nam dưới 10 triệu EUR;

- Thu nhập bình quân theo Quy định về thuế tối thiểu toàn cầu tại Việt Nam dưới 01 triệu EUR hoặc lỗ.

Hàng năm, nếu đáp ứng điều kiện quy định tại khoản này, đơn vị hợp thành được lựa chọn áp dụng hoặc không áp dụng mức thuế thu nhập doanh nghiệp bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn bằng 0 (không).

Nghị quyết 107/2023/QH15 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2024, áp dụng từ năm tài chính 2024.

Tóm lại, trên đây là những nội dung chính của thuế TNDN bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn Quy định tại Nghị định 107/2023/QH15. Nhìn chung thuế TNDN bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn của Việt Nam được quy định khá rõ ràng, cụ thể, tuân thủ những Quy định về thuế tối thiểu toàn cầu do OECD khởi xướng tháng 6 năm 2013.

## **2. Phân tích ảnh hưởng của việc áp dụng thuế QDMTT**

### **2.1. Ảnh hưởng thuế QDMTT đến môi trường đầu tư.**

Có thể nhìn nhận ảnh hưởng của thuế QDMTT đến môi trường đầu tư trên hai giác độ:

*Giác độ tích cực:*

- Tạo thêm nguồn tài chính cho NSNN để bổ sung vào các dự án đầu tư công của Chính phủ.

Qua rà soát của Tổng cục Thuế, có khoảng 122 tập đoàn nước ngoài đầu tư vào Việt Nam chịu ảnh hưởng của thuế QDMTT. Ngân sách ước tính sẽ thu được hơn 14.600 tỉ đồng khi 122 tập đoàn nước ngoài đầu tư vào Việt Nam nộp thuế này

- Hối thúc Nhà nước nhanh chóng sử dụng các chính sách khuyến khích mới thay cho chính sách sử dụng ưu đãi miễn giảm thuế suất thuế TNDN đối với các công ty đa quốc gia. Trong bối cảnh thúc đẩy mạnh mẽ sự nghiệp CNH& HĐH đất nước, sự đầu tư vốn FDI vào Việt Nam của các công ty đa quốc gia có ý nghĩa quan trọng đối với sự nghiệp CNH&HĐH đất nước. Trước năm 2024, Nhà nước đã sử dụng ưu đãi, miễn giảm thuế suất thuế TNDN đối với các công ty đa quốc gia và coi đây là một trong những giải pháp có ý nghĩa thiết thực để cạnh tranh thu hút nguồn FDI, giữ chân của các công ty đa quốc gia trên lãnh thổ Việt Nam. Nay áp dụng thuế QDMTT với thuế suất 15% (cao hơn thuế suất thuế TNDN đã thực hiện đối với các công ty đa quốc gia như quy định tại Nghị quyết số 107/2023/QH15 của Quốc hội sẽ làm cho các công ty đa quốc gia đắn đo khi bỏ

vốn hoặc chuyển vốn đầu tư vào các quốc gia có thuế suất thuế TNDN thấp hơn. Để giữ chân các công ty đa quốc gia, tất yếu Nhà nước phải nhanh chóng tìm kiếm các giải pháp mới khuyến khích, giữ chân các công ty đa quốc gia.

*Trên giác độ tiêu cực:*

Việc áp dụng thuế QDMTT với thuế suất 15% (cao hơn thuế suất thuế TNDN quy định trước đây) đối với các công ty đa quốc gia hiện hữu ở Việt Nam phần nào làm cho môi trường đầu tư ở Việt Nam kém hấp dẫn, các công ty đa quốc gia có thể thoái vốn đầu tư tại các dự án hoặc chuyển nguồn vốn FDI sang các nước có thuế suất thuế TNDN thấp.

Tình huống này sẽ ảnh hưởng đến thu NSNN và hoạt động xuất khẩu của Việt Nam trong những năm tới. Được biết năm 2023, khu vực doanh nghiệp FDI đóng góp cho NSNN Việt Nam là 18,3 tỷ USD tương đương 25,4% tổng thu NSNN, xuất khẩu đạt 259,1 tỷ USD tương đương 73,1% kim ngạch xuất khẩu cả nước. Ngày 01/01/2024 chính thức triển khai áp dụng thuế QDMTT, nếu không có giải pháp mới thay cho việc sử dụng chính sách ưu đãi miễn giảm thuế suất thuế TNDN chắc chắn sẽ khó giữ chân các công ty đa quốc gia và như vậy số thu NSNN và kim ngạch xuất khẩu từ hoạt động của các công ty đa quốc gia sẽ giảm sút so với trước.

### **2.2. Ảnh hưởng của việc áp dụng thuế đến các công ty đa quốc gia đang hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam**

*Ảnh hưởng đầu tiên, trực tiếp, rõ ràng là chi phí thuế TNDN của các công ty đa quốc gia hiện đang hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam tăng cao*

Trước khi áp dụng thuế QDMTT, việc thực hiện ưu đãi thuế TNDN đối với các doanh nghiệp FDI được thực hiện theo Thông tư số 78/2014/TT-BTC ngày 18/6/2014 của Bộ trưởng Bộ Tài chính hướng dẫn thi hành Nghị định số 218/2013/NĐ-CP ngày 26/12/2013 của Chính phủ quy định về hướng dẫn thi hành Luật Thuế TNDN và Thông tư số 96/2015/TT-BTC ngày 22/6/2015 của Bộ trưởng Bộ Tài chính hướng dẫn về thuế TNDN tại Nghị định số 12/2015/NĐ-CP ngày 12/02/2015 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của các luật về thuế và sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định về thuế và sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 78/2014/TT-BTC ngày 18/6/2014, Thông tư số 119/2014/TT-BTC ngày 25/8/2014, Thông tư số 151/2014/TT-BTC ngày 10/10/2014 của Bộ trưởng Bộ Tài chính với mức ưu đãi thuế suất. Nhìn chung các văn bản quy phạm pháp luật kể trên đều quy định thuế suất thuế TNDN có mức thuế suất thấp hơn 15% trên thu nhập chịu thuế của các doanh nghiệp FDI và cho phép thực hiện chính sách miễn, giảm thuế đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của các công ty đa quốc gia. Khi áp dụng thuế QDMTT với mức thuế suất 15% và không thực hiện việc miễn giảm thuế TNDN như trước, tất yếu chi phí về thuế TNDN của các doanh nghiệp FDI sẽ tăng cao.

*Ảnh hưởng gián tiếp đến việc phân phối, trích lập, sử dụng các quỹ của các công ty đa quốc gia.*

- Nguồn ngân sách trích lập cho Quỹ đầu tư phát triển giảm dẫn đến việc đầu tư ngắn hạn, dài hạn; đầu tư chiều rộng, chiều sâu của doanh nghiệp FDI gặp nhiều trở ngại.

- Nguồn ngân sách trích lập các quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu giảm dẫn đến nhu cầu ngân sách cho việc trích lập các quỹ khác trong doanh nghiệp bị ảnh hưởng.

- Do lợi nhuận sau thuế TNDN giảm dẫn đến việc trích lập các quỹ khen thưởng, phúc lợi cho người lao động giảm, làm suy yếu động lực nâng cao hiệu suất, hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh của người lao động đối với doanh nghiệp.

- Mức độ phân phối cổ tức, lợi nhuận sau thuế cho các cổ đông giảm sút dẫn đến việc gọi vốn gặp khó khăn.

*Các doanh nghiệp FDI sẽ thay đổi chiến lược ứng phó với việc áp dụng thuế QDMTT bằng việc ngưng hoạt động đầu tư FDI, chuyển nguồn vốn FDI đầu tư vào các nước có thuế suất thuế TNDN thấp và có nhiều ưu đãi, miễn giảm thuế.*

Đương nhiên, các doanh nghiệp FDI phải có sự cân nhắc tính toán đến chi phí cơ hội cho những chủ trương này của mình.

### **2.3. Tạo ra mối liên kết quốc tế trong quản lý thuế QDMTT**

Trong quy định thuế tối thiểu toàn cầu có một điểm chú ý bắt buộc công tác quản lý thuế QDMTT phải tạo dựng mối liên kết các cơ quan quản lý thuế các nước đó là: ngưỡng chịu thuế tối thiểu toàn cầu của các công ty đa quốc gia là doanh thu hợp nhất toàn cầu hằng năm từ 750 triệu EUR (khoảng 19.500 tỷ VND) trong ít nhất 2 năm trong giai đoạn 4 năm liên kế trước năm soát xét. Để có thể liệt kê các

công ty đa quốc gia vào đối tượng chịu thuế QDMTT, bắt buộc phải nắm rõ doanh thu hợp nhất toàn cầu từ 750 triệu EUR. Điều này đòi hỏi có sự phối hợp cung cấp thông tin từ cơ quản lý công ty mẹ.

Tóm lại: trên đây là một số nét khái quát về ảnh hưởng của việc áp dụng thuế QDMTT theo quy định tại Nghị quyết số 107/2023/QH của Quốc hội. Việc áp dụng thuế QDMTT có nhiều ảnh tích cực và tiêu cực, song ảnh hưởng nổi bật là việc áp dụng thuế QDMTT sẽ làm giảm sút chính sách khuyến khích thu hút nguồn vốn FDI của các công ty đa quốc gia bằng biện pháp khuyến khích về thuế suất, miễn, giảm thuế TNDN, khó giữ chân các công ty đa quốc gia trên thị trường Việt Nam nếu Việt Nam không có biện pháp khuyến khích mới thay thế biện pháp khuyến khích bằng thuế TNDN

### **3. Giải pháp khắc phục ảnh hưởng tiêu cực khi áp dụng thuế QDMTT ở Việt Nam**

Như đã chỉ ra ở trên, việc áp dụng thuế QDMTT có nhiều ảnh hưởng đến hoạt động kinh tế tài chính của Việt Nam bao gồm cả khía cạnh tích cực và tiêu cực.

Ảnh hưởng tiêu cực khi áp dụng thuế QDMTT chủ yếu là làm tăng chi phí thuế TNDN của các công ty đa quốc gia thuộc diện điều chỉnh của thuế QDMTT, ảnh hưởng đến chủ trương đầu tư nguồn FDI của các công ty đa quốc gia vào lãnh thổ Việt Nam, các công ty đa quốc gia có thể thoái lui đầu tư, chuyển nguồn vốn FDI sang các quốc gia có thuế suất thấp hơn 15% trên thu nhập chịu thuế và các chính

sách miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp. Do đó giải pháp quan trọng khắc phục ảnh hưởng tiêu cực khi áp dụng thuế QDMTT là Việt Nam cần có chính sách ưu đãi, khuyến khích mới thay cho chính sách ưu đãi bằng thuế TNDN, nhằm giữ chân các nhà đầu tư có tiềm năng về vốn, công nghệ, kinh nghiệm yên tâm làm ăn lâu dài với Việt Nam.

#### ***3.1. Thực hiện hỗ trợ tài trợ chính đối với các công ty đa quốc gia do ảnh hưởng áp dụng thuế QDMTT làm tăng chi phí thuế TNDN.***

Để thực hiện giải pháp này, Nhà nước cần nghiên cứu thành lập và có quy chế sử dụng Quỹ hỗ trợ đầu tư quốc gia. Nguồn tài chính hình thành Quỹ hỗ trợ đầu tư quốc gia có thể lấy từ kết quả thu thuế QDMTT và các nguồn tài chính hợp pháp khác. Yêu cầu đặt ra đối với việc thành lập và sử dụng Quỹ hỗ trợ đầu tư quốc gia là phải có những quy định rõ ràng, không vi phạm những quy định của quốc tế. Đối tượng được hưởng từ Quỹ hỗ trợ đầu tư quốc gia phải là những doanh nghiệp, các công ty đa quốc gia do áp dụng thuế QDMTT làm tăng chi phí thuế TNDN. Mức hỗ trợ căn cứ vào mức tăng chi phí thuế TNDN khi doanh nghiệp đầu tư vào các dự án nằm trong chiến lược phát triển của Nhà nước do áp dụng thuế QDMTT với một tỷ lệ hợp lý. Trong quá trình sử dụng Quỹ hỗ trợ đầu tư quốc gia cần có những phân tích, đánh giá, kịp thời bổ sung, điều chỉnh cho thích hợp, bảo đảm sử dụng quỹ một cách hữu ích, thiết thực đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của các công ty đa quốc gia bị tăng chi phí thuế TNDN do áp dụng thuế QDMTT.

### **3.2. Tiếp tục và tăng cường chính sách ưu đãi về thuế GTGT, thuế nhập khẩu, thuế sử dụng đất. Cụ thể:**

- Đối với thuế GTGT thực hiện việc miễn giảm với một số hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu.

- Đối với thuế nhập khẩu thực hiện miễn giảm với máy móc, thiết bị, vật tư, phụ tùng phục vụ sản xuất kinh doanh.

- Đối với thuế sử dụng đất thực hiện miễn, giảm với các dự án đầu tư có diện tích đất lớn, thời gian sử dụng lâu dài.

### **3.3. Thực hiện ưu đãi về các thủ tục hành chính:**

- Đơn giản hóa thủ tục đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp FDI thực hiện các thủ tục đầu tư.

- Thủ tục thành lập mới doanh nghiệp FDI được thực hiện một cách nhanh gọn, tránh gây phiền hà.

- Tạo điều kiện cho doanh nghiệp FDI được hưởng các dịch vụ hỗ trợ như tư vấn đầu tư, cung cấp thông tin, giải đáp thắc mắc, hỗ trợ thủ tục hành chính.

### **3.4. Thực hiện ưu đãi về đất đai. Cụ thể:**

- Doanh nghiệp FDI thuê đất với giá ưu đãi và thời gian sử dụng dài.

- Nhà nước thực hiện hỗ trợ cho các doanh nghiệp FDI giải phóng mặt bằng xây dựng cơ sở hạ tầng các dự án đầu tư.

### **3.5. Thực hiện ưu đãi về lao động:**

- Doanh nghiệp được tự do tuyển dụng lao động trong và ngoài nước.

- Nhà nước hỗ trợ đào tạo nghề cho lao động của các doanh nghiệp FDI.

### **3.6. Thực hiện ưu đãi về ngoại hối:**

- Cho phép doanh nghiệp FDI được chuyển đổi ngoại hối tự do.

- Cho phép doanh nghiệp FDI được chuyển lợi nhuận ra nước ngoài sau khi hoàn thành nghĩa vụ thuế QDMTT.

Ngoài ra cần tiến hành thực hiện một số ưu đãi khác như:

- Ưu đãi về điện, nước, viễn thông.

- Ưu đãi về quyền bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

- Ưu đãi tham gia các chương trình khuyến mãi, xúc tiến thương mại.

Tất nhiên, việc thực hiện các chính sách ưu đãi kể trên tùy thuộc vào lĩnh vực, địa điểm và quy mô các dự án do các doanh nghiệp FDI thực hiện.

Tóm lại, nếu các giải pháp ưu đãi trên được triển khai thực hiện trong thực tiễn một cách cụ thể, bài bản thì chắc chắn những hạn chế của “Thuế thu nhập doanh nghiệp tối thiểu nội địa đạt chuẩn” (QDMTT) sẽ được khắc phục.

## **II. KẾT LUẬN**

Sự xói mòn cơ sở tính thuế TNDN đang có chiều hướng gia tăng không chỉ ở các nước tiên tiến trên thế giới mà ngay cả ở Việt Nam làm cho nguồn thu của NSNN bị thu hẹp. Sự ra đời của cơ chế “Thuế tối thiểu toàn cầu” là một trong hai biện pháp quan trọng có tác dụng ngăn ngừa sự xói mòn cơ sở tính thuế. Thấy rõ vai trò quan trọng của cơ chế thuế tối thiểu toàn cầu, Quốc hội Việt Nam đã ban hành thuế TNDN tối thiểu nội địa đạt chuẩn (QDMTT) (Nghị quyết số 107/2023/QH15). So với Luật thuế TNDN hiện

hành, việc áp dụng “Thuế TNDN tối thiểu nội địa đạt chuẩn” (QDMTT) có phần hạn chế chính sách thu hút đầu tư của Nhà nước đối các tập đoàn kinh tế đa quốc gia. Nhằm khắc phục hạn chế này, ngoài việc trình bày những nội dung chủ yếu của Nghị quyết 107/2023/QH15, phân tích vai trò tác dụng của nó, bài viết đã kết hợp ý kiến của các nhà khoa học và suy nghĩ cá nhân của tác giả để cố gắng đưa ra hệ thống các giải pháp khắc phục. Nhìn chung các giải pháp này mang tính chất là các giải pháp thay thế.

---

**Tài liệu tham khảo**

1. Nghị quyết số 107/2023/QH15 về thuế TNDN bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn.

2. Thuế tối thiểu toàn cầu, tính hai mặt và giải pháp thích ứng (<https://www.google.com/search?q=t%C3%ADnh+hai+m%E1%BA%B7t+c%E1%BB%A7a+thu%E1%BA%BF+t%E1%BB%91i+thi%E1%BB%83u+to%C3%A0n+c%E1%BA%A7u&rlz=1C1CHBDviVN939VN939&oq=T%C3%ADnh&aqs=chrome.0.69i59j69i57j0i512j0i433i512l2j0i51>)

3. Thuế tối thiểu toàn cầu tác động đến kinh tế Việt Nam (<https://kinhtevadubao.vn/tac-dong-cua-chinh-sach-thue-toi-thieu-toan-cau-den-kinh-te-viet-nam-27923.html>)

4. Một số văn pháp luật về thuế TNDN của Việt Nam đối với các công ty đa quốc gia.

# GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG TÁI BẢO HIỂM TRÊN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM PHI NHÂN THỌ VIỆT NAM

TS. Nguyễn Thị Thu Hà, ThS. Phí Thị Minh Nguyệt<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Tái bảo hiểm là nghiệp vụ không thể thiếu trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ. Đà tăng trưởng khá khả quan của nền kinh tế cùng với sự linh hoạt của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ trong việc đánh giá rủi ro đã thúc đẩy thị trường tái bảo hiểm Việt Nam phát triển sôi động hơn trong những năm qua. Tuy vậy, có một thực tế là tình trạng phí tái bảo hiểm ra nước ngoài của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam vẫn cao, năng lực tái bảo hiểm trong nước chưa có nhiều cải thiện. Vì vậy, cần phải có những giải pháp phù hợp để đẩy mạnh hoạt động tái bảo hiểm, đặc biệt là nâng cao vị thế, năng lực của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ, các doanh nghiệp tái bảo hiểm Việt Nam.

**Từ khóa:** Bảo hiểm phi nhân thọ, tái bảo hiểm, tái bảo hiểm trong nước, tái bảo hiểm nước ngoài, kinh doanh tái bảo hiểm.

**Abstract:** Reinsurance is an indispensable operation in the business activities of non-life insurance companies. The significant growth of the economy, coupled with the flexibility of non-life insurance companies in risk assessment, has propelled the reinsurance market in Vietnam to a dynamic state in recent years. Nevertheless, a prevailing issue is the high outflow of reinsurance premiums to foreign markets, while domestic reinsurance capacity remains relatively limited. Hence, there is a pressing need for appropriate solutions to bolster reinsurance activities, particularly in augmenting the standing and capacity of non-life insurance companies and domestic reinsurance entities in Vietnam.

**Keywords:** Non-life insurance, reinsurance, domestic reinsurance, foreign reinsurance, reinsurance business.

Ngày nhận bài: 19/12/2024

Ngày phản biện: 27/12/2024

Ngày chỉnh sửa: 05/01/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

1. Học viện Tài chính.

I. TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM PHI NHÂN THỌ VIỆT NAM

Khởi đầu với duy nhất một doanh nghiệp bảo hiểm là Công ty Bảo hiểm Bảo Việt, cho đến nay, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam đã chứng kiến sự ra đời và phát triển của 32 doanh nghiệp bảo hiểm (DNBH). Các DNBH luôn nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng một cách tốt nhất, chuyên nghiệp nhất nhu cầu của khách hàng, không tụt hậu với thị trường bảo hiểm thế giới.

**Bảng 1: Tình hình phát triển thị trường bảo hiểm phi nhân thọ từ 2018-2023**

| Chỉ tiêu                         | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Tổng số DNBH phi nhân thọ        | 31     | 31     | 32     | 32     | 32     | 32     |
| Tổng vốn chủ sở hữu (tỷ đồng)    | 26.280 | 30.118 | 33.564 | 34.442 | 37.392 | 39.202 |
| Tổng doanh thu phí BH (tỷ đồng)  | 46.970 | 53.336 | 56.677 | 59.135 | 69.459 | 71.439 |
| Tổng bồi thường BH gốc (tỷ đồng) | 19.808 | 20.793 | 20.709 | 18.891 | 23.418 | 24.204 |
| Tổng số tiền đầu tư (tỷ đồng)    | 42.851 | 46.991 | 52.879 | 62.701 | 63.612 | 73.413 |
| Tốc độ tăng trưởng (%/năm)       | -      | 13,55  | 6,2    | 4,3    | 17,4   | 2,8    |

Nguồn: *Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2018-2023*

Năm 2023, tổng doanh thu phí bảo hiểm phi nhân thọ đạt 71.439 tỷ đồng, các DNBH phi nhân thọ đầu tư trở lại nền kinh tế 73.413 tỷ đồng, số tiền bồi thường bảo hiểm gốc là 24.204. Như vậy thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng. Tuy nhiên mặc dù năm 2022, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ đã vượt qua ảnh hưởng của đại dịch Covid (năm 2020, 2021) với tốc độ tăng trưởng là 17,4% thì đến năm 2023, tốc độ tăng trưởng chỉ là 2,8%. Tốc độ tăng trưởng năm 2023 thậm chí thấp hơn tốc độ tăng trưởng của 2 năm khi mà kinh tế xã hội Việt Nam bị

ảnh hưởng mạnh bởi dịch bệnh mà nguyên nhân chủ yếu do khủng hoảng truyền thông từ thị trường bảo hiểm nhân thọ. Với những nỗ lực của Bộ Tài chính, Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam và các doanh nghiệp bảo hiểm, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam chắc chắn sẽ có sự thay đổi tích cực ở năm 2024.

Hầu hết các DNBH phi nhân thọ đều đáp ứng được khả năng thanh toán theo quy định. Các sản phẩm dịch vụ bảo hiểm ngày càng đa dạng, phù hợp với nhu cầu của xã hội. Các DNBH phi nhân thọ đang mở rộng khai thác mảng khách hàng cá nhân,

đa dạng hóa kênh phân phối, nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, tăng cường chất lượng dịch vụ, từng bước phát triển chắc chắn, ổn định, góp phần vào tăng trưởng, phát triển kinh tế - xã hội.

## **II. HOẠT ĐỘNG TÁI BẢO HIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM PHI NHÂN THỌ VIỆT NAM**

### **1. Tình hình tái bảo hiểm theo nghiệp vụ trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ**

Tùy thuộc vào năng lực tài chính, chương trình tái bảo hiểm của các doanh nghiệp bảo hiểm cũng như quy định pháp lý mà mức độ sử dụng tái bảo hiểm là khác nhau, cả về quy mô và loại bảo hiểm có tái bảo hiểm. Do số lượng nghiệp vụ bảo hiểm phi nhân thọ khá lớn nên bài viết cũng chỉ đề cập tới tình hình nhượng tái ra nước ngoài của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ theo 05 nhóm nghiệp vụ có tỷ trọng doanh thu lớn của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ, bao gồm: bảo hiểm sức khỏe, bảo hiểm xe cơ giới, bảo hiểm tài sản - thiệt hại, bảo hiểm cháy nổ và bảo hiểm hàng hóa vận chuyển.

Theo số liệu về tình hình tái bảo hiểm (Bảng 2), các nghiệp vụ bảo hiểm có số phí tái bảo hiểm cao nhất là bảo hiểm tài sản - thiệt hại (khoảng 69%), bảo hiểm cháy nổ (khoảng 66%); và bảo hiểm hàng hóa vận chuyển (khoảng 31%). Hai nhóm bảo hiểm có doanh thu phí gốc cao nhất là bảo hiểm sức khỏe và bảo hiểm xe cơ giới lại có tỷ lệ tái bảo hiểm rất thấp, trung bình là 16,5%. Như vậy, những nghiệp vụ bảo hiểm có mức độ rủi ro cao đã được các

doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ sử dụng tái bảo hiểm để phân chia rủi ro đồng thời tuân thủ quy định pháp lý để đảm bảo sự an toàn tài chính đối với doanh nghiệp bảo hiểm. Với các nghiệp vụ bảo hiểm có số tiền bảo hiểm thấp, các vụ tổn thất khiếu nại nhỏ thì việc sử dụng tái bảo hiểm hạn chế là phù hợp.

Về thu xếp tái bảo hiểm, thị trường bảo hiểm Việt Nam thường sử dụng phương pháp tái bảo hiểm truyền thống là phương pháp tái bảo hiểm theo tỷ lệ. Phương pháp tái bảo hiểm phi tỷ lệ (vượt mức bồi thường) được một số doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ sử dụng đặc biệt đối với bảo hiểm hàng hóa. Với bảo hiểm xe cơ giới, bảo hiểm sức khỏe thường được giữ lại và bảo vệ bởi các hợp đồng vượt mức bồi thường.

### **2. Tình hình nhượng tái bảo hiểm ra nước ngoài của TTBH phi nhân thọ Việt Nam**

Sự phát triển kinh tế xã hội ở Việt Nam đã làm gia tăng nhu cầu bảo hiểm trong xã hội. Điều đó tác động tích cực tới sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam nhưng cũng đòi hỏi các doanh nghiệp bảo hiểm phải áp dụng kỹ thuật phân chia rủi ro phù hợp để đảm bảo mục tiêu tăng trưởng nhưng an toàn. Cùng với đồng bảo hiểm, các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ đã thực hiện nghiệp vụ tái bảo hiểm với các doanh nghiệp bảo hiểm trên thị trường bảo hiểm Việt Nam. Tuy nhiên, giá trị dịch vụ chuyển ra các thị trường bảo hiểm nước ngoài vẫn chiếm tỷ trọng lớn. Những số liệu dưới đây sẽ minh họa điều đó.

**Bảng 2. Tình hình tái bảo hiểm theo nghiệp vụ  
trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam từ 2018-2023**

*Đơn vị tính: tỷ đồng*

| Nghiệp vụ                    | 2018    |         | 2019    |         | 2020    |         | 2021    |         | 2022    |         | 2023    |         |
|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                              | Phí gốc | Phí TBH | Phí gốc | Phí TBH | Phí gốc | Phí TBH | Phí gốc | Phí TBH | Phí gốc | Phí TBH | Phí gốc | Phí TBH |
| Sức khỏe                     | 14.466  | 1.765   | 17.361  | 2.563   | 18.266  | 3.089   | 18.954  | 3.788   | 24.075  | 4.421   | 23.754  | 4.100   |
| Xe cơ giới                   | 14.497  | 2.931   | 16.310  | 3.004   | 17.308  | 2.971   | 16.227  | 2.451   | 18.275  | 2.444   | 17.870  | 2.039   |
| Tài sản và thiệt hại         | 6.145   | 4.158   | 6.265   | 4.241   | 7.276   | 5.108   | 7.758   | 5.500   | 7.826   | 5.240   | 9.076   | 6.490   |
| Bảo hiểm cháy nổ             | 4.523   | 3.006   | 5.844   | 3.690   | 6.447   | 3.986   | 7.586   | 5.209   | 9.466   | 6.560   | 10.833  | 7.928   |
| Bảo hiểm hàng hóa vận chuyển | 2.593   | 894     | 2.530   | 954     | 2.263   | 769     | 2.751   | 868     | 3.115   | 1.224   | 2.843   | 952     |

*Nguồn: Tính toán trên số liệu của Bộ Tài chính*

**Bảng 3. Hoạt động tái bảo hiểm của các DNBH phi nhân thọ Việt Nam  
năm 2018-2022**

*Đơn vị tính: tỷ đồng*

| Chỉ tiêu                            | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1. Doanh thu phí gốc                | 46.652 | 52.842 | 55.807 | 57.878 | 69.161 | 71.038 |
| 2. Phí nhận tái bảo hiểm trong nước | 1.441  | 1.495  | 1.655  | 2.122  | 2.747  | 2.979  |
| 3. Phí nhận tái từ nước ngoài       | 1.066  | 964    | 914    | 898    | 1.104  | 1.615  |
| 4. Phí nhượng tái trong nước        | 4.974  | 5.195  | 6.146  | 6.567  | 8.049  | 8.224  |
| 5. Phí nhượng tái ra nước ngoài     | 12.271 | 14.052 | 14.555 | 17.044 | 19.316 | 21.404 |

*Nguồn: Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam*

Trong giai đoạn 2018-2023, tổng lượng phí bảo hiểm mà các DNBH phi nhân thọ chuyển nhượng ra nước ngoài là 98.642 tỷ đồng, trong khi đó phí nhượng tái bảo hiểm trong nước chỉ là 39.155 tỷ đồng. Như vậy, thị trường bảo hiểm quốc tế có sự ảnh hưởng rất lớn đến thị trường bảo hiểm phi nhân thọ ở Việt Nam.

Số liệu của Bảng 3 cũng cho thấy, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam cũng nhận tái bảo hiểm từ thị trường bảo hiểm nước ngoài, tuy nhiên phí nhận tái bảo hiểm từ nguồn này rất khiêm tốn, đạt 6.561 tỷ đồng, chỉ bằng khoảng 6,6% so với phí nhượng tái bảo hiểm nước ngoài. Và đây cũng là tình trạng của những năm trước.

3. Năng lực tái bảo hiểm của các doanh nghiệp tái bảo hiểm Việt Nam

Hiện nay ở Việt Nam có 02 doanh nghiệp tái bảo hiểm chuyên nghiệp là VINARE và Hanoi Re (PVI Re trước đây). Ngoài việc kinh doanh nhận và nhượng tái bảo hiểm trong và ngoài nước, hoạt động của các công ty tái bảo hiểm còn có vai trò quan trọng trong việc điều tiết dịch vụ cho thị trường bảo hiểm; tư vấn, giúp đỡ các doanh nghiệp bảo hiểm gốc trong công tác khai thác, thu xếp tái bảo hiểm và giải quyết bồi thường; đầu mối đào tạo, cung cấp thông tin bảo hiểm - tái bảo hiểm cho thị trường trong nước và quốc tế; tổng hợp tình hình thị trường phục vụ cho công tác quản lý và hợp tác giữa các doanh nghiệp bảo hiểm,....

Mặc dù cả 2 doanh nghiệp tái bảo hiểm của Việt Nam đã có những thay đổi tích cực về năng lực kinh doanh, năng lực tài chính nhưng khả năng nhận tái của cả hai doanh nghiệp này còn hạn chế.

Bảng 4. Hoạt động tái bảo hiểm của VINARE và HANOIRE

Đơn vị tính: tỷ đồng

| Doanh nghiệp | 2021         |             | 2022         |             | 2023         |             |
|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|              | Phí nhận TBH | Phí giữ lại | Phí nhận TBH | Phí giữ lại | Phí nhận TBH | Phí giữ lại |
| VINARE       | 2.246        | 1.284       | 2.316        | 1.274       | 2.757        | 1.439       |
| Hanoi Re     | 1.630        | 657         | 2.444        | 1.192       | 2.457        | 1.060       |
| Tổng         | 3.876        | 1.941       | 4.760        | 2.466       | 5.214        | 2.499       |

Nguồn: Báo cáo thường niên của VINARE và HanoiRe

Hoạt động nhận tái bảo hiểm của VINARE và Hanoi Re chủ yếu từ dịch vụ bảo hiểm trong nước. Năm 2022, thị phần của 2 doanh nghiệp tái bảo hiểm đã tăng 22,8% so với năm 2021; tốc độ tăng trưởng năm 2023 là 9,5% nhưng chỉ khai thác được khoảng 20%. Chẳng hạn, năm 2023, tổng phí nhượng tái của các DNBH phi nhân thọ là 29.628 tỷ đồng thì các doanh nghiệp tái bảo hiểm của Việt Nam chỉ khai thác là khoảng 5.000 tỷ đồng, chiếm khoảng 17%. Sau đó, số phí nhận tái này lại được nhượng tái bảo hiểm khoảng 2.715 tỷ đồng, khoảng 50%.

Như vậy tham gia trên thị trường tái bảo hiểm phi nhân thọ ở Việt Nam, ngoài 02 doanh nghiệp tái bảo hiểm chuyên nghiệp, còn có sự tham gia của các doanh nghiệp tái bảo hiểm nước ngoài và các DNBH hoạt động trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ. Tuy nhiên số liệu của Bảng 3 cho thấy phí bảo hiểm phi nhân thọ tái ra thị trường nước ngoài tương đối cao.

Với những phân tích về hoạt động tái bảo hiểm của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam, hạn chế nổi cộm nhất hiện nay của hoạt động tái bảo hiểm của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ là tỷ lệ nhượng tái ra nước ngoài trong những năm vừa qua tương đối cao và đương nhiên hoạt động tái bảo hiểm ở thị trường trong nước bị hạn chế. Hàng năm thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam đã để hàng chục nghìn tỷ VND chảy vào túi các công ty bảo hiểm, công ty tái bảo hiểm nước ngoài. Nguyên nhân cơ bản của thực trạng trên là năng lực tài chính của các DNBH Việt Nam còn thấp. Cộng với nguồn nhân lực thiếu hụt đã làm giảm năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp này. Theo quy định hiện nay, với các dịch vụ khai thác, các DNBH phi nhân thọ cần phải xác định mức giữ lại cho từng loại hình bảo hiểm, mức giữ lại không được vượt quá 10% vốn chủ sở hữu. Giả sử một DNBH/DN tái BH có vốn chủ sở hữu là 1.000 tỷ đồng thì doanh nghiệp này cũng chỉ giữ lại giá trị dịch vụ tối đa 100 tỷ đồng. Theo số liệu của Bộ Tài chính, các DNBH phi nhân thọ có vốn chủ sở hữu trên 1.000 tỷ đồng chỉ có 12/32 doanh nghiệp, còn lại đều có vốn chủ sở hữu dưới 1.000 tỷ. Thực tế ở thị trường bảo hiểm phi nhân

thọ, các nghiệp vụ bảo hiểm sử dụng đến tái bảo hiểm là các nghiệp vụ có số tiền bảo hiểm lớn, có thể lên tới hàng nghìn tỷ đồng thì chắc chắn DNBH đó cần phải sử dụng đến tái bảo hiểm. Cũng chính vì năng lực tài chính của nhiều DNBH phi nhân thọ nội địa hạn chế nên dòng tiền nhượng tái bảo hiểm sẽ chuyển ra thị trường nước ngoài.

### III. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG TÁI BẢO HIỂM TRÊN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM PHI NHÂN THỌ VIỆT NAM

#### 1. Hoàn thiện môi trường pháp lý

- Cần có quy định pháp lý để kiểm soát tỷ lệ giữ lại và ưu tiên tái bảo hiểm trong nước để tránh tình trạng tái bảo hiểm ra nước ngoài như hiện nay; qua đó giảm thiểu sự phụ thuộc vào thị trường tái bảo hiểm nước ngoài, và đảm bảo sự cân đối dòng ngoại tệ chảy ra nước ngoài.

- Tiếp tục hoàn thiện môi trường pháp lý, cơ chế, chính sách khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động đầu tư của các DNBH nhằm tăng khả năng tài chính cho các DNBH.

#### 2. Nâng cao năng lực tài chính của các DNBH và doanh nghiệp tái bảo hiểm Việt Nam

Năng lực tài chính của DNBH thể hiện ở quy mô vốn chủ sở hữu và quy mô các quỹ dự phòng của doanh nghiệp bảo hiểm. Để nâng cao năng lực tài chính của các DNBH cần phải nâng cao hiệu quả kinh doanh và đầu tư tài chính của DNBH, đồng thời bổ sung thêm vốn cho DNBH.

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt và có tính toàn cầu hóa cao, các DNBH phi nhân thọ cần:

- Tăng nguồn thu từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm: các DNBH phải hoàn thiện - phát triển sản phẩm mới, đa dạng hóa sản phẩm đáp ứng ngày càng cao nhu cầu bảo hiểm của khách hàng; phát triển các kênh phân phối sản phẩm đặc biệt là các kênh tập trung khối lượng khách hàng tiềm năng như Bancassurance, các kênh phân phối hiện đại phù hợp với sự phát triển của thời kỳ công nghệ 4.0 nhằm khai thác tối đa thị trường. Bên cạnh đó, các DNBH cần phải nâng cao chất lượng dịch vụ, làm tốt công tác chăm sóc khách hàng sau bán hàng, xây dựng hệ thống quản lý khách hàng hiện đại để số lượng hợp đồng tái tục ngày một tăng cao. Muốn thực hiện được vấn đề này đòi hỏi các DNBH phải có sự đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, mạng lưới thông tin; xây dựng đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao.

- Kiểm soát các khoản chi, đặc biệt là chi phí bồi thường bảo hiểm: các DNBH cần làm tốt công tác đánh giá rủi ro; Trong khai thác cần chú ý đến hiệu quả kinh doanh không chạy theo doanh thu thuần túy. Tăng cường công tác quản lý rủi ro, nâng cao hiệu quả hoạt động của bộ phận kiểm soát nội bộ, làm tốt công tác để phòng ngừa rủi ro và hạn chế tình trạng gian lận trực lợi trong kinh doanh bảo hiểm. Tái cấu trúc lại doanh nghiệp theo mô hình quản lý hiện đại nhằm giảm chi phí quản lý, giảm thất thoát trong chi bồi thường - trả tiền bảo hiểm.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động đầu tư tài chính. Với diễn biến bất lợi về thiên tai, kinh tế và sự không ổn định về chính trị trên thế giới khiến hoạt động kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ không thuận lợi. Nhận thức được ý nghĩa của hoạt động đầu tư trong việc nâng cao năng lực tài chính của DNBH nên trong thời gian qua các DNBH phi nhân thọ đã quan tâm và chú trọng đến hoạt động đầu tư của doanh nghiệp. Hầu hết các DNBH có ban chuyên trách về đầu tư với đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn phân tích và quản lý hoạt động đầu tư hiệu quả. Tuy nhiên, hoạt động đầu tư của nhiều DNBH chưa đạt hiệu quả, chưa hài hòa giữa lợi nhuận và khả năng thanh khoản; tính chuyên nghiệp của hoạt động đầu tư chưa cao. Do vậy, để hoạt động đầu tư có hiệu quả trước hết DNBH cần phải nâng cao tính chuyên nghiệp của hoạt động đầu tư cả về tổ chức cũng như trình độ đội ngũ cán bộ, đa dạng hóa các danh mục đầu tư.

- Các DNBH phi nhân thọ cần xây dựng lộ trình và kế hoạch tăng vốn. Hầu hết các DNBH phi nhân thọ trên thị trường hiện nay là các doanh nghiệp cổ phần nên việc tăng vốn điều lệ phụ thuộc vào điều kiện tài chính của các cổ đông chiến lược và các cổ đông này thường yêu cầu cổ tức cao dẫn đến chi phí vốn cao. Do vậy, để tăng vốn các DNBH cần tăng cường hơn nữa việc phát hành cổ phiếu cho các nhà đầu tư ngoài các cổ đông chiến lược nhằm thu hút nguồn vốn kinh doanh từ các nhà đầu tư cá nhân. Bên cạnh đó, để tăng quy mô của các quỹ dự phòng các DNBH cần khai thác tốt nhu cầu thị trường để tăng doanh thu, đồng

thời sử dụng các actuary có kinh nghiệm và thương hiệu để tính toán phí cũng như dự phòng chính xác.

### **3. Phát triển nguồn nhân lực tái bảo hiểm**

Yếu tố con người luôn là cốt lõi của mọi sự phát triển. Qua hoạt động thực tế kinh doanh bảo hiểm và tái bảo hiểm cho thấy: hoạt động tái bảo hiểm luôn gắn với kỹ thuật đánh giá rủi ro phức tạp, đòi hỏi trình độ chuyên môn cao, thích ứng cao với hội nhập, phát triển quốc tế và có đạo đức nghề nghiệp. Do vậy để tăng khả năng cạnh tranh của các DNBH, doanh nghiệp tái bảo hiểm và nhằm đẩy mạnh hoạt động tái bảo hiểm giữa các DNBH, các DNBH trên thị trường BH Việt Nam cần chú trọng đến việc nâng cao công tác bồi dưỡng đào tạo chuyên môn nghiệp vụ cho cán bộ của đơn vị mình. Các DNBH/DN tái BH cần hợp tác chặt chẽ với các cơ sở đào tạo chuyên ngành bảo hiểm để có được nguồn nhân lực ổn định, được đào tạo bài bản, đặc biệt chú trọng tới thoả thuận đưa các kiến thức thực tế vào chương trình đào tạo của các cơ sở đào tạo.

### **4. Đẩy mạnh khối lượng dịch vụ giao dịch tái bảo hiểm trực tiếp giữa các DNBH phi nhân thọ Việt Nam, nâng cao chất lượng của dòng phí tái bảo hiểm**

Để đẩy mạnh khối lượng dịch vụ giao dịch tái bảo hiểm trực tiếp giữa các công ty bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam cần phải:

- Hoàn thiện các sản phẩm đã có theo hướng tăng cường hợp tác, chia sẻ thông

tin, giảm cạnh tranh phi kỹ thuật, tăng cường đánh giá rủi ro trước khi cấp đơn bằng cách: (i) Cải thiện mức khấu trừ/tỷ lệ phí đặc biệt với nhóm rủi ro cao; (ii) Cần trọng đánh giá rủi ro khi khai thác đối với các nghiệp vụ bảo hiểm tài sản kỹ thuật như công trình sản xuất xi măng, đê đập...

- Thay đổi giải pháp nhượng tái bảo hiểm ra nước ngoài và quan điểm “sính ngoại” trong kinh doanh bảo hiểm và tái bảo hiểm của các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam

- Các DNBH cần lựa chọn và sử dụng các phương thức tái bảo hiểm phù hợp với từng loại nghiệp vụ, từng hợp đồng bảo hiểm và thích ứng với điều kiện thực tế của thị trường bảo hiểm trong nước.

- Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam với vai trò cầu nối giữa các DNBH cần đưa ra những giải pháp phù hợp để tăng cường sự hợp tác giữa các DNBH trong thị trường bảo hiểm Việt Nam.

### **5. Cải tiến công nghệ và ứng dụng số hóa trong kinh doanh bảo hiểm - tái bảo hiểm**

Để ứng dụng công nghệ số trong kinh doanh bảo hiểm, kinh doanh tái bảo hiểm các DNBH Việt Nam cần:

- Cải tiến, nâng cấp công nghệ hiện có. Xây dựng, sắp xếp lại hệ thống quản lý dữ liệu về hoạt động kinh doanh.

- Xây dựng nền tảng cơ sở dữ liệu hiện đại, sử dụng lâu dài, có khả năng phát triển, mở rộng, cung cấp thông tin đủ, kịp thời, chính xác, đáp ứng nhu cầu quản lý, giám sát và kinh doanh BH.

- Triển khai ứng dụng AI trong các hoạt động: phân tích rủi ro, phân tích nhu cầu của thị trường, ghi nhận các khiếu nại và giải quyết bồi thường, tương tác với khách hàng. AI sẽ hỗ trợ rất hiệu quả cho các DNBH, doanh nghiệp tái bảo hiểm trong việc phòng ngừa rủi ro, nâng cao hiệu quả hoạt động.

#### IV. KẾT LUẬN

Tái bảo hiểm là một kỹ thuật đặc thù trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ. Đây là một công cụ quan trọng để giúp các DNBH phi nhân thọ luôn chủ động và sẵn sàng chấp nhận những yêu cầu bảo hiểm có giá trị lớn nhưng nếu tổn thất xảy ra không làm ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm. Tuy nhiên, các DNBH phi nhân thọ cần có hướng đi đúng để đảm bảo các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ không bị lệ thuộc quá nhiều vào thị trường tái bảo hiểm nước ngoài, từ đó nâng cao vị thế của thị trường bảo hiểm Việt Nam.

#### Tài liệu tham khảo

1. Luật KDBH năm 2022.
2. Quyết định số 07/QĐ-TTg ngày 05/01/2023 Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam đến năm 2030.
3. Bộ Tài chính, Thị trường Bảo hiểm Việt Nam 2018-2023
4. Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam, Số liệu thị trường bảo hiểm phi nhân thọ 2018-2023.
5. Tạp chí: Thị trường BH toàn cầu các số trong năm 2018, 2019, 2020, 2021, 2022.
6. Tạp chí: Thị trường BH - Tái BH Việt Nam.
7. Các trang mạng điện tử của Bảo Việt; Bảo Minh; PVI; PTI; VINARE; PVIRE...
8. Hoàng Tú Anh, Một số đề xuất cho thị trường tái bảo hiểm Việt Nam, Kỷ yếu Hội thảo quốc gia: Vai trò của ngành bảo hiểm đối với sự ổn định xã hội và phát triển nền kinh tế.

# THỨC ĐẨY PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG CHO THUÊ TÀI CHÍNH VIỆT NAM

TS. Dương Thị Tuệ, ThS. Phạm Thị Hồng Nhung,  
ThS. Nguyễn Phương Nga<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Trong nền kinh tế thị trường, có nhiều hình thức tín dụng khác nhau, một trong các hình thức tín dụng đó là cho thuê tài chính. Bài viết này các tác giả hy vọng sẽ làm rõ thêm được một số nội dung về cho thuê tài chính và thị trường cho thuê tài chính Việt Nam. Bài viết gồm các nội dung chủ yếu sau: i) thị trường cho thuê tài chính đối với phát triển sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam; ii) thực trạng thị trường cho thuê tài chính Việt Nam hiện nay và iii) giải pháp thúc đẩy sự phát triển thị trường cho thuê tài chính Việt Nam thời gian tới.

**Từ khóa:** Cho thuê tài chính, thị trường cho thuê tài chính, cấp tín dụng.

**Abstract:** In a market economy, there are many different forms of credit, one of which is financial leasing. In this article, the authors hope to clarify some contents about financial leasing and the Vietnamese financial leasing market. The article includes the following main contents: i) the financial leasing market for the development of production and business of Vietnamese enterprises; ii) the current status of the Vietnamese financial leasing market and iii) solutions to promote the development of the Vietnamese financial leasing market in the coming time.

**Keywords:** financial leasing, financial leasing market, credit granting

Ngày nhận bài: 15/12/2024

Ngày phản biện: 15/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

## I. THỊ TRƯỜNG CHO THUÊ TÀI CHÍNH VỚI SỰ PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT, KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Cho thuê tài chính đã xuất hiện từ rất lâu từ những năm đầu của thập kỷ 60 thế kỷ 20. Đầu tiên là ở các nước thuộc châu Âu như Pháp, Anh... Sang đầu đầu thập kỷ 70 của thế kỷ này, cho thuê tài chính phát triển mạnh mẽ sang các nước thuộc châu Á như Nhật Bản, Hàn

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

Quốc, Malaysia... Và cách mạng công nghệ lần thứ 2 có ảnh hưởng mang ý nghĩa quyết định đến sự phát triển của hoạt động cho thuê tài chính và cũng từ đây thị trường cho thuê tài chính đã hình thành.

Ở Việt Nam, giao dịch cho thuê tài chính được nêu ra từ những năm đầu của thế kỷ XXI, tại Nghị định số 16/2001/NĐCP ngày 2/5/2001 của Chính phủ về tổ chức và hoạt động của công ty cho thuê tài chính: “Cho thuê tài chính là một hoạt động tín dụng dài hạn thông qua việc cho thuê máy móc thiết bị, phương tiện vận chuyển và các động sản khác trên cơ sở hợp đồng cho thuê giữa bên cho thuê và bên thuê. Bên cho thuê cam kết mua máy móc thiết bị, phương tiện vận chuyển và các động sản khác theo yêu cầu của bên thuê và nắm giữ quyền sở hữu đối với tài sản cho thuê. Bên thuê sử dụng tài sản thuê và thanh toán tiền thuê trong suốt thời hạn thuê đã được hai bên thỏa thuận. Khi kết thúc thời hạn thuê, bên thuê được quyền lựa chọn mua lại tài sản thuê hoặc tiếp tục thuê theo các điều kiện đã thỏa thuận trong hợp đồng cho thuê tài chính. Tổng số tiền thuê một loại tài sản quy định tại hợp đồng thuê tài chính ít nhất phải tương đương với giá trị của tài sản đó tại thời điểm ký hợp đồng”.

Đến nay, theo Điều số 120 Luật Các tổ chức tín dụng (năm 2024), hoạt động cho thuê tài chính là việc cấp tín dụng trung hạn, dài hạn trên cơ sở hợp đồng cho thuê tài chính và phải đáp ứng một trong các điều kiện sau:

- Khi kết thúc thời hạn cho thuê theo hợp đồng, bên thuê được nhận chuyển

quyền sở hữu tài sản cho thuê hoặc tiếp tục thuê theo thỏa thuận của hai bên.

- Khi kết thúc thời hạn cho thuê theo hợp đồng, bên mua được quyền ưu tiên mua tài sản cho thuê theo giá danh nghĩa thấp hơn giá trị thực tế của tài sản cho thuê tại thời điểm mua lại.

- Thời hạn cho thuê một tài sản phải ít nhất bằng 60% thời gian cần thiết để khấu hao cho tài sản thuê đó.

- Tổng số tiền thuê một tài sản quy định tại hợp đồng cho thuê tài chính ít nhất phải bằng giá trị của tài sản đó tại thời điểm ký hợp đồng.

Là một bộ phận của thị trường tài chính, thị trường cho thuê tài chính là nơi diễn ra các hoạt động giao dịch cho thuê tài chính giữa các chủ thể tham gia vào thị trường. Thị trường cho thuê tài chính là nơi giao dịch các khoản vốn trung hạn và dài hạn, là một bộ phận của thị trường vốn. Hàng hóa giao dịch trên thị trường cho thuê tài chính chủ yếu là các dịch vụ cho thuê tài chính. Ngoài ra còn có các dịch vụ khác được giao dịch trên thị trường này đó là dịch vụ định giá tài sản, dịch vụ tư vấn tài chính... Trong đó các dịch vụ cho thuê tài chính gồm một số hình thức chủ yếu như cho thuê tài chính có sự tham gia của 2 bên, cho thuê tài chính có sự tham gia của 3 bên, cho thuê tài chính liên kết, cho thuê tài chính bắc cầu, bán và tái thuê, cho thuê tài chính giáp lưng...

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, thị trường cho thuê tài chính ngày càng khẳng định được tầm quan trọng của mình đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam.

*Thứ nhất:* Thị trường cho thuê tài chính là một kênh huy động vốn trung hạn, dài hạn quan trọng cho nền kinh tế. Một trong các chủ thể chủ yếu của thị trường cho thuê tài chính là công ty cho thuê tài chính. Công ty cho thuê tài chính là một tổ chức trung gian tài chính với vai trò là cầu nối giữa các chủ thể cung, cầu vốn trung và dài hạn trên thị trường cho thuê tài chính. Với những lợi thế riêng có của dịch vụ cho thuê tài chính, thị trường cho thuê tài chính không chỉ tập trung, huy động vốn trong nước mà còn có thể huy động vốn từ ngoài nước thông qua hình thức thuê cho thuê máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải... Vì vậy có thể nói rằng thị trường cho thuê tài chính đóng vai trò quan trọng là một kênh huy động vốn trung và dài hạn.

*Thứ hai:* Thị trường cho thuê tài chính góp phần thúc đẩy cạnh tranh trong hoạt động huy động và sử dụng vốn trong nền kinh tế. Khi hoạt động cho thuê tài chính cũng như khi thị trường cho thuê tài chính phát triển sẽ tạo ra sự cạnh tranh trong hoạt động tín dụng. Đó là sự cạnh tranh giữa các công ty cho thuê tài chính với các ngân hàng thương mại trong hoạt động cung vốn cho các doanh nghiệp, các chủ thể này cần phải nâng cao chất lượng dịch vụ của mình.

*Thứ ba:* Thị trường cho thuê tài chính đóng vai trò đa dạng thêm các sản phẩm đầu tư cho các chủ thể trong nền kinh tế. Thị trường cho thuê tài chính là một bộ phận không thể thiếu trong điều kiện nền kinh tế quốc gia đã và đang hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế thế giới. Thị trường cho thuê tài chính hình thành và phát triển đã mở thêm nhiều cơ hội đầu tư

mới, các sản phẩm tài chính mới giúp các chủ thể đầu tư có thêm những cơ hội đầu tư mới có hiệu quả.

## **II. THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG CHO THUÊ TÀI CHÍNH VIỆT NAM HIỆN NAY**

Sự ra đời của khái niệm cho thuê tài chính đã xuất hiện từ những năm cuối của thế kỷ XX, nhưng chỉ khi nghị định 16/2001/NĐ-CP của chính phủ ban hành ngày 2/5/2001, hoạt động cho thuê tài chính mới được nhiều chủ thể quan tâm. Cùng với đó là Luật Các tổ chức tín dụng năm 2010 và nay là Luật Các tổ chức tín dụng năm 2024, thị trường cho thuê tài chính Việt Nam đã hình thành và ngày càng phát triển với nhiều tiềm năng.

### **1. Những kết quả đạt được**

Cho tới nay, tham gia vào thị trường cho thuê tài chính nước ta có hơn 10 công ty cho thuê tài chính, gồm các loại hình công ty cổ phần, công ty liên doanh, công ty nước ngoài. Các công ty hiện đang hoạt động:

1. Công ty Cho thuê tài chính Trách nhiệm hữu hạn Một thành viên Ngân hàng Công thương Việt Nam (Vietinbank Leasing).

2. Công ty Trách nhiệm hữu hạn Một thành viên Cho thuê tài chính - Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (Sacombank - SBL).

3. Công ty Cho thuê tài chính Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam (VCBL).

4. Công ty Cho thuê tài chính Quốc tế Chai Lease (CILC).

5. Công ty Cho thuê tài chính Quốc tế Việt Nam (VILC).

6. Ngân hàng Trách nhiệm hữu hạn Một thành viên ANZ (Việt Nam).

7. Công ty Tài chính Trách nhiệm hữu hạn Một thành viên Ngân hàng TMCP phát triển Thành phố Hồ Chí Minh (SGVF).

8. Công ty Tài chính kỹ thương - Techcom Finance.

9. Công ty cổ phần Tài chính mặt trời Việt - VietSun.

10. Công ty Tài chính Trách nhiệm hữu hạn Một thành viên Ngân hàng Việt Nam thịnh vượng - FE Credit.

Sau hơn 20 năm hoạt động và phát triển, thị trường cho thuê tài chính Việt Nam có nhiều đổi mới, các công ty cho thuê tài chính luôn phát triển, khẳng định được vai trò của thị trường cho thuê tài chính là một kênh dẫn vốn hữu hiệu của nền kinh tế. Với lợi thế cho thuê tài chính tài trợ trực tiếp bằng hiện vật (như máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải...) sẽ giúp doanh nghiệp sử dụng nguồn tài trợ đúng mục đích.

Theo số liệu thống kê, tính đến hết năm 2023, tổng dư nợ cho thuê tài chính ở Việt Nam đạt khoảng 46.000 tỷ đồng chiếm 0,34% tổng dư nợ, trong đó chỉ có 15.000 khách hàng sử dụng trên tổng số 800 nghìn khách hàng doanh nghiệp hiện có đang vận hành, nghĩa là chiếm tỷ lệ 1,5%. Doanh thu từ hoạt động kinh doanh của các công ty những năm gần đây đạt khoảng hơn 1.000 tỷ đồng / năm.

Ngày nay cho thuê tài chính đã trở nên phổ biến với các lợi thế như:

- Cho thuê tài chính là một hình thức tín dụng không phải thế chấp tài sản, tỷ lệ tài trợ vốn cao, cho thuê tài chính là một hình thức tín dụng được tài trợ trực tiếp bằng hiện vật.

- Giúp doanh nghiệp đa dạng được kênh huy động vốn. Doanh nghiệp giữ nguyên được hạn mức vay ngân hàng thương mại đồng thời doanh nghiệp cũng được sử dụng các khoản ưu đãi về lãi suất.

- Các công ty cho thuê tài chính có một lượng khách hàng doanh nghiệp tăng lên đáng kể, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, tạo ra lợi thế cho các công ty cho thuê tài chính mở rộng hoạt động kinh doanh cả về quy mô và thị phần.

## **2. Những hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế trong sự phát triển thị trường cho thuê tài chính Việt Nam thời gian qua**

Như vậy có thể thấy: Thị trường cho thuê tài chính Việt Nam còn tương đối nhỏ, quy mô chỉ vài trăm triệu USD, với 10 công ty cho thuê tài chính. Trong khi đó, Trung Quốc nước láng giềng của chúng ta, thị trường cho thuê tài chính của họ có tới 3.200 công ty.

- Ở thị trường cho thuê tài chính nước ta, sản phẩm, dịch vụ cho thuê tài chính trên thị trường chưa nhiều, không đa dạng, chất lượng chưa cao. Sản phẩm của thị trường cho thuê tài chính chỉ tập trung vào mảng cho thuê động sản, chẳng hạn như các máy móc, phương tiện vận tải... Thực tế trong thời gian qua, hoạt động của các công ty cho thuê tài chính chủ yếu với vai trò là người cấp vốn, chưa khác biệt nhiều

và chưa nổi trội hơn so với tín dụng ngân hàng dẫn đến khó có thể hấp dẫn, thu hút khách hàng.

- Thị trường cho thuê tài chính còn thiếu vắng các định chế trung gian quan trọng nhằm hỗ trợ, thúc đẩy sự phát triển thị trường.

- Quy mô thị trường còn nhỏ, hẹp so với nhu cầu phát triển của các chủ thể trong nền kinh tế.

Nhìn ra thế giới hoạt động cho thuê tài chính đã có từ lâu và ngày càng phát triển với quy mô lớn. Chẳng hạn ở Mỹ, theo thống kê công ty United States Leasing Corporation là một trong những công ty hàng đầu trong lĩnh vực cho thuê tài chính và đã ra đời từ năm 1952 và doanh thu cho thuê tài chính ngày càng tăng, các doanh nghiệp theo đó ra đời và phát triển. Các hiệp hội cho thuê tài chính bắt đầu ra đời, luật pháp được ban hành và đã hình thành một thị trường cho thuê tài chính phát triển.

Vậy những nguyên nhân của những hạn chế của hoạt động cho thuê tài chính ở Việt Nam chủ yếu đó là:

- Về khung pháp lý đã có nhưng chưa thực sự đầy đủ, mặc dù vào năm 2024 nhà nước đã ban hành Luật Các tổ chức tín dụng mới nhưng chúng ta hiện còn thiếu những quy định cho hoạt động về cho thuê tài chính và thị trường cho thuê tài chính.

- Vai trò quản lý nhà nước đối với hoạt động cho thuê tài chính và hoạt động của thị trường cho thuê tài chính còn chưa được chú trọng.

- Các công ty cho thuê tài chính còn nhiều vướng mắc, khó khăn trong việc tiếp cận, triển khai dịch vụ cho thuê tài chính

với khách hàng. Sản phẩm dịch vụ cho thuê tài chính chưa đa dạng, hiệu quả hoạt động của các công ty cho thuê tài chính chưa cao.

### **III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM THÚC ĐẨY SỰ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG CHO THUÊ TÀI CHÍNH VIỆT NAM THỜI GIAN TỚI**

Theo dự báo kinh tế Việt Nam tiếp tục đà tăng trưởng ổn định với mức tăng trưởng GDP đạt mức trên 8% trong giai đoạn tới, cần nhu cầu lớn về máy móc thiết bị và phương tiện vận tải phục vụ đầu tư, đất đai, nhà xưởng... là cơ sở để hoạt động cho thuê tài chính và thị trường cho thuê tài chính Việt Nam phát triển.

Chuyển đổi số và năng lượng, phát triển kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn tạo ra nhu cầu lớn về tín dụng trung hạn và dài hạn, đặc biệt là cho thuê tài chính. Trong khi theo quy định giới hạn về tỷ lệ vốn ngắn hạn sang cho vay trung hạn và dài hạn là 30% của ngân hàng thương mại, điều này sẽ mở ra cơ hội cho thuê tài chính phát triển. Đồng thời với việc sửa đổi, bổ sung Luật Các tổ chức tín dụng (năm 2024) và gần đây nhất là thông tư 26/2024/TT-NHNN quy định về hoạt động cho thuê tài chính của công ty tài chính tổng hợp, công ty cho thuê tài chính ban hành ngày 28/6/2024 đã tạo điều kiện thuận lợi để cho thuê tài chính phát triển.

Phát triển thị trường cho thuê tài chính là vấn đề lớn và khá phức tạp đòi hỏi nhiều giải pháp căn cơ, mang tính đồng bộ. Do vậy trong khuôn khổ của phạm vi bài viết, dưới góc độ nghiên cứu về lý luận và năng

lực hiện có, các tác giả xin phép chỉ đề xuất hai nhóm giải pháp sau:

*Giải pháp thứ nhất: nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ tài chính:*

Chất lượng dịch vụ và mức độ đa dạng của sản phẩm dịch vụ mà công ty cho thuê tài chính cung cấp cho đến nay vẫn còn nhiều mặt hạn chế. Trong điều kiện nền kinh tế thị trường, bất kỳ doanh nghiệp nào khi chất lượng sản phẩm dịch vụ tốt, sản phẩm hàng hóa đa dạng để đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng sẽ đem lại hiệu quả kinh doanh cao. Nhưng với hàng chục công ty cho thuê tài chính Việt Nam hiện nay, khả năng phục vụ, quy trình và các thủ tục giao dịch đã làm hạn chế rất nhiều đến chất lượng và tính đa dạng sản phẩm cung cấp và tính ổn định và phát triển của thị trường. Do đó trong thời gian tới, để thúc đẩy sự phát triển của thị trường cho thuê tài chính Việt Nam, bản thân các công ty cho thuê tài chính cần có nhiều hình thức tài trợ, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ hơn nữa nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và có thể giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh, đồng thời mang lại lợi nhuận cao hơn. Vì vậy, ngoài hình thức cho thuê 3 bên theo truyền thống của các công ty cho thuê tài chính nước ta, có thể áp dụng một số hình thức khác nữa như hình thức thuê mua, bán và tái thuê, thuê giáp lưng cung cấp sản phẩm dịch vụ trọn gói cho khách hàng bên cạnh các hình thức cho thuê động sản như hiện nay, nên chăng thị trường cho thuê tài chính Việt Nam nên mở thêm hình thức cho thuê bất động sản làm đa dạng thêm các sản phẩm

cho thị trường, đồng thời vừa để nâng cao năng lực cạnh tranh cho công ty cho thuê tài chính, vừa mở rộng và phát triển thị trường.

*Giải pháp thứ hai: Tăng cường, mở rộng kênh phân phối các sản phẩm dịch vụ cho thuê tài chính góp phần thúc đẩy sự phát triển thị trường cho thuê tài chính:* Cho tới những năm gần đây sản phẩm dịch vụ cho thuê tài chính được phân phối, triển khai chủ yếu qua kênh truyền thống (phân phối trực tiếp) do đó có những hạn chế trong việc mở rộng thị phần, mở rộng phạm vi hoạt động. Điều này còn làm cho chi phí hoạt động cao, giảm hiệu quả của hoạt động cho thuê tài chính, chưa thực sự hấp dẫn cho người thuê. Vì vậy, tới đây cùng với xu hướng chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính tiền tệ cũng như thực hiện chủ trương chuyển đổi số của quốc gia, các công ty cho thuê tài chính cần áp dụng thành tựu khoa học công nghệ tiên tiến vào việc quản trị, điều hành, hiện đại hóa hoạt động kinh doanh thiết lập kênh phân phối hiện đại hơn phù hợp với tiến trình chuyển đổi số hiện nay của lĩnh vực tín dụng ngân hàng. Hoạt động cho thuê tài chính nên phát triển các dịch vụ của công ty qua kênh online, để mở rộng phạm vi thị trường, khách hàng có nhu cầu về dịch vụ thuê tài chính có thể dễ dàng tiếp cận, vừa tiết kiệm được chi phí cho cả khách hàng đồng thời nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty cho thuê tài chính và thúc đẩy sự phát triển thị trường cho thuê tài chính Việt Nam thời gian tới. Ngoài ra, các công ty cho thuê tài chính cần nâng cao trình độ chuyên môn cho người lao động trong

công ty, đặc biệt là người lao động trực tiếp làm việc trong lĩnh vực này.

Mặc dù các tác giả đã cố gắng rất nhiều, song đề tài nghiên cứu là vấn đề rất lớn trong thời gian tới mong muốn được các nhà khoa học cùng đồng hành.

---

**Tài liệu tham khảo**

1. Luật Các tổ chức tín dụng năm 2017, 2024.

2. Thông tư 22/2019/TT-NHNN ngày 15/11/2019 quy định các giới hạn, tỷ lệ đảm bảo an toàn trong hoạt động của ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

3. Bàn về giải pháp phát triển thị trường cho thuê tài chính Việt Nam - Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh, TS. Đặng Văn Dân.

4. Các bài viết trên các website của Ngân hàng Nhà nước, các bài viết trên các báo, tạp chí chính thống như các bài sau:

- Thị trường cho thuê tài chính: Hữu hiệu, nhiều tiềm năng nhưng chưa phát triển (năm 2023).

- Triển vọng thị trường cho thuê tài chính (tháng 5/2024).

- Quy định về cho thuê tài chính.

# ĐIỀU CHỈNH CHÍNH SÁCH: THÚC ĐẨY TĂNG TRƯỞNG DƯỚI TIÊU DÙNG CUỐI CÙNG

ThS. Phan Thanh Hà<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Dựa trên số liệu thống kê, bài viết phân tích vai trò của tiêu dùng cuối cùng đối với nền kinh tế trong mối quan hệ với các yếu tố khác là tích lũy tài sản và chênh lệch xuất nhập khẩu nhằm đưa ra lời giải chính sách khả thi. Tác giả lựa chọn phân tích GDP sử dụng để tìm giải pháp là khuyến khích tiêu dùng, nhằm đem lại kết quả mong muốn. Trên cơ sở trình bày lý thuyết và tính toán số liệu, bài viết phân tích sự cần thiết điều chỉnh chính sách từ trọng cung - kích thích sản xuất sang kích thích tiêu dùng cuối cùng của hộ gia đình, một yếu tố cần được chú trọng trong chương trình kích cầu.

**Từ khóa:** Kích cầu tiêu dùng, tăng trưởng kinh tế, GDP.

**Abstract:** Based on statistical data, the article analyzes the role of final consumption in the economy in relation to other factors such as asset accumulation and import-export gap to propose feasible policy solutions. The author chooses to analyze GDP to find a solution to encourage consumption, in order to bring about the desired results. Based on the presentation of theory and calculation of data, the article analyzes the necessity of adjusting policies from supply-side - stimulating production to stimulating final consumption of households, a factor that needs to be focused on in the stimulus program.

**Keywords:** Stimulating consumption, economic growth, GDP.

Ngày nhận bài: 15/12/2024

Ngày phản biện: 15/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

1. Nguyên Phó Vụ trưởng Vụ Tài chính - Tiền tệ Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

**MỞ ĐẦU:**

Tăng trưởng GDP bình quân các giai đoạn 2011-2015 là 6,2%, 2016-2020 là 6,3%, 2021-2023 là 5,2%, năm 2024 là 7,09%. Như vậy kinh tế Việt Nam đang phục hồi khả quan. Với các giải pháp đồng bộ của Ngân hàng Nhà nước, tính đến ngày 31/12/2024, tín dụng nền kinh tế tăng khoảng 15,08% so với cuối năm 2023, tập trung vào sản xuất, kinh doanh, lĩnh vực ưu tiên. Vậy cần điều chỉnh chính sách như thế nào để thúc đẩy tăng trưởng trong tương lai?

Dựa trên số liệu thống kê, bài viết phân tích vai trò của tiêu dùng cuối cùng đối với nền kinh tế trong mối quan hệ với các yếu tố khác là tích lũy tài sản và chênh lệch xuất nhập khẩu nhằm đưa ra lời giải chính sách khả thi. Thời gian được lựa chọn là từ 2011 đến nay do Tổng cục Thống kê công bố số liệu GDP so sánh lấy gốc là năm 2010.

Từ góc độ sản xuất, yếu tố chủ yếu thúc đẩy tăng trưởng về lâu dài là năng suất nhân tố tổng hợp (độc lập với lao động và vốn) mà năng suất lao động có thể thay thế. Tác giả lựa chọn phân tích GDP sử dụng để tìm giải pháp là khuyến khích tiêu dùng, để đem lại kết quả mong muốn. Bài viết không đề cập nguyên nhân tỷ lệ đóng góp lớn của tiêu dùng cuối cùng trong GDP sử dụng, khi đây là một chỉ tiêu biến động nhiều trong giai đoạn 2011-2023, vì đây là một câu hỏi lớn cần một nghiên cứu khác.

Ngoài phần mở đầu và kết luận, trên cơ sở trình bày lý thuyết và tính toán số liệu, bài viết phân tích sự cần thiết điều chỉnh chính sách từ trọng cung - kích thích sản xuất sang kích thích tiêu dùng cuối cùng của hộ gia đình, một yếu tố cần được chú

trọng trong chương trình kích cầu. Các kết quả tính toán được phân tích để rút ra kết luận.

**I. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ SỰ CẦN THIẾT ĐIỀU CHỈNH CHÍNH SÁCH THỨC ĐẨY TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ - CÔNG THỨC TÍNH GDP SỬ DỤNG**

Về lý thuyết, GDP được xác định theo 3 phương pháp: (1) Sử dụng: bằng cách cộng tất cả chi tiêu hàng hóa và dịch vụ cuối cùng được sản xuất; (2) Sản xuất: bằng cách cộng giá trị gia tăng tạo ra ở tất cả các nhà sản xuất từ các ngành công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ; (3) Thu nhập: bằng cách cộng tất cả thu nhập trả cho các yếu tố sản xuất như tiền lương, lợi nhuận, lãi, tiền cho thuê tài sản...).

GDP theo phương pháp sử dụng được xác định bởi công thức cụ thể như sau:

$$Y = C + I + (X - M) \quad (1)$$

Trong đó Y là GDP hay sản lượng, có thể được tính theo giá hiện hành hoặc giá cố định của năm cơ sở. Để so sánh GDP qua các năm thì cần sử dụng GDP theo giá cố định, cụ thể là năm 2010:

C là tiêu dùng cuối cùng;

I là tích lũy tài sản;

X là xuất khẩu hàng hóa dịch vụ;

M là nhập khẩu hàng hóa dịch vụ;

(X-M) là chênh lệch xuất nhập khẩu hàng hóa dịch vụ.

C và I đều bao gồm của khu vực tư nhân (hộ gia đình) ( $C_p$  và  $I_p$ ) và của nhà nước ( $C_p$  và  $I_g$ ). Tiêu dùng cuối cùng của nhà nước được coi là tương ứng với chi thường xuyên của ngân sách nhà nước. Đầu

tư của nhà nước tương ứng với chi đầu tư công từ (i) Nguồn vốn chi đầu tư từ ngân sách nhà nước, vốn trái phiếu Chính phủ, vốn tín dụng đầu tư, vốn vay từ các nguồn khác (của khu vực Nhà nước) và (ii) Vốn đầu tư của doanh nghiệp nhà nước (vốn tự có).

Về lý thuyết, tích lũy tài sản được sử dụng toàn bộ để đầu tư nhưng trên thực tế có thể cao hơn hoặc thấp hơn đầu tư. Khi vốn đầu tư phát triển toàn xã hội cao hơn tích lũy tài sản, tức là nền kinh tế phải đi vay để đầu tư.

Công thức GDP sử dụng có thể được viết cụ thể hơn như sau:

$$Y = (C_p + C_g) + (I_p + I_g) + (X - M) \\ = (C_p + I_p) + (C_g + I_g) + (X - M) \quad (2)$$

Công thức 2 cho thấy tất cả các yếu tố của sản lượng Y, gồm tiêu dùng cuối cùng C, tích lũy tài sản I và chênh lệch xuất nhập khẩu (X-M) đều có tác động tỷ lệ thuận tới tăng trưởng GDP nhưng với mức độ khác nhau.

Vai trò của tiêu dùng cuối cùng đối với tăng trưởng là một vấn đề tranh cãi. Một số nhà kinh tế cho rằng, tăng trưởng chủ yếu do tiết kiệm và đầu tư, còn tiêu dùng đóng vai trò không quan trọng, thậm chí còn cần hạn chế thông qua đánh thuế cao thuế thu nhập cá nhân để đảm bảo nguồn thu ngân sách. Tuy nhiên một số trường phái khác (trong đó có Keynes) lại đề cao vai trò của tổng cầu nói chung, trong đó có tiêu dùng cuối cùng, nhất là tiêu dùng của nhà nước.

Để phân tích tác động của khu vực kinh tế tư nhân và khu vực công đối với sản lượng thì học thuyết kinh tế đưa ra khái niệm tổng

cầu (AD). Từ công thức (2), tổng cầu được biểu diễn như sau:

$$AD = (C_p + I_p) + (C_g + I_g) + (X - M)$$

Đặt  $(C_g + I_g) = G$  thì:

Với C là tiêu dùng cuối cùng của khu vực tư nhân (hộ gia đình),

I là tổng vốn đầu tư của khu vực tư nhân,

G là chi tiêu mua hàng hóa dịch vụ của

Chính phủ,

X là tổng giá trị hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu,

M là tổng giá trị hàng hóa và dịch vụ nhập khẩu,

Khi đó tổng cầu có thể viết như sau:

$$AD = C + I + G + (X - M) \quad (9)$$

Đây chính là cơ sở lý thuyết của chương trình kích cầu (tổng cầu) của Chính phủ, bao gồm các biện pháp kích thích các yếu tố thuộc tổng cầu để thúc đẩy tăng trưởng sản lượng, trong đó có kích thích tiêu dùng cuối cùng của hộ gia đình.

Nghiên cứu thực nghiệm ở nhiều quốc gia cho thấy tiêu dùng có mối quan hệ qua lại hai chiều với tăng trưởng kinh tế: tiêu dùng bao gồm tiêu dùng tư nhân và tiêu dùng của nhà nước, đều là đầu ra của sản xuất và có tác dụng thúc đẩy đầu tư cũng như tăng trưởng kinh tế. Ở chiều ngược lại, tăng trưởng kinh tế giúp các hộ gia đình tăng thu nhập, từ đó tăng tiêu dùng, đầu tư và tiết kiệm.

## II. TÍNH TOÁN

Kết quả tính toán được thể hiện trong Phụ lục 2: tỷ lệ tiêu dùng cuối cùng trong GDP bình quân giai đoạn 2011-2015 là 66,7%, 2016-2020 là 52,9% và 2021-2023 là 55,7%, cao nhất là 83.5% năm 2015,

thấp nhất là 11,8% năm 2020. Trong giai đoạn 2011-2024, tiêu dùng của tư nhân (hộ gia đình) chiếm tỷ lệ lớn nhất trong GDP, cao hơn nhiều so với tiêu dùng của nhà nước trong cùng năm, cũng như so với tích lũy tài sản và chênh lệch xuất nhập khẩu. Tiêu dùng của tư nhân (hộ gia đình) trong GDP cao nhất là 72% năm 2015, còn tiêu dùng của nhà nước cao nhất là 16,6% năm 2021.

Tích lũy tài sản bình quân giai đoạn 2011-2015 là 23,5 %, 2016-2020 là 46,2 % và 2021-2023 là 33,9%, cao nhất là 52,4% năm 2020, thấp nhất là -25,1% năm 2011.

Chênh lệch xuất nhập khẩu trong GDP bình quân giai đoạn 2011-2015 là 3,2%, 2016-2020 là 5,7 % và 2021-2023

là -2,2 %, cao nhất là 45.4 % năm 2011, thấp nhất là -77,2% năm 2021. Nếu không tính các năm sau dịch 2021-2023 thì giá trị thấp nhất là -25,5% năm 2013. Đáng chú ý là trong suốt giai đoạn 2011-2024 đóng góp của chênh lệch xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ trong GDP giao động rất lớn, ngay cả khi loại trừ các năm bị ảnh hưởng đại dịch 2020-2022. Năm 2011-2012, đóng góp của chênh lệch xuất nhập khẩu chiếm tương ứng là 45,4% và 34,3% GDP. Trong 5 năm tiếp theo, đóng góp của yếu tố này trong GDP liên tục âm, tức là làm giảm GDP và với biên độ giao động khá lớn (năm 2013 là -25,5%, năm 2017 là -22,8%). Kết quả Phụ lục 2 được tóm tắt trong Bảng 1 dưới đây.

**Bảng 1. Đóng góp vào GDP sử dụng giai đoạn 2011-2023**

(Đơn vị: %)

| Giai đoạn               | 2011-2015 | 2016-2020 | 2021-2023 | Cao nhất      | Thấp nhất      |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|---------------|----------------|
| Tiêu dùng cuối cùng     | 66,7      | 52,9      | 55,7      | 83,5 năm 2015 | 11,8 năm 2020  |
| - Tư nhân (Hộ gia đình) | 56,3      | 46,6      | 46,6      | 72 năm 2015   | 38,9 năm 2023  |
| - Nhà nước              | 10,3      | 6,3       | 9,1       | 16,6 năm 2021 | 3,7 năm 2014   |
| Tích lũy tài sản        | 23,5      | 46,2      | 33,9      | 52,4 năm 2020 | -25,1 năm 2011 |
| Chênh lệch Xuất - Nhập  | 3,2       | 5,7       | -2,2      | 45,4 năm 2011 | -77,2 năm 2021 |

Trong 9 tháng năm 2024 tiêu dùng cuối cùng đóng góp 62,7% trong tăng trưởng GDP, giữ vai trò lớn nhất. Tích lũy tài sản (đầu tư) đóng góp 36,7%. Chênh lệch xuất, nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ đóng góp 0,7%.

III. PHÂN TÍCH KẾT QUẢ TÍNH TOÁN

Trong những năm qua, tăng trưởng kinh tế Việt Nam được cho là phụ thuộc chủ yếu vào tăng vốn đầu tư toàn xã hội và xuất khẩu. Do đó các yếu tố tăng trưởng là vốn đầu tư

và xuất khẩu được chú trọng nhiều hơn tiêu dùng cuối cùng. Phụ lục 3 cho thấy trong 13 năm 2011-2024 thì có 10 năm tốc độ tăng tích lũy tài sản cao hơn tốc độ tăng tiêu dùng cuối cùng. Bảng 2 tóm tắt Phụ lục 3 cho thấy tốc độ bình quân tăng tích lũy tài sản trong giai đoạn 2011-2015 thấp

hơn tiêu dùng cuối cùng nhưng đổi chiều trong giai đoạn 2016-2020 và trở nên xấp xỉ nhau giai đoạn 2021-2023. Riêng tốc độ tăng xuất khẩu cao hơn rất nhiều so với tốc độ tăng tiêu dùng cuối cùng và tích lũy tài sản, tuy những năm 2021-2023 sự khác biệt giảm dần.

**Bảng 2. Mức tăng trưởng các yếu tố GDP sử dụng**

(Đơn vị: %)

| Chỉ số              | 2011-2015 | 2016-2020 | 2021-2023 | Cao nhất        | Thấp nhất       |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------|-----------------|
| Tiêu dùng cuối cùng | 6,1       | 5,0       | 4,4       | 8,6 (năm 2015)  | 2,5 (năm 2021)  |
| Tích lũy tài sản    | 4,6       | 7,9       | 4,3       | 10,2 (năm 2017) | 2,4 (năm 2012)  |
| Xuất khẩu           | 14,0      | 10,2      | 5,4       | 17,3 (năm 2017) | -2,5 (năm 2023) |
| Nhập khẩu           | 13,0      | 9,4       | 4,5       | 19,9 (năm 2013) | -4,3 (năm 2023) |

Phụ lục 2 cho thấy vai trò tiêu dùng cuối cùng trong tăng trưởng kinh tế luôn vượt quá nửa GDP (trừ năm 2023) và chênh lệch xuất nhập khẩu có tác động thấp hơn nhiều tới GDP, mặc dù giá trị xuất khẩu lớn và chiếm tỷ trọng thậm chí còn lớn hơn GDP. Đó là do xuất khẩu phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu. Phụ lục 2 cũng cho thấy tiêu dùng nhà nước có tác động trực tiếp tới GDP không lớn bằng tiêu dùng tư nhân (chiếm tỷ trọng thấp hơn nhiều trong GDP).

Cho đến nay tiêu dùng tư nhân (hộ gia đình) chưa được khuyến khích vì làm giảm tỷ lệ tiết kiệm, từ đó giảm đầu tư, dẫn tới giảm tăng trưởng. Do đó chính sách tiền tệ chưa thúc đẩy tín dụng tiêu dùng cá nhân, còn chính sách tài chính đánh thuế cao thu nhập cá nhân. Thực tế đại dịch Covid-19

cho thấy vai trò của tiêu dùng cuối cùng: với nhiều nỗ lực của nhà nước kích thích sản xuất nhưng người dân không có thu nhập (do chính sách cách ly, cấm đi lại giữa vùng, các địa phương), hạn chế chi tiêu thì nhiều nỗ lực thúc đẩy tăng trưởng kết quả còn hạn chế.

Kinh nghiệm của nhiều nước kinh tế thị trường là nhà nước và doanh nghiệp đều khuyến khích chứ không hạn chế tiêu dùng tư nhân, vì đó là động lực to lớn để tăng trưởng kinh tế, thể hiện ở khẩu hiệu “Khách hàng là thượng đế”. Các doanh nghiệp đều nỗ lực để quảng bá sản phẩm, dùng nhiều cách thức để khuyến khích tiêu dùng (thẻ tín dụng cho vay để tiêu trước, trả sau), tạo điều kiện thuận lợi cho khách mua hàng như dùng thử và được trả lại...

Trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội 10 năm 2021-2030, kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm 2021-2025 và kế hoạch năm 2025 thì các mục tiêu, chỉ tiêu cụ thể cũng như các giải pháp về kinh tế chủ yếu tập trung vào sản xuất kinh doanh, và xóa đói giảm nghèo đa chiều.

Trong trường hợp như khủng hoảng tài chính thế giới năm 2008-2009, đại dịch Covid-19 thì nhà nước đưa ra các chương trình kích cầu để tăng tổng cầu (AD), trong đó chủ yếu là các biện pháp tăng đầu tư công, miễn giảm thuế phí, tiền thuê đất để tăng đầu tư tư nhân. Các biện pháp khuyến khích tăng tiêu dùng hộ gia đình trong tổng cầu chủ yếu tập trung bảo đảm an sinh cho những người có thu nhập thấp, hơn là tăng thu nhập cho các hộ gia đình - những đối tượng cũng chịu ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 bằng chính sách tiền lương hay thuế thu nhập cá nhân. Hai gói kích cầu đều không đề cập đến hai biện pháp căn bản này.

Cho đến nay, nước ta đã thực hiện 4 lần cải cách tiền lương: năm 1960, năm 1985, năm 1993 và năm 2003. Chính sách tiền lương năm 2003 vẫn dựa trên cách tính lương năm 1993 và vẫn còn nhiều bất cập so với nhu cầu của thực tiễn (tiền lương chưa phải là nguồn thu nhập chính, chưa trở thành động lực làm việc của cán bộ, công chức...) và đòi hỏi một cuộc cải cách chính sách tiền lương toàn diện, đồng bộ. Đảng đưa ra chủ trương cải cách chính sách tiền lương từ năm 2018 (Nghị quyết số 27-NQ/TW). Việc xây dựng danh mục vị trí việc làm - nội dung quan trọng của cải cách tiền lương được nêu ra trước đó:

trong Hội nghị Trung ương 5 năm 2012 và Hội nghị Trung ương 7 khóa XI năm 2013. Đến năm 2023 Quốc hội mới thông qua Nghị quyết 104/2023/QH15 về thực hiện cải cách tổng thể chính sách tiền lương từ 01/7/2024 nhưng trong kế hoạch năm 2025 vẫn chưa có mục cải cách tiền lương.

Luật Thuế thu nhập cá nhân lần đầu tiên có hiệu lực từ ngày 01/01/2009. Qua hơn 15 năm áp dụng, luật có những lần sửa đổi một số điều áp dụng từ năm 2013, năm 2015 và Nghị quyết số 954/2020/UBTVQH14 áp dụng từ kỳ tính thuế năm 2020. Nhiều ý kiến đề nghị sửa đổi luật, nhất là nâng mức giảm trừ gia cảnh, ngưỡng chịu thuế và biểu thuế suất lũy tiến từng phần - nội dung chủ yếu ảnh hưởng đến thu nhập của người làm công ăn lương nhưng theo chương trình xây dựng pháp luật của Quốc hội thì đến tháng 5/2026 mới xem xét thông qua luật này.

Tóm lại, mặc dù tiêu dùng cuối cùng, nhất là tiêu dùng của hộ gia đình luôn chiếm tỷ trọng lớn trong sử dụng GDP nhưng lại chưa được quan tâm đúng mức. Hiện chưa có giải pháp khuyến khích tiêu dùng hiệu quả. Phụ lục 1 cho thấy những năm đại dịch và sau dịch, việc giảm thuế VAT chưa giúp cho giá hàng hóa dịch vụ giảm: chỉ số giá tiêu dùng CPI vẫn liên tục tăng (tuy không vượt quá mức Quốc hội đặt ra). Kết quả là người dân vẫn thắt chặt chi tiêu.

Hiện nay dư địa về tăng trưởng nhờ yếu tố bên ngoài bị hạn chế do căng thẳng địa chính trị: thế giới chuyển từ đơn cực sang đa cực, chiến tranh thương mại giữa Hoa Kỳ và Trung Quốc tác động tiêu cực tới thị trường quốc tế. Điều đó đòi hỏi định

vị lại các động lực tăng trưởng để điều chỉnh chiến lược phát triển kinh tế. Chuyển đổi số, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, phát thải bằng 0... là các phương thức tác động tới các động lực tăng trưởng truyền thống gồm tiêu dùng và đầu tư, xuất nhập khẩu đã được tổng quát hóa trong kinh tế học.

#### IV. KẾT LUẬN

Cho đến nay chính sách phục hồi và phát triển kinh tế luôn tập trung vào kích cầu (tổng cầu AD), thực chất là tăng cung sản xuất bằng cách giãn, miễn giảm thuế phí, bao gồm thuế gián thu (VAT, tiền thuê đất) và thuế trực thu (thuế thu nhập doanh nghiệp) - tuy cần thiết nhưng có tác dụng hạn chế vì chỉ giúp doanh nghiệp đẩy lui thời điểm khó khăn sang tương lai, chưa khuyến khích tiêu dùng của các hộ gia đình, khu vực tư nhân.

Với diễn biến phức tạp của thương mại thế giới, tăng trưởng xuất khẩu không còn thuận lợi như trước. Cần thay đổi cách nhìn nhận, đánh giá vai trò, vị trí của tiêu dùng cuối cùng trong thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Trong tương lai, cụ thể là kế hoạch 5 năm 2026-2030 chính sách cần cân bằng hơn giữa khuyến khích sản xuất và khuyến khích tiêu dùng.

Việc khuyến khích tiêu dùng có thể được thực hiện thông qua các công cụ chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa. Đó là khuyến khích các công cụ cho vay tiêu dùng cá nhân trong các lĩnh vực có nhu cầu tiêu dùng lớn như nhà ở, phương tiện đi lại... Biện pháp kích cầu tiêu dùng có hiệu quả đặc biệt trong thời điểm hiện nay là sớm sửa đổi thuế thu nhập cá nhân nhằm tăng

thu nhập có thể sử dụng cho người dân. Tỷ lệ thuế thu nhập cá nhân thực nộp trên tổng thu nhập cần ngang với mức thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành, không vượt quá 15-20%. Việc sửa đổi cần theo hướng: bảng thuế lũy tiến từng phần giảm mức thuế lũy tiến cao nhất, tăng mức khấu trừ gia cảnh, giãn khoảng cách giữa các bậc thuế và thời gian xem xét điều chỉnh mức thuế. Khi đó các biện pháp khuyến khích sản xuất mới đem lại hiệu quả: hàng hóa dịch vụ sản xuất ra mới tiêu thụ được, chứ không bị tồn kho. Giảm thuế suất thực tế thuế thu nhập cá nhân không làm giảm nguồn thu ngân sách. Tác động của nó tương tự như cắt giảm thuế quan đã thực hiện trong những thập kỷ qua: kinh tế phát triển làm tăng thu ngân sách nhiều lần.

#### Tài liệu tham khảo:

1. Chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2021-2030,  
<https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/ban-chap-hanh-trung-uong-dang/dai-hoi-dang/lan-thu-xiii/chien-luoc-phat-trien-kinh-te-xa-hoi-10-nam-2021-2030-3735>.
2. Nghị quyết của Quốc hội về kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm 2021-2025,  
<https://datafiles.chinhphu.vn/cpp/files/vbpq/2021/08/16.signed.pdf>.
3. Nghị quyết số 158/2024/QH15 của Quốc hội về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2025.
4. Asian Development Bank (ADB), Key Indicators for Asia and the Pacific 2023,  
<https://www.adb.org/publications/key-indicators-asia-and-pacific-2023>.

5. Số liệu cập nhật GDP và tiền cung ứng, <https://finance.vietstock.vn/du-lieu-vi-mo>, Dữ liệu kinh tế vĩ mô Việt Nam | VietstockFinance.

6. Chỉ số giá tiêu dùng, chỉ số giá vàng, chỉ số giá đô la Mỹ và lạm phát cơ bản bình quân năm (năm trước = 100), <https://www.gso.gov.vn>

7. Dương Hoàng Linh, Vai trò của tiêu dùng đối với tăng trưởng kinh tế, Ban Kinh tế vĩ mô và Dự báo, Viện Chiến lược và Chính sách Tài chính, Bộ Tài chính, đề tài nghiên cứu khoa học mã số: 2018-02, [https://mof.gov.vn/webcenter/portal/vclvcstc/pages\\_r/l/chi-tiet-tin?dDocName=MOFUCM172866](https://mof.gov.vn/webcenter/portal/vclvcstc/pages_r/l/chi-tiet-tin?dDocName=MOFUCM172866).

8. Đỗ Văn Huân, Thấy gì từ GDP dưới góc độ sử dụng?, <https://kinhtevadubao.vn/thay-gi-tu-gdp-duoi-goc-do-su-dung-25675.html>.

9. Lưu Ánh Nguyệt, Mối quan hệ tiết kiệm - đầu tư tại Việt Nam: Phân tích từ thị trường tài chính và hàm ý chính sách,

Viện Chiến lược và Chính sách tài chính, Bộ Tài chính, [https://mof.gov.vn/webcenter/portal/vclvcstc/pages\\_r/l/chi-tiet-tin?dDocName=MOFUCM236517](https://mof.gov.vn/webcenter/portal/vclvcstc/pages_r/l/chi-tiet-tin?dDocName=MOFUCM236517)

10. Thúc đẩy tổng cầu, ổn định vĩ mô để thúc đẩy tăng trưởng, <https://baochinhphu.vn/thuc-day-tong-cau-on-dinh-vi-mo-de-thuc-day-tang-truong-102240417180509612.htm>

11. TS. Đỗ Văn Quân - Viện Xã hội học, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, ThS. Lê Trung Kiên - Trường Chính trị Kiên Giang, Chính sách tiền lương ở Việt Nam - những chặng đường cải cách, <https://tcnn.vn/news/detail/42155/Chinh-sach-tien-luong-o-Viet-Nam-nhung-chang-duong-cai-cach.html?ref=luatkhoa.com>.

12. Sửa đổi toàn diện Luật Thuế thu nhập cá nhân, <https://dangcongsan.vn/kinh-te/sua-doi-toan-dien-luat-thue-thu-nhap-ca-nhan-684375.html>.

**Phụ lục 1. Tăng trưởng GDP, năng suất lao động và chỉ số giá tiêu dùng giai đoạn 2011-2024**

| Tốc độ tăng      | 2011  | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024    |
|------------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------|
| GDP (1)          | 6,4   | 5,5  | 5,6  | 6,4  | 7,0  | 6,7  | 6,9  | 7,5  | 7,4  | 2,9  | 2,6  | 8,1  | 5,0  | 7,1*    |
| Năng suất LD (2) | 4,0   | 3,9  | 3,9  | 5,3  | 6,9  | 6,3  | 6,2  | 6,4  | 6,6  | 5,2  | 12,2 | 4,9  | 3,9  | 5,9*    |
| CPI (3)          | 18,58 | 9,21 | 6,60 | 4,09 | 0,63 | 2,66 | 3,53 | 3,54 | 2,79 | 3,23 | 1,84 | 3,15 | 3,25 | 3,63*** |

Nguồn: (1) Asian Development Bank (ADB), Key Indicators for Asia and the Pacific 2023, <https://www.adb.org/publications/key-indicators-asia-and-pacific-2023>

(2) Tính toán của tác giả từ nguồn (1).

Năm 2024:

\* và \*\* <https://www.gso.gov.vn/bai-top/2025/01/bao-cau-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2024/>

\*\*\* <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/02/tong-quan-tinh-hinh-gia-nam-2024-thang-01-2025-va-du-bao-cac-yeu-to-tac-dong-nam-2025/>

(3) Chỉ số giá tiêu dùng, chỉ số giá vàng, chỉ số giá đô la Mỹ và lạm phát cơ bản bình quân năm (năm trước = 100), <https://www.gso.gov.vn>

Phụ lục 2. GDP sử dụng giai đoạn 2011-2024

(Tỷ lệ % trong GDP)

| Tỷ lệ trong GDP            | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024 |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| GDP, giá 2010              | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100  |
| Tiêu dùng cuối cùng        | 55,4  | 67,1  | 67,6  | 59,8  | 83,5  | 62,0  | 68,3  | 60,0  | 62,4  | 11,8  | 64,5  | 57,3  | 45,3  | 63,5 |
| Bình quân giai đoạn        |       |       |       |       | 66,7  |       |       |       |       | 52,9  |       |       | 55,7  |      |
| Tư nhân (Hộ gia đình)      | 48,5  | 51,4  | 53,8  | 56,0  | 72,0  | 56,1  | 60,2  | 53,8  | 55,2  | 7,7   | 47,9  | 53    | 38,9  |      |
| Nhà nước                   | 7,0   | 15,7  | 13,8  | 3,7   | 11,5  | 5,9   | 8,1   | 6,2   | 7,1   | 4,1   | 16,6  | 4,2   | 6,5   |      |
| Tích lũy tài sản           | -25,1 | 16,0  | 34,5  | 46,0  | 46,0  | 50,4  | 52,0  | 39,0  | 37,1  | 52,4  | 47,5  | 24,8  | 29,4  | 36,0 |
| Bình quân giai đoạn        |       |       |       |       | 23,5  |       |       |       |       | 46,2  |       |       | 33,9  |      |
| Xuất khẩu hàng hóa dịch vụ | 89,5  | 153,9 | 197,0 | 134,2 | 143,9 | 126,9 | 199,6 | 144,5 | 77,9  | 129,0 | 533,6 | 50,9  | -49,9 |      |
| Nhập khẩu hàng hóa dịch vụ | 44,1  | 119,6 | 222,5 | 147,4 | 169,0 | 137,2 | 222,4 | 120,1 | 63,0  | 106,9 | 610,8 | 16,1  | -85,5 |      |
| XK-NK                      | 45,4  | 34,3  | -25,5 | -13,2 | -25,1 | -10,3 | -22,8 | 24,4  | 14,9  | 22,1  | -77,2 | 34,8  | -35,6 |      |
| Bình quân giai đoạn        |       |       |       |       | 3,2   |       |       |       |       | 5,7   |       |       | -2,2  |      |
| Sai số                     | 24,2  | -17,3 | 23,3  | 7,4   | -4,3  | -2,1  | 2,5   | -23,3 | -14,4 | 13,8  | 65,2  | -16,9 | -10,4 |      |

Nguồn: Asian Development Bank (ADB), Key Indicators for Asia and the Pacific 2023, <https://www.adb.org/publications/key-indicators-asia-and-pacific-2023> và tính toán của tác giả. \* Năm 2024 Tổng cục thống kê chưa công bố; đây là ước tính.

Phụ lục 3. Tốc độ tăng trưởng các yếu tố GDP sử dụng 2011-2024

(Giá cơ sở năm 2010, % so với năm trước)

|                            | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| GDP                        | 6,4  | 5,5  | 5,6  | 6,4  | 7,0  | 6,7  | 6,9  | 7,5  | 7,4  | 2,9  | 2,6  | 8,1  | 5,0  | 7,1  |
| Bình quân 5 năm            |      |      |      |      | 6,2  |      |      |      |      | 6,3  |      |      |      | 5,7  |
| Tiêu dùng cuối cùng        | 5,2  | 5,4  | 5,5  | 5,6  | 8,6  | 6,1  | 7,0  | 6,6  | 6,8  | 0,5  | 2,5  | 7,1  | 3,5  | 6,6  |
| Bình quân 5 năm            |      |      |      |      | 6,1  |      |      |      |      | 5,0  |      |      |      | 4,9  |
| Hộ dân cư                  | 5,3  | 4,9  | 5,2  | 6,3  | 8,8  | 6,4  | 7,2  | 6,9  | 7,0  | 0,4  | 2,2  | 7,7  | 3,5  |      |
| Nhà nước                   | 4,3  | 8,5  | 7,3  | 2,2  | 7,8  | 3,8  | 5,6  | 4,7  | 5,4  | 1,2  | 4,5  | 3,6  | 3,6  |      |
| Tích lũy tài sản (I)       | -4,3 | 2,6  | 5,9  | 9,1  | 9,6  | 9,9  | 10,2 | 8,0  | 7,5  | 4,1  | 3,3  | 5,4  | 4,1  | 7,2  |
| Bình quân 5 năm            |      |      |      |      | 4,6  |      |      |      |      | 7,9  |      |      |      | 5,0  |
| Xuất khẩu hàng hóa dịch vụ | 10,6 | 15,0 | 17,8 | 12,6 | 13,9 | 11,0 | 17,3 | 12,3 | 6,2  | 4,1  | 14,8 | 4,0  | -2,5 | 15,5 |
| Bình quân 5 năm            |      |      |      |      | 14,0 |      |      |      |      | 10,2 |      |      |      | 7,9  |
| Nhập khẩu hàng hóa dịch vụ | 4,7  | 11,2 | 19,9 | 13,4 | 15,7 | 11,3 | 18,2 | 9,6  | 4,9  | 3,3  | 16,7 | 1,2  | -4,3 | 16,1 |
| Bình quân 5 năm            |      |      |      |      | 13,0 |      |      |      |      | 9,4  |      |      |      | 7,4  |
| XK-NK                      | -0,5 | -0,7 | 2,2  | 0,4  | 0,7  | 0,2  | 0,4  | -0,3 | -0,3 | -0,3 | 1,2  | -0,8 | -2,8 |      |
| Bình quân 5 năm            |      |      |      |      | 0,4  |      |      |      |      | -0,1 |      |      | -0,8 |      |

Nguồn: Asian Development Bank (ADB), Key Indicators for Asia and the Pacific 2023, <https://www.adb.org/publications/key-indicators-asia-and-pacific-2023> và tính toán của tác giả.

Năm 2024: <https://www.gso.gov.vn/bai-top/2025/01/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2024/>

# HÀNH VI MUA SẴM TRỰC TUYẾN TRÊN NỀN TẢNG TIKTOK CỦA SINH VIÊN TRONG NỀN KINH TẾ SỐ

ThS. Võ Thị Đào<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Sự phát triển vượt bậc của mạng xã hội TikTok đã kéo theo sự bùng nổ của TikTok Shop, nền tảng thương mại điện tử tích hợp trực tiếp trên ứng dụng này. Với các yếu tố hấp dẫn như giá cả hợp lý, tính thuận tiện khi mua hàng, và sự kết hợp giữa xúc tiến bán hàng và giải trí, TikTok Shop đã thu hút một lượng lớn người tiêu dùng trẻ tuổi. Thêm vào đó, ảnh hưởng của các KOL (Key Opinion Leaders) và KOC (Key Opinion Consumers) cùng với xu hướng mua sắm trên TikTok đã tạo nên một hiệu ứng mua hàng cực kỳ mạnh mẽ. Vậy người tiêu dùng làm cách nào có thể vừa được trải nghiệm mua sắm như mong muốn vừa đảm bảo được quyền lợi của mình? Nghiên cứu hành vi mua sắm trực tuyến trên nền tảng TikTok của sinh viên sẽ đề xuất một số giải pháp nhằm giúp sinh viên sử dụng TikTok Shop một cách hiệu quả và an toàn.

**Từ khóa:** Mua sắm trực tuyến, TikTok, TikTok Shop, kinh tế số.

**Abstract:** The rapid development of the TikTok social network has led to the explosion of TikTok Shop, an e-commerce platform integrated directly on this application. With attractive factors such as reasonable prices, convenience when shopping, and the combination of sales promotion and entertainment, TikTok Shop has attracted a large number of young consumers. In addition, the influence of KOLs (Key Opinion Leaders) and KOCs (Key Opinion Consumers) along with the shopping trend on TikTok has created an extremely strong shopping effect. So how can consumers have the desired shopping experience while ensuring their rights? Researching online shopping behavior on the TikTok platform of students will propose some solutions to help students use TikTok Shop effectively and safely.

**Keywords:** Online shopping, TikTok, TikTok Shop, digital economy.

Ngày nhận bài: 15/01/2025

Ngày phản biện: 01/02/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

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

## I. GIỚI THIỆU

Theo dữ liệu thống kê từ các nền tảng truyền thông xã hội phổ biến nhất hiện nay thì TikTok đang dẫn đầu với 3.5 tỷ lượt tải xuống vào năm 2023, trong khi đó, số liệu này của Instagram và Facebook lần lượt là 1.47 tỷ và 1 tỷ. Trên thực tế, TikTok được xếp hạng thứ năm đứng sau Facebook, YouTube, Instagram và WhatsApp. Nhưng nếu xét về thời gian sử dụng trung bình hàng ngày thì TikTok đang đứng cao nhất với 54 phút, tiếp đến là Facebook 31 phút, Twitter 34 phút. Theo báo cáo WeAreSocial Digital 2024, tại Việt Nam, số lượng người dùng TikTok đạt gần 68 triệu người, xếp vị trí thứ 5 trong số các quốc gia có lượng người dùng lớn nhất tại nền tảng này. Với tính chất giải trí cao dựa trên các video ngắn chỉ từ 15 - 60 giây, TikTok đã thu hút một lượng lớn khách hàng đi cùng với đó là sự tham gia trực tiếp của các doanh nghiệp, các nhà bán hàng tiếp cận một lượng lớn khách hàng thông qua các video giải trí. Chính vì vậy việc phát triển một sàn thương mại điện tử gắn liền với kênh mạng xã hội đã tạo ra một thành công lớn và thu hút một lượng không nhỏ công chúng quan tâm tới các sản phẩm và hoạt động tìm hiểu sản phẩm cũng như mua bán trên sàn thương mại điện tử này. Ra mắt vào tháng 4/2022, TikTok Shop - một sàn thương mại điện tử mới nhưng có sức phát triển vượt bậc đi cùng với việc phát triển nền tảng số TikTok kết hợp giữa giải trí hình ảnh và bán hàng. Chỉ trong vòng chưa đầy 3 năm du nhập vào thị trường Việt Nam, TikTok Shop đã trở thành một nền tảng bán hàng vượt bậc sánh ngang cùng các “ông lớn” như: Shopee, Lazada

hay Sendo... Với nhiều tiện ích của mình, TikTok Shop đã trở thành kênh bán hàng bùng nổ với doanh thu đạt 18.360 tỷ đồng, chiếm 23,2% so với tổng doanh thu của các nền tảng thương mại điện tử tại Việt Nam (theo báo cáo quý 1-2024).

Xu hướng mua sắm trực tuyến đã phát triển vô cùng mạnh mẽ với số đông khách hàng các bạn trẻ gen Z trong đó chủ yếu là sinh viên. Cùng với xu thế chung của các kênh bán hàng online hiện nay, TikTok đang được quan tâm và gây chú ý cho người dùng, đặc biệt nhất phải kể đến là hình thức bán hàng qua livestream. Kể từ sau đại dịch Covid-19, hành vi mua sắm của khách hàng đã có sự dịch chuyển rõ rệt. Điều thường thấy là một bộ phận lớn, người tiêu dùng sử dụng điện thoại di động và các thiết bị có kết nối internet để mua sắm, làm việc, giao tiếp ngày càng nhiều.

Có thể thấy sự phát triển thần tốc của TikTok Shop luôn đi cùng với sự thay đổi về hành vi mua sắm của khách hàng đặc biệt là người trẻ với độ tuổi từ 18-25 tuổi. Đây là nhóm khách hàng dễ bị ảnh hưởng bởi nội dung của các video dẫn đến quyết định mua sắm, điều này cũng được BCG công bố qua kết quả nghiên cứu của mình trong thời gian gần đây. Cụ thể, có đến 81% người dùng TikTok tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương lựa chọn mua sắm qua TikTok Shop sau khi xem các video có liên quan đến bán hàng trực tuyến.

Có thể thấy sự phát triển vượt bậc của TikTok đã phần nào làm thay đổi quy trình hành vi mua hàng và tối ưu hóa quá trình quyết định mua hàng của các khách hàng trên nền tảng này, đồng thời với độ phổ biến

ngày một lớn, TikTok đang tiếp cận ngày càng nhiều các đối tượng người dùng và mở rộng thị trường nhất là đối với giới trẻ. Vì vậy, việc tìm hiểu về xu hướng hoạt động và các yếu tố tác động đến hành vi mua hàng của giới trẻ mà cụ thể là sinh viên là cần thiết để sinh viên hiểu hơn về quy trình xúc tiến bán kết hợp quảng cáo, sự thay đổi về xu hướng và hành vi của khách hàng đồng thời đưa ra các giải pháp phù hợp giúp các nhà bán hàng đưa ra các quyết định xúc tiến phù hợp trên nền tảng TikTok Shop.

TikTok là nền tảng mạng xã hội phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây, thu hút lượng người dùng khổng lồ, đặc biệt là lứa tuổi sinh viên. Sinh viên là đối tượng tiềm năng cho hoạt động mua sắm trực tuyến, đặc biệt là qua các kênh mạng xã hội, nền tảng TikTok với các tính năng độc đáo như video ngắn, livestream bán hàng... có sức ảnh hưởng lớn đến hành vi mua sắm của sinh viên. Các tổ chức (doanh nghiệp) và các cá nhân khi tham gia bán hàng qua TikTok Shop cần phải hiểu rõ hành vi mua sắm trực tuyến trên nền tảng TikTok của giới trẻ, đặc biệt là sinh viên để giúp họ xây dựng chiến lược bán hàng phù hợp, hiệu quả nhằm tăng doanh số và lợi nhuận.

## II. CƠ SỞ LÝ LUẬN

*TikTok*: TikTok là một nền tảng truyền thông xã hội chủ đề video ngắn được phát triển bởi công ty công nghệ Trung Quốc, ByteDance. Ứng dụng này cho phép người dùng tạo và chia sẻ video ngắn có thời lượng từ 15 đến 60 giây, thường là các clip hài hước, nhảy múa, thể hiện tài năng, và nhiều nội dung sáng tạo khác. Hiện tại, TikTok

được coi là một hiện tượng toàn cầu, thu hút hàng tỷ người dùng trên thế giới.

*TikTok Shop*: TikTok Shop là một tính năng nổi bật làm mưa làm gió mang về nguồn doanh thu khổng lồ cho các doanh nghiệp và người bán hàng của TikTok, cho phép người tiêu dùng mua sắm trực tuyến trên nền tảng này. Tính năng này giúp các nhãn hàng và nhà bán lẻ tạo ra các cửa hàng trực tuyến trên TikTok, nơi họ có thể quảng cáo và bán sản phẩm trực tiếp cho người dùng. Điều này giúp tạo ra một môi trường mua sắm tích hợp và tiện lợi cho cả người mua và người bán.

Lý thuyết tác động xã hội, còn được gọi là lý thuyết tác động xã hội - nhận thức hành vi, cho rằng môi trường xã hội và tác động từ người khác có thể ảnh hưởng đến hành vi của cá nhân. Lý thuyết này tập trung vào cách những yếu tố xã hội và nhận thức của một cá nhân có thể thay đổi và hướng dẫn hành vi của họ. Cách TikTok gây ảnh hưởng và tác động đến hành vi mua sắm của con người nói chung và sinh viên nói riêng:

*Tác động xã hội*: TikTok là một mạng xã hội nổi tiếng, trong đó sinh viên có thể xem và tương tác với nhiều nội dung từ các nguồn khác nhau. Các người dùng TikTok có thể tạo và chia sẻ nội dung, bao gồm quảng cáo, đánh giá sản phẩm, và trải nghiệm mua sắm. Tác động xã hội từ TikTok bao gồm sự tương tác với nội dung quảng cáo, lời khuyên từ người dùng khác, hoặc xu hướng mua sắm được phổ biến trên TikTok.

*Nhận thức*: Lý thuyết tác động xã hội cho rằng nhận thức của một cá nhân về những yếu tố xã hội có thể ảnh hưởng đến

hành vi của họ. Trong trường hợp này, nhận thức của sinh viên về sản phẩm, dịch vụ và thương hiệu thông qua TikTok có thể tạo ra sự quan tâm và tác động đến quyết định mua sắm của họ. Điều này có thể bao gồm nhận thức về các quảng cáo trên TikTok, ý kiến của người dùng khác, hoặc trải nghiệm mua sắm được chia sẻ trên nền tảng này.

*Hành vi mua sắm:* Lý thuyết tác động xã hội cho rằng tác động từ môi trường xã hội và nhận thức có thể tác động đến hành vi của cá nhân. Trong trường hợp này, tác động từ TikTok có thể thay đổi quyết định mua sắm của sinh viên. Sinh viên có thể bị ảnh hưởng bởi những lời khuyên, đánh giá tích cực hoặc tiêu cực, xu hướng mua sắm và các yếu tố xã hội khác mà họ gặp phải trên TikTok.

### **III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

*Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp:* Là phương pháp thu thập thông tin thông qua hệ thống dữ liệu có sẵn như giáo trình, tài liệu tham khảo từ báo cáo của các doanh nghiệp, tổ chức thống kê chuyên nghiệp để thu thập thêm các dữ liệu và thông tin có liên quan đến vấn đề nghiên cứu.

*Phương pháp xử lý dữ liệu:*

*Phương pháp thống kê mô tả:* Là phương pháp cần thiết trước khi tiến hành phân tích sâu hơn, phức tạp hơn. Dựa trên các số liệu đã thu thập, thực hiện phân tổ thống kê và tổng hợp tính toán các chỉ số. Trên cơ sở đó mô tả quy mô, sự biến động, sai lệch, ngoại lệ, mức độ phổ biến của các hiện tượng, quá trình cũng như đặc trưng của chúng.

*Phương pháp so sánh:* Đây là kỹ thuật phân tích được sử dụng rộng rãi trong quá

trình nghiên cứu các các hiện tượng kinh tế - xã hội. Bằng việc so sánh hiện tượng này với hiện tượng khác, giữa kỳ báo cáo với kỳ gốc, giữa loại hình này với loại hình khác để đưa ra những định nghĩa, đánh giá và giải thích thích hợp.

Ngoài ra, còn có một số phương pháp minh họa bằng sơ đồ hình ảnh, phương pháp phân tích, đánh giá tổng hợp, phân tích chỉ số... Các dữ liệu phục vụ cho nghiên cứu định lượng được xử lý chủ yếu bằng phần mềm Excel.

### **IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đã làm thay đổi cơ bản về kinh tế, xã hội trên toàn cầu. Nhất là sự bùng nổ và phổ biến của internet và các công nghệ kỹ thuật số mang lại nhiều cơ hội cho chúng ta để tham gia và kết nối vào thị trường kinh tế số. Đặc biệt trong lĩnh vực thương mại, mua bán trực tuyến đã trở thành một hình thức quen thuộc của đa số người tiêu dùng, nhất là giới trẻ. Theo số liệu thống kê tại Việt Nam, số lượng sinh viên đã mua sắm trực tuyến qua các kênh thương mại điện tử là hơn 80%. Từ đó, có thể nhận thấy việc mua hàng trực tuyến là vô cùng phổ biến, và ngày càng được ưa chuộng. Mở ra cơ hội phát triển, đầu tư cho nhiều cá nhân và doanh nghiệp. Nhận thức được điều đó, trong những năm gần đây, các doanh nghiệp, người bán hàng đã chuyển sự tập trung sang việc mua bán trên các sàn giao dịch trực tuyến và thu được nhiều thành công.

Những sự tin tưởng người tiêu dùng dành cho các sàn thương mại điện tử (TMĐT) từ 30,1% - 31,4%. Tuy nhiên, bên

cạnh những tiến bộ đáng khích lệ, vẫn còn nhiều thách thức cần được giải quyết để xây dựng lòng tin vững chắc hơn cho người tiêu dùng đối với các sàn TMĐT ví dụ như có thể mua phải hàng giả, hàng nhái hay hàng kém chất lượng; dịch vụ chăm sóc khách hàng chưa tốt hay bị chậm trễ và chính sách đổi trả hoàn tiền rắc rối,... vậy nên các sàn TMĐT cần hợp tác chặt chẽ với nhà cung cấp để đảm bảo nguồn gốc xuất xứ, chất lượng sản phẩm. Đồng thời, tăng cường kiểm tra, giám sát sản phẩm được bán trên sàn. Bên cạnh đó, chú trọng đào tạo nhân viên bài bản, chuyên nghiệp, cải tiến chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng, xây dựng quy trình giải quyết khiếu nại nhanh chóng, kịp thời, hiệu quả.

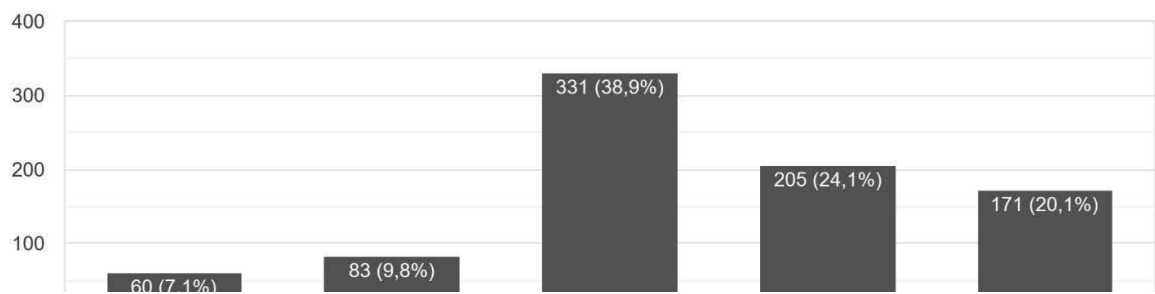
Sinh viên thường là nhóm đối tượng đầu tiên và nhạy cảm nhất trong việc tiếp nhận và thích ứng với các công nghệ mới, xu hướng mới. Nhóm sinh viên hiện nay lớn lên trong thời đại số, công nghệ đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày và học tập. Việc quen thuộc với các thiết bị di động, mạng xã hội và các ứng dụng trực tuyến đã tạo thuận lợi cho việc mua sắm trực tuyến của sinh viên hơn các nhóm đối tượng khác, họ chính là một trong các nhóm đối tượng khách hàng chủ yếu của TMĐT. Tuy nhiên, không chỉ có ưu điểm như tiện lợi, giá rẻ, nhiều lựa chọn mua sắm trực tuyến cũng đối diện với nhiều rủi ro dẫn đến làm mất khách hàng. Mua sắm trực tuyến thường gặp khó khăn việc trong việc đánh giá trực tiếp sản phẩm. Khách hàng chủ yếu nhìn hình ảnh sản phẩm qua thiết bị kết nối mạng, trong khi hình ảnh thì rất dễ để can thiệp làm

cho “ảo” và “lung linh” hơn rất nhiều so với thực tế.

Bên cạnh đó, thói quen mua hàng trên các sàn thương mại điện tử truyền thống như Shopee, Sendo, Lazada chiếm từ 30,6% - 32,9% đó chỉ là kết quả của lướt xem những sản phẩm ngay cả khi không có ý định mua hay chỉ là lướt sàn TMĐT chỉ vì thói quen giải trí.

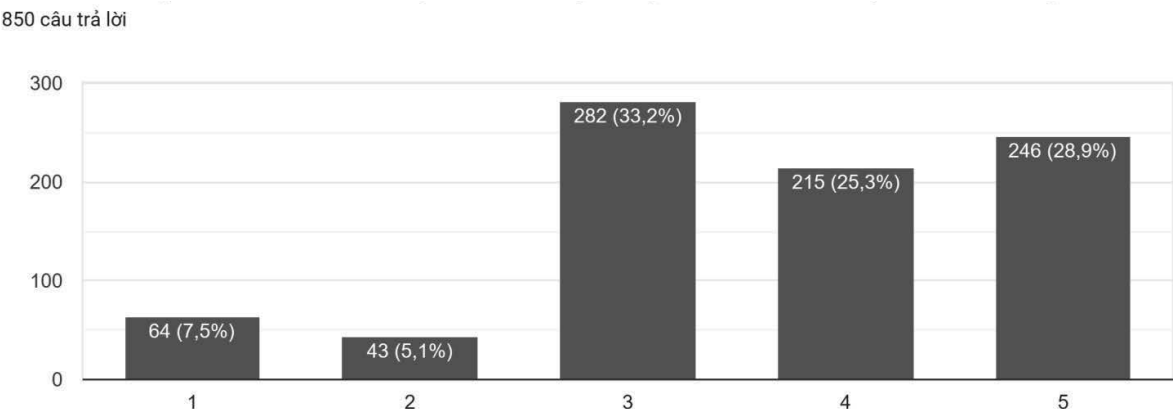
Theo Modor Intelligence, Việt Nam là một trong 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT cao nhất thế giới (tháng 1/2024), dẫn đầu Đông Nam Á. Cơ hội phát triển và mở rộng thị trường thì rất rõ ràng, nhưng để đảm bảo sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm trên sàn TMĐT TikTok Shop vẫn còn nhiều thách thức. Nguyên nhân chủ yếu đến từ việc yêu cầu của khách hàng ngày càng cao về chất lượng sản phẩm và dịch vụ, trong khi không ít sản phẩm trên TikTok Shop đôi khi chưa đáp ứng được hoàn toàn kỳ vọng hoặc khác một chút so với quảng cáo. Điều này có thể gây ra một số sự thất vọng và làm giảm phần nào sự tin tưởng của người tiêu dùng đối với TikTok Shop.

Theo số liệu khảo sát nhóm nghiên cứu thu thập được: ý kiến nhiều nhất ta có thể thấy là 38,9% tương đương với 331 trên tổng số 850 người đưa ra ý kiến trung lập, 24,1% là đồng ý và chỉ có 20,1% là hoàn toàn đồng ý. Có thể thấy việc sản phẩm phải luôn đáp ứng được mong muốn của các bạn sinh viên có tác động rất lớn đối với việc mua sắm trực tuyến trên sàn thương mại TikTok Shop.



Hình 1. Sự hài lòng của sinh viên đối với nền tảng TikTok  
(Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

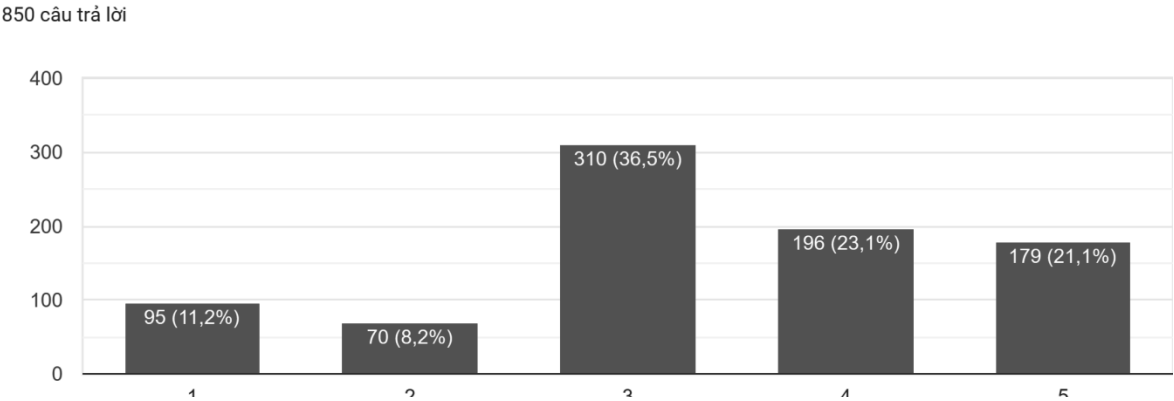
TMĐT đang phát triển mạnh mẽ, việc xây dựng và củng cố thương hiệu đóng vai trò then chốt cho sự thành bại của các tổ chức. Đặc biệt, đối với các sản phẩm được mua sắm trực tuyến, uy tín thương hiệu càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết, ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi và quyết định mua hàng của người tiêu dùng. Đặc biệt đối với các khách hàng trẻ tuổi như các bạn sinh viên thì cực kỳ quan tâm.



Hình 2. Ảnh hưởng của thương hiệu sản phẩm đến hành vi mua sắm của sinh viên  
(Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

Theo dữ liệu bảng khảo sát trên ta thấy có 54,2% tương đương 561 trên 850 người có ý kiến đồng ý tới hoàn toàn đồng ý, 33,2% trung lập và chỉ có 12,6% không đồng ý. Có thể thấy việc sản phẩm có thương hiệu uy tín chất lượng hay không cũng là một trong những tác động rất lớn tới việc quyết định mua sắm online trên nền tảng TikTok Shop của sinh viên.

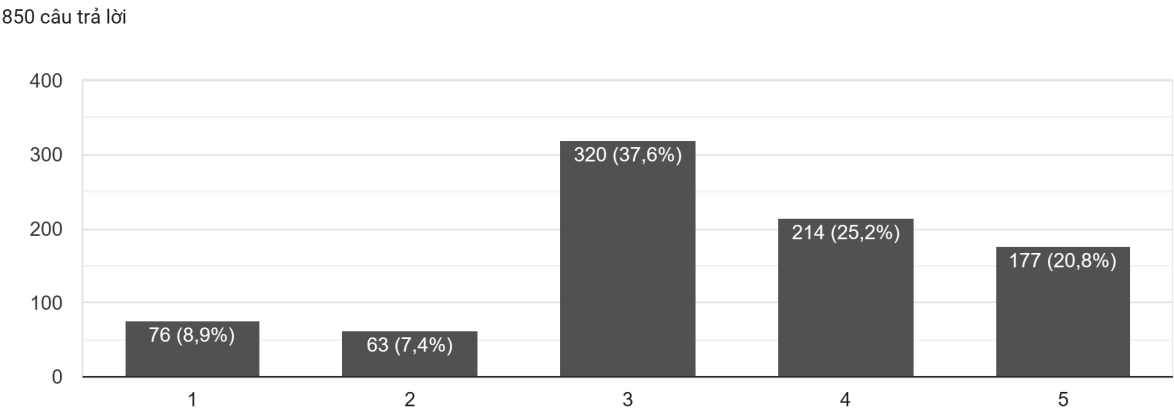
Nhờ sự kết nối thông tin thông suốt và các công nghệ tiên tiến, người tiêu dùng có thể cập nhật xu hướng sản phẩm mới nhất một cách nhanh chóng và dễ dàng. Các nền tảng mua sắm cung cấp đa dạng các tính năng như đề xuất sản phẩm, quảng cáo theo sở thích, đánh giá từ người dùng..., giúp người tiêu dùng dễ dàng khám phá những sản phẩm thịnh hành và phù hợp với nhu cầu của bản thân.



Hình 3. Trào lưu mua sắm online của sinh viên  
(Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

Theo dữ liệu bảng khảo sát trên ta thấy có 44,2% tương đương 375 trên 850 người có ý kiến đồng ý tới hoàn toàn đồng ý, 36,5% trung lập và có 19,4% không đồng ý. Có thể thấy việc mua sắm trên nền tảng TikTok theo trào lưu mua sắm cũng có những ảnh hưởng đáng kể tới việc quyết định mua sắm online trên nền tảng TikTok Shop của các bạn sinh viên.

Việc mua sắm trên TikTok, đặc biệt thông qua các video thực tế về sản phẩm, đang ngày càng phổ biến bởi sự tiện lợi và tính giải trí cao. Xu hướng này mang đến nhiều ưu điểm cho cả người mua và người bán, đồng thời cũng tạo ra những ảnh hưởng nhất định đến hành vi tiêu dùng.



Hình 4. Ảnh hưởng của video đến mua sắm trên TikTok của sinh viên  
(Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

Theo số liệu khảo sát nhóm nghiên cứu thu thập được: ý kiến nhiều nhất ta có thể thấy là 37,6% tương đương với 320 trên tổng số 850 người đưa ra ý kiến trung lập, 25,2% là đồng ý và chỉ có 20,8% là hoàn toàn đồng ý. Có thể thấy đối với sự phổ biến và sự lặp lại bởi những video thực tế sẽ tạo cho người tiêu dùng một cảm giác không thể quên và sẽ tìm hiểu

về sản phẩm đó. Đây cũng chính là những hành vi của các bạn sinh viên đối với việc mua sắm trực tuyến trên sàn thương mại TikTok Shop.

## V. KIẾN NGHỊ

Nhận thức được tiềm năng vô cùng lớn của hoạt động kinh doanh trên sàn thương mại TikTok Shop qua việc nghiên cứu hành vi mua sắm của sinh viên nói riêng và giới trẻ Việt Nam nói chung. Sau đây, là một số kiến nghị đối với cơ quan nhà nước để thúc đẩy hoạt động kinh doanh trên nền tảng này:

*Thứ nhất, hoàn thiện khung pháp lý:* xây dựng, rà soát, điều chỉnh, bổ sung các quy định pháp lý rõ ràng, cụ thể về hoạt động kinh doanh trên nền tảng TMĐT, trong đó có cả TikTok Shop như Luật Thương mại, Luật Quảng cáo, Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Cạnh tranh,... Tăng cường các biện pháp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi mua hàng trên TikTok Shop, nhất là các vấn đề liên quan đến chất lượng sản phẩm, giao hàng, đổi trả và giải quyết tranh chấp. Thực hiện quản lý thuế hiệu quả đối với các hoạt động kinh doanh trên TikTok Shop.

*Thứ hai, hỗ trợ doanh nghiệp/cá nhân bán hàng:* tổ chức tuyên truyền, phổ biến kiến thức về kinh doanh trên TikTok Shop cho các doanh nghiệp, hộ kinh doanh, cá nhân kinh doanh. Tổ chức tư vấn, đào tạo, tập huấn về kỹ năng bán hàng, marketing, quản lý vận hành trên TikTok Shop cho các doanh nghiệp/cá nhân. Hỗ trợ các doanh nghiệp kết nối, hợp tác với các đối tác, nhà cung cấp trên TikTok Shop.

*Thứ ba, tăng cường công tác kiểm tra, giám sát:* thực hiện kiểm tra chất lượng sản phẩm bán trên TikTok Shop liên tục, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm về chất lượng, hàng giả, hàng nhái. Kiểm duyệt chặt chẽ nội dung trên TikTok Shop, ngăn chặn các hành vi quảng cáo sai sự thật, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng, các hành vi trốn thuế, gian lận thương mại.

*Thứ tư, phát triển cơ sở hạ tầng:* đầu tư cơ sở hạ tầng internet, đặc biệt là ở các vùng sâu, vùng xa, để mọi người dân có thể dễ dàng tiếp cận và mua sắm trên TikTok Shop. Phát triển hạ tầng logistics tạo điều kiện cho hoạt động giao hàng nhanh chóng, an toàn, tiết kiệm đến tay người tiêu dùng.

*Thứ năm, hợp tác quốc tế:* hợp tác với các quốc gia để chia sẻ kinh nghiệm về quản lý hoạt động kinh doanh trên nền tảng TikTok Shop điện tử như Indonesia, Trung Quốc, Thái Lan, Hoa Kỳ,... Phối hợp với các tổ chức quốc tế để ngăn chặn các hành vi tội phạm liên quan đến hoạt động kinh doanh trên nền tảng này.

*Thứ sáu, nâng cao nhận thức:* người tiêu dùng phải có ý thức tự bảo vệ quyền lợi của mình khi mua hàng trên TikTok Shop, hiểu rõ quy trình, cách thức khiếu nại, tố cáo khi gặp phải các vấn đề. Đối với doanh nghiệp thì cần phải nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội, đạo đức kinh doanh khi tham gia hoạt động trên TikTok Shop.

## VI. KẾT LUẬN

TikTok cho phép người dùng xem trực tiếp video và các đánh giá thực tế từ người dùng khác, tạo nên một môi trường mua sắm trực quan và đáng tin cậy. Nghiên cứu

cho thấy người dùng cảm thấy tin tưởng hơn vào sản phẩm khi họ có thể xem video đánh giá từ người dùng khác. Điều này đặc biệt quan trọng đối với sinh viên, những người thường có ngân sách hạn chế và cần đảm bảo rằng họ đang đầu tư vào sản phẩm chất lượng.

Việc tận dụng nền tảng TikTok và TikTok Shop để xúc tiến thương mại đòi hỏi doanh nghiệp phải áp dụng các giải pháp tiếp thị sáng tạo và hiệu quả. Bằng cách tối ưu hóa nội dung tiếp thị, cải thiện trải nghiệm mua sắm, tăng cường tương tác với khách hàng, sử dụng dữ liệu để điều chỉnh chiến lược và đảm bảo an toàn thông tin, doanh nghiệp có thể khai thác tối đa tiềm năng của TikTok để thúc đẩy bán hàng và phát triển bền vững. Giải pháp mang tính khả thi hiện nay là tăng cường kiến thức và sự hiểu biết về những ảnh hưởng của quảng cáo và tiếp thị trực tuyến. Sinh viên phải là người tiêu dùng thông thái, có khả năng phân biệt thông tin, có năng lực đánh giá mức độ tin cậy của thông tin. Sinh viên cần chủ động tham gia các chương trình tập huấn, hội thảo, workshop, đăng ký các khóa học về phương tiện truyền thông và quảng cáo trên internet; tự nghiên cứu các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến TMĐT; quan tâm đến các dịch vụ gắn liền với hoạt động mua sắm trực tuyến như: dịch vụ thanh toán trực tuyến (ví điện tử, thẻ tín dụng và các ứng dụng thanh toán di động như Momo, Zalopay) giúp tăng cường tiện ích và tiết kiệm thời gian cho người tiêu dùng. Đồng thời, còn góp phần tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các giao dịch TMĐT.

### Tài liệu tham khảo

1. Thư viện pháp luật Việt Nam, Điều 3 - Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, 2010.
2. PGS. TS. Vũ Huy Thông (Chủ biên) (2014), *Giáo trình hành vi người tiêu dùng*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
3. Philip Kotler, Kevin Keller (2013), *Quản trị Marketing*.
4. TS. Trần Hải Ly (Giảng viên, Bộ môn Marketing và Truyền thông, Trường Đại học Ngoại thương) - Nguyễn Trúc Quỳnh (Sinh viên Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế, Trường Đại học Ngoại thương) - Phạm Thị Thu Trà (Chuyên viên Marketing, DETERMINANT Vietnam) (2024), *Các yếu tố tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng khi mua sắm mặt hàng thời trang qua livestream trên trang TikTok tại Việt Nam*.
5. Lê Thu Phương và Nguyễn Thị Hồng Nguyệt (2023), *Các yếu tố của người ảnh hưởng trên nền tảng TikTok tác động đến ý định mua sắm trực tuyến tại TikTok Shop của thế hệ gen Z ở TP. Hồ Chí Minh*.
6. Trần Trọng Đức và cộng sự (2020), *Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm trực tuyến của thế hệ Z trên địa bàn Hà Nội khi sử dụng mạng xã hội TikTok*.
7. Huỳnh Văn Thái, Nguyễn Thị Bích Thủy, Trần Phan Ngọc Tiến, Võ Xuân Hậu (2022), *Nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng trực tuyến của sinh viên trên địa bàn tỉnh Phú Yên*.
8. Yu, T. K., & Wu, G. S., (2007), *Determinants of internet shopping behavior*.

# ỨNG DỤNG AI TRONG HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP TẠI VIỆT NAM

ThS. Ngô Đức Giang,  
ThS. Nguyễn Thị Hằng<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh hiện nay, trí tuệ nhân tạo (AI) không chỉ giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất và dự đoán xu hướng mà còn tạo ra những ứng dụng hữu ích trong tương lai ở các lĩnh vực tự động hóa quá trình sản xuất đến hỗ trợ y tế, giao thông thông minh và nhiều lĩnh vực khác. Việc ứng dụng AI vào các lĩnh vực của đời sống xã hội, sản xuất, kinh doanh Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp nói riêng đã trở thành một xu thế ở hiện tại và trong tương lai. Việc ứng dụng một cách tích cực các công dụng và giá trị của AI sẽ mang lại nhiều lợi ích cho phát triển kinh tế và hiệu quả cho các hoạt động quản trị của doanh nghiệp.

**Từ khóa:** Trí tuệ nhân tạo, chuyển đổi số, quản trị doanh nghiệp.

**Abstract:** In the current context, artificial intelligence (AI) not only helps optimize production processes and predict trends but also creates useful applications in the future in the fields of production process automation to medical support, smart transportation and many other fields. The application of AI in areas of social life, production, business in Vietnam in general and enterprises in particular has become a trend in the present and in the future. Actively applying the uses and values of AI will bring many benefits to economic development and efficiency to business management activities.

**Keywords:** Artificial intelligence, digital transformation, corporate governance.

Ngày nhận bài: 31/12/2024

Ngày phản biện: 25/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

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

## I. TỔNG QUAN VỀ AI

### 1. Định nghĩa và vai trò của AI

\* **Định nghĩa:** Trí tuệ nhân tạo (AI) là một nhánh của khoa học máy tính tập trung vào việc tạo ra những hệ thống có khả năng thực hiện các nhiệm vụ đòi hỏi trí thông minh của con người, như học hỏi, suy luận, giải quyết vấn đề, nhận biết ngôn ngữ và hình ảnh.

#### \* Các loại hình AI:

**AI hẹp (Narrow AI):** được thiết kế để thực hiện một số nhiệm vụ cụ thể như nhận dạng khuôn mặt, chơi cờ vua, dịch máy, là loại AI sử dụng phổ biến nhất hiện nay.



**Narrow AI applications:**  
facial recognition, machine translation,  
chessplaying AI

**AI chung (General AI):** loại AI này vẫn còn đang là mục tiêu nghiên cứu nhằm có khả năng thực hiện bất kỳ nhiệm vụ trí tuệ nào mà con người có thể làm.

\* **Vai trò của AI trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0:** Sử dụng AI giúp tự động hóa các quy trình, nâng cao hiệu suất, tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới, có vai trò ngày

càng quan trọng trong cuộc cách mạng 4.0 và có thể tác động thay đổi đến đời sống và cách làm việc của cộng đồng xã hội hiện nay.

### 2. Các công nghệ AI cốt lõi và ứng dụng

Trí tuệ nhân tạo (AI) được xây dựng trên nền tảng của nhiều công nghệ cốt lõi khác nhau. Dưới đây là một số công nghệ AI quan trọng và cách chúng được ứng dụng trong doanh nghiệp:

**Học máy (Machine learning):** Đây là một tập hợp các thuật toán cho phép máy tính học hỏi từ dữ liệu mà không cần được lập trình rõ ràng. AI Machine learning được sử dụng rộng rãi trong các ứng dụng như phân loại, dự đoán và phân cụm (clustering), xây dựng các mô hình dự báo doanh số, phân loại khách hàng, phát hiện gian lận.

**Học sâu (Deep learning):** Là một nhánh của học máy, sử dụng các mạng thần kinh nhân tạo với nhiều lớp để học từ dữ liệu có cấu trúc phức tạp. Ứng dụng trong việc nhận dạng hình ảnh, xử lý ngôn ngữ tự nhiên, tạo ra nội dung sáng tạo.

**Xử lý ngôn ngữ tự nhiên (Natural language processing - NLP):** Cho phép máy tính hiểu và xử lý ngôn ngữ của con người. Ứng dụng trong Chatbot, dịch máy, phân tích cảm xúc trong các bài viết, trả lời câu hỏi tự động.

**Thị giác máy tính (Computer vision):** Cho phép máy tính hiểu và xử lý thông tin từ hình ảnh và video. Ứng dụng trong nhận dạng khuôn mặt, phân tích hình ảnh y tế, kiểm soát chất lượng sản phẩm.

**3. Ứng dụng AI trong các lĩnh vực quản trị**

AI được coi là một bước tiến lớn trong cách mạng công nghệ 4.0, đã và đang tạo ra những thay đổi sâu sắc đời sống xã hội nói chung và trong cách các doanh nghiệp vận hành nói riêng. Dưới đây là một số ứng dụng điển hình của AI trong các lĩnh vực quản trị của doanh nghiệp.

**\* Marketing**

*Cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng:* AI giúp phân tích hành vi của khách hàng để đưa ra các khuyến nghị sản phẩm phù hợp, tạo ra các chiến dịch marketing cá nhân hóa.

*Dự đoán hành vi khách hàng:* AI có thể dự đoán nhu cầu của khách hàng trong tương lai, giúp doanh nghiệp lên kế hoạch sản xuất và kinh doanh hiệu quả hơn.

*Tối ưu hóa quảng cáo:* AI giúp chọn lựa các kênh quảng cáo hiệu quả nhất, tối ưu hóa ngân sách quảng cáo.

**\* Sản xuất**

*Tự động hóa quy trình:* Robot và máy móc tự động hóa thực hiện các công việc lặp đi lặp lại, tăng năng suất và giảm thiểu lỗi.

*Tối ưu hóa chuỗi cung ứng:* AI giúp dự báo nhu cầu, tối ưu hóa việc quản lý kho, giảm thiểu chi phí logistics.

*Kiểm soát chất lượng:* Hệ thống thị giác máy tính giúp phát hiện các lỗi sản phẩm một cách tự động.

**\* Tài chính**

*Phân tích rủi ro:* AI giúp đánh giá rủi ro trong các hoạt động đầu tư, giảm thiểu thiệt hại.

*Phát hiện gian lận:* AI phát hiện các hành vi gian lận trong giao dịch tài chính.

*Tư vấn đầu tư:* AI cung cấp các gợi ý đầu tư dựa trên phân tích dữ liệu thị trường.

**\* Nhân sự**

*Tuyển dụng:* AI giúp sàng lọc hồ sơ ứng viên, tìm kiếm những ứng viên phù hợp nhất với yêu cầu công việc.

*Đánh giá nhân viên:* AI giúp đánh giá hiệu suất làm việc của nhân viên, xác định các điểm mạnh và yếu để xây dựng kế hoạch đào tạo.

*Xây dựng lộ trình phát triển:* AI giúp xây dựng lộ trình phát triển sự nghiệp cho nhân viên.

**\* Khách hàng**

*Chatbot:* Chatbot sử dụng AI để tương tác với khách hàng, trả lời các câu hỏi thường gặp, hỗ trợ khách hàng 24/7.

*Hỗ trợ khách hàng trực tuyến:* AI giúp phân tích các yêu cầu của khách hàng và kết nối họ với nhân viên hỗ trợ phù hợp.

*Phân tích cảm xúc khách hàng:* AI giúp phân tích cảm xúc của khách hàng từ các phản hồi trên mạng xã hội, các cuộc khảo sát để cải thiện sản phẩm và dịch vụ.



**Industry 4.0 with AI integration**

## II. THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG AI TẠI VIỆT NAM

### 1. Chính sách của Chính phủ Việt Nam hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng AI

Việt Nam đang ngày càng nhận thức được tầm quan trọng của AI và đã có những bước tiến đáng kể trong việc ứng dụng công nghệ này. Theo báo cáo “Chỉ số Sẵn sàng Trí tuệ nhân tạo của Chính phủ 2023” do Oxford Insights (một tổ chức tư vấn về chiến lược chuyển đổi số và AI ở Anh) vừa được công bố, Việt Nam tăng điểm lần thứ 3 liên tiếp, đứng thứ 5/10 trong ASEAN và đứng vị trí thứ 59 trên tổng số 193 quốc gia và vùng lãnh thổ được đánh giá. Điểm trung bình của Việt Nam năm 2023 là 54,48 điểm (so với 53,96 điểm năm 2022 và 51,82 điểm năm 2021), Việt Nam đã vượt qua Philipin để leo lên vị trí thứ 5, tăng một bậc so với năm 2022. Căn cứ vào các chỉ số điểm và vị trí xếp hạng cho thấy tính từ năm 2021 đến 2023, Việt Nam đã 3 năm liên tiếp vượt qua mức trung bình toàn cầu về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng AI.

Tuy nhiên, so với các quốc gia phát triển, việc ứng dụng AI tại Việt Nam vẫn còn ở giai đoạn đầu, quá trình phát triển và ứng dụng AI cũng đã bộc lộ một số ưu điểm và thách thức đối với lĩnh vực này.

Chính phủ Việt Nam cũng đã nhận thức rõ tầm quan trọng của trí tuệ nhân tạo (AI) và ban hành nhiều chính sách nhằm khuyến khích các doanh nghiệp ứng dụng AI. Một số các chính sách hiện hành có thể kể đến như sau:

#### \* Chương trình hỗ trợ tài chính

Thành lập các quỹ đầu tư vào các dự án khởi nghiệp về AI, hỗ trợ tài chính cho các

doanh nghiệp nhỏ và vừa phát triển các sản phẩm, dịch vụ dựa trên AI, cung cấp các ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp đầu tư vào nghiên cứu và phát triển AI và đồng thời hỗ trợ lãi suất cho các khoản vay đầu tư vào các dự án AI.

#### \* Đào tạo nhân lực

Thực hiện việc mở các chương trình đào tạo về AI tại các trường đại học, cao đẳng, trung cấp, hợp tác với các quốc gia phát triển để đào tạo nhân tài về AI cũng như thành lập các trung tâm nghiên cứu AI để thu hút nhân tài và thúc đẩy nghiên cứu.

#### \* Khung pháp lý

Triển khai xây dựng các quy định pháp lý về ứng dụng AI, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, bảo đảm an toàn thông tin, thường xuyên cập nhật và hoàn thiện khung pháp lý để phù hợp với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ AI.

#### \* Khuyến khích đổi mới sáng tạo

Tổ chức các cuộc thi, hội thảo về AI để tạo ra sân chơi cho các nhà nghiên cứu, lập trình viên, xây dựng các cộng đồng AI, tạo điều kiện để các nhà nghiên cứu, doanh nghiệp cùng nhau hợp tác, chia sẻ kinh nghiệm và tạo điều kiện thuận lợi cho các startup trong lĩnh vực AI.

### 2. Các doanh nghiệp hàng đầu ở Việt Nam ứng dụng AI

Không nằm ngoài xu hướng phát triển công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam cũng đang tích cực quan tâm và tham gia vào làn sóng công nghệ mới này. Theo ghi nhận từ nền tảng dữ liệu thị trường Tracxn, hiện nay Việt Nam có khoảng 278 startups AI. Trong khi

đó, theo Bộ Khoa học và Công nghệ, năm 2023 Việt Nam có khoảng 3.800 startups. Điều này có nghĩa số sartaups AI hiện nay đang chiếm gần 10% số lượng startup tại Việt Nam.

Việt Nam cũng đang chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ của các doanh nghiệp ứng dụng AI, theo Báo cáo ứng dụng công nghệ trong kinh doanh 2024 khu vực châu Á - Thái Bình Dương của CPA Australia, tỷ lệ ứng dụng chiến lược số, công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) vào chiến lược tổ chức chung của các doanh nghiệp Việt Nam cao hơn so với những doanh nghiệp ở các thị trường khác trong khu vực. Cụ thể, có tới 74% doanh nghiệp được khảo sát tại Việt Nam đã và đang áp dụng chiến lược số vào hoạt động kinh doanh của mình, cao hơn nhiều so với mức trung bình 63% của khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Dưới đây là một số ví dụ điển hình về các doanh nghiệp đã thành công trong việc ứng dụng AI vào hoạt động kinh doanh:

**\* Lĩnh vực bán lẻ**

*Công ty cổ phần Thế giới di động:* Công ty cổ phần Thế giới di động là một trong những doanh nghiệp hàng đầu về phân phối thiết bị điện tử tại Việt Nam. Những năm gần đây, Công ty đã áp dụng AI và rất nhiều các hoạt động kinh doanh của đơn vị như: dự đoán nhu cầu hàng hóa dựa trên lịch sử mua sắm của khách hàng, cá nhân hóa các khuyến mãi, xây dựng các chatbot để tư vấn khách hàng trực tuyến. Việc ứng dụng AI vào hoạt động kinh doanh đã góp phần vào những thành công trong kinh doanh như: tăng doanh thu, cải thiện trải nghiệm mua sắm cho khách hàng, giảm

thiếu tồn kho. Tuy nhiên, việc xây dựng và quản lý hệ thống dữ liệu lớn, đào tạo nhân viên để thích ứng với công nghệ mới cũng là một thách thức đặt ra với doanh nghiệp.

**\* Lĩnh vực ngân hàng**

*Vietcombank:* là một trong những ngân hàng hàng đầu tại Việt Nam, Vietcombank đã ứng dụng AI vào các hoạt động quản trị như phát hiện giao dịch gian lận thông qua việc phân tích hành vi khách hàng, cung cấp dịch vụ tư vấn đầu tư cá nhân hóa dựa trên dữ liệu khách hàng. Nhờ đó để giảm thiểu rủi ro tín dụng, tăng cường trải nghiệm khách hàng, nâng cao hiệu quả hoạt động. Bảo mật dữ liệu khách hàng, xây dựng niềm tin của khách hàng đối với các dịch vụ dựa trên AI cũng là bài toán đặt ra với Vietcombank.

*Techcombank:* ứng dụng AI trong việc xây dựng chatbot hỗ trợ khách hàng 24/7, tự động hóa các quy trình giao dịch, phân tích tín dụng để nâng cao hiệu quả hoạt động, giảm chi phí, cải thiện trải nghiệm khách hàng.

**\* Lĩnh vực sản xuất**

*Các nhà máy sản xuất:* các doanh nghiệp sản xuất ô tô trong nước ứng dụng AI trong việc sử dụng các Robot công nghiệp thực hiện các công việc lặp đi lặp lại, hệ thống thị giác máy tính kiểm soát chất lượng sản phẩm, IoT kết nối các thiết bị trong nhà máy để tối ưu hóa quy trình sản xuất như Vinfast, Trường Hải... từ đó tăng năng suất, giảm chi phí sản xuất, cải thiện chất lượng sản phẩm. Tuy nhiên việc áp dụng các công nghệ này đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu lớn, cần đào tạo lại nhân viên, thích ứng với công nghệ mới.

\* **Lĩnh vực công nghệ:** các doanh nghiệp công nghệ trong nước ứng dụng AI có thể kể đến như FPT, Viettel, VNPT trong các lĩnh vực như: phát triển các nền tảng AI, cung cấp các giải pháp AI cho các doanh nghiệp khác, ứng dụng AI trong các dịch vụ viễn thông, như nhận diện khuôn mặt, chatbot, phân tích dữ liệu khách hàng, phát triển các giải pháp AI trong lĩnh vực y tế, giáo dục, chính phủ điện tử.

### 3. Một số nhận định và bài học kinh nghiệm từ những thực trạng việc ứng dụng AI tại Việt Nam

Về cơ bản các chính sách của Chính phủ Việt Nam trong việc hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp ứng dụng AI trong hoạt động quản trị trên đã góp phần thúc đẩy sự phát triển của AI tại Việt Nam. Tuy nhiên, vẫn còn một số tồn tại cần được nhìn nhận và khắc phục: i) các chính sách chưa được thống nhất và triển khai đồng bộ; ii) các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, chưa tiếp cận được đầy đủ thông tin về các chính sách hỗ trợ; iii) cơ sở hạ tầng công nghệ, đặc biệt là về dữ liệu lớn, chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển AI.

Để cải thiện và khắc phục những tồn tại trên, Chính phủ Việt Nam cần có những hành động thiết thực và quyết liệt hơn nhằm thúc đẩy sự phát triển của AI có thể kể đến như: i) các bộ, ngành cần tăng cường phối hợp để triển khai đồng bộ các chính sách; ii) giảm thiểu các thủ tục hành chính để tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp; iii) tăng cường truyền thông về các chính sách hỗ trợ để doanh nghiệp nắm bắt thông tin;

iv) đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ, đặc biệt là về dữ liệu lớn; v) xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sôi động để thu hút các tài năng và ý tưởng mới.

Với những nỗ lực của Chính phủ và sự tham gia tích cực của cộng đồng doanh nghiệp, Việt Nam có tiềm năng trở thành một trong những trung tâm phát triển AI hàng đầu trong khu vực.

## III. CƠ HỘI, THÁCH THỨC VÀ KHUYẾN NGHỊ TRONG VIỆC ỨNG DỤNG AI TRONG QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP Ở VIỆT NAM

### 1. Cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam

\* **Cơ hội:** i) AI giúp tự động hóa các quy trình, giảm thiểu lỗi và tăng năng suất lao động; ii) AI giúp phân tích dữ liệu để đưa ra những quyết định chính xác hơn, cải thiện chất lượng sản phẩm dịch vụ; AI mở ra nhiều cơ hội để tạo ra các sản phẩm dịch vụ mới, sáng tạo; iv) doanh nghiệp Việt Nam có thể cạnh tranh ngang bằng với các doanh nghiệp quốc tế nhờ ứng dụng AI.

#### \* **Thách thức:**

AI vừa là cơ hội, vừa là thách thức lớn, AI mang lại cơ hội để có thể bứt phá vươn lên trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Tuy nhiên, thách thức của Việt Nam trong giai đoạn này cũng vô cùng lớn.

*Thứ nhất*, các sản phẩm khoa học công nghệ Việt Nam, dù đã được cải tiến và đổi mới nhiều, song phần lớn vẫn sử dụng những công nghệ cũ, lạc hậu. Việc đổi mới công nghệ so với mặt bằng chung vẫn còn chậm. Chiến lược phát triển khoa học và công nghệ Việt Nam đến 2020 đã đặt ra

yêu cầu tốc độ đổi mới công nghệ phải đạt 15-20% mỗi năm, nghĩa là sau khoảng 5 năm các doanh nghiệp Việt Nam phải đổi mới được một thế hệ công nghệ. Thực tế đây là con số quá cao nhưng mặt khác cũng lại được coi là quá thấp đối với khoa học và công nghệ Việt Nam.

*Thứ hai*, đầu tư để phát triển khoa học công nghệ tuy đã có chuyển biến, được chú trọng nhưng mới chỉ đạt 2% tổng chi ngân sách Nhà nước - một con số quá thấp so với nhu cầu của hoạt động khoa học công nghệ. Các nước tiên tiến đầu tư cho phát triển khoa học công nghệ, đặc biệt là nghiên cứu các sản phẩm khoa học ứng dụng luôn đạt từ 3-5% ngân sách. Rõ ràng sự chênh lệch về vốn đầu tư cho khoa học công nghệ cũng là một thách thức lớn cho nền khoa học công nghệ Việt Nam.

*Thứ ba*, đội ngũ cán bộ làm công tác khoa học, đặc biệt là các nhà khoa học đầu ngành còn thiếu và yếu, thiếu các trung tâm khoa học lớn; hiệu quả sử dụng các phòng thí nghiệm trọng điểm quốc gia và kết quả hoạt động của các khu công nghệ cao còn thấp. Thiếu cơ chế quản lý khoa học, nhất là cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm, trọng dụng, đãi ngộ nhân tài còn nhiều hạn chế.

## **2. Một số giải pháp AI phù hợp cho doanh nghiệp nhỏ và vừa**

Doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME) tại Việt Nam có thể tận dụng sức mạnh của AI để tăng cường khả năng cạnh tranh mà không cần đầu tư quá nhiều vào cơ sở hạ tầng và nhân lực. Dưới đây là một số giải pháp AI phù hợp:

### **\* Các nền tảng AI đám mây**

Các nền tảng AI đám mây cung cấp một cách dễ dàng và linh hoạt để doanh nghiệp tiếp cận các công cụ và dịch vụ AI. Một số nền tảng phổ biến bao gồm:

*Google Cloud AI*: Cung cấp một loạt các dịch vụ AI, bao gồm xử lý ngôn ngữ tự nhiên, thị giác máy tính, học máy.

*Amazon Web Services (AWS)*: Cung cấp các dịch vụ AI mạnh mẽ như Amazon SageMaker, Amazon Rekognition.

*Microsoft Azure AI*: Tích hợp AI vào các sản phẩm và dịch vụ của Microsoft, giúp doanh nghiệp dễ dàng xây dựng các ứng dụng AI.

**Ưu điểm:** i) các nền tảng này cung cấp các giao diện trực quan và các công cụ dễ sử dụng; ii) doanh nghiệp chỉ cần trả phí cho những dịch vụ mà mình sử dụng; iii) các nền tảng này được cập nhật thường xuyên với các tính năng mới.

### **\* Các giải pháp AI mở nguồn**

Các giải pháp AI mở nguồn cung cấp mã nguồn mở, cho phép doanh nghiệp tùy chỉnh và phát triển các ứng dụng AI theo nhu cầu riêng. Một số thư viện và framework phổ biến bao gồm:

*TensorFlow*: Được phát triển bởi Google, TensorFlow là một trong những framework học sâu phổ biến nhất.

*PyTorch*: Phát triển bởi Facebook, PyTorch được biết đến với tính linh hoạt và dễ sử dụng.

**Ưu điểm:** i) doanh nghiệp không phải trả phí bản quyền; ii) có một cộng đồng lớn hỗ trợ và phát triển các thư viện này; iii) doanh nghiệp có thể tùy chỉnh các mô hình và thuật toán theo nhu cầu.

**\* Các công cụ AI chuyên biệt**

Ngoài các nền tảng và framework chung, còn có nhiều công cụ AI chuyên biệt cho từng lĩnh vực:

**Marketing:** Các công cụ phân tích cảm xúc khách hàng, tạo nội dung tự động, tối ưu hóa quảng cáo.

**Sản xuất:** Các công cụ kiểm soát chất lượng sản phẩm, dự báo bảo trì.

**Tài chính:** Các công cụ phân tích rủi ro, phát hiện gian lận.

**IV. KẾT LUẬN**

Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn để trở thành một trong những quốc gia dẫn đầu khu vực trong lĩnh vực AI. Tuy nhiên, để đạt được mục tiêu này, cần có sự nỗ lực của cả Chính phủ, doanh nghiệp và cộng đồng.

Để thúc đẩy ứng dụng AI tại Việt Nam, cần có sự phối hợp của nhiều bên, bao gồm doanh nghiệp, Chính phủ và các tổ chức liên quan bao gồm:

**Cộng đồng doanh nghiệp** cần đầu tư vào đào tạo để nâng cao kỹ năng về AI cho nhân viên, lập kế hoạch rõ ràng về việc ứng dụng AI vào hoạt động kinh doanh, hợp tác với các đơn vị nghiên cứu, các công ty công nghệ để phát triển các giải pháp AI, đầu tư vào các giải pháp bảo mật để bảo vệ dữ liệu.

**Chính phủ** cần ban hành các chính sách ưu đãi về thuế, hỗ trợ tài chính để khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào AI, đầu tư vào các dự án nghiên cứu về AI, xây dựng các trung tâm nghiên cứu AI, đầu tư vào đào tạo nhân lực chất lượng cao về AI, đầu tư vào hạ tầng công nghệ để hỗ trợ việc ứng dụng AI.

Đối với các tổ chức liên quan tổ chức các sự kiện để chia sẻ kinh nghiệm, kết nối các doanh nghiệp và nhà nghiên cứu, tạo ra một cộng đồng AI mạnh mẽ để hỗ trợ các doanh nghiệp.

Việc ứng dụng AI thành công sẽ mang lại nhiều lợi ích các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng và cho cả nền kinh tế và xã hội Việt Nam nói chung.

**Tài liệu tham khảo:**

1. Ứng dụng và phát triển mạnh mẽ công nghệ AI: Việt Nam đứng trước nhiều cơ hội (Tạp chí điện tử Vneconomy.vn ngày 21/6/2023)

2. Những thách thức trong phát triển trí tuệ nhân tạo tại Việt Nam (Thu Phương, ngày 17/7/2024), <https://www.vietnamplus.vn/nhung-thach-thuc-trong-phat-trien-tri-tue-nhan-cao-tai-viet-nam-post965047.vnp>.

3. Phát triển và ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo: Đòn bẩy thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia, <https://special.nhandan.vn/tri-tue-nhan-cao-viet-nam/index.html>.

4. Ý tưởng xây dựng xã hội trí tuệ nhân tạo ở Việt Nam (Nguyễn Anh Tuấn - Giám đốc diễn đàn toàn cầu Boston ngày 02/9/2024), <https://tuoitre.vn/y-tuong-xay-dung-xa-hoi-tri-tue-nhan-cao-o-viet-nam-20240829112251499.html>.

5. Quy mô thị trường trí tuệ nhân tạo Việt Nam dự kiến đạt hơn 2 tỷ USD vào 2032, <https://vneconomy.vn/techconnect/quy-mo-thi-truong-tri-tue-nhan-cao-viet-nam-du-kien-dat-hon-2-ty-usd-vao-2032.html>.

# GIẢI PHÁP ÁP DỤNG MÔ HÌNH CDIO TRONG THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

TS. Hoàng Văn Tường, ThS. Vũ Thị Thanh Ngọc<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu hóa, yêu cầu đối với chất lượng đào tạo nhân lực ngành kế toán - kiểm toán ngày càng cao. Tuy nhiên, các chương trình đào tạo truyền thống ở Việt Nam chủ yếu tập trung vào lý thuyết mà chưa chú trọng nhiều đến tính thực tiễn, dẫn đến sự chênh lệch lớn giữa năng lực sinh viên sau tốt nghiệp và yêu cầu thực tế từ doanh nghiệp. Mô hình CDIO (Conceive - Design - Implement - Operate) được phát triển như một khung lý thuyết và thực hành nhằm đổi mới giáo dục, đã được áp dụng thành công ở nhiều lĩnh vực kỹ thuật và công nghệ trên thế giới. Trong lĩnh vực kế toán - kiểm toán, việc áp dụng CDIO hứa hẹn tạo ra một bước đột phá, song vẫn còn là một chủ đề mới mẻ tại Việt Nam. Bài viết này nhằm phân tích hiện trạng chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán tại các trường đại học Việt Nam, đồng thời đề xuất giải pháp tích hợp mô hình CDIO để nâng cao chất lượng đào tạo.

**Từ khóa:** Mô hình CDIO, đào tạo kế toán - kiểm toán, thực hành thực tiễn, liên kết doanh nghiệp, chương trình đào tạo.

**Abstract:** In the context of a globalized economy, the demand for high-quality training in the accounting and auditing workforce is increasing. However, traditional training programs in Vietnam mainly focus on theoretical knowledge and lack emphasis on practical application, leading to a significant gap between graduates' competencies and the practical demands of businesses. The CDIO model (Conceive - Design - Implement - Operate) was developed as a theoretical and practical framework to innovate education and has been successfully applied in various technical and technological fields worldwide. In the accounting and auditing domain, the application of CDIO promises to bring a breakthrough, yet it remains a novel topic in Vietnam. This article aims to analyze the current state of accounting and auditing training programs at Vietnamese universities and propose solutions to integrate the CDIO model to enhance training quality.

**Keywords:** CDIO model, accounting - auditing training, practical training, business linkage, training program.

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

Ngày nhận bài: 15/12/2024

Ngày phản biện: 20/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

## I. TỔNG QUÁT MÔ HÌNH CDIO VÀ BẢN CHẤT

### 1. Tổng quát mô hình CDIO

\***Gốc của CDIO** là một hệ thống phương pháp phát triển chương trình đào tạo kỹ sư, nhưng về bản chất thì đây là một quy trình đào tạo căn cứ vào chuẩn đầu ra (outcome-based) để thiết kế chuẩn đầu vào. Quy trình này được xây dựng đảm bảo tính khoa học và tính thực tiễn chặt chẽ.

#### \* CDIO là gì? - Bản chất của CDIO

Về tổng thể, CDIO có thể áp dụng để xây dựng quy trình chuẩn cho nhiều lĩnh vực đào tạo khác nhau ngoài ngành đào tạo kỹ sư, bởi lẽ nó đảm bảo khung kiến thức và kỹ năng, chẳng hạn áp dụng cho khối ngành kinh tế, quản trị kinh doanh... Cho nên, có thể nói, CDIO thực chất là một giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo, đáp ứng yêu cầu xã hội, trên cơ sở xác định chuẩn đầu ra, từ đó thiết kế chương trình và kế hoạch đào tạo một cách hiệu quả.

\***Mục tiêu đào tạo theo CDIO** là hướng tới việc giúp sinh viên có được kỹ năng cứng và mềm cần thiết khi ra trường, nhằm đáp ứng yêu cầu, đòi hỏi của xã hội cũng như bắt nhịp được với những thay đổi vốn rất nhanh của thực tiễn đời sống xã hội. Những sinh viên giỏi có thể làm chủ, điều chỉnh phương pháp học theo hướng tích cực.

Mô hình CDIO (Conceive - Design - Implement - Operate) được phát triển từ cuối thập niên 1990 bởi Viện Công nghệ

Massachusetts (MIT) và đã được áp dụng rộng rãi trên thế giới, đặc biệt trong giáo dục kỹ thuật. Mục tiêu của CDIO là trang bị cho sinh viên năng lực toàn diện không chỉ trong lĩnh vực chuyên môn mà còn cả kỹ năng mềm, tư duy phản biện, và khả năng giải quyết vấn đề.

Theo Crawley và cộng sự (2014), mô hình CDIO dựa trên bốn giai đoạn chính:

1. *Conceive (Hình thành ý tưởng)*: Xác định yêu cầu của khách hàng hoặc thị trường, xây dựng ý tưởng ban đầu và xác định mục tiêu dự án.

2. *Design (Thiết kế)*: Phát triển kế hoạch chi tiết cho ý tưởng, từ cấu trúc, quy trình đến các nguồn lực cần thiết.

3. *Implement (Thực hiện)*: Triển khai kế hoạch, tạo ra sản phẩm hoặc giải pháp cụ thể.

4. *Operate (Vận hành)*: Kiểm tra, vận hành sản phẩm hoặc giải pháp trong môi trường thực tế, đồng thời đánh giá và cải tiến.

Một đặc điểm nổi bật của CDIO là việc tích hợp lý thuyết với thực hành xuyên suốt chương trình đào tạo, từ các môn học cơ bản đến các dự án liên ngành, giúp sinh viên vừa nắm vững kiến thức vừa áp dụng được ngay vào thực tế. Nghiên cứu của Malmqvist et al (2015) cho thấy, khi áp dụng mô hình này, 86% sinh viên cảm thấy tự tin hơn với khả năng làm việc nhóm và giải quyết vấn đề thực tiễn so với phương pháp giảng dạy truyền thống.

### 2. Ứng dụng CDIO trong giáo dục

Mô hình CDIO ban đầu được áp dụng chủ yếu trong các ngành kỹ thuật và công nghệ, nhưng hiện nay, nó đã mở rộng sang

các lĩnh vực khác như kinh tế, y khoa và giáo dục. Tại Việt Nam, các trường như Đại học Bách khoa TP. Hồ Chí Minh và Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP. Hồ Chí Minh đã tiên phong triển khai CDIO từ năm 2010 trong đào tạo kỹ thuật, đạt được nhiều kết quả tích cực.

Trường hợp ngành kỹ thuật: theo Nguyễn Văn Tuấn (2022), sau 5 năm áp dụng CDIO, tỷ lệ sinh viên ngành kỹ thuật của Đại học Bách khoa TP. Hồ Chí Minh tìm được việc làm ngay sau khi tốt nghiệp tăng từ 72% lên 89%. Trong đó, hơn 65% sinh viên tham gia các dự án thực tế trong quá trình học đánh giá rằng mô hình này giúp họ thích nghi tốt hơn với môi trường làm việc.

Trường hợp ngành y khoa: Đại học Y Dược TP. Hồ Chí Minh đã thử nghiệm tích hợp CDIO trong một số môn học như Hóa sinh và Sinh lý học, với mục tiêu giúp sinh viên hiểu rõ mối liên hệ giữa lý thuyết và thực hành lâm sàng. Kết quả cho thấy, hơn 80% sinh viên cảm thấy mô hình này giúp họ dễ dàng áp dụng kiến thức vào công việc thực tế.

### 3. Ứng dụng CDIO trong lĩnh vực kinh tế

Trong lĩnh vực kinh tế, đặc biệt là kế toán và kiểm toán, việc áp dụng CDIO vẫn còn khá mới mẻ. Lĩnh vực này đòi hỏi sự kết hợp giữa kiến thức lý thuyết (chuẩn mực kế toán, quy trình kiểm toán) và kỹ năng thực hành (làm việc với phần mềm, phân tích tài chính, giao tiếp với khách hàng). Tuy nhiên, các chương trình đào tạo hiện tại thường bị hạn chế ở việc tập trung quá nhiều vào lý

thuyết mà thiếu đi tính thực tiễn.

Theo khảo sát của Trần Thị Bích Ngọc (2023) tại 5 trường đại học lớn ở Việt Nam, chỉ có 36% sinh viên ngành kế toán cảm thấy tự tin khi thực hiện công việc thực tế sau tốt nghiệp. Trong khi đó, 42% giảng viên cho rằng chương trình đào tạo hiện tại cần cải tiến để tăng cường tính thực tiễn. Điều này cho thấy tiềm năng to lớn trong việc tích hợp mô hình CDIO để giải quyết khoảng cách giữa lý thuyết và thực hành.

### 4. Lợi ích của CDIO đối với ngành kế toán - kiểm toán

*Tăng cường kỹ năng thực hành:* CDIO tạo điều kiện cho sinh viên tiếp cận với các bài tập thực tế và dự án nhóm. Ví dụ, trong giai đoạn *Design*, sinh viên có thể được yêu cầu thiết kế một hệ thống kiểm soát nội bộ cho một công ty vừa và nhỏ, từ đó phát triển khả năng tư duy hệ thống và quản lý rủi ro.

*Phát triển kỹ năng mềm:* các hoạt động trong CDIO, như làm việc nhóm và trình bày ý tưởng, giúp sinh viên nâng cao kỹ năng giao tiếp, đàm phán và giải quyết vấn đề. Một nghiên cứu tại Đại học Thương mại (2023) cho thấy, sau khi tham gia các dự án thực hành theo mô hình CDIO, 78% sinh viên cảm thấy tự tin hơn trong việc thuyết trình và làm việc nhóm.

*Liên kết với doanh nghiệp:* mô hình CDIO khuyến khích sự hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, giúp sinh viên có cơ hội tham gia thực tập hoặc làm việc thực tế ngay trong quá trình học. Tại Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, các sinh viên ngành kế toán tham gia dự án CDIO thử nghiệm đã hoàn thành thực tập tại các công

ty kiểm toán lớn như Deloitte và KPMG, với 65% trong số đó nhận được lời mời làm việc ngay sau khi tốt nghiệp.

### 5. Thách thức trong việc áp dụng CDIO tại Việt Nam

*Thiếu nguồn lực:* việc triển khai CDIO đòi hỏi đầu tư lớn về cơ sở vật chất, tài liệu và đào tạo giảng viên. Theo Trần Văn Hùng (2022), hơn 60% các trường đại học tại Việt Nam chưa đủ điều kiện để xây dựng các phòng thực hành hoặc hệ thống mô phỏng cần thiết.

*Khó khăn trong thay đổi tư duy giảng dạy:* một số giảng viên còn gặp khó khăn trong việc chuyển từ phương pháp giảng dạy truyền thống sang các hoạt động học tập tích cực theo CDIO. Nghiên cứu của Nguyễn Thị M. (2023) cho thấy, 45% giảng viên ngành kế toán chưa quen thuộc với việc thiết kế các bài tập tình huống hoặc dự án thực hành phù hợp.

*Phản ứng từ sinh viên:* mặc dù CDIO mang lại nhiều lợi ích, nhưng một số sinh viên cảm thấy áp lực khi phải tham gia nhiều hoạt động nhóm và dự án thực hành. Khoảng 22% sinh viên trong khảo sát của Đại học Thương mại (2023) cho rằng họ chưa sẵn sàng với cường độ học tập cao khi áp dụng CDIO.

### 6. Khoảng trống nghiên cứu

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu và ứng dụng thành công CDIO trong các ngành kỹ thuật, nhưng việc áp dụng mô hình này trong lĩnh vực kế toán - kiểm toán vẫn chưa được triển khai một cách hệ thống. Một số câu hỏi còn bỏ ngỏ bao gồm:

- Làm thế nào để thiết kế các dự án thực hành phù hợp với đặc thù ngành kế toán?

- Cách tối ưu hóa chi phí và thời gian triển khai CDIO tại các trường đại học có nguồn lực hạn chế?

- Mức độ hỗ trợ từ doanh nghiệp trong việc thực hiện mô hình CDIO trong lĩnh vực kế toán - kiểm toán?

Các câu hỏi này cần được giải quyết để khai thác tối đa tiềm năng của CDIO trong đổi mới giáo dục kế toán - kiểm toán tại Việt Nam.

## III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, kết hợp giữa phương pháp định tính và định lượng để phân tích hiện trạng chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán tại các trường đại học ở Việt Nam, cũng như đề xuất giải pháp áp dụng mô hình CDIO trong việc cải thiện chất lượng đào tạo.

Phương pháp định tính được sử dụng chủ yếu để phân tích cấu trúc chương trình đào tạo hiện tại, các phương pháp giảng dạy, và sự tương thích giữa lý thuyết và thực hành trong chương trình học. Các cuộc phỏng vấn sâu được thực hiện với giảng viên và các chuyên gia giáo dục, giúp thu thập thông tin chi tiết về những khó khăn, thách thức và cơ hội khi áp dụng mô hình CDIO trong ngành kế toán - kiểm toán.

Phương pháp định lượng được sử dụng thông qua các khảo sát trực tuyến và phỏng vấn nhóm với sinh viên và giảng viên. Mục đích là thu thập thông tin khách quan về mức độ hài lòng của sinh viên đối với

chương trình đào tạo hiện tại, cũng như khả năng áp dụng kiến thức vào thực tế công việc. Phương pháp này cũng giúp đánh giá mức độ sẵn sàng của sinh viên và giảng viên khi triển khai CDIO.

## 2. Thu thập dữ liệu

Để có cái nhìn toàn diện và chính xác về chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán, chúng tôi đã tiến hành thu thập dữ liệu từ các nguồn khác nhau:

### \* Khảo sát sinh viên:

Một cuộc khảo sát trực tuyến đã được thực hiện với 200 sinh viên ngành kế toán - kiểm toán đang theo học tại một số trường có uy tín trên địa bàn Hà Nội như Học viện Ngân hàng, Trường Đại học Thương mại và Đại học Kinh tế Quốc dân. Mục đích của khảo sát là đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên đối với chương trình đào tạo hiện tại, khả năng áp dụng lý thuyết vào thực tế công việc và nhu cầu của sinh viên đối với các hoạt động thực hành. Câu hỏi trong khảo sát tập trung vào ba lĩnh vực chính:

- Đánh giá về chất lượng môn học lý thuyết (50% câu hỏi).
- Đánh giá về cơ hội thực hành và mô phỏng trong quá trình học (30% câu hỏi).
- Đánh giá mức độ tự tin khi áp dụng kiến thức vào công việc thực tế (20% câu hỏi).

### \* Khảo sát giảng viên:

Một cuộc khảo sát được thực hiện với 30 giảng viên ngành kế toán - kiểm toán, bao gồm cả giảng viên dạy lý thuyết và thực hành. Mục tiêu của cuộc khảo sát là thu thập thông tin về các phương pháp giảng dạy hiện tại, khả năng áp dụng mô hình

CDIO vào giảng dạy và mức độ sẵn sàng của giảng viên trong việc đổi mới chương trình đào tạo. Các câu hỏi trong khảo sát này tập trung vào các vấn đề như:

- Kinh nghiệm sử dụng phương pháp giảng dạy dựa trên dự án hoặc mô phỏng.
- Đánh giá sự phù hợp của chương trình đào tạo hiện tại với nhu cầu thị trường lao động.
- Khả năng và sẵn sàng tham gia vào việc triển khai mô hình CDIO.

### \* Phân tích tài liệu chương trình đào tạo:

Chúng tôi tiến hành phân tích các chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán của ba trường đại học trên, tập trung vào các môn học cơ bản và các hoạt động thực hành. Cụ thể, chúng tôi phân tích:

- *Cấu trúc môn học*: các môn học cơ bản (như Nguyên lý kế toán, Kiểm toán cơ bản, Kế toán tài chính) chiếm tỷ lệ bao nhiêu trong chương trình học và các môn học thực hành có được tích hợp hay không.
- *Các hoạt động thực hành*: mức độ của các hoạt động thực hành, dự án nhóm, bài tập tình huống, và các cơ hội để sinh viên có thể áp dụng lý thuyết vào thực tế công việc.
- *Mối liên hệ giữa lý thuyết và thực hành trong các môn học*: liệu các môn học lý thuyết có được thiết kế sao cho phù hợp với yêu cầu thực tế của ngành kế toán - kiểm toán không?

## 3. Công cụ phân tích dữ liệu

Dữ liệu thu thập từ các khảo sát sinh viên và giảng viên sẽ được phân tích bằng phần mềm SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), một công cụ mạnh mẽ để xử lý và phân tích dữ liệu định lượng.

Phần mềm này sẽ giúp chúng tôi phân tích các chỉ số như tỷ lệ hài lòng của sinh viên và giảng viên, sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa các nhóm sinh viên và giảng viên, cũng như mối quan hệ giữa các yếu tố trong chương trình đào tạo.

Các chỉ số chính sẽ được phân tích bao gồm:

- *Mức độ hài lòng*: Đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên và giảng viên đối với các yếu tố trong chương trình đào tạo, bao gồm chất lượng lý thuyết, cơ hội thực hành và sự liên kết giữa lý thuyết và thực tiễn.

- *Khả năng áp dụng kiến thức vào thực tế*: Đánh giá mức độ tự tin của sinh viên trong việc áp dụng kiến thức kế toán vào công việc thực tế.

- *Sẵn sàng áp dụng mô hình CDIO*: Đánh giá mức độ sẵn sàng của giảng viên và sinh viên khi áp dụng mô hình CDIO vào chương trình đào tạo.

Ngoài ra, chúng tôi cũng sử dụng phương pháp phân tích nội dung đối với tài liệu chương trình đào tạo để xác định các môn học và hoạt động thực hành phù hợp với mô hình CDIO. Phân tích này giúp xác định các điểm mạnh và điểm yếu trong chương trình đào tạo hiện tại, từ đó đề xuất các giải pháp cải tiến phù hợp.

#### 4. Phương pháp phân tích định tính

Bên cạnh các phương pháp định lượng, nghiên cứu còn sử dụng phương pháp phân tích định tính để hiểu sâu hơn về những khía cạnh khó định lượng của quá trình giảng dạy và học tập trong ngành kế toán - kiểm toán. Phương pháp này chủ yếu được áp dụng trong các cuộc phỏng vấn sâu với

giảng viên và chuyên gia giáo dục, nhằm thu thập những thông tin chi tiết về:

- Các yếu tố tác động đến việc triển khai mô hình CDIO trong giảng dạy kế toán - kiểm toán.

- Những khó khăn và thách thức mà giảng viên gặp phải trong quá trình áp dụng mô hình này.

- Các yếu tố giúp sinh viên cảm thấy hứng thú và sẵn sàng tham gia vào các dự án thực tế trong ngành kế toán - kiểm toán.

#### 5. Giới hạn của nghiên cứu

Nghiên cứu này có một số giới hạn cần lưu ý:

- *Phạm vi nghiên cứu*: nghiên cứu chỉ tập trung vào ba trường đại học lớn tại Việt Nam, nên kết quả có thể chưa phản ánh toàn bộ bức tranh về chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán tại các trường khác.

- *Giới hạn về nguồn lực*: việc triển khai khảo sát và phỏng vấn trong một thời gian ngắn có thể làm giảm độ chính xác của các kết quả thu thập được.

- *Đối tượng khảo sát*: mặc dù chúng tôi đã cố gắng chọn mẫu sinh viên và giảng viên đại diện cho toàn bộ ngành kế toán - kiểm toán, nhưng không thể tránh khỏi sự thiếu sót trong việc bao quát toàn bộ các nhóm đối tượng.

Tuy nhiên, những kết quả từ nghiên cứu này sẽ cung cấp những cơ sở khoa học vững chắc để đề xuất các giải pháp cải tiến chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán, từ đó nâng cao chất lượng đào tạo và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường lao động.

## **IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

### **1. Đặc điểm chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán tại các trường đại học**

\* **Học viện Ngân hàng:** chương trình đào tạo ngành Kế toán - Kiểm toán bao gồm 60% môn học lý thuyết, 30% môn học thực hành, và 10% là các hoạt động ngoại khóa và thực tập. Mặc dù có một số môn học được thiết kế dưới dạng tình huống thực tế, nhưng tỷ lệ thời gian dành cho thực hành vẫn chưa đủ lớn để sinh viên có thể áp dụng trực tiếp vào công việc.

\* **Trường Đại học Thương mại:** tỷ lệ môn học thực hành và lý thuyết tương đối đồng đều, với khoảng 40% thời gian học tập được dành cho các bài tập nhóm và các dự án nhỏ. Tuy nhiên, chương trình vẫn còn thiếu các môn học mô phỏng công việc thực tế trong ngành.

\* **Đại học Kinh tế Quốc dân:** chương trình đào tạo khá truyền thống với tỷ lệ lý thuyết chiếm đến 70%. Các hoạt động thực hành chủ yếu giới hạn trong môn học kế toán tài chính, kiểm toán báo cáo tài chính, chưa có nhiều cơ hội cho sinh viên tham gia vào các dự án thực tế hay các hoạt động thực hành mô phỏng công việc của một kiểm toán viên.

#### ***Các hoạt động thực hành trong chương trình đào tạo:***

Malmqvist et al (2015) nhấn mạnh, việc kết hợp thực hành trong chương trình học không chỉ là yếu tố cần thiết mà còn phải gắn liền với các tình huống thực tế. Trong bối cảnh này, hầu hết các trường chủ yếu sử dụng phần mềm cơ bản (như Excel,

MISA) hoặc các bài tập tình huống mang tính giả định.

Dù có những môn học như Kiểm toán báo cáo tài chính, Kế toán tài chính hay Phân tích báo cáo tài chính, những môn học này thường chỉ dừng lại ở mức mô phỏng, chưa kết nối với các dự án thực tế hay các công ty bên ngoài. Điều này khiến sinh viên gặp khó khăn trong việc tự tin ứng dụng kiến thức vào môi trường làm việc, điều này có sự tương đồng với kết quả nghiên cứu đã được Nguyễn Thị Minh (2023) và Trần Minh Đức (2022) chỉ ra trong các nghiên cứu về đào tạo thực hành.

Việc kết hợp mô hình CDIO (CDIO Initiative, 2023) có thể giúp cải thiện tình trạng này bằng cách tích hợp các dự án thực tế, tăng cường kỹ năng thực hành và liên kết chặt chẽ hơn với doanh nghiệp. Đây là hướng đi cần thiết để các trường đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường lao động trong ngành kế toán - kiểm toán. Trong các chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán, việc tổ chức các môn học thực hành vẫn còn hạn chế do thiếu các dự án hợp tác cụ thể với doanh nghiệp. Điều này khiến cho sinh viên cảm thấy thiếu tự tin khi bước vào môi trường làm việc thực tế và khó đáp ứng ngay các yêu cầu của nhà tuyển dụng.

### **2. Kết quả khảo sát sinh viên**

Kết quả khảo sát với 200 sinh viên ngành kế toán - kiểm toán cho thấy một số điểm nổi bật:

- *Mức độ hài lòng về chương trình đào tạo:*

Chỉ có 38% sinh viên cảm thấy hài lòng với chương trình đào tạo hiện tại, trong khi 42% cho rằng chương trình quá nặng về lý thuyết và thiếu các hoạt động thực hành. 20% còn lại không có ý kiến rõ ràng hoặc cảm thấy chương trình không đáp ứng được nhu cầu thực tế của ngành nghề. Đây là một dấu hiệu cho thấy sự thiếu cân bằng giữa lý thuyết và thực hành trong chương trình học.

- *Khả năng áp dụng kiến thức vào công việc thực tế:*

Khoảng 65% sinh viên cho biết họ gặp khó khăn khi áp dụng kiến thức vào công việc thực tế. Đặc biệt, 72% sinh viên cho rằng các bài học thực hành còn thiếu tính thực tiễn và không gắn với yêu cầu công việc của các công ty kiểm toán. Chỉ có 33% sinh viên cảm thấy tự tin về khả năng thực hành kế toán và kiểm toán sau khi tốt nghiệp. Điều này chỉ ra rằng, chương trình đào tạo hiện tại chưa giúp sinh viên tiếp cận đầy đủ và sâu sắc với các tình huống thực tế trong ngành kế toán.

- *Nhu cầu cải thiện chương trình đào tạo:*

Hơn 70% sinh viên cho rằng cần thiết phải có thêm các môn học mô phỏng công việc thực tế và các dự án thực hành, đặc biệt là các môn học liên quan đến kiểm toán và kế toán quản trị. Họ mong muốn được tham gia các hoạt động như phân tích báo cáo tài chính, kiểm tra và rà soát chứng từ kế toán trong môi trường thực tế. Điều này cho thấy nhu cầu lớn đối với việc cải thiện và thay đổi cách thức giảng dạy hiện tại để kết hợp giữa lý thuyết và thực hành hiệu quả hơn.

### 3. Kết quả khảo sát giảng viên

Kết quả khảo sát với 30 giảng viên ngành kế toán - kiểm toán cho thấy các vấn đề sau:

*Phương pháp giảng dạy:* Khoảng 60% giảng viên thừa nhận rằng chương trình đào tạo hiện tại chủ yếu tập trung vào giảng dạy lý thuyết mà thiếu sự chú trọng đến việc áp dụng kiến thức vào thực tế. Các giảng viên đều đồng ý rằng việc áp dụng mô hình CDIO trong giảng dạy có thể giúp sinh viên hiểu rõ hơn về công việc thực tế và nâng cao kỹ năng nghề nghiệp. Tuy nhiên, chỉ có 45% giảng viên cảm thấy sẵn sàng áp dụng CDIO trong giảng dạy vì thiếu tài liệu, đào tạo chuyên sâu và cơ sở vật chất hỗ trợ.

*Sự kết nối với doanh nghiệp:* một trong những vấn đề lớn mà giảng viên gặp phải là thiếu kết nối giữa trường đại học và các doanh nghiệp, đặc biệt là trong ngành kiểm toán. Chỉ có 25% giảng viên cho biết họ thường xuyên hợp tác với các công ty kiểm toán trong việc xây dựng chương trình giảng dạy, tạo cơ hội thực tập cho sinh viên hoặc tổ chức các buổi hội thảo, trao đổi thực tế.

*Đề xuất cải thiện chương trình đào tạo:* 70% giảng viên đồng ý rằng cần phải thay đổi phương pháp giảng dạy hiện tại để tích hợp các yếu tố thực tế và dự án nhóm vào chương trình học. Họ cũng cho rằng việc áp dụng mô hình CDIO sẽ giúp sinh viên phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm, từ đó nâng cao khả năng làm việc sau khi ra trường.

#### 4. Đề xuất áp dụng mô hình CDIO

Dựa trên kết quả khảo sát và phân tích chương trình đào tạo, chúng tôi đề xuất áp dụng mô hình CDIO để cải thiện chất lượng đào tạo ngành kế toán - kiểm toán. Các giải pháp chính bao gồm:

- *Tăng cường các môn học thực hành:* Các môn học như Kiểm toán thực tế, Phân tích báo cáo tài chính và Kế toán quản trị cần được thiết kế lại dưới dạng các dự án thực tế, giúp sinh viên có cơ hội làm việc trực tiếp với các tình huống thực tế trong ngành.

- *Phát triển chương trình thực tập kết hợp với doanh nghiệp:* Cần tạo ra các cơ hội thực tập và làm việc nhóm với các công ty kiểm toán lớn, giúp sinh viên làm quen với công việc thực tế từ ngay trong quá trình đào tạo tại trường, ngay khi đang học các môn kế toán - kiểm toán. Điều này không chỉ giúp sinh viên củng cố kiến thức mà còn tạo ra mối liên kết chặt chẽ giữa trường học và doanh nghiệp.

- *Đào tạo giảng viên và cải thiện cơ sở vật chất:* Để triển khai mô hình CDIO thành công, cần có chương trình đào tạo cho giảng viên về các phương pháp giảng dạy mới và xây dựng cơ sở vật chất phục vụ cho việc thực hành. Các phòng học cần được trang bị công cụ mô phỏng và phần mềm chuyên ngành để hỗ trợ việc giảng dạy.

Tóm lại, những kết quả trên chỉ ra rằng mặc dù chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán tại các trường đại học tại Việt Nam đã có những nỗ lực nhất định, nhưng vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề cần cải thiện, đặc biệt là trong việc kết hợp lý thuyết với thực hành. Việc áp dụng mô hình CDIO trong chương trình đào tạo sẽ góp phần nâng cao chất lượng đào

tạo và giúp sinh viên đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường lao động.

### V. TRAO ĐỔI, THẢO LUẬN

#### 1. Đánh giá chất lượng chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán hiện tại

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán tại các trường đại học lớn ở Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế trong việc kết hợp giữa lý thuyết và thực hành. Mặc dù chương trình đào tạo đã được xây dựng với mục tiêu cung cấp nền tảng kiến thức vững chắc về lý thuyết kế toán và kiểm toán, nhưng thiếu sự gắn kết chặt chẽ với thực tiễn công việc mà sinh viên sẽ gặp phải khi ra trường. Điều này thể hiện rõ qua các khảo sát, trong đó có đến 42% sinh viên cho rằng chương trình quá chú trọng vào lý thuyết và thiếu các cơ hội thực hành, chỉ có 38% sinh viên cảm thấy hài lòng với chương trình đào tạo hiện tại.

Tình trạng này không phải là điều bất ngờ, bởi lẽ trong nhiều năm qua, các trường đại học ở Việt Nam đã ưu tiên việc trang bị kiến thức lý thuyết vững chắc cho sinh viên, nhưng ít chú trọng đến việc tạo ra môi trường học tập phản ánh chính xác yêu cầu thực tế của ngành nghề. Theo một nghiên cứu của Nguyễn và cộng sự (2020), sự thiếu hụt trong việc ứng dụng thực tế trong giáo dục đại học ở Việt Nam có thể dẫn đến việc sinh viên không đáp ứng được yêu cầu công việc thực tế sau khi tốt nghiệp. Điều này càng rõ rệt trong ngành kế toán - kiểm toán, nơi mà khả năng áp dụng lý thuyết vào thực tiễn là vô cùng quan trọng.

## 2. Sự cần thiết của mô hình CDIO trong ngành kế toán - kiểm toán

Mô hình CDIO (Conceive - Design - Implement - Operate) là một phương pháp đào tạo tập trung vào việc phát triển các kỹ năng thực hành thông qua việc thiết kế, thực hiện và vận hành các dự án thực tế. Việc áp dụng mô hình này vào chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán có thể giải quyết được vấn đề thiếu tính thực tiễn trong chương trình hiện tại.

Theo phương pháp CDIO, sinh viên sẽ được tham gia vào các dự án thực tế ngay từ khi còn học trên giảng đường, giúp họ có cơ hội áp dụng kiến thức vào thực tiễn công việc. Đây là một điểm mạnh của mô hình này, đặc biệt đối với ngành kế toán - kiểm toán, nơi mà kỹ năng giải quyết các tình huống thực tế và khả năng làm việc nhóm là rất quan trọng. Mô hình CDIO không chỉ giúp sinh viên củng cố kỹ năng nghề nghiệp, mà còn phát triển các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, giao tiếp và giải quyết vấn đề.

Một nghiên cứu của Tuan và cộng sự (2020) chỉ ra rằng mô hình CDIO giúp sinh viên có thể tiếp cận với các công cụ và phương pháp làm việc chuyên nghiệp ngay từ khi còn là sinh viên, giúp họ rút ngắn khoảng cách giữa học lý thuyết và làm việc thực tế. Điều này có thể giúp sinh viên ngành kế toán - kiểm toán tự tin hơn khi bước vào môi trường công sở và có khả năng giải quyết các tình huống công việc phức tạp ngay từ giai đoạn đầu.

## 3. Những lợi ích khi áp dụng mô hình CDIO trong đào tạo kế toán - kiểm toán

Việc triển khai mô hình CDIO sẽ mang lại một số lợi ích đáng kể cho ngành kế toán - kiểm toán:

- *Tăng cường khả năng thực hành của sinh viên:* mô hình CDIO chú trọng vào việc đưa các dự án thực tế vào chương trình đào tạo. Các dự án này không chỉ giúp sinh viên có cơ hội làm quen với công việc thực tế mà còn tạo điều kiện cho họ phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm. Đây là những kỹ năng rất cần thiết trong ngành kế toán, nơi các kiểm toán viên và kế toán viên thường xuyên phải làm việc với các tình huống phức tạp và yêu cầu sự chính xác cao.

- *Liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp:* một trong những yếu tố quan trọng của mô hình CDIO là sự hợp tác với các tổ chức, doanh nghiệp để đưa các dự án thực tế vào chương trình đào tạo. Việc tạo ra môi trường học tập kết nối chặt chẽ giữa trường học và các công ty kiểm toán sẽ giúp sinh viên có cái nhìn rõ ràng hơn về công việc thực tế và có cơ hội học hỏi từ các chuyên gia trong ngành.

- *Cải thiện chất lượng đào tạo và đáp ứng yêu cầu thị trường lao động:* Ngành kế toán - kiểm toán là ngành có yêu cầu cao về chất lượng nhân lực, đặc biệt là trong bối cảnh hội nhập quốc tế và sự phát triển của các chuẩn mực kế toán quốc tế. Việc áp dụng mô hình CDIO sẽ giúp chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường lao động, đồng thời giúp sinh viên phát triển toàn diện các kỹ năng chuyên môn và kỹ năng mềm.

#### 4. Những thách thức khi triển khai mô hình CDIO

Mặc dù mô hình CDIO có nhiều lợi ích, việc triển khai mô hình này trong ngành kế toán - kiểm toán cũng gặp phải một số thách thức:

- *Khó khăn trong việc thay đổi phương pháp giảng dạy truyền thống*: đa số giảng viên hiện nay vẫn quen với phương pháp giảng dạy truyền thống, chủ yếu tập trung vào lý thuyết và chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc xây dựng và triển khai các dự án thực tế. Điều này đòi hỏi một quá trình đào tạo lại và thay đổi tư duy của giảng viên, điều này có thể mất thời gian và nguồn lực.

- *Thiếu cơ sở vật chất và phần mềm chuyên dụng*: ngành kế toán - kiểm toán yêu cầu sử dụng các phần mềm chuyên dụng, ví dụ như phần mềm kế toán, phần mềm kiểm toán và các công cụ phân tích tài chính. Tuy nhiên, không phải tất cả các trường đại học đều có đủ cơ sở vật chất và phần mềm chuyên dụng để hỗ trợ mô hình CDIO. Điều này là một trong những rào cản lớn đối với việc triển khai mô hình này.

- *Sự hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp*: việc áp dụng mô hình CDIO đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa trường đại học và các công ty kiểm toán, doanh nghiệp trong ngành kế toán. Tuy nhiên, trong thực tế, mối quan hệ này còn khá lỏng lẻo và chưa được phát triển mạnh mẽ, khiến việc triển khai các dự án thực tế gặp khó khăn.

Mặc dù còn một số thách thức trong việc triển khai, mô hình CDIO là một giải pháp tiềm năng giúp cải thiện chất lượng đào tạo ngành kế toán - kiểm toán tại Việt Nam. Việc áp dụng mô hình này không

chỉ giúp sinh viên phát triển các kỹ năng thực hành và kỹ năng mềm mà còn tạo ra môi trường học tập kết nối với thực tiễn công việc. Để thực hiện được điều này, các trường đại học cần tăng cường sự hợp tác với doanh nghiệp, đầu tư cơ sở vật chất và đào tạo lại giảng viên để đáp ứng yêu cầu của mô hình CDIO.

Phần thảo luận trên đã trình bày các vấn đề quan trọng liên quan đến việc áp dụng mô hình CDIO trong đào tạo ngành kế toán - kiểm toán. Nếu bạn có yêu cầu bổ sung hoặc thay đổi, vui lòng cho tôi biết!

## VI. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

### 1. Kết luận

Qua nghiên cứu về chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán tại các trường đại học lớn ở Việt Nam, có thể thấy rằng mặc dù các chương trình đào tạo hiện tại đã cung cấp một nền tảng lý thuyết vững chắc, nhưng thiếu sự kết hợp chặt chẽ giữa lý thuyết và thực hành. Việc thiếu các cơ hội thực hành, thiếu sự liên kết với doanh nghiệp và thiếu các môn học mô phỏng công việc thực tế đã khiến cho sinh viên gặp khó khăn trong việc áp dụng kiến thức vào thực tế sau khi ra trường. Kết quả khảo sát cũng cho thấy một tỷ lệ lớn sinh viên không hài lòng với chương trình đào tạo hiện tại, đặc biệt là về khả năng áp dụng kiến thức vào công việc thực tế.

Trong bối cảnh đó, mô hình CDIO (Conceive - Design - Implement - Operate) được đề xuất là một giải pháp khả thi nhằm cải thiện chất lượng đào tạo. Mô hình này giúp sinh viên không chỉ tiếp thu kiến thức mà còn có cơ hội áp dụng chúng vào các

dự án thực tế, phát triển kỹ năng làm việc nhóm, giải quyết vấn đề và kỹ năng mềm, từ đó đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường lao động. Việc áp dụng mô hình CDIO sẽ giúp tăng cường sự kết nối giữa trường đại học và doanh nghiệp, mang lại lợi ích lớn cho cả sinh viên và các tổ chức tuyển dụng.

## 2. Khuyến nghị

Để mô hình CDIO có thể được triển khai hiệu quả trong đào tạo ngành kế toán - kiểm toán, các trường đại học cần thực hiện một số khuyến nghị sau:

- *Cải tiến chương trình đào tạo*: các trường đại học cần cập nhật lại chương trình đào tạo để tích hợp các môn học thực hành, các dự án nhóm và các hoạt động thực tế vào giảng dạy. Các môn học như Thực hành kiểm toán, Phân tích báo cáo tài chính, và Kế toán quản trị cần được thiết kế lại sao cho sinh viên có thể áp dụng lý thuyết vào thực tế công việc ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường.

- *Tăng cường hợp tác với doanh nghiệp*: các trường cần xây dựng mối quan hệ chặt chẽ hơn với các công ty kiểm toán và doanh nghiệp trong ngành kế toán. Việc hợp tác này không chỉ giúp sinh viên có cơ hội thực tập, làm việc trong môi trường thực tế mà còn giúp các trường nhận được phản hồi từ doanh nghiệp để điều chỉnh chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu thực tế của ngành.

- *Đào tạo giảng viên và nâng cao cơ sở vật chất*: để triển khai mô hình CDIO thành công, các giảng viên cần được đào tạo về phương pháp giảng dạy dựa trên dự án, đồng thời các trường cần đầu tư vào cơ sở

vật chất và phần mềm chuyên dụng để hỗ trợ sinh viên trong quá trình học tập. Các công cụ mô phỏng và phần mềm kế toán, kiểm toán cần được trang bị đầy đủ để sinh viên có thể thực hành trên nền tảng thực tế.

- *Tăng cường các hoạt động ngoại khóa và thực tập*: các trường cần mở rộng các cơ hội thực tập và các hoạt động ngoại khóa, giúp sinh viên có thể tham gia vào các dự án thực tế, thực hành nghề nghiệp ngay từ khi còn học. Điều này sẽ giúp sinh viên không chỉ nâng cao kỹ năng chuyên môn mà còn phát triển các kỹ năng mềm quan trọng như làm việc nhóm, giao tiếp và giải quyết vấn đề.

## 3. Kết luận chung

Việc áp dụng mô hình CDIO trong chương trình đào tạo ngành kế toán - kiểm toán là cần thiết để nâng cao chất lượng đào tạo và đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động. Các trường đại học cần có sự điều chỉnh hợp lý trong việc thiết kế chương trình đào tạo, kết hợp lý thuyết và thực hành để sinh viên có thể tự tin bước vào nghề nghiệp sau khi tốt nghiệp.

## Tài liệu tham khảo

1. Crawley, Edward F., Malmqvist, Johan, Östlund, Sören, & Brodeur, Doris R. (2014). *Rethinking Engineering Education: The CDIO Approach*. Springer.
2. Nguyễn Văn Anh (2022), *Ứng dụng mô hình CDIO trong đào tạo kỹ thuật tại Việt Nam*, *Tạp chí Khoa học Giáo dục*, 10(3), 45-53.

3. Trần Thị Bích Ngọc (2023), Đánh giá chương trình đào tạo kế toán tại Việt Nam. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 15(7), 120-135.

4. Malmqvist, Johan, Edström, Kristina, & Hugo, Roland (2015), A CDIO approach to integrate sustainability thinking into engineering education, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 16(2), 143-156.

5. Nguyễn Văn Tuấn (2022), Tác động của mô hình CDIO đến việc làm của sinh viên ngành kỹ thuật, *Tạp chí Công nghệ Giáo dục Việt Nam*, 8(5), 32-42.

6. Trần Văn Hùng (2022), Thách thức trong triển khai mô hình CDIO tại Việt Nam, *Tạp chí Khoa học Giáo dục Việt Nam*, 15(4), 90-102.

7. Nguyễn Thị Minh (2023), Khả năng áp dụng mô hình học tập thực hành trong ngành kế toán, *Tạp chí Giáo dục và Phát triển Nghề nghiệp*, 12(6), 55-65.

8. Tuan, Nguyen Hoang, & Nguyen, Phuong Thao (2020), CDIO-based education: Practical applications in accounting and auditing programs, *Journal of Accounting Education*, 7(3), 45-60.

9. Nguyễn Thị Lan (2021), Đổi mới phương pháp giảng dạy kế toán theo hướng thực hành, *Tạp chí Kinh tế và Quản lý*, 11(5), 78-90.

10. CDIO Initiative (2023), CDIO Standards 3.0: Guidelines for Education Reform, Truy cập từ [www.cdio.org](http://www.cdio.org).

11. Nguyễn Văn Phương (2023), Phân tích khả năng liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong ngành kế toán, *Tạp chí Giáo dục Kinh tế*, 9(8), 101-115.

12. Trần Minh Đức (2022), Thực hành kế toán trong bối cảnh hội nhập quốc tế, *Tạp chí Kế toán Việt Nam*, 14(9), 123-135.

# HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ XỬ LÝ HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH

ThS. Nguyễn Thị Thu Hương<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh Việt Nam tích cực hội nhập kinh tế và hợp tác quốc tế, chính sách và pháp luật cạnh tranh là một trong những vấn đề quan trọng được quan tâm và hoàn thiện. Việc xây dựng pháp luật cạnh tranh, bao gồm cả các quy định về hành vi cạnh tranh không lành mạnh, có ý nghĩa đặc biệt quan trọng nhằm cải thiện môi trường pháp lý và khuyến khích các hoạt động đầu tư, sản xuất kinh doanh của các chủ thể kinh tế trong và ngoài nước. Bài viết này tập trung phân tích thực trạng các quy định pháp luật Việt Nam về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh, từ đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện. Nội dung chính bao gồm: (1) Khái niệm hành vi cạnh tranh không lành mạnh và pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh; (2) Thực trạng pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh; (3) Giải pháp hoàn thiện pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

**Từ khóa:** Cạnh tranh không lành mạnh; Pháp luật cạnh tranh; Hoàn thiện pháp luật; Thực trạng pháp luật.

**Abstract:** In the context of Vietnam's active economic integration and international cooperation, competition policy and law is one of the important issues to be paid attention to and improved. The development of competition laws, including regulations on unfair competition practices, is particularly important to improve the legal environment and encourage investment, production and business activities. of domestic and foreign economic entities. This article focuses on analyzing the current status of Vietnam's legal regulations on handling unfair competition practices, thereby proposing some perfect solutions. Main contents include: (1) Concept of unfair competition behavior and laws on handling unfair competition behavior; (2) Current status of law on handling unfair competition practices; (3) Solutions to improve the law on handling unfair competition practices.

**Keywords:** Unfair competition; Competition law; Perfecting the law; Legal situation.

Ngày nhận bài: 05/01/2025

Ngày phản biện: 15/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

1. Viện Pháp luật Kinh tế.

**I. KHÁI NIỆM HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH VÀ PHÁP LUẬT VỀ XỬ LÝ HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH**

**1. Hành vi cạnh tranh không lành mạnh**

Cạnh tranh không lành mạnh là một khái niệm có nhiều cách tiếp cận, xuất hiện trong hầu hết các lĩnh vực của đời sống xã hội. Từ góc độ kinh tế học và khoa học pháp lý, căn cứ vào tính chất của các phương thức cạnh tranh, cạnh tranh được chia thành cạnh tranh lành mạnh và cạnh tranh không lành mạnh.

Cạnh tranh lành mạnh được hiểu là *hình thức cạnh tranh công khai, công bằng và ngay thẳng giữa các đối thủ trong kinh doanh*<sup>(1)</sup>. Đối lập với cạnh tranh lành mạnh là cạnh tranh không lành mạnh, dạng thức này Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp năm 1883 (một trong những điều ước quốc tế đầu tiên quy định về chống các hành vi cạnh tranh không lành mạnh) định nghĩa: cạnh tranh không lành mạnh được hiểu là “bất cứ hành động nào trái với tập quán trung thực trong công nghiệp và thương mại”<sup>(2)</sup>.

Khoản 6, Điều 3 Luật Cạnh tranh năm 2018 quy định về dấu hiệu của cạnh tranh không lành mạnh gồm:

**1. Hành vi của doanh nghiệp.**

1. PGS.TS. Nguyễn Thị Vân Anh (Chủ biên, 2018) *Giáo trình Luật cạnh tranh*, Trường Đại học Luật Hà Nội, NXB. Công an nhân dân, tr.21.

2. *Giáo trình Luật cạnh tranh*, t1đđ, 287.

3. Lê Anh Tuấn, *Pháp luật về chống cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam*, NXB. Chính trị Quốc gia, 2009, tr.22.

2. Trái với nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại và các chuẩn mực khác trong kinh doanh.

3. Gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích của doanh nghiệp khác.

Các hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm được xác định theo Điều 45 Luật Cạnh tranh 2018. Định nghĩa về hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong Luật cạnh tranh năm 2018 của Việt Nam cho thấy có sự tương đồng với định nghĩa tại Điều 10bis của Công ước Paris<sup>(3)</sup>, cụ thể là:

(i) Hành vi cạnh tranh không lành mạnh là hành vi do các chủ thể kinh doanh trên thị trường thực hiện;

(ii) Hành vi cạnh tranh không lành mạnh nhằm mục đích cạnh tranh;

(iii) Hành vi cạnh tranh không lành mạnh là hành vi trái với chuẩn mực thông thường về đạo đức kinh doanh, đó là những hành vi đi ngược với pháp luật, thông lệ, tập quán kinh doanh;

(iiii) Hành vi cạnh tranh không lành mạnh gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến lợi ích của doanh nghiệp khác.

Với cách lý giải trên, không phải bất kỳ hành vi nào xâm hại đến lợi ích của doanh nghiệp khác đều bị coi là hành vi cạnh tranh không lành mạnh và bị xử lý theo pháp luật cạnh tranh không lành mạnh.

## 2. Pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh là một bộ phận cấu thành của chế định pháp luật cạnh tranh. Tương tự như các quy phạm pháp luật khác, chế định pháp luật này bao gồm các quy định để nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh, xác định thẩm quyền của cơ quan quản lý Nhà nước, cũng như trình tự thủ tục và các chế tài để xử lý những hành vi này. Điều này góp phần bảo vệ tự do cạnh tranh, xây dựng một môi trường cạnh tranh bình đẳng và công bằng, thúc đẩy sự phát triển của thị trường nói riêng và nền kinh tế - xã hội nói chung.

Tùy theo bối cảnh lịch sử, kinh tế, xã hội, pháp luật của mỗi quốc gia sẽ có những quy định khác nhau về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Tuy nhiên, về cơ bản, pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh thường bao gồm những nội dung chính như sau:

*Thứ nhất*, nhóm quy định về nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm. Khi xây dựng các quy định về vấn đề này, các nhà lập pháp thường tiếp cận từ góc độ tiêu cực, cố gắng liệt kê các hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm. Nhìn chung, các hành vi này đều có đặc điểm chung là tạo ra những lợi thế không chính đáng trên thị trường.

*Thứ hai*, nhóm quy định hướng tới việc xác định chủ thể có thẩm quyền xử lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

*Thứ ba*, nhóm quy định về chế tài xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Chế tài bao gồm các biện pháp mà cơ quan

có thẩm quyền sử dụng để xử lý các chủ thể vi phạm. Hành vi cạnh tranh không lành mạnh gây hại cho xã hội, ảnh hưởng đến các đối thủ cạnh tranh và môi trường cạnh tranh nói chung. Các biện pháp chế tài thích hợp được áp dụng để ngăn chặn hành vi này, đảm bảo một môi trường cạnh tranh lành mạnh và bảo vệ lợi ích của Nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của các tổ chức, cá nhân kinh doanh và người tiêu dùng. Hành vi cạnh tranh không lành mạnh có thể chịu các chế tài hành chính, hình sự hoặc dân sự tùy theo quy định pháp luật trong từng trường hợp cụ thể.

*Thứ tư*, nhóm quy định về quy trình xử lý các vụ việc cạnh tranh không lành mạnh. Thủ tục xử lý vụ việc cạnh tranh không lành mạnh có thể khác nhau tùy theo hệ thống pháp luật tổ tụng của từng quốc gia. Ở Việt Nam, quy trình xử lý các vụ việc cạnh tranh, bao gồm cả những vụ việc cạnh tranh không lành mạnh, được quy định như sau: Khiếu nại về vụ việc cạnh tranh; Thụ lý hồ sơ khiếu nại; Tiến hành điều tra vụ việc; Ra quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh; và Giải quyết khiếu nại đối với quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh không lành mạnh.

Như vậy, pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh chỉ tập trung giới hạn lại các hành vi không được phép thực hiện trong hoạt động cạnh tranh (hành vi bị cấm) chứ không chỉ ra phương hướng và cách thức tiến hành hoạt động cạnh tranh không trái với quy định pháp luật cho doanh nghiệp trong hoạt động thương mại.

## II. THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ XỬ LÝ HÀNH VI CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH

### 1. Ưu điểm của pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh

*Thứ nhất*, hệ thống pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam khá đầy đủ và dần được hoàn thiện, phù hợp với xu thế của thế giới. Các văn bản quy phạm pháp luật về vấn đề này được thể hiện từ văn bản luật và văn bản dưới luật. Nội dung pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh được cơ bản thể hiện ở Luật Cạnh tranh năm 2018, Nghị định 75/2019/NĐ-CP ngày 26/9/2019 về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh, Nghị định 35/2020/NĐ-CP ngày 24/3/2020 quy định chi tiết một số điều của Luật Cạnh tranh. Bên cạnh đó các văn bản pháp luật khác như Luật Giá, Luật Quảng cáo, Luật Bảo vệ người tiêu dùng, Luật Chuyển giao công nghệ, Luật Hàng không dân dụng, Luật Sở hữu trí tuệ, Bộ luật Dân sự, Luật Thương mại, Bộ luật Hình sự... và các nghị quyết của Chính phủ cũng có quy định về hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Luật Cạnh tranh 2018 quy định trong trường hợp có xung đột pháp luật giữa Luật Cạnh tranh với luật khác sẽ ưu tiên áp dụng quy định của luật đó.

*Thứ hai*, đã có quy định chi tiết về mô hình, chức năng, nhiệm vụ và thẩm quyền của Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia - cơ quan đảm bảo thực thi pháp luật cạnh tranh. Điều này nhằm đảm bảo vị thế và tính độc lập của cơ quan này trong việc tiến hành tố tụng cạnh tranh, từ đó nâng cao hiệu quả

hoạt động của cơ quan. Luật Cạnh tranh năm 2018 quy định việc thành lập Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia dựa trên việc tổ chức lại các cơ quan cạnh tranh theo Luật Cạnh tranh năm 2004, bao gồm Cơ quan Quản lý cạnh tranh (hiện nay là Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng) và Hội đồng Cạnh tranh (cùng với bộ phận giúp việc là Văn phòng Hội đồng Cạnh tranh). Theo quy định, Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia có nhiệm vụ và quyền hạn không chỉ dựa trên các khiếu nại của các chủ thể bị hành vi cạnh tranh không lành mạnh xâm hại mà còn có thể tự khởi xướng điều tra khi phát hiện có dấu hiệu vi phạm pháp luật về cạnh tranh.

*Thứ ba*, các chế tài xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh về cơ bản phù hợp với thiệt hại và tính chất hành vi vi phạm. Theo Điều 110 Luật Cạnh tranh 2018, chế tài đối với hành vi cạnh tranh không lành mạnh bao gồm: chế tài hành chính, hình sự và dân sự. Về chế tài hành chính, theo Luật Cạnh tranh năm 2018, chủ thể thực hiện hành vi cạnh tranh không lành mạnh sẽ bị xử phạt vi phạm hành chính và phải khắc phục hậu quả tùy theo tính chất và mức độ vi phạm. Các biện pháp trách nhiệm hành chính áp dụng đối với doanh nghiệp vi phạm bao gồm các biện pháp xử phạt và biện pháp khắc phục hậu quả. Hình thức xử phạt chính bao gồm cảnh cáo và phạt tiền, trong khi các hình thức xử phạt bổ sung có thể đi kèm. Mức phạt tiền tối đa đối với tổ chức vi phạm quy định về cạnh tranh không lành mạnh là 2.000.000.000 đồng, trong khi đối với cá nhân mức phạt tối đa bằng một nửa mức phạt tiền tối đa đối với

tổ chức. Về chế tài dân sự, Luật Cạnh tranh 2018 quy định rằng người bị thiệt hại do hành vi cạnh tranh không lành mạnh có thể khởi kiện theo quy định của Bộ luật Tố tụng dân sự, yêu cầu doanh nghiệp vi phạm bồi thường thiệt hại theo quy định về bồi thường thiệt hại ngoài hợp đồng. Về chế tài hình sự, việc truy cứu trách nhiệm hình sự đối với các hành vi cạnh tranh không lành mạnh được quy định tại Chương XVIII *Các tội xâm phạm trật tự quản lý kinh tế* của Bộ luật Hình sự năm 2015, sửa đổi, bổ sung năm 2017. Các hành vi cạnh tranh không lành mạnh có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự dưới các tội danh như: tội quảng cáo gian dối (Điều 197); tội lừa dối khách hàng (Điều 198); tội cố ý công bố thông tin sai lệch hoặc che giấu thông tin trong hoạt động chứng khoán (Điều 209); tội sử dụng thông tin nội bộ để mua bán chứng khoán (Điều 210); tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp (Điều 226); và các tội khác. Hình phạt áp dụng cho các tội danh này có thể bao gồm phạt tiền, cải tạo không giam giữ hoặc tù có thời hạn. Ngoài ra, còn có thể áp dụng các biện pháp như tịch thu một phần hoặc toàn bộ tài sản, cấm đảm nhiệm chức vụ, cấm hành nghề hoặc làm công việc nhất định đối với doanh nghiệp vi phạm.

## **2. Một số bất cập, hạn chế của pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh**

*Thứ nhất, các quy định nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh còn một số nội dung chưa rõ ràng.*

Điều 45 Luật Cạnh tranh 2018 đã liệt kê các hành vi được xác định là cạnh tranh không lành mạnh bị cấm, tuy nhiên một số hành vi được liệt kê nhưng chưa có quy định cụ thể để hướng dẫn, giải thích nên có thể dẫn tới cách hiểu và áp dụng thiếu thống nhất. Cụ thể:

(i) Chưa có hướng dẫn để xác định, giải thích hay phân biệt “thông tin bí mật trong kinh doanh” và “bí mật kinh doanh” nên có thể dẫn tới cách hiểu chưa thống nhất, đặc biệt khi Luật Cạnh tranh 2004 đã từng sử dụng cụm từ “bí mật kinh doanh” như Luật Sở hữu trí tuệ. Đến nay, Luật Cạnh tranh 2018 và các văn bản hướng dẫn chưa quy định cụ thể các dấu hiệu để xác định như thế nào là “thông tin bí mật trong kinh doanh”, các thông tin này là bộ phận của “bí mật kinh doanh” theo Luật Sở hữu trí tuệ hay bất kỳ thông tin nào sử dụng trong kinh doanh mà chủ sở hữu muốn bảo mật? Nếu “thông tin bí mật trong kinh doanh” được coi là “bí mật kinh doanh,” thì theo quy định của Luật Sở hữu trí tuệ, thông tin đó phải đáp ứng các tiêu chí sau để xác định là “bí mật kinh doanh”: không phải là hiểu biết thông thường và không dễ dàng có được; khi được sử dụng trong kinh doanh, thông tin này tạo ra lợi thế cho người nắm giữ so với người không nắm giữ hoặc không sử dụng nó; và thông tin đó phải được chủ sở hữu bảo mật bằng các biện pháp cần thiết để không bị tiết lộ và không dễ dàng tiếp cận<sup>(1)</sup>.

(ii) Thiếu các quy định hướng dẫn về thế nào là “hàng hóa, dịch vụ cùng loại.” Về hành vi so sánh hàng hóa, dịch vụ,

1. Xem Khoản 23 Điều 4 Luật Sở hữu trí tuệ 2005, sửa đổi, bổ sung 2009, 2019, 2022.

một trong những dấu hiệu bắt buộc là sản phẩm so sánh và sản phẩm bị so sánh phải cùng loại. Các sản phẩm chỉ có thể được coi là cạnh tranh với nhau khi chúng cùng loại, và thông tin so sánh khi đề cập đến hai sản phẩm của hai doanh nghiệp khác nhau mới là so sánh vi phạm luật cạnh tranh. Vậy, sản phẩm hay “hàng hóa, dịch vụ cùng loại” được xác định dựa trên căn cứ nào? Có thể sử dụng tiêu chí “hàng hóa, dịch vụ có thể thay thế cho nhau trên thị trường sản phẩm liên quan” theo quy định của pháp luật cạnh tranh hoặc tiêu chí “hàng hóa, dịch vụ trùng hoặc tương tự nhau thuộc danh mục được đăng ký kèm theo nhãn hiệu” theo quy định của pháp luật sở hữu trí tuệ<sup>(1)</sup>.

(iii) Chưa có quy định hướng dẫn cách xác định mức giá bán đối với hành vi “bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ dưới giá thành toàn bộ” trong trường hợp doanh nghiệp có nhiều đối tượng khách hàng khác nhau và giao dịch trong khoảng thời gian khác nhau. Trong quá trình kinh doanh, để đẩy nhanh thời gian quay vòng vốn, mở rộng các kênh tiếp cận thị trường và tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm, dịch vụ của mình các doanh nghiệp thường cố gắng thiết lập nhiều cấp tiêu thụ, cung ứng dịch vụ khác nhau. Tương đối phổ biến là trường hợp một doanh nghiệp vừa trực tiếp bán lẻ, vừa bán cho các đại lý, nhà phân phối, và với mỗi đối tượng, doanh nghiệp sẽ thiết kế giá và giao dịch với một mức khác nhau.

Hiểu đơn giản giá bán hàng hóa của doanh nghiệp thường bao gồm “giá buôn” và “giá lẻ”, các mức giá có thể được thể hiện qua báo giá chính thức của doanh nghiệp hoặc trong nội dung các giao dịch, sổ liệu chứng từ. Vậy giá bán làm căn cứ xác định hành vi vi phạm là “giá lẻ” hay “giá buôn”? Thêm vào đó, trong nhiều trường hợp, với cùng một khách hàng nhưng ở những thời điểm khác nhau doanh nghiệp có giá bán khác nhau.

*Thứ hai, quy định về thẩm quyền xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh còn hạn chế*

Luật Cạnh tranh đã có các quy định về thẩm quyền của Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia, tuy nhiên nếu Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia chỉ thực hiện việc áp dụng chế tài đối với các vi phạm thì có thể dẫn tới sự quá tải đối với cơ quan quản lý cạnh tranh. Việc thiếu các quy định xác định thẩm quyền của cơ quan quản lý cạnh tranh trong “hòa giải” có thể là một phần nguyên nhân khiến các khiếu nại về hành vi cạnh tranh không lành mạnh chưa được giải quyết nhanh chóng, hiệu quả. Tham khảo kinh nghiệm của Đức và một số quốc gia cho thấy: một ủy ban hòa giải bên cạnh các phòng thương mại và công nghiệp nhằm hòa giải các tranh chấp về cạnh tranh không lành mạnh (nếu một bên tranh chấp có yêu cầu và bên kia đồng ý tiến hành hòa giải) sẽ hỗ trợ tích cực cho cơ quan tố tụng<sup>(2)</sup>.

1. TS. Trần Thăng Long, *Hành vi lôi kéo khách hàng bất chính trong pháp luật Việt Nam*, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp số 20 (396), tháng 10/2019, <https://thuvienso.quochoi.vn/handle/11742/55309>.

2. ThS. Lê Văn Tranh, *Bài giảng Luật Cạnh tranh*, Trường Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh, 2020, tr.34.

*Thứ ba, quy định chế tài đối với hành vi cạnh tranh không lành mạnh còn tồn tại bất cập*

Như trên đã phân tích, pháp luật cạnh tranh đã có quy định tương đối đầy đủ về chế tài đối với các hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Dù vậy, các quy định này vẫn cho thấy một số bất cập như sau:

*Một, có sự không thống nhất về mức phạt giữa các quy định pháp luật đối với cùng một hành vi vi phạm: vẫn tồn tại các quy định và chế tài xử phạt khác nhau giữa các hành vi vi phạm. Thực trạng này phản ánh hiện tượng chồng chéo pháp luật ở Việt Nam. Ví dụ, hành vi quảng cáo không đúng hoặc gây nhầm lẫn về khả năng kinh doanh, khả năng cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân kinh doanh, theo Nghị định số 75/2019/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh, thì hành vi quảng cáo gian dối có thể bị phạt tiền từ 100.000.000 đồng đến 200.000.000 đồng; tuy nhiên theo Nghị định số 38/2021/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo chỉ có thể bị phạt tiền từ 20.000.000 đồng đến 40.000.000 đồng.*

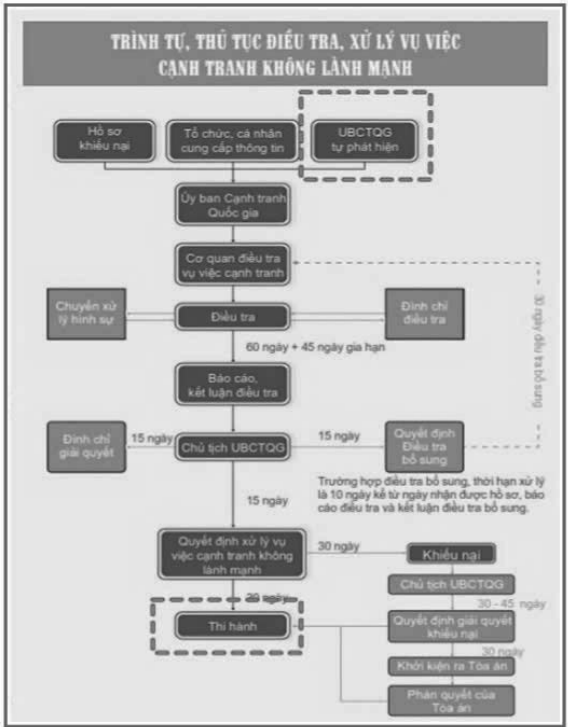
*Hai, chưa có quy định để hướng dẫn xác định căn cứ yêu cầu bồi thường thiệt hại và giá trị thiệt hại mà người tiêu dùng, đối thủ cạnh tranh sẽ có thể được nhận. Khoản 1 Điều 110 Luật Cạnh tranh năm 2018 có quy định về khả năng yêu cầu bồi*

thường thiệt hại với điều kiện là “theo quy định của pháp luật”. Hơn nữa, Điều 110 chỉ quy định đối với “hành vi vi phạm pháp luật về cạnh tranh” một cách chung chung và không quy định rõ điều 110 này có áp dụng cho thiệt hại do hành vi cạnh tranh không lành mạnh gây ra hay không (bất kỳ hành vi nào phát sinh trên thực tế được coi là cạnh tranh không lành mạnh là “hành vi vi phạm pháp luật về cạnh tranh hay chỉ các hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm là “vi phạm pháp luật cạnh tranh”). Chính vì lý do này mà khi các bên có tranh chấp, khi giải quyết yêu cầu về bồi thường thiệt hại đã có hướng giải quyết trái ngược nhau<sup>(1)</sup>.

*Thứ tư, chưa thống nhất các quy định về trình tự, thủ tục xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh*

Theo các quy định từ Điều 75 đến 115 Luật Cạnh tranh 2018, thủ tục xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh gồm các thủ tục: (1) Tiếp nhận thông tin, (2) Thụ lý hồ sơ khiếu nại, (3) Điều tra vụ việc cạnh tranh không lành mạnh, (4) Quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh không lành mạnh, (5) Giải quyết khiếu nại Quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh không lành mạnh, (6) Thi hành Quyết định xử lý và Quyết định giải quyết khiếu nại quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh. Quy trình xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh được khái quát theo sơ đồ sau:

1. PGS.TS. Đỗ Văn Đại, ThS. Nguyễn Thị Hoài Trâm, *Bồi thường thiệt hại do hành vi Cạnh tranh không lành mạnh gây ra*, Tạp chí Khoa học Pháp lý, Trường Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh, số 02/2012.



Tuy nhiên, dù pháp luật cạnh tranh có các quy định về thủ tục xử lý vụ việc cạnh tranh không lành mạnh, quy trình và nguyên tắc xử lý đối với các hành vi cạnh tranh không lành mạnh thuộc các lĩnh vực pháp luật khác nhau đang được quy định không thống nhất. Ví dụ, đối với vi phạm pháp luật về quảng cáo (quảng cáo sai sự thật, quảng cáo gian dối), căn cứ Luật Quảng cáo 2012 và Nghị định số 38/2021/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo, trình tự xử lý vi phạm về quảng cáo thường bao gồm các bước: (1) Phát hiện vi phạm, (2) Lập biên bản vi phạm, (3) Thông báo và yêu cầu giải trình, (4) Tiến hành kiểm tra, xác minh, (4) Quyết định xử phạt, (5) Thực thi Quyết định xử phạt. Đây là trình

tự phù hợp với xử phạt vi phạm hành chính nói chung nhưng rất khác các bước xử lý theo pháp luật cạnh tranh.

Nhận thấy, mặc dù các hành vi cạnh tranh không lành mạnh có thể được quy định trong nhiều lĩnh vực pháp luật khác nhau, nhưng một khi đã xác định chúng là cạnh tranh không lành mạnh thì cần áp dụng một quy trình và các nguyên tắc chung, không thể xử lý riêng lẻ từng hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

Bên cạnh đó, Luật Cạnh tranh 2018 quy định về thời hiệu khiếu nại như sau<sup>(1)</sup>: “Thời hiệu khiếu nại là 03 năm kể từ ngày hành vi có dấu hiệu vi phạm pháp luật về cạnh tranh được thực hiện.” Quy định này áp dụng cho các vụ việc cạnh tranh không lành mạnh, tuy nhiên, nó chưa hoàn toàn phù hợp với đặc trưng của các vụ việc cạnh tranh và thông lệ quốc tế. Đa số các hành vi cạnh tranh không lành mạnh gây thiệt hại trực tiếp cho một doanh nghiệp cụ thể, do đó pháp luật cạnh tranh không lành mạnh thường được xây dựng theo thiên hướng “luật tư.” Điều này khác biệt hoàn toàn với các hành vi hạn chế cạnh tranh, vốn được điều chỉnh theo các nguyên tắc và yêu cầu của “luật công,” vì chúng gây hại cho môi trường cạnh tranh, trật tự kinh tế và người tiêu dùng nói chung. Do đó, thời hiệu để khiếu nại hay điều tra một vụ việc hạn chế cạnh tranh không thể được quy định giống như thời hiệu của một vụ việc cạnh tranh không lành mạnh<sup>(2)</sup>.

1. Xem Khoản 2, Điều 77, Mục 4, Chương VIII Luật Cạnh tranh 2018.

2. [https://www.google.com.vn/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fbtcd.vpubnd.bacninh.gov.vn%2Fchitiettin%2F1061-72&psig=AOvVaw1cx6KiziG90AmlaBbqN-C3&ust=1733122076392000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAQQn5wMahcKEwi4hdX\\_\\_IWKAxUAAAAAHQAAAAQBA](https://www.google.com.vn/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fbtcd.vpubnd.bacninh.gov.vn%2Fchitiettin%2F1061-72&psig=AOvVaw1cx6KiziG90AmlaBbqN-C3&ust=1733122076392000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAQQn5wMahcKEwi4hdX__IWKAxUAAAAAHQAAAAQBA).

### III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT

#### 1. Hoàn thiện quy định về nhận diện hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Một, bổ sung quy định để giải thích tiêu chí xác định “thông tin bí mật trong kinh doanh” để đảm bảo quy định về hành vi xâm phạm bí mật trong kinh doanh tại Luật Cạnh tranh có cách tiếp cận khác Luật Sở hữu trí tuệ - chỉ tập trung vào hành vi của doanh nghiệp trái với nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại mà có bản chất cạnh tranh không lành mạnh.

Hai, bổ sung hướng dẫn về cách xác định “hàng hóa, dịch vụ cùng loại”. Như trên đã phân tích, Luật Cạnh tranh xác định rằng hàng hóa, dịch vụ có thể thay thế cho nhau trên thị trường sản phẩm liên quan dựa trên các yếu tố như: đặc tính tương tự, mục đích sử dụng tương tự, thời gian để khách hàng chuyển sang hàng hóa, dịch vụ thay thế, vòng đời của hàng hóa, dịch vụ, tập quán tiêu dùng và các quy định pháp luật ảnh hưởng đến khả năng thay thế. Các thuộc tính về đặc tính và mục đích sử dụng của hàng hóa, dịch vụ tương đồng với các tiêu chí đánh giá tính trùng lặp hoặc tương tự của hàng hóa, dịch vụ theo pháp luật sở hữu trí tuệ. Vậy, cần sử dụng tiêu chí nào để tiếp cận hàng hóa, dịch vụ cùng loại? Theo chúng tôi, Nghị định hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Cạnh tranh năm 2018 cần có quy định hướng dẫn cụ thể về vấn đề này.

1. Xem thêm *Một số vướng mắc khi áp dụng luật cạnh tranh 2018 để xác định hành vi bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ dưới giá thành toàn bộ*, Tạp chí Khoa học Tài chính - Ngân hàng, số 5, 2022, tr.23.

Ba, bổ sung hướng dẫn xác định “giá bán” khi phân tích hành vi bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ dưới giá thành toàn bộ. Để xác định giá bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ thực tế của doanh nghiệp cần quán triệt các nguyên tắc: (i) trong một khoảng thời gian, đối với cùng một đối tượng khách hàng, mức giá bán nên được xác định theo giá bình quân bởi có thể các doanh nghiệp bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ với giá đặc biệt cho một vài giao dịch, ở một vài thời điểm chỉ là để ứng phó trước những tình huống bất ngờ xảy ra; (ii) nếu doanh nghiệp không trực tiếp bán lẻ sản phẩm thì không thể sử dụng “giá lẻ” làm căn cứ xác định hành vi vi phạm vì trong nhiều trường hợp giá bán lẻ sản phẩm theo niêm yết luôn được các doanh nghiệp đẩy lên cao, dù thực tế đó không phải là giá mà doanh nghiệp sẽ bán nhưng nếu căn cứ theo giá lẻ này khó có trường hợp nào vi phạm do thấp hơn “giá thành toàn bộ”; (iii) trong trường hợp doanh nghiệp có nhiều loại khách hàng khác nhau có thể ở nhiều vị trí khác nhau trong quá trình phân phối và tiêu thụ vậy thì giá bán làm căn cứ xác định hành vi vi phạm là giá thấp nhất do giá thấp nhất không dưới giá thành toàn bộ thì về logic các mức giá khác cũng được đảm bảo<sup>(1)</sup>.

#### 2. Hoàn thiện quy định về thẩm quyền xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Từ kinh nghiệm một số quốc gia, xuất phát từ tính chất đặc biệt của tổ tụng cạnh tranh đó là hoạt động tố tụng duy

nhất được thực hiện bởi cơ quan thực hiện quyền hành pháp, thiết nghĩ cần bổ sung các quy định cụ thể về thẩm quyền hòa giải, quy trình hòa giải, quyền và nghĩa vụ của các bên tham gia hòa giải, hiệu lực của kết quả hòa giải... nhằm đảm bảo rằng Ủy ban Cạnh tranh quốc gia, Cơ quan quản lý cạnh tranh có thể thực hiện vai trò hòa giải một cách hiệu quả, đồng thời bảo vệ quyền lợi của các bên tham gia.

### 3. Hoàn thiện quy định về chế tài xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Tại Việt Nam, hành vi cạnh tranh không lành mạnh được nhận định là phổ biến trong kinh doanh của doanh nghiệp, hành vi cạnh tranh không lành mạnh được điều chỉnh tại pháp luật chuyên ngành như sở hữu trí tuệ, quảng cáo, khuyến mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng... và cạnh tranh<sup>(1)</sup>, do đó pháp luật về cạnh tranh nói chung và hành vi cạnh tranh không lành mạnh nói riêng đang tồn tại ở nhiều văn bản pháp luật là điều khó tránh. Tuy vậy, để đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ của pháp luật, rõ ràng Luật Cạnh tranh cần làm rõ mối quan hệ giữa Luật Cạnh tranh với các Luật khác có quy định về cạnh tranh không lành mạnh, làm rõ căn cứ và nguyên tắc áp dụng các chế tài xử lý.

### 4. Hoàn thiện quy định về trình tự, thủ tục xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh

Bên cạnh việc thống nhất về nguyên tắc, thủ tục xử lý hành vi cạnh tranh không

lành mạnh, cần có các điều chỉnh về thời hiệu xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh để đảm bảo thống nhất với pháp luật dân sự, tố tụng dân sự và phù hợp với đặc tính “luật tư” của pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Điều 429 Bộ luật Dân sự 2015 quy định: “Thời hiệu khởi kiện để yêu cầu Tòa án giải quyết tranh chấp hợp đồng là 03 năm, kể từ ngày người có quyền yêu cầu biết hoặc phải biết quyền và lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm”. Điều 588 Bộ luật Dân sự 2015 quy định: “Thời hiệu khởi kiện yêu cầu bồi thường thiệt hại là 03 năm, kể từ ngày người có quyền yêu cầu biết hoặc phải biết quyền và lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm”. Như vậy, thời hiệu khởi kiện trong dân sự đều được tính từ thời điểm “người có quyền yêu cầu biết hoặc phải biết quyền và lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm”. Luật Cạnh tranh 2018 quy định rằng “Thời hiệu khiếu nại là 03 năm kể từ ngày hành vi có dấu hiệu vi phạm pháp luật về cạnh tranh được thực hiện”, điều này có phần thiếu thống nhất vì thời điểm “hành vi có dấu hiệu vi phạm pháp luật về cạnh tranh được thực hiện” không phải lúc nào cũng trùng với thời điểm “người có quyền yêu cầu biết hoặc phải biết quyền và lợi ích hợp pháp của mình bị xâm phạm”.

## IV. KẾT LUẬN

Quy định pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh khá toàn diện cả về

1. ThS. Lê Văn Tranh, *Bài giảng Luật Cạnh tranh*, Trường Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh, 2020, tr.12.

nội dung lẫn hình thức. Các chế định được thiết kế phù hợp với hoàn cảnh và các điều kiện kinh tế cụ thể của Việt Nam, đồng thời phù hợp với xu hướng phát triển chung của pháp luật cạnh tranh trên thế giới. Tuy nhiên, bên cạnh các ưu điểm, pháp luật về xử lý hành vi cạnh tranh không lành mạnh vẫn tồn tại những bất cập và vướng mắc khiến việc áp dụng và xử lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh chưa đạt được hiệu quả mong muốn. Trước những đòi hỏi thực tiễn trong thi hành pháp luật về hành vi cạnh tranh không lành mạnh việc tiếp tục hoàn thiện pháp luật về cạnh tranh không lành mạnh cần được tiến hành khẩn trương và đồng bộ, góp phần bảo đảm môi trường cạnh tranh trong kinh doanh mới thực sự minh bạch và lành mạnh.

### Tài liệu tham khảo

1. Luật Cạnh tranh 2018, số 23/2018/QH14, ngày 12 tháng 6 năm 2018.
2. Nghị định 75/2019/NĐ-CP ngày 26 tháng 9 năm 2019 về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực cạnh tranh.
3. Nghị định 35/2020/NĐ-CP ngày 24 tháng 3 năm 2020 quy định chi tiết một số điều của Luật Cạnh tranh.
4. PGS.TS. Nguyễn Thị Vân Anh (Chủ biên, 2018) Giáo trình Luật cạnh tranh, Trường Đại học Luật Hà Nội, NXB. Công an nhân dân.
5. Lê Anh Tuấn, Pháp luật về chống cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam, NXB. Chính trị Quốc gia, 2009.
6. Báo cáo thường niên của Cục Quản lý cạnh tranh tại địa chỉ: <https://www.vcca.gov.vn>.

# HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI TRÊN CÁC NỀN TẢNG XUYÊN BIÊN GIỚI

ThS. Vũ Diệu Quỳnh<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới là hình thức quảng bá sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ hoặc thương hiệu vượt ra ngoài biên giới quốc gia, hướng đến các thị trường quốc tế. Đây được xem là một phần quan trọng trong chiến lược kinh doanh toàn cầu hóa, mở rộng thị trường, gia tăng doanh thu và xây dựng nhận diện thương hiệu trên quy mô toàn cầu. Hoạt động quảng cáo này ngày càng đa dạng và phát triển, thu hút nhiều cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp tham gia. Vì vậy, để hoạt động này phát triển một cách tích cực, góp phần vào quá trình xúc tiến thương mại cần phải xây dựng hành lang pháp lý vững chắc để điều chỉnh hoạt động này. Do đó, trong bài viết này, tác giả nghiên cứu làm rõ một số vấn đề lý luận và phân tích một số quy định của pháp luật hiện hành. Trên cơ sở một số bất cập của pháp luật, tác giả đưa ra một số giải pháp hoàn thiện pháp luật để tạo môi trường an toàn cho các chủ thể, đồng thời giúp cho việc quản lý nhà nước về vấn đề quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới được phát huy hiệu quả.

**Từ khóa:** Quảng cáo, quảng cáo thương mại, nền tảng xuyên biên giới.

**Abstract:** Commercial advertising on cross-border platforms refers to the promotion of products, goods, services, or brands beyond national boundaries, targeting international markets. This is considered a crucial component of globalization strategies, aiming to expand markets, increase revenue, and build brand recognition on a global scale. Such advertising activities are becoming increasingly diverse and advanced, attracting the participation of numerous individuals, organizations, and businesses. Therefore, to ensure the positive development of this activity and its contribution to trade promotion, it is necessary to establish a robust legal framework to regulate it. Accordingly, the author's article aims to clarify several theoretical issues and analyze certain provisions of the current legal framework. Based on existing legal shortcomings, the author proposes solutions to improve the law, creating a safe environment for stakeholders while enhancing the effectiveness of state management over commercial advertising on cross-border platforms.

**Keywords:** Advertising, commercial advertising, cross-border platform.

1. Viện Pháp luật Kinh tế.

Ngày nhận bài: 15/12/2024

Ngày phản biện: 15/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 01/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

## I. ĐẶT VẤN ĐỀ:

Trong nền kinh tế thị trường, hoạt động xúc tiến thương mại có vai trò quan trọng đối với các chủ thể kinh doanh đặc biệt là doanh nghiệp. Thông qua xúc tiến thương mại, doanh nghiệp có thể tận dụng các lợi thế để thu hút khách hàng. Các hoạt động xúc tiến thương mại bao gồm: hoạt động khuyến mại, quảng cáo thương mại, trưng bày, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ và hội chợ, triển lãm thương mại. Trong đó, quảng cáo thương mại được xem là hoạt động xúc tiến thương mại được lựa chọn nhiều nhất và trở thành phương tiện cần thiết để tuyên truyền và giới thiệu sản phẩm về hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ. Hoạt động quảng cáo thương mại diễn ra dưới nhiều hình thức khác nhau, trong đó hoạt động quảng cáo thương mại diễn ra trên các nền tảng xuyên biên giới đã và đang diễn ra phổ biến tại Việt Nam và trên toàn thế giới. Trong hệ thống pháp luật nước ta đã xây dựng và ban hành các văn bản liên quan đến hoạt động quảng cáo nói chung khá hoàn chỉnh, tạo hành lang pháp lý để hoạt động quảng cáo thương mại diễn ra thuận lợi hơn. Tuy nhiên, đối với hoạt động quảng cáo thương mại trên nền tảng xuyên biên giới, xu hướng này phát triển mạnh mẽ trong khoảng thời gian vài năm gần đây, do đó các quy định về hoạt động này vẫn chưa thực sự cụ thể, một số điểm còn chưa bắt kịp với xu thế của sự phát triển về hình thức quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới.

## II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

### 1. Một số vấn đề lý luận về quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới và pháp luật về quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới

#### 1.1. Khái niệm, đặc điểm của các nền tảng xuyên biên giới

Hiện nay các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới đang trở nên rất quen thuộc và chiếm một vị trí quan trọng trong cuộc sống. Có thể kể đến một số nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới phổ biến như: Facebook, TikTok, Instagram... Những ứng dụng này đều cho phép người dùng chia sẻ hình ảnh, giao lưu, kết bạn, thực hiện nhiều hoạt động vượt ra khỏi giới hạn địa lý.

Khái niệm nền tảng xuyên biên giới chưa được định nghĩa cụ thể bằng thuật ngữ trong luật. Căn cứ Nghị quyết phiên họp chuyên đề về xây dựng pháp luật tháng 9 năm 2023, theo đó, Chính phủ đề nghị việc “xây dựng Luật Sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo theo đúng quy định nhằm thể chế hóa kịp thời các chủ trương, đường lối của Đảng, tạo cơ sở pháp lý đầy đủ, thống nhất để phát triển hoạt động quảng cáo, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước của hoạt động này trên môi trường mạng (Internet) và các nền tảng xuyên biên giới (trang thông tin điện tử, mạng xã hội, ứng dụng di động như Facebook, TikTok, YouTube...); đẩy mạnh phân cấp, phân quyền, cải cách thủ tục hành chính và nâng cao trách nhiệm, năng lực của các chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo”. Từ cách diễn đạt và các điều khoản pháp luật có liên quan, nền tảng xuyên biên giới có thể hiểu là các nền tảng mạng xã hội cung cấp cho người dùng các dịch vụ lưu trữ, sử dụng, tìm kiếm, chia sẻ

và trao đổi thông tin với nhau, trong đó các chủ thể của hoạt động này là người sử dụng mạng và có thể ở các quốc gia khác nhau.

Các nền tảng xuyên biên giới hay nói cách khác là các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới với hình thức là mạng xã hội nên nền tảng xuyên biên giới cũng mang đầy đủ các đặc điểm của mạng xã hội nói chung.

*Thứ nhất, tính kết nối và lan truyền nhanh:* Đặc điểm này cho phép người dùng tìm kiếm và kết nối trên phạm vi toàn cầu, khả năng kết nối và tiếp cận thông tin đến người dùng một cách nhanh chóng, trong một khoảng thời gian ngắn. Người dùng có thể xem các bài đăng, video, bình luận và có thể chia sẻ nội dung cho người khác thông qua đường link hoặc chia sẻ trực tiếp trên chính nền tảng đó. Với tính năng này vừa là lợi thế truyền tải thông tin hữu ích nhưng cũng đặt ra không ít rủi ro về mặt nội dung của thông tin có thể chưa được xác thực, không đúng sự thật nhưng đã được người dùng chia sẻ một cách nhanh chóng.

*Thứ hai, tính cá nhân hóa:* Các nền tảng cho phép người dùng tạo tài khoản riêng, chỉnh sửa hồ sơ, trang cá nhân, ảnh đại diện theo sở thích cá nhân. Đối với doanh nghiệp có thể truyền tải thông điệp của doanh nghiệp đối với khách hàng thông qua thông tin, chất lượng sản phẩm, dịch vụ, thương hiệu, hình ảnh và địa chỉ liên hệ của doanh nghiệp.

*Thứ ba, tính cập nhật liên tục theo thời gian:* Các nền tảng mạng xã hội cung cấp khả năng cập nhật thông tin, sự kiện ngay lập tức, người dùng có thể theo dõi các xu hướng (trending) và tin tức trong thời gian ngắn. Tính cập nhật liên tục theo thời gian cũng giúp cho việc quảng cáo trên các nền tảng diễn ra thường xuyên và đạt tính hiệu quả cao.

*Thứ tư, phụ thuộc vào người dùng và có tính tương tác cao:* Nội dung trên mạng xã hội chủ yếu được tạo bởi người dùng, do vậy hoạt động của mạng xã hội phụ thuộc vào mức đóng góp của người dùng và thông qua các nền tảng mạng xã hội người dùng có thể tương tác với nhau thông qua bình luận, nhắn tin, trao đổi trực tiếp.

Những đặc điểm trên, có thể nhận thấy những ưu điểm mà mạng xã hội mang đến trong hoạt động kinh doanh thương mại, đặc biệt không chỉ giới hạn trong phạm vi lãnh thổ của một quốc gia, mà trong phạm vi toàn cầu do đó mở rộng thị trường, thúc đẩy hoạt động kinh doanh, quảng cáo, bán hàng.

### **1.2. Khái niệm, đặc điểm của hoạt động quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới**

Quảng cáo là hoạt động không thể thiếu trong nền kinh tế, xã hội hiện nay. Theo *Từ điển tiếng Việt*, quảng cáo được giải thích “là sự trình bày để giới thiệu rộng rãi cho nhiều người biết nhằm tranh thủ được nhiều khách hàng”. Tiếp cận dưới góc độ xã hội học, quảng cáo là quá trình truyền tin có định hướng tới người mua, kích thích người mua mua sản phẩm, dịch vụ mà quảng cáo đã giới thiệu và đề xuất. Dưới góc độ kinh tế học, quảng cáo là cách trình bày cho đông đảo khách hàng để khách hàng có những hiểu biết về hàng hóa, dịch vụ, ưu thế của doanh nghiệp qua các phương tiện thông tin đại chúng. Dưới góc độ pháp lý, quảng cáo được quy định tại Khoản 1, Điều 2 Luật Quảng cáo 2012, theo đó: *Quảng cáo là việc sử dụng các phương tiện nhằm giới thiệu đến công chúng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có mục đích sinh lời; sản phẩm, dịch vụ không có mục đích sinh lời; tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa dịch vụ được giới thiệu,*

trừ tin tức thời sự, chính sách xã hội, thông tin cá nhân. Khái niệm quảng cáo thương mại được quy định tại Điều 102 Luật Thương mại năm 2005 như sau: *Quảng cáo thương mại là hoạt động xúc tiến thương mại của thương nhân để giới thiệu khách hàng về hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ của mình.*

Từ những khái niệm trên, quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới có thể hiểu là hoạt động xúc tiến thương mại thông qua các nền tảng mạng xã hội vượt qua khỏi lãnh thổ quốc gia nhằm giới thiệu sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của người bán đến khách hàng với mục đích kích thích tiêu dùng, lợi nhuận hoặc không nhằm mục đích lợi nhuận. Với tư cách là một hoạt động quảng cáo, quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới có một số đặc điểm sau:

*Thứ nhất*, quảng cáo thương mại trên các nền tảng mạng xã hội không bị giới hạn về không gian và thời gian. Thông qua nền tảng mạng xã hội, quảng cáo có thể tiếp cận tới nhiều người trên thế giới mà không bị giới hạn về không gian và thời gian. Do đó, hoạt động quảng cáo này ngoài tuân thủ các điều khoản, chính sách của các nền tảng mạng xã hội, còn phải chịu sự điều chỉnh theo hệ thống pháp luật của từng quốc gia.

*Thứ hai*, nội dung của quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới là giới thiệu về hoạt động kinh doanh, hàng hóa, dịch vụ, xúc tiến thương mại trên phạm vi toàn thế giới.

*Thứ ba*, đối tượng của quảng cáo thương mại thông qua nền tảng xuyên biên giới là người dùng mạng xã hội. Người dùng sẽ tiếp cận với các quảng cáo về hàng hóa, sản phẩm thông qua mạng xã hội được thể hiện dưới dạng các bài đăng ngắn hoặc video giới thiệu sản phẩm do người bán

đăng tải trên trang cá nhân hoặc thông qua dịch vụ quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới.

### **1.3. Pháp luật về quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới**

Pháp luật về hoạt động quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới là tổng thể các quy phạm pháp luật điều chỉnh các quan hệ xã hội phát sinh trong hoạt động quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội có phạm vi vượt ra khỏi phạm vi quốc gia. Quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới cũng là một hình thức quảng cáo, do đó chịu sự điều chỉnh của pháp luật về quảng cáo. Ngoài ra, do những đặc thù của hoạt động quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới nên quy phạm điều chỉnh những mối quan hệ phát sinh trong lĩnh vực này còn được quy định trong nhiều văn bản quy phạm pháp luật khác nhau như Luật Thương mại, Luật Cạnh tranh, Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng... và một số văn bản hướng dẫn khác. Với đặc điểm mang tính phi biên giới nên quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới cũng phải tuân thủ các quy định về sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm và dịch vụ giới thiệu đến người dùng trên các nền tảng này, do vậy cũng cần tuân thủ văn bản pháp lý quốc tế điều chỉnh hoạt động quảng cáo như Hiệp ước Paris về sở hữu công nghiệp.

## **2. Thực trạng quy định pháp luật Việt Nam về quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới**

### **2.1. Quy định pháp luật về chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo**

Có nhiều chủ thể tham gia vào hoạt động quảng cáo với mục đích và cách thức và mức độ khác nhau. Căn cứ quy định

của Luật Quảng cáo năm 2012, chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo bao gồm: người quảng cáo, người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người phát hành quảng cáo, người truyền tải sản phẩm quảng cáo, người tiếp nhận quảng cáo. Hoạt động quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới cũng là một trong các hoạt động quảng cáo thương mại, là một trong các hình thức quảng cáo nên chủ thể tham gia vào hoạt động quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới cũng bao gồm các đối tượng của quảng cáo thương mại.

Người quảng cáo, theo định nghĩa tại Khoản 5, Điều 3 Luật Quảng cáo 2012 thì: *Người quảng cáo là tổ chức, cá nhân có yêu cầu quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của mình hoặc bản thân tổ chức, cá nhân đó.* Đối tượng của quảng cáo là sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ sinh lời hoặc thông tin dịch vụ không sinh lời, do vậy người quảng cáo có thể là cá nhân, thương nhân hoặc không phải là thương nhân. Trong quảng cáo thương mại, người quảng cáo phải là thương nhân hoặc chi nhánh của thương nhân Việt Nam, chi nhánh của thương nhân nước ngoài được phép hoạt động tại Việt Nam. Các tổ chức, cá nhân trên đây có quyền trực tiếp quảng cáo về hoạt động kinh doanh, hàng hóa dịch vụ kinh doanh của mình hoặc thuê tổ chức kinh doanh dịch vụ quảng cáo thực hiện việc quảng cáo thương mại. Phù hợp với quyền tự do kinh doanh, pháp luật cho phép thương nhân quảng cáo có quyền lựa chọn người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người phát hành quảng cáo, phương tiện và hình thức quảng cáo; được quyền đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm quảng cáo của mình. Người quảng

cáo có nghĩa vụ cung cấp cho người kinh doanh dịch vụ quảng cáo hoặc người phát hành quảng cáo thông tin cần thiết, trung thực, chính xác về cơ quan, tổ chức, cá nhân, sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, các tài liệu liên quan đến điều kiện quảng cáo và chịu trách nhiệm về các thông tin đó, đồng thời cũng phải đảm bảo về chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ phù hợp với nội dung quảng cáo. Căn cứ quy định trên, người quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới có thể là bất cứ cá nhân, tổ chức có nhu cầu về quảng cáo để quảng cáo cho sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của mình.

Người kinh doanh dịch vụ quảng cáo được quy định tại Khoản 6, Điều 2 Luật Quảng cáo năm 2012, theo đó người kinh doanh dịch vụ quảng cáo là tổ chức, cá nhân thực hiện một hoặc một số hay tất cả các công đoạn của quá trình quảng cáo theo hợp đồng cung ứng dịch vụ quảng cáo với người quảng cáo. Bên kinh doanh dịch vụ quảng cáo là người sáng tạo ra nội dung và hình thức cho một sản phẩm quảng cáo nên có quyền đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm quảng cáo. Đồng thời họ cũng phải thực hiện đúng các quy định về sản phẩm quảng cáo, nghĩa vụ kinh doanh dịch vụ quảng cáo và có trách nhiệm khi gây ra thiệt hại.

Người phát hành quảng cáo được quy định tại Khoản 7, Điều 2 Luật Quảng cáo, người phát hành quảng cáo là tổ chức, cá nhân dùng phương tiện quảng cáo thuộc trách nhiệm quản lý của mình giới thiệu sản phẩm quảng cáo đến công chúng, bao gồm cơ quan báo chí, nhà xuất bản, chủ trang thông tin điện tử, người tổ chức chương trình văn hóa, thể thao và tổ chức, cá nhân sử dụng phương tiện quảng cáo khác. Người

phát hành quảng cáo có quyền quảng cáo trên phương tiện của mình và có quyền thu phí dịch vụ phát hành quảng cáo theo quy định của pháp luật. Bên cạnh đó người phát hành quảng cáo cần phải thực hiện các nghĩa vụ được quy định tại Điều 116 Luật Thương mại năm 2005, tuân thủ các quy định về sử dụng phương tiện quảng cáo thương mại, thực hiện hợp đồng phát hành quảng cáo với bên thuê phát hành quảng cáo, thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật. Căn cứ quy định trên, chủ thể là người phát hành quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới chính là chủ sở hữu của các nền tảng xuyên biên giới hoặc có thể là những cá nhân, tổ chức sử dụng các nền tảng xuyên biên giới này để thực hiện quảng cáo.

Người chuyển tải sản phẩm quảng cáo là người trực tiếp đưa các sản phẩm quảng cáo ra công chúng hoặc thể hiện sản phẩm quảng cáo trên người thông qua hình thức mặc, treo, gắn, dán, vẽ hoặc các hình thức tương tự (Khoản 8, Điều 2 Luật Quảng cáo 2012). Trong hoạt động quảng cáo thương mại qua các nền tảng xuyên biên giới vai trò của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo đặc biệt quan trọng, bởi liên quan đến mức độ lan truyền và tiếp cận đến người tiếp nhận quảng cáo. Thực tế, người chuyển tải sản phẩm quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới thường là những người nổi tiếng, có tầm ảnh hưởng lớn, khi thực hiện các hoạt động quảng cáo sản phẩm, dịch vụ sẽ thu hút được đông đảo người theo dõi, làm cho nội dung quảng cáo được chia sẻ rộng, sản phẩm quảng cáo trở nên uy tín và thúc đẩy hoạt động bán hàng. Tuy nhiên,

việc giới thiệu, quảng cáo các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ không đảm bảo chất lượng, không đúng sự thật, ảnh hưởng đến người tiêu dùng vẫn còn tồn tại khá phổ biến. Hiện nay pháp luật chưa quy định cụ thể về quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo.

Người tiếp nhận quảng cáo là người tiếp nhận thông tin sản phẩm quảng cáo thông qua phương tiện quảng cáo. Người tiếp nhận quảng cáo thương mại qua các nền tảng xuyên biên giới chính là người dùng tham gia mạng xã hội trực tiếp xem và tiếp nhận các thông tin hàng hóa, sản phẩm, dịch vụ từ người quảng cáo thông qua các bài đăng, video, đánh giá.

Như vậy, pháp luật về quảng cáo đã có những quy định rất rõ ràng về chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo nói chung, song do đặc thù về phạm vi tính xuyên biên giới nên trong thực tế, các cá nhân, tổ chức thực hiện các hoạt động quảng cáo một cách gián tiếp bằng cách thức review sản phẩm diễn ra rất phổ biến nhưng lại chưa có quy định cụ thể đối với các cá nhân tổ chức khi thực hiện hoạt động này trên các nền tảng xuyên biên giới. Các nền tảng xuyên biên giới là những nền tảng mạng đa quốc gia với phạm vi rộng, do vậy, các cơ quan nhà nước gặp nhiều khó khăn trong công tác quản lý các hoạt động, nội dung quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới.

## **2.2. Quy định pháp luật về sản phẩm quảng cáo**

Căn cứ theo Khoản 3, Điều 2 Luật Quảng cáo năm 2012 “Sản phẩm quảng cáo bao gồm nội dung và hình thức quảng cáo được thể hiện bằng hình ảnh, âm thanh,

tiếng nói, chữ viết, biểu tượng, màu sắc, ánh sáng và các hình thức tương tự”. Theo quy định trên, sản phẩm quảng cáo phải được đảm bảo về nội dung cũng như hình thức theo quy định của pháp luật. Về mặt nội dung, nội dung quảng cáo phải đảm bảo tính trung thực, chính xác, rõ ràng, không gây thiệt hại cho người sản xuất, kinh doanh và người tiếp nhận quảng cáo. Trong lĩnh vực thương mại, căn cứ Điều 105 Luật Thương mại năm 2005, sản phẩm quảng cáo trong lĩnh vực thương mại bao gồm những thông tin bằng hình ảnh, hành động, âm thanh, tiếng nói, chữ viết, biểu tượng, màu sắc, ánh sáng chứa đựng nội dung của quảng cáo thương mại.

Như vậy sản phẩm quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới cũng phải tuân thủ các quy định về sản phẩm quảng cáo nói chung. Nội dung quảng cáo đảm bảo tính trung thực, chính xác, không gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng và không gây thiệt hại, ảnh hưởng xấu cho nhà sản xuất, kinh doanh và người tiếp nhận quảng cáo. Đặc biệt với phạm vi rộng và đối tượng tiếp cận lớn của nền tảng mạng xuyên quốc gia nên việc cấm không được quảng cáo đối với những sản phẩm không được kinh doanh cần được quản lý chặt chẽ.

### **2.3. Quy định pháp luật về các phương tiện quảng cáo**

Theo quy định tại Điều 17 Luật Quảng cáo năm 2012, phương tiện quảng cáo bao gồm: báo chí, trang thông tin điện tử, thiết bị điện tử, thiết bị đầu cuối và các thiết bị viễn thông khác, các sản phẩm in, bản ghi âm, ghi hình và các thiết bị công nghệ khác, bảng quảng cáo, băng-rôn, biển hiệu, hộp

đèn, màn hình chuyên quảng cáo, phương tiện giao thông, hội chợ, hội thảo, hội nghị, tổ chức sự kiện, triển lãm, chương trình văn hóa, thể thao, người chuyển tải sản phẩm quảng cáo; vật thể quảng cáo, các phương tiện quảng cáo khác theo quy định của pháp luật. Hoạt động quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới được thực hiện thông qua các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới nên phương tiện quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới là các thiết bị điện tử có kết nối internet và thuộc các phương tiện quảng cáo theo quy định trên.

### **2.4. Các hoạt động quảng cáo bị cấm trên các nền tảng xuyên biên giới**

Hoạt động quảng cáo là hoạt động có ý nghĩa quan trọng trong việc giúp các nhân, tổ chức giới thiệu, quảng bá sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ. Do vậy, mục tiêu đầu tiên của quảng cáo hướng đến là đem lại lợi nhuận, tuy nhiên nhằm hướng đến mục tiêu kinh tế mà có những quảng cáo không đúng sự thật làm ảnh hưởng đến trật tự xã hội nên pháp luật đã ban hành những quy định đối với những sản phẩm không được phép quảng cáo. Hoạt động quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới cũng là một trong các hình thức quảng cáo, do đó cũng phải tuân thủ các quy định về sản phẩm không được phép quảng cáo (Điều 7 Luật Quảng cáo 2012), các hành vi cấm trong hoạt động quảng cáo (Điều 8 Luật Quảng cáo 2012).

Pháp luật quy định rõ ràng và cụ thể về các sản phẩm không được phép quảng cáo và hành vi bị cấm trong hoạt động quảng

cáo là căn cứ quan trọng để quản lý trong hoạt động quảng cáo nói chung và quảng cáo thương mại qua các nền tảng xuyên biên giới nói riêng. Tuy nhiên, trên thực tế phạm vi và mạng lưới hoạt động của các nền tảng xuyên biên giới quá rộng, cơ chế quản lý nội dung được quảng cáo còn thiếu nên hoạt động quản lý vẫn tồn tại rất nhiều hạn chế và khó khăn.

### 3. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật và giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới

*Thứ nhất*, hoàn thiện quy định về chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới. Pháp luật hiện nay mới chỉ có những quy định chung về chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo, chưa quy định cụ thể đối với chủ thể là chủ tài khoản mạng xã hội xuyên biên giới.

*Thứ hai*, bổ sung quy định về quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo và quy định về trách nhiệm của người phát hành quảng cáo là chủ tài khoản của các nền tảng xuyên biên giới.

*Thứ ba*, điều chỉnh mức chế tài xử phạt hành chính đối với hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, hành vi trốn thuế, chậm nộp thuế đối với nguồn thu nhập phát sinh trong hoạt động cung ứng dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới.

*Thứ tư*, tăng cường quản lý nhà nước, kiểm tra giám sát và xử lý nghiêm minh các hành vi vi phạm về quảng cáo thương mại trên các nền tảng xuyên biên giới.

### III. KẾT LUẬN

Việc hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương mại trên các nền tảng mạng xã hội xuyên biên giới có ý nghĩa rất quan trọng trong bối cảnh nền kinh tế số phát triển mạnh mẽ. Ngăn chặn các quảng cáo sai sự thật, vi phạm đạo đức, hoặc gây ảnh hưởng tiêu cực đến người tiêu dùng và xã hội, đảm bảo các nền tảng xuyên biên giới tuân thủ luật pháp quốc gia, giảm nguy cơ các nền tảng này lợi dụng khoảng trống pháp lý, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh và phù hợp với xu thế toàn cầu hóa.

#### Tài liệu tham khảo

1. Luật Quảng cáo năm 2012.
2. Luật Thương mại năm 2005.
3. Nguyễn Thị Tâm (2014), Hoàn thiện pháp luật về quảng cáo thương mại, Luận án Tiến sĩ Luật học, Học viện Khoa học xã hội.
4. Đoàn Văn Hợi (2023), Kiểm soát hoạt động quảng cáo thương mại trực tuyến của thương nhân theo pháp luật Việt Nam, Luận văn Thạc sĩ Luật Kinh tế, Trường Đại học Luật, Đại học Huế.

# GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO CHO SINH VIÊN NĂM NHẤT NGÀNH NGÔN NGỮ TRUNG QUỐC TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG HÀ NỘI

TS. Trương Văn Nam<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Ngành Ngôn ngữ Trung Quốc của Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội chính thức tuyển sinh và đào tạo từ năm học 2024-2025. Sau học kỳ đầu tiên, sinh viên đã có sự phân hóa về thành tích học tập, đồng thời gặp phải một số thuận lợi và thách thức trong quá trình học. Để đánh giá thực trạng học tập của sinh viên năm nhất, chúng tôi thực hiện các bài kiểm tra năng lực ngôn ngữ, phỏng vấn và dự giờ lên lớp, phân tích những điểm mạnh, đồng thời chỉ ra những khó khăn, nguyên nhân gây cản trở trong học tập. Từ đó đề xuất các giải pháp thiết thực nhằm nâng cao chất lượng đào tạo như cải tiến chương trình học, tăng cường kỹ năng thực hành, ứng dụng công nghệ thông tin trong giảng dạy và mở rộng hợp tác với doanh nghiệp, tổ chức nước ngoài. Mục tiêu cuối cùng là trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết để tự tin gia nhập thị trường lao động, đồng thời nâng cao hình ảnh và uy tín của ngành Ngôn ngữ Trung Quốc tại trường.

**Từ khóa:** Ngôn ngữ Trung Quốc, sinh viên năm nhất, kỹ năng ngôn ngữ, phương pháp giảng dạy.

**Abstract:** The Chinese Language Department of Hanoi University of Finance and Banking officially enrolls and trains students from the 2024-2025 academic year. After the first semester, students have differentiated in their academic performance, and at the same time encountered some advantages and challenges in the learning process. To assess the learning situation of first-year students, we conducted language proficiency tests, interviews and class observations, analyzed strengths, and pointed out difficulties and causes of obstacles in learning. From there, we proposed practical solutions to improve the quality of training such as improving the curriculum, enhancing practical skills, applying information technology in teaching and expanding cooperation with foreign businesses and organizations. The ultimate goal is to equip students with the necessary knowledge and skills to confidently enter the labor market, while enhancing the image and reputation of the Chinese Language Department at the school.

**Keywords:** Chinese Language, freshman, language skills, teaching methods.

1. Viện Ngôn ngữ nước ngoài, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

Ngày nhận bài: 06/01/2025

Ngày phản biện: 20/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

## I. GIỚI THIỆU CHUNG

Ngành Ngôn ngữ Trung Quốc của Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội được tiến hành tuyển sinh và đào tạo theo quyết định số 446/QĐ-ĐHTNH ngày 29/12/2023 của Hiệu trưởng. Chương trình đào tạo nhằm cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng về ngôn ngữ, văn hóa và kinh tế Trung Quốc. Chương trình này bao gồm các môn học về kỹ năng nghe, nói, đọc, viết, dịch, ngữ pháp, từ vựng, phát âm, văn hóa, đàm phán kinh tế thương mại tiếng Trung... Ngoài việc học ngôn ngữ, sinh viên còn được tìm hiểu về văn hóa, lịch sử, và các vấn đề xã hội của Trung Quốc, giúp sinh viên có cái nhìn toàn diện và sâu sắc hơn về đất nước này. Đặc biệt, ngành học cũng chú trọng đến việc phát triển các kỹ năng mềm cần thiết cho việc làm trong môi trường quốc tế, bao gồm kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, và giải quyết vấn đề.

Trong năm học đầu tiên, nhà trường đã tuyển sinh được hơn 300 sinh viên theo học với mức điểm sàn là 24,75. Sinh viên của trường mang những đặc điểm nổi bật sau:

- *Đam mê ngôn ngữ và văn hóa*: sinh viên có niềm yêu thích đặc biệt với tiếng Trung Quốc, không chỉ về ngôn ngữ mà còn về văn hóa, lịch sử và phong tục tập quán của các nước nói tiếng Trung.

- *Phát triển năng lực ngôn ngữ*: sinh viên sẽ được đào tạo tiếng Trung từ đầu, để có

khả năng nghe, nói, đọc, viết tiếng Trung thành thạo, với mục tiêu có thể giao tiếp hiệu quả trong các môi trường học tập và làm việc, tạo ra nhiều cơ hội việc làm trong các lĩnh vực như ngoại giao, thương mại, giáo dục, du lịch và dịch thuật.

- *Tích lũy kiến thức đa lĩnh vực*: ngoài việc học ngôn ngữ, sinh viên sẽ phải trang bị kiến thức về kinh tế, tài chính và ngân hàng, để có cái nhìn toàn diện về các vấn đề liên quan đến giao thương và hợp tác kinh tế với Trung Quốc.

- *Nâng cao kỹ năng mềm*: chương trình học chú trọng phát triển các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, thuyết trình, và giải quyết vấn đề, giúp sinh viên tự tin hơn trong giao tiếp và làm việc.

- *Tính tự lập và sáng tạo*: sinh viên có khả năng phát triển tư duy độc lập, sáng tạo trong học tập và nghiên cứu, nâng cao khả năng giải quyết vấn đề trong thực tiễn.

Nhìn chung, sinh viên ngành Ngôn ngữ Trung Quốc của Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội không chỉ có kiến thức vững về ngôn ngữ mà còn được trang bị những kỹ năng cần thiết để thích ứng với môi trường làm việc đa dạng và phát triển bản thân trong tương lai.

## II. THỰC TRẠNG HỌC TẬP CỦA SINH VIÊN NĂM NHẤT NGÀNH NGÔN NGỮ TRUNG QUỐC

### 1. Khảo sát kỹ năng ngôn ngữ của sinh viên

Để đánh giá một cách toàn diện mức độ vận dụng các kỹ năng ngôn ngữ cơ bản như nghe, nói, đọc và viết của sinh viên năm nhất, đồng thời phân tích những khó khăn

mà họ phải đối mặt trong quá trình học tập, chúng tôi đã tiến hành thiết kế 4 đề thi chuyên biệt nhằm đánh giá quá trình học của sinh viên trong học phần Tiếng Trung Quốc tổng hợp 1. Cụ thể, các kỹ năng được đánh giá như sau:

**Kỹ năng Nghe:** chúng tôi tập trung vào khả năng nghe hiểu của sinh viên thông qua băng nghe các câu ngắn, đoạn hội thoại. Mục tiêu giúp sinh viên phát triển khả năng nhận biết và phân tích ngữ điệu, từ vựng, phán đoán đưa ra câu trả lời trong bối cảnh giao tiếp thực tế.

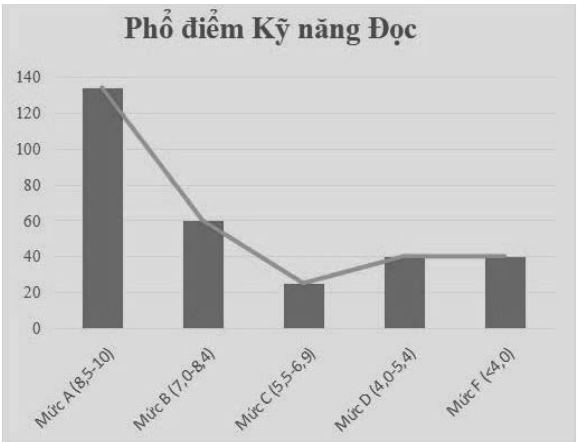
**Kỹ năng Nói:** được đánh giá thông qua việc sinh viên quay video giới thiệu bản thân, kiểm tra mức độ tự tin, chính xác trong phát âm và khả năng giao tiếp bằng tiếng Trung. Điều này không chỉ giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng nói mà còn tạo cơ hội để họ thể hiện cá tính và phong cách giao tiếp của bản thân.

**Kỹ năng Đọc:** chúng tôi đánh giá khả năng đọc hiểu văn bản của sinh viên, khả năng phán đoán nghĩa từ ngữ và đưa ra đáp án đúng cho các câu hỏi liên quan. Kỹ năng này giúp sinh viên không chỉ nắm bắt thông tin mà còn phát triển tư duy phản biện.

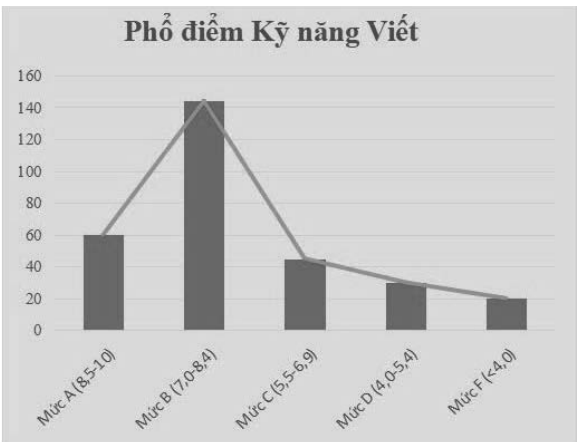
**Kỹ năng Viết:** chúng tôi xem xét mức độ chính xác vận dụng trọng điểm ngữ pháp, từ vựng và cách trình bày các đoạn văn. Việc viết đúng câu, đoạn văn không chỉ phản ánh khả năng ngôn ngữ của sinh viên mà còn là kỹ năng cần thiết để họ có thể giao tiếp hiệu quả trong môi trường học tập và làm việc.

Trong quá trình học tập, sinh viên đã nghiêm túc tham gia làm bài thi trực tiếp trên lớp, từ đó thể hiện rõ năng lực ngôn ngữ của bản thân. Chúng tôi đã tập hợp và phân

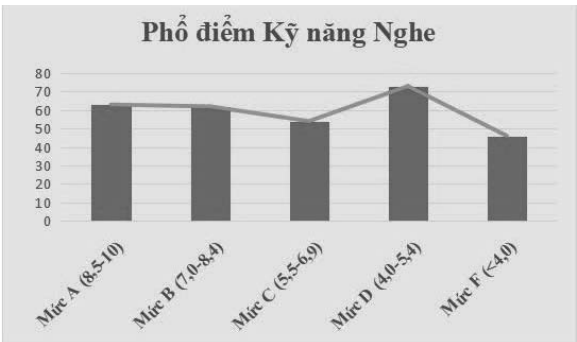
tích dữ liệu thu thập được qua các công cụ thống kê nhằm đưa ra cái nhìn khách quan về tình hình học tập.



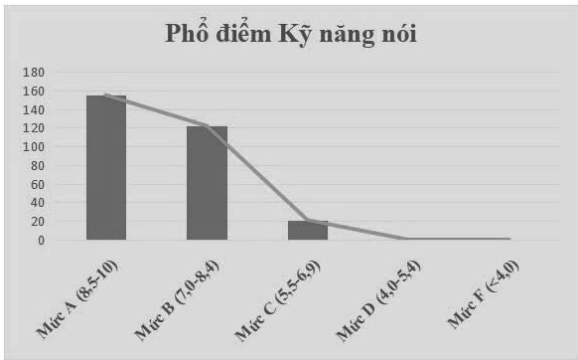
Bảng 1: Kết quả Kỹ năng Đọc



Bảng 2: Kết quả Kỹ năng Viết



Bảng 3: Kết quả Kỹ năng Nghe



**Bảng 4: Kết quả Kỹ năng Nói**

Qua bảng thống kê kết quả thi, chúng tôi nhận thấy một số điểm nổi bật. **Kỹ năng nghe** có điểm số trung bình thấp nhất, chỉ đạt 6,2. Điều này cho thấy đa số sinh viên gặp khó khăn nhất với kỹ năng nghe; mặc dù có thể hiểu được các đoạn hội thoại đơn giản, họ vẫn gặp trở ngại khi phải đối mặt với các đoạn hội thoại phức tạp hoặc có tốc độ nói nhanh. Thời gian luyện tập kỹ năng nghe của sinh viên còn hạn chế.

Về **kỹ năng nói**, điểm số trung bình đạt 8,2 cho thấy hầu hết sinh viên khá tự tin trong phát âm và giao tiếp. Tuy nhiên, một bộ phận nhỏ vẫn cảm thấy thiếu tự tin, đặc biệt là trong việc phát âm và ngữ điệu, do thiếu môi trường ngôn ngữ thực tế để thực hành. Điều này cũng dẫn đến việc kỹ năng nói chưa phát triển như mong đợi.

Xét về **kỹ năng đọc**, điểm số trung bình là 7,3. Sinh viên có khả năng đọc hiểu các văn bản đơn giản nhưng gặp khó khăn với những câu và đoạn văn có cấu trúc phức tạp hoặc chứa nhiều từ mới. Từ đó, có thể thấy rằng việc mở rộng vốn từ vựng là điều cần thiết để nâng cao khả năng đọc hiểu.

Cuối cùng, đối với **kỹ năng viết**, điểm trung bình đạt 7,1. Việc tiếp xúc với chữ tượng hình là một thách thức lớn đối với

bất kỳ sinh viên nào học tiếng Trung. Tuy nhiên, sinh viên của trường cho thấy những tín hiệu khả quan. Đa số sinh viên đều có thể viết các câu và đoạn văn giới thiệu bản thân, gia đình đơn giản, nhưng sẽ gặp khó khăn trong việc sử dụng ngữ pháp chính xác viết đoạn văn.

Kết quả khảo sát cho thấy sinh viên năm nhất ngành Ngôn ngữ Trung Quốc Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội đang có những tín hiệu tích cực trong học tập, với điểm số trung bình đều ở mức khá, giỏi. Tuy nhiên, một bộ phận sinh viên vẫn gặp khó khăn trong việc phát triển đồng bộ 4 kỹ năng ngôn ngữ. Việc tạo ra một môi trường học tập tích cực từ phía giảng viên, khuyến khích sinh viên chủ động thực hành và giao tiếp sẽ là chìa khóa quan trọng để nâng cao chất lượng đào tạo, góp phần vào sự phát triển toàn diện của sinh viên trong lĩnh vực ngôn ngữ này.

**2. Phỏng vấn tình hình học tập của sinh viên**

Trong quá trình giảng dạy, chúng tôi đã thực hiện những cuộc phỏng vấn với sinh viên nhằm tìm hiểu những thuận lợi và thách thức mà họ gặp phải khi theo học tại trường. Dưới đây là những điểm nổi bật từ những chia sẻ của sinh viên:

- **Về động lực học tập:** nhiều sinh viên đã bày tỏ lý do chọn ngành Ngôn ngữ Trung Quốc, bao gồm mong muốn làm việc trong môi trường quốc tế, niềm đam mê với văn hóa Trung Quốc, hoặc kế hoạch du học trong tương lai. Họ cũng thể hiện kỳ vọng về các cơ hội nghề nghiệp đa dạng, như trở thành biên dịch viên hoặc làm việc

trong các công ty thương mại Trung Quốc.

- **Về khó khăn trong học tập:** một số sinh viên cho biết họ gặp phải thử thách lớn trong việc học tiếng Trung do đặc thù ngôn ngữ, bao gồm hệ thống ký tự, ngữ pháp phức tạp và phát âm khó. Hơn nữa, nhiều bạn cảm thấy bị áp lực bởi khối lượng kiến thức và yêu cầu học tập trong năm nhất, đặc biệt là các môn chuyên ngành và môn học chung.

- **Về phương pháp học tập:** các sinh viên đã chia sẻ về những phương pháp tự học mà họ áp dụng, như sử dụng tài liệu trực tuyến, tham gia vào các nhóm học tập, đôi bạn cùng tiến, cũng như tận dụng các ứng dụng học tiếng và video bài giảng trên mạng để nâng cao kỹ năng ngôn ngữ.

- **Về mối quan hệ với giảng viên và bạn bè:** sinh viên đánh giá cao sự hỗ trợ từ các cố vấn học tập và sự nhiệt tình của giảng viên trong việc tạo điều kiện cho họ tham gia vào các hoạt động ngoại khóa và thực hành ngôn ngữ. Mối quan hệ đoàn kết giữa các bạn cùng lớp cũng góp phần tạo động lực học tập và khả năng học hỏi lẫn nhau.

- **Về định hướng tương lai:** đa số sinh viên đã xây dựng cho mình những kế hoạch cụ thể cho các năm học tiếp theo, như tham gia các chương trình trao đổi sinh viên, thực tập tại các công ty Trung Quốc, hoặc học thêm các kỹ năng bổ trợ.

Những kết quả từ các cuộc phỏng vấn này đã giúp chúng tôi có cái nhìn sâu sắc hơn về tình hình học tập của sinh viên năm nhất. Từ đó, chúng tôi có thể đưa ra những giải pháp hỗ trợ thiết thực, như cải thiện chương trình giảng dạy, cung cấp thêm tài liệu học tập và tổ chức các hoạt động ngoại

khóa nhằm nâng cao kỹ năng và sự tự tin cho sinh viên.

### 3. Quan sát dự giờ hoạt động lên lớp của giảng viên và sinh viên

Hoạt động dự giờ lên lớp là một trong những hoạt động quan trọng và thường xuyên tại Bộ môn tiếng Trung Quốc, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo. Thông qua việc tổ chức các buổi dự giờ định kỳ, chúng tôi không chỉ tạo cơ hội cho giảng viên, sinh viên cùng đánh giá hiệu quả của các phương pháp giảng dạy mà còn khuyến khích sự tương tác và trao đổi kiến thức giữa giảng viên, sinh viên.

Trong bối cảnh giáo dục hiện đại, việc nâng cao kỹ năng học tập cho sinh viên là một yếu tố vô cùng quan trọng. Hoạt động dự giờ, trao đổi chuyên môn không chỉ giúp sinh viên được tiếp cận với nhiều phương pháp giảng dạy và học tập khác nhau mà còn tạo cơ hội cho họ học hỏi và phát triển bản thân.

Đầu tiên, năng lực ngôn ngữ của sinh viên đã được cải thiện đáng kể. Qua việc tham gia vào các hoạt động lớp học, sinh viên có cơ hội rèn luyện kỹ năng nghe, nói, đọc, viết một cách tự nhiên và hiệu quả. Việc tương tác giảng viên với sinh viên và thực hành giao tiếp với bạn bè đã giúp sinh viên không ngừng cải thiện khả năng sử dụng tiếng Trung Quốc trong các tình huống thực tế.

Thứ hai, hoạt động trên lớp cũng đã góp phần quan trọng trong việc phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên. Các buổi thảo luận, bài trình bày ý kiến, hay những hoạt động nhóm như diễn kịch và trò chơi không

chỉ giúp sinh viên tự tin hơn trong việc giao tiếp mà còn rèn luyện khả năng làm việc nhóm. Điều này rất quan trọng trong môi trường làm việc sau này, nơi mà kỹ năng giao tiếp và hợp tác luôn được đánh giá cao.

Tuy nhiên, không thể phủ nhận rằng một bộ phận sinh viên vẫn còn cảm thấy ngại ngùng khi tham gia vào các hoạt động tập thể hoặc khi phải trình bày trước lớp. Mỗi sinh viên có tốc độ tiếp thu kiến thức khác nhau, do đó, sự hỗ trợ từ giảng viên và bạn bè là rất cần thiết để giúp họ vượt qua những rào cản tâm lý và phát huy tối đa khả năng của mình. Bên cạnh đó, các hoạt động giảng dạy của một số giảng viên cũng cần cải thiện để hỗ trợ sinh viên học tập tốt hơn.

Tóm lại, thông qua hoạt động dự giờ lên lớp của Bộ môn tiếng Trung Quốc, chúng tôi nhận thấy hiệu quả giảng dạy tốt, giúp sinh viên phát triển toàn diện. Mặc dù còn một số thách thức cần vượt qua, nhưng phương pháp dạy lấy người học làm trung tâm hiện tại chắc chắn sẽ mang lại nhiều lợi ích cho cả giảng viên và sinh viên. Từ đó, có thể tạo ra một môi trường học tập tích cực, thúc đẩy sự phát triển ngôn ngữ cũng như kỹ năng mềm cho sinh viên, chuẩn bị cho họ những hành trang cần thiết trong tương lai.

#### 4. Một số đề xuất nâng cao chất lượng đào tạo

Để nâng cao chất lượng dạy và học, chúng tôi xin đề xuất một số giải pháp mang tính đột phá và thiết thực từ góc độ quản lý nhà trường, bộ môn tiếng Trung Quốc, góc độ giảng viên và sinh viên, nhằm tạo ra môi

trường học tập tốt nhất cho sinh viên năm nhất ngành Ngôn ngữ Trung Quốc.

**Cải tiến chương trình giảng dạy:** một trong những yếu tố quan trọng nhất để nâng cao chất lượng giáo dục là việc thường xuyên rà soát và điều chỉnh chương trình giảng dạy. Hằng năm nhà trường chú trọng kiểm định chất lượng giáo dục, nhà trường và bộ môn cần thường xuyên thực hiện khảo sát để nắm bắt nhu cầu thực tế của sinh viên, các bên liên quan và xu hướng phát triển xã hội của ngành Ngôn ngữ Trung Quốc. Điều này sẽ giúp Bộ môn tiếng Trung Quốc xây dựng chương trình học không chỉ mang tính lý thuyết mà còn ứng dụng thực tiễn, giúp sinh viên có thể tự tin hơn trong việc sử dụng ngôn ngữ trong môi trường làm việc sau này.

**Đào tạo bồi dưỡng giảng viên, sinh hoạt chuyên môn:** để nâng cao chất lượng giảng dạy, chúng tôi sẽ kết hợp với các đơn vị giáo dục trong và ngoài nước tổ chức các khóa đào tạo cho giảng viên về các phương pháp giảng dạy hiện đại, cập nhật kiến thức mới liên quan đến ngôn ngữ và văn hóa Trung Quốc, cũng như cách thức sử dụng công nghệ trong giảng dạy ngôn ngữ.

**Tổ chức tăng cường các hoạt động thực hành ngôn ngữ:** chúng tôi khuyến khích giảng viên thiết kế các hoạt động học tập tương tác, tập trung vào việc thực hành giao tiếp bằng tiếng Trung. Những hoạt động như thảo luận nhóm, diễn kịch, hay các buổi workshop sẽ tạo điều kiện cho sinh viên không chỉ thực hành kỹ năng nói và nghe mà còn phát triển khả năng làm việc nhóm, tư duy phản biện. Ngoài ra, việc sử dụng các tài liệu nghe như podcast, video,

và bài giảng từ người bản xứ sẽ giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng nghe một cách tự nhiên và hiệu quả.

**Sử dụng công nghệ hỗ trợ:** trong kỷ nguyên số, việc ứng dụng công nghệ vào quá trình học tập là rất cần thiết. Chúng tôi sẽ khuyến khích sinh viên sử dụng các phần mềm và ứng dụng học tập trực tuyến như Duolingo, HelloChinese, hay Rosetta Stone, giúp họ có thêm nguồn tài liệu phong phú để tự học. Đồng thời, Bộ môn tiếng Trung Quốc sẽ tổ chức các khóa học trực tuyến với sự tham gia của giảng viên người Trung Quốc hoặc các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực ngôn ngữ, tạo cơ hội cho sinh viên tiếp xúc với ngôn ngữ một cách sống động và thực tế hơn.

**Tăng cường bổ sung tài liệu học tập:** việc cung cấp một danh sách phong phú các giáo trình và tài liệu tham khảo là rất cần thiết. Chúng tôi sẽ giới thiệu bổ sung các tài liệu về ngữ pháp, từ vựng, và văn hóa Trung Quốc trong thư viện để sinh viên dễ dàng tiếp cận. Hơn nữa, việc sử dụng video, phim, nhạc, và bài hát tiếng Trung trên lớp học cũng sẽ giúp sinh viên cải thiện kỹ năng nghe, phong phú thêm trải nghiệm văn hóa.

**Tạo môi trường ngôn ngữ:** Câu lạc bộ tiếng Trung Quốc của Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội đã chính thức được thành lập và hoạt động vào tháng 10 năm 2024, tạo ra một không gian giao lưu và thực hành tiếng Trung trong môi trường thân thiện và thoải mái. Câu lạc bộ thường xuyên tổ chức các sự kiện giao lưu văn hóa, mời diễn giả và sinh viên từ các trường đại học khác tham gia để sinh viên có cơ hội thực hành giao tiếp tiếng Trung

trong bối cảnh thực tế. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng sẽ cung cấp các khóa học hoặc buổi hội thảo về kỹ năng mềm như giao tiếp và thuyết trình, giúp sinh viên tự tin hơn trong các hoạt động giao tiếp.

**Hoạt động đánh giá chất lượng và tiếp nhận phản hồi:** để đảm bảo chất lượng giảng dạy, chúng tôi sẽ tổ chức các bài kiểm tra định kỳ nhằm đánh giá sự tiến bộ của sinh viên trong các kỹ năng ngôn ngữ. Kết quả học tập cụ thể sẽ được cung cấp cho từng sinh viên, giúp họ nhận ra điểm mạnh và điểm cần cải thiện. Chúng tôi cũng khuyến khích sinh viên chia sẻ ý kiến và phản hồi về phương pháp giảng dạy, từ đó giúp chúng tôi cải tiến và nâng cao chất lượng học tập.

**Tích cực khuyến khích tự học của sinh viên:** chúng tôi sẽ hướng dẫn sinh viên lập kế hoạch học tập cá nhân, giúp họ có thể tự học và cải thiện kỹ năng ngôn ngữ một cách hiệu quả. Khuyến khích sinh viên đọc sách, báo, và tài liệu tiếng Trung sẽ giúp họ mở rộng vốn từ vựng và nâng cao khả năng đọc hiểu, từ đó tạo nền tảng vững vàng cho việc học tập.

Chúng tôi tin rằng, khi thực hiện đồng bộ và hiệu quả những giải pháp này, không chỉ giúp nâng cao chất lượng đào tạo, mà còn tạo ra một môi trường học tập tích cực, khuyến khích sinh viên phát triển toàn diện và đạt được kết quả học tập xuất sắc. Hy vọng rằng, sinh viên năm nhất ngành Ngôn ngữ Trung Quốc sẽ có cơ hội nâng cao kỹ năng nghe, nói, đọc, viết một cách hiệu quả và tự tin bước vào các năm học sau.

### III. KẾT LUẬN

Qua quá trình khảo sát về hoạt động đào tạo của sinh viên năm nhất ngành Ngôn ngữ Trung Quốc của Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội, chúng tôi nhận thấy rằng việc nâng cao chất lượng giảng dạy không chỉ đơn thuần nằm ở việc cải thiện nội dung chương trình học mà còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm phương pháp giảng dạy, cơ sở vật chất và sự hỗ trợ từ phía nhà trường.

Dựa trên những kết quả nghiên cứu, chúng tôi đã đề xuất một số giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo, chẳng hạn như: cải tiến chương trình giảng dạy, áp dụng các phương pháp học tập hiện đại, tổ chức các hoạt động ngoại khóa phong phú, tăng cường hợp tác với các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp, đồng thời chú trọng phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên.

Những giải pháp này không chỉ giúp sinh viên năm nhất ngành Ngôn ngữ Trung Quốc nắm vững kiến thức nền tảng mà còn trang bị cho họ những kỹ năng cần thiết để đối phó với những thách thức trong môi trường học tập và công việc sau này. Chúng tôi hy vọng rằng các đề xuất trong nghiên

cứu này sẽ được xem xét và thực hiện một cách hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo cho sinh viên, từ đó tạo ra những thế hệ sinh viên có năng lực và phẩm chất tốt, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường lao động.

### Tài liệu tham khảo

1. Đề án mở mã ngành Ngôn ngữ Trung Quốc số 466/QĐ-ĐHTNH ngày 29 tháng 12 năm 2023 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.
2. Vũ Cao Đàm (2006), *Phương pháp luận nghiên cứu khoa học*, NXB. Khoa học Kỹ thuật, Hà Nội.
3. Đặng Vũ Hoạt - Hà Thị Đức (2004), *Lý luận dạy học đại học*, NXB. Đại học Sư phạm, Hà Nội.
4. Nguyễn Hiến Lê (2007), *Tự học một nhu cầu của thời đại*, NXB. Văn hóa Thông tin.
5. Huỳnh Ngọc Phiên, *Bí quyết thành công khi là sinh viên*, NXB. Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
6. Trường Đại học Văn hiến, *Kỹ năng học tập bậc Đại học, Tài liệu môn học Kỹ năng mềm (Lưu hành nội bộ)*.

# MỘT SỐ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY CHỮ HÁN CÓ HIỆU QUẢ CHO SINH VIÊN NGÀNH NGÔN NGỮ TRUNG QUỐC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG HÀ NỘI

ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Trang<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội chính thức tuyển sinh và đào tạo tiếng Trung cho sinh viên ngành Ngôn ngữ Trung Quốc từ năm học 2024-2025. Trong quá trình dạy và học tiếng Trung, sinh viên, đặc biệt là sinh viên năm thứ nhất sẽ gặp phải một số khó khăn, điển hình là về số lượng đa dạng và phức tạp của các bộ thủ hay nhiều từ đồng âm khác nghĩa dẫn tới nhầm lẫn trong quá trình sử dụng. Để đánh giá chính xác thực trạng học tập của sinh viên chuyên ngành ngôn ngữ Trung Quốc tại trường, tác giả đã thực hiện phương pháp phát phiếu điều tra để thu thập dữ liệu trên 65 sinh viên năm thứ nhất. Từ những kết quả nghiên cứu này, tác giả đề xuất một số giải pháp giúp ghi nhớ chữ Hán cũng như dạy và học tiếng Trung. Kết lại, bài nghiên cứu hướng đến đề xuất những phương pháp dạy và học tiếng Trung thiết thực cho đối tượng giảng viên và sinh viên.

**Từ khóa:** Ngôn ngữ Trung Quốc, sinh viên năm nhất, phương pháp dạy và học, chữ Hán.

**Abstract:** Hanoi Finance and Banking University (FBU) officially enrolling and organizes training for students majoring in Chinese Language Department from 2024 - 2025 period. In the process of teaching and learning Chinese; students, especially first-year students will encounter some hindrances, typically the diversity and complexity of radicals or many homonyms cause confusion in the process of use. In order to accurately assess the learning situation of students majoring in Chinese Language Department at the school, the author has implemented the method of distributing survey cards to collect data on 65 first-year students. From these research results, the author proposes some solutions to help memorize Hanzi characters as well as teach and learn Chinese. In conclusion, the research paper aims to propose practical Chinese teaching and learning methods for lecturers and students.

**Keyword:** Chinese Language Department, first-year students, Chinese teaching and learning methods, Hanzi characters.

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

Ngày nhận bài: 06/01/2025

Ngày phản biện: 20/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khi mới bắt đầu học tiếng Trung, sinh viên sẽ phải tiếp xúc luôn với chữ Hán, học tốt chữ Hán có thể cải thiện nhanh kỹ năng đọc và viết, đồng thời có thể giúp học sinh hiểu sâu hơn về ngữ nghĩa của tiếng Trung, đồng thời qua đó có thể hiểu thêm về lịch sử cũng như văn hóa Trung Quốc. Vì vậy, việc học chữ Hán rất quan trọng, tuy nhiên sinh viên chuyên ngành tiếng Trung khi mới tiếp xúc với chữ Hán cũng chưa quen, vì vậy luôn cho rằng chữ Hán khó nhận biết, khó nhớ, khó viết, hoàn toàn khác xa với chữ La-tinh. Chữ Hán là loại chữ tượng hình, có cấu tạo gồm nhiều nét viết với nhiều cách đọc nên việc nhớ được cách viết, cách đọc và ý nghĩa chữ Hán luôn là một trong những khó khăn lớn đối với sinh viên mới học tiếng Trung. Qua thực tế nhiều năm giảng dạy, tác giả nhận thấy một trong những điểm yếu của đa số sinh viên học tiếng Trung ở tại một số trường trên địa bàn Hà Nội nói chung và sinh viên Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội nói riêng là ghi nhớ chữ Hán khó khăn, đồng thời chữ Hán viết không được đẹp và không đúng theo quy tắc viết chữ Hán. Viết chữ Hán không đẹp, viết sai nét, sai bộ cũng như sai quy tắc viết, cứ như vậy lâu dài sẽ ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng học chữ Hán. Vì vậy muốn viết chữ Hán đúng quy tắc, ngoài việc nắm vững các kiến thức cơ bản về chữ Hán, nhớ chữ, còn phải có kinh nghiệm viết chữ. Bài viết này

trình bày một số phương pháp ghi nhớ chữ Hán và viết chữ Hán nhằm giúp sinh viên ngành Ngôn ngữ Trung tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội học, ghi nhớ chữ Hán hiệu quả hơn, từ đó nâng cao chất lượng dạy và học tiếng Trung cho sinh viên.

## II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

Để tìm hiểu về tình trạng viết sai chữ Hán của sinh viên, tác giả đã thu thập một số dữ liệu thông qua lập phiếu khảo sát gửi cho 65 sinh viên năm thứ nhất ngành Ngôn ngữ Trung Quốc tại Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

Số phiếu thu về 65 phiếu, tổng kết quả điều tra như sau:

| Lỗi sai khi viết chữ Hán                                | Tỷ lệ phần trăm |
|---------------------------------------------------------|-----------------|
| Sinh viên viết sai nét bút                              | 40,5%           |
| Sinh viên viết sai bộ thủ                               | 15%             |
| Sinh viên viết chữ Hán thiếu nét, thừa nét hoặc mất nét | 20,7%           |
| Sinh viên viết nhầm chữ Hán                             | 18,5%           |
| Một số lỗi sai khác                                     | 5,3%            |

Sau khi khảo sát tác giả chỉ ra một số khó khăn mà sinh viên năm thứ nhất đang gặp phải khi học chữ Hán, một số phương pháp học chữ Hán có hiệu quả mà sinh viên đang áp dụng, từ đó đưa ra một số phương pháp dạy chữ Hán để các thầy cô tham khảo, áp dụng.

### 1. Một số khó khăn mà sinh viên gặp phải khi học chữ Hán

Chữ Hán có số lượng lớn, kết cấu chữ Hán khá phức tạp từ các nét và bộ, yêu cầu người học phải hiểu được âm đọc, ý nghĩa

của chữ Hán. Chữ Hán nhiều nét viết tương đồng nên dễ bị viết sai, viết thừa nét hoặc viết thiếu nét.

Một số lỗi viết chữ Hán thường gặp của sinh viên năm thứ nhất Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội như sau:

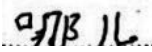
- Sinh viên thường viết nhầm chữ “很大” thành 很大 vì chữ “大” bỏ đi một nét ngang thành chữ “人”. Hoặc viết nhầm chữ “明天” thành “明天”, viết nhầm chữ “是” thành chữ “是”, vì chữ “日” thêm một nét ngang bên trong trở thành chữ “目”, vì vậy nhiều bạn rất dễ nhầm bộ “日” thành bộ “目”.

- Rất nhiều chữ Hán phiên âm giống nhau nhưng chữ Hán viết khác nhau và nghĩa cũng khác nhau, tuy nhiên kết cấu chữ Hán lại khá giống nhau, dẫn đến sinh viên dễ viết nhầm, từ đó gây ra lỗi viết chữ Hán bị thừa nét hoặc thiếu nét, viết sai bộ thủ. Một số lỗi lặp lại như sau: Sinh viên thường viết nhầm chữ “苹果” thành chữ “平果” thiếu mất bộ thảo đầu vì chữ “苹” và chữ “平” đều phiên âm là “píng”, nhìn khá giống nhau chỉ khác biệt rất nhỏ nên dễ bị

viết sai; Hoặc viết nhầm chữ “汽车” thành chữ “气车”, thiếu mất bộ chấm thủy, chữ “汽” và chữ “气” đều có phiên âm là “qì”, nhìn mặt chữ khá giống nhau nên cũng dễ bị viết sai, viết thiếu nét;

- Một số chữ Hán viết như nhau nhưng lại có âm đọc khác nhau, ngữ nghĩa cũng khác nhau. Nếu không hiểu cách sử dụng, hoặc ngữ cảnh sử dụng rất dễ dùng sai, đọc sai. Ví dụ: Từ “参” khi đọc là /cān/ nghĩa là tham gia, từ loại: động từ; đọc là /cēn/ nghĩa là so le, chênh lệch, từ loại: tính từ; đọc là /shēn/ nghĩa là nhân sâm, từ loại: danh từ. Từ “重” khi đọc là /chóng/ nghĩa là trùng, lặp, nhắc lại, từ loại: động từ; “重” đọc /zhòng/ nghĩa là trọng lượng, nặng, từ loại: tính từ hoặc danh từ. Từ “倒” đọc là /dǎo/ nghĩa là ngã, đổ, “倒” đọc là /dào/ nghĩa là ngược, đảo, đảo ngược.

Hơn nữa chữ Hán nhiều nét, nhiều bộ nên học sinh có lúc viết thừa nét hoặc viết thiếu nét dẫn đến biểu đạt sai cả câu văn. Dưới đây là khảo sát một số lỗi viết sai như sau:

| Chữ viết sai                                                                        | Chữ viết đúng | Lỗi học sinh mắc phải          | Tỷ lệ mắc lỗi theo phiếu khảo sát |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------------------------|-----------------------------------|
|  | 哪儿            | Lỗi viết thiếu nét, sai bộ thủ | 40%                               |
|  | 便宜            | Viết sai bộ thủ                | 30%                               |
|  | 明天            | Viết sai bộ, sai chữ, thừa nét | 30%                               |

2. Một số phương pháp học viết chữ Hán có hiệu quả sinh viên đã áp dụng

Thông qua khảo sát một số sinh viên đã từng học tiếng Trung, hiện đã đạt được trình độ HSK 4,5, mức điểm thi trên 9 điểm, chia sẻ một số phương pháp học viết chữ Hán có hiệu quả, cụ thể như sau:

### 2.1. Chăm chỉ rèn viết chữ Hán mỗi ngày

Trong quá trình học ở lớp cũng như tự học ở nhà, sinh viên rèn luyện thói quen viết chữ Hán mỗi ngày. Rèn viết chữ Hán giúp sinh viên uốn nắn nét bút viết, nhớ cách phát âm, cách đọc, cách dùng và ý nghĩa của từng chữ Hán để không bị viết sai. Thời gian đầu mới học, sinh viên tập rèn viết những chữ Hán đã học trên lớp sau mỗi buổi học, rèn viết chữ Hán có liên quan đến cuộc sống, sinh hoạt, học tập hàng ngày của sinh viên. Điều này giúp sinh viên có thể áp dụng ngay những gì đã học vào trong giao tiếp thực tế, từ đó mở rộng vốn từ và nâng cao trình độ tiếng Trung của mình.

Ngoài ra, để giúp sinh viên ghi nhớ từ vựng lâu dài, sinh viên kết hợp viết chữ Hán và luyện nói tiếng Trung. Với mỗi từ vựng, các sinh viên đã cố gắng đặt câu với từ đó, từ câu phát triển thành các đoạn văn và bài văn. Cách học này giúp sinh viên dễ dàng ghi nhớ mặt chữ, ghi nhớ quy tắc viết chữ, ghi nhớ bộ thủ, tránh viết thiếu nét, thừa nét và viết sai bộ thủ.

Tiếng Trung có tổng cộng 214 bộ thủ, bộ thủ là thành phần cốt yếu cấu tạo nên chữ Hán. Thông qua bộ thủ, sinh viên có thể tra cứu, dễ nhớ mặt chữ, hiểu nghĩa chữ Hán nhanh hơn dễ hơn. Vậy nên, phương pháp học chữ Hán qua bộ thủ khá quan trọng, khá dễ dàng đối với sinh viên vừa mới học tiếng Trung.

Học tiếng Trung theo bộ thủ giúp sinh viên dễ dàng tra cứu ý nghĩa của chữ Hán. Ví dụ: từ “口”, “吃”, “喝” đều có chung bộ “口”. Do đó, ý nghĩa của chúng đều liên quan đến cái miệng, sinh viên dễ dàng nắm

được ý nghĩa biểu đạt của chữ Hán.

Ngoài ra học tiếng Trung qua bộ thủ còn giúp sinh viên dễ dàng ghi nhớ cách viết, giúp sinh viên viết sao cho chữ viết chuẩn, đẹp, đủ nét và dễ dàng đoán được nghĩa của chữ Hán dựa vào ý nghĩa của các bộ thủ cấu thành.

Khi học chữ “安”(an), dựa vào cấu tạo chữ “安”(an): trên là bộ miên “宀” ( mái nhà), dưới là bộ nữ “女” (phụ nữ). Sinh viên suy đoán ra nghĩa của chữ “安”(an) nghĩa là khi một gia đình có bàn tay người phụ nữ chăm lo, quán xuyến mọi việc trong nhà sẽ luôn bình an, yên ổn.

### 2.2. Phương pháp chiết tự chữ Hán

Chiết tự chữ Hán chính là khi giảng viên giảng dạy sẽ chia chữ Hán từng thành phần nhỏ, dễ viết, dễ giải thích. Phương pháp này vừa giúp sinh viên có thể hiểu rõ nghĩa chữ Hán, vừa nhớ chữ nhanh chóng. Khi chiết tự chữ Hán sinh viên có thể học thuộc luôn chữ Hán tại lớp. Phương pháp này giúp sinh viên tăng khả ghi nhớ, tăng khả năng tư duy, nắm chắc ý nghĩa chữ Hán vừa mới học.

Ví dụ 1: Chữ “汉” /Hàn/ nghĩa là Hán, dân tộc Hán. Chữ “汉” /Hàn/ được cấu tạo bởi hai bộ thủ: Bộ chấm thủy 氵: sông, nước và bộ hựu 又: lại, lặp đi lặp lại nhiều lần. Dân tộc Hán có nguồn gốc lịch sử ở thung lũng sông Hoàng Hà của Trung Quốc.

Ví dụ 2: Chữ “看”/kàn/: nhìn, xem, đọc. Chữ “看”/ /kàn/ được cấu tạo bởi hai bộ thủ: bộ thủ 手: cái tay và bộ mục 目: mắt, con mắt. Khi cần quan sát kỹ sẽ dùng tay che phần trên của mắt để nhìn rõ hơn.

Dựa vào bộ thủ để đoán ngữ nghĩa của chữ Hán: khi sinh viên cũng như người học nắm vững bộ thủ cũng dễ dàng đoán được âm đọc cùng ý nghĩa của chữ Hán đó. Những từ có bộ nữ “女” thì thường liên quan đến phụ nữ. Bộ mộc “木” thường liên quan đến cây cối, gỗ. Bộ hỏa “火, 火” thường liên quan đến lửa.

Mỗi bộ thủ của chữ Hán đều có nghĩa, vì vậy sinh viên vừa mới học tiếng Trung muốn ghi nhớ nhanh chữ Hán nên chú tâm học thuộc những bộ thủ thường xuyên sử dụng. Như thế sinh viên có thể dễ nhớ chữ Hán, dễ ghép chữ Hán, đồng thời tích lũy cho mình một kho từ vựng phong phú.

#### **2.4. Học tiếng Trung thông qua phương tiện truyền thông**

Khi học tiếng Trung thông qua sở thích, thói quen sẽ nâng cao chất lượng học ngoại ngữ, tạo động lực cho người học. Hiện nay các bộ phim, ca khúc tiếng Trung đều có phụ đề chữ Hán. Trong quá trình xem phim, nghe nhạc, đọc truyện sinh viên có thể ghi lại những từ mới, những từ khó hiểu vào cuốn sổ nhỏ, rồi tìm tòi cách sử dụng. Như vậy vừa rèn kỹ năng nghe hiểu, kỹ năng ghi chép, đồng thời rèn luyện kỹ năng sử dụng từ vựng cả trong văn viết lẫn khẩu ngữ.

### **3. Phương pháp dạy viết chữ Hán:**

Qua khảo sát một số khó khăn trong quá trình học viết chữ Hán của sinh viên năm thứ nhất Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội mà tác giả đã thực hiện, tác giả đưa ra một số phương pháp dạy tiếng Trung để khắc phục khó khăn nêu trên, nâng cao hiệu quả dạy và học tiếng Trung

cho sinh viên ngành Ngôn ngữ Trung, cụ thể như sau:

#### **3.1. Sử dụng máy chiếu để dạy viết từ mới**

Trước giờ lên lớp giáo viên chuẩn bị kỹ power point giới thiệu từ vựng cần giảng dạy trong buổi hôm đó, nội dung power point cần phải có từ mới, từ loại, ngữ nghĩa của chữ Hán cần truyền đạt. Giảng viên có thể sử dụng phần mềm chạy chữ như Chinese writer, strokeorder.com để tạo ra chữ chạy trên màn hình, khi lên lớp giảng viên có thể mở chữ Hán chạy sẵn từng nét, có ô ly chữ, giáo viên dựa theo chữ chạy trên màn hình giảng cho sinh viên hiểu kỹ từng bộ, từng nét chữ Hán trên màn hình trình chiếu, đặc biệt sinh viên năm thứ nhất các em chưa từng viết chữ Hán, chưa nhớ hết từng nét viết chữ Hán, cách này khiến cho sinh viên dễ hình dung cách viết chữ và mô phỏng theo. Ngoài ra, giảng viên cần cho thêm các ví dụ đi kèm để sinh viên nắm rõ cách viết, cách sử dụng và có thể làm bài tập với chữ Hán đã học. Việc sử dụng máy chiếu để giảng dạy chữ Hán kết hợp với viết lên bảng sẽ giúp sinh viên nắm chắc cách viết chữ, từng bộ, từng nét chi tiết. Tránh trường hợp viết sai nét, sai quy tắc chữ Hán.

So với phương pháp dạy viết chữ truyền thống thì phương pháp này có ưu điểm hơn hẳn, sinh viên sẽ nhìn theo chữ chạy từng nét từng bộ trên màn hình để viết chữ đúng nét, đúng quy tắc, viết đều chữ, đúng chữ, không quá to, không quá nhỏ và không bị nghiêng lệch chữ. Ngoài ra sử dụng máy chiếu để dạy chữ Hán có thể giúp giảng viên có thời gian sửa chữ cho sinh viên. Thông qua màn hình chiếu, sinh viên cũng

để dàng phát hiện ra lỗi sai và tự có ý thức điều chỉnh.

### **3.2. Phương pháp thực hành nhiều lần**

Đây là phương pháp thực hành viết chữ thường xuyên, liên tục và cũng là phương pháp dạy chữ Hán tối ưu cho sinh viên giai đoạn sơ cấp. Giảng viên thường xuyên sử dụng chữ Hán mới học để ghép thành cụm từ, ghép thành câu, ghép thành đoạn, lặp đi lặp lại nhiều lần. Từ đó giúp cho sinh viên ghi nhớ cách viết chữ Hán, hiểu cách dùng của chữ Hán ngay tại lớp học. Ngoài ra giảng viên sẽ ra bài tập về nhà với chữ Hán vừa mới học để sinh viên ôn tập lại ở nhà.

Với phương pháp này giảng viên sẽ giới thiệu trước chữ Hán mới, hướng dẫn cách đọc, cách viết, ngữ nghĩa của chữ Hán đó. Sau đó yêu cầu sinh viên viết lại chữ Hán đó vào vở, yêu cầu sinh viên ở nhà viết nhiều lần, vận dụng ghép thành câu, thành đoạn. Các buổi học gọi sinh viên hoặc chỉ định ngẫu nhiên bất kỳ bạn sinh viên nào đó lên bảng trình bày chữ Hán đã được học. Hoặc trước khi vào bài học mới sẽ đọc cho sinh viên viết chữ Hán đã học ra vở, có thể kiểm tra từ đơn, từ ghép, cụm câu, đoạn văn đi từ cơ bản đến nâng cao dần. Để sinh viên nắm rõ cách sử dụng chữ Hán đã học, vận dụng vào văn viết cũng như giao tiếp với người Trung Quốc. Ngoài ra thường xuyên ôn lại các chữ Hán đã học bằng các bài tập trắc nghiệm, sắp từ thành câu, sắp xếp câu thành đoạn hoặc chữa lỗi sai để tìm ra phương pháp dùng từ sao cho đúng ngữ pháp và theo đúng ý nghĩa của từ vựng đã học. Thường xuyên giao bài tập viết chữ, đọc chữ, nghe viết để sinh viên rèn luyện thường xuyên ở nhà, từ đó giúp sinh viên ghi nhớ chữ Hán lâu dài.

### **3.3. Phương pháp dạy chữ Hán theo bộ thủ**

Phương pháp dạy chữ Hán theo bộ thủ thường áp dụng cho sinh viên mới học tiếng Trung. Bộ thủ là các thành phần cơ bản, thường xuyên xuất hiện trong các chữ Hán, có vai trò quan trọng trong việc cấu tạo và hiểu nghĩa chữ Hán, thông qua bộ thủ sinh viên cũng hiểu được một phần ý nghĩa chữ Hán đó và cũng hiểu được văn hóa của Trung Quốc. Về phương pháp này, tác giả Ngô Lô Xuân, Tôn Nhã Nam đã có bài viết với tựa đề *Gợi ý phương pháp lý luận giảng dạy chữ Hán* đăng trên Tạp chí *Học viện Nghệ Phong*, năm 2010. Tiếng Trung có 214 bộ mỗi bộ thủ có thể mang ý nghĩa riêng và thường liên quan đến ý nghĩa của chữ Hán chứa nó. Trong quá trình học, sinh viên hiểu và nắm vững bộ thủ sẽ dễ dàng đoán nghĩa và phát âm của chữ Hán.

Phương pháp giảng dạy chữ Hán theo bộ thủ như sau: Đầu tiên giảng viên sẽ giới thiệu các bộ thủ xuất hiện trong chữ Hán, giải thích ý nghĩa của từng bộ, rồi ghép bộ thủ với từng từ, từng câu tương ứng. Sinh viên nắm được ý nghĩa bộ thủ, sẽ biết cách tự ghép các bộ thủ để tạo thành các chữ Hán phức tạp hơn. Cách dạy chữ Hán theo từng bộ thủ, đầu tiên giảng viên viết nét bộ thủ, giải thích ý nghĩa bộ thủ, sau có giải thích ngữ nghĩa của chữ Hán có bộ thủ đó. Giảng viên cũng có thể thông qua bộ thủ để mở rộng thêm các từ mới khác có liên quan đến bộ thủ đó. Từ bộ thủ ghép thành một chữ Hán, từ một chữ Hán có học thêm chữ Hán có cùng một bộ thủ, học từ đơn sau đó sẽ ghép thành từ đôi, ghép thành đoạn và thành câu có nghĩa.

Ví dụ: Chữ “林” /lín/: rừng, lâm. Ghép hai bộ “木” /mù/: mộc với nhau ý chỉ rừng có nhiều cây. Bộ “木” /mù/: mộc có thể ghép thành nhiều chữ khác và thành từ mới đều liên quan đến cây cối, ví dụ: “树” /shù/: cây, “杏” /xìng/: quả mơ, hạnh nhân, “机” (jī): cơ, máy móc, “查” (chá): tra, kiểm tra, điều tra, “朵” (duǒ): đoá...

### **3.4. Phương pháp dạy phân tích ngữ nghĩa**

Đây là phương pháp gắn liền với phương pháp phân tích bộ thủ, giảng viên giải thích cho sinh viên hiểu về nguồn gốc cấu tạo chữ Hán. Phương pháp này đòi hỏi giảng viên phải nắm chắc bối cảnh ra đời chữ Hán, lịch sử hình thành chữ Hán, sau đó chia nhỏ từng bộ thủ xuất hiện trong một chữ Hán. Sau khi ghép từ đơn, giảng viên sẽ gợi ý cho sinh viên nối sang từ đôi hoặc gợi ý cho sinh viên những từ, ý nghĩa với những môn thể thao đã học.

Ví dụ: Khi giảng dạy chữ 好, giảng viên cần phân tích chữ 好 gồm bộ 女 và bộ 子 ghép thành. Theo quan điểm của thời phong kiến thì người phụ nữ sinh con trai là một điều tốt đẹp, may mắn. Từ chữ 好 hoặc từ bộ 女 giảng viên cho học sinh bình phẩm, sáng tạo và nghĩ thêm những từ mới thường xuyên sử dụng với hai từ này.

### **3.5. Phương pháp qua liên tưởng ghi nhớ chữ Hán**

Phương pháp liên tưởng là phương pháp liên kết chữ Hán với các sự vật, hình ảnh, tình cảnh hoặc quan niệm quen thuộc để giúp sinh viên ghi nhớ cấu tạo chữ Hán và ý nghĩa chữ Hán từ đó hiểu rõ cách sử dụng của chữ Hán đó. Trong quá trình giảng dạy

giảng viên sẽ dựa trên những thuộc tính đặc biệt của chữ Hán liên kết với những sự vật hiện tượng quen thuộc với sinh viên để giải thích cho sinh viên rõ, thông qua đó giảng viên có thể ghép từ đơn sau khi liên tưởng thành một từ đôi tương tự, sau đó ghép nghĩa ghép câu.

Ví dụ: chữ “休” nghỉ ngơi giảng viên gợi ý sinh viên tưởng tượng ra một con người (bộ nhân đứng đang dựa vào một cái cây để nghỉ ngơi. Từ chữ “休” giảng viên tiếp tục cho sinh viên liên tưởng đến những tình huống liên quan đến chữ “休” như: “休息”: nghỉ ngơi, “休假”: nghỉ phép, “休闲”: nhàn hạ.

### **3.6. Phương pháp sử dụng trò chơi để tăng ghi nhớ chữ Hán**

Phương pháp học chữ Hán thông qua trò chơi, phương pháp này giúp cho sinh viên có thể thông qua trò chơi, trau dồi kỹ năng mới, củng cố kiến thức. Tổ chức trò chơi trong quá trình giảng dạy chữ Hán sẽ tạo dựng môi trường học tập vui vẻ, không áp lực, sinh viên cũng dễ hiểu bài, nhớ chữ Hán nhanh chóng. Các trò chơi về ngôn ngữ sẽ giúp cho sinh viên gắn kết với nhau, thậm chí giảng viên có thể mời những bạn thiếu tự tin, chưa chủ động học tập tích cực tham gia, nhằm tăng giá trị sử dụng chữ Hán, đồng thời sửa lỗi cho sinh viên.

Bên cạnh đó, sử dụng trò chơi trong quá trình giảng dạy ngoại ngữ đặc biệt là dạy tiếng Trung cũng tạo cơ hội cho các sinh viên có cơ hội giao tiếp với nhau, thậm chí những sinh viên rụt rè, thiếu tự tin cũng bị cuốn hút vào hoạt động này, từ đó gia tăng hoạt động hoạt động nhóm, tăng vốn từ vựng cũng như rèn phản ứng, tư duy logic

cho sinh viên. Một số trò chơi ngôn ngữ đã được tác giả áp dụng tại lớp, rất hiệu quả và tạo động lực học tập cho sinh viên như: trò chơi thi viết chữ Hán, trò chơi ghép từ vựng, ghép nối câu, trò chơi “tôi nói bạn lựa chọn”...

### **3.7. Phương pháp phân biệt chữ gần giống nhau**

Trong tiếng Trung có rất nhiều chữ Hán viết gần giống nhau, chỉ thêm một nét, bớt một nét các chữ Hán khác nhau. Vì vậy khi viết chữ sinh viên phải cực kỳ lưu ý, nếu không sẽ rất bị nhầm lẫn.

Ví dụ như: 入 /rù/: nhập, vào - 人 /rén/: nhân, người; 土 /tǔ /: đất - 士 /shì/: sĩ, kẻ sĩ; 我 /wǒ /: tôi - 找 /zhǎo/: tìm, kiếm - 钱 /qián /: tiền.

### **3.8. Phương pháp dạy chữ Hán thông qua bối cảnh văn hóa**

Việc dạy và học chữ Hán không thể xa rời bối cảnh văn hóa. Trong quá trình giảng dạy chữ Hán kết hợp với bối cảnh văn hóa vừa giúp sinh viên thích thú học tiếng Trung, từ đó giúp sinh viên hiểu sâu hơn về văn hóa Trung Quốc, đồng thời biết rõ về văn hóa Việt Nam. Ví dụ khi giảng chữ 贝: vỏ sò, từ đó giảng cho sinh viên hiểu vào thời Trung Quốc cổ đại đã từng sử dụng vỏ sò làm vật trao đổi, sau thời nhà Tần mới bỏ tiền làm từ vỏ sò. Vì vậy bộ thủ có bộ 贝 đều liên quan đến tiền như: 货、赚、账、赠...

## **III. KẾT LUẬN**

Các loại lỗi sai khi viết chữ Hán của sinh viên ngành Ngôn ngữ Trung Quốc, Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội tương đối phức tạp, lỗi sai nhiều

nhất thường là lỗi sai viết thiếu nét, thừa nét hoặc viết nhầm bộ thủ. Tuy một số sinh viên đã tìm ra cho mình một số phương pháp học chữ Hán nhằm cải thiện chữ viết, khắc phục lỗi sai nhưng vẫn chưa áp dụng rộng rãi đến toàn bộ sinh viên. Giai đoạn đầu khi mới tiếp xúc với tiếng Trung đòi hỏi sinh viên phải thực sự kiên nhẫn, đầu tư nhiều thời gian rèn luyện, thường xuyên phối hợp với giảng viên trực tiếp giảng dạy trên lớp để sửa chữa và khắc phục lỗi sai. Ngoài ra mỗi giai đoạn học khác nhau, sinh viên nên áp dụng phương pháp học khác nhau để trau dồi kỹ năng viết chữ, tăng vốn từ vựng và kỹ năng trình bày văn bản bằng tiếng Trung.

Với thực trạng nêu trên, tác giả đề xuất một số phương pháp giảng dạy phù hợp cho từng giai đoạn, đối với những sinh viên vừa mới tiếp xúc tiếng Trung sẽ tập trung viết chữ theo quy tắc bút thuận, viết chữ theo từng bộ thủ, thực hành viết chữ thường xuyên, liên tục, thường xuyên sử dụng chữ Hán mới học để ghép thành cụm từ, ghép thành câu, ghép thành đoạn, lặp đi lặp lại nhiều lần. Từ đó giúp cho sinh viên ghi nhớ cách viết chữ Hán, hiểu cách dùng của chữ Hán. Đối với những sinh viên năm thứ nhất nhưng đã từng tiếp xúc với tiếng Trung, có nền tảng tiếng Trung vững chắc sẽ hướng dẫn sinh viên theo phương pháp phân biệt từ giống nhau, phân tích ngữ nghĩa chữ Hán, hoặc phương pháp liên tưởng để mở rộng vốn từ và câu cho sinh viên, học lại nội dung đã học trước đó và từ những nội dung đã học sáng tạo thêm nội dung mới.

Tóm lại mỗi một giai đoạn khác nhau, mỗi một đối tượng sinh viên sẽ linh hoạt sử dụng nhiều phương pháp dạy học khác nhau nhằm tăng vốn từ vựng, tăng khả năng ghi nhớ từ vựng cho sinh viên.

---

**Tài liệu tham khảo**

1. 吴卢春, 孙亚楠 (2010), 原型理论对汉字教学的启示, 赤峰学院学报, (Ngô Lô Xuân, Tôn Nhã Nam, (2010), *Gợi ý phương pháp lý luận giảng dạy chữ Hán, tạp chí Học viện Nghệ Phong - Trung Quốc*).

2. 廖凯 (2021), 对外汉语线上汉字教学的问题与对策, 文学教育 (Miêu Khải (2021), *Một số vấn đề và giải pháp giảng dạy tiếng Hán online, giáo dục văn học*).

3. 李均 (2022), 浅谈对外汉语教学中汉字教学得困难及对策, 海口经济学院 (Lý Quân (2022), *Sơ lược về những khó khăn và một số giải pháp trong quá trình*

*giảng dạy chữ Hán, Học viện Kinh tế Hải Khẩu*).

4. TS. Nguyễn Thùy Vân, ThS. Phạm Quế Lâm, NCS. Nguyễn Phúc Minh Thuận, *Trường Đại học Thành Đông, Những khó khăn của sinh viên khi học tiếng Trung Quốc, Trường Đại học Thành Đông*.

5. Nguyễn Thị Thu Trang, Nguyễn Châu Giang (2015), *Một số phương pháp học chữ Hán hiệu quả, Đại học Quốc gia Hà Nội*.

6. Nguyễn Đình Hiền (2017), *Khảo sát bước đầu về tình hình viết sai, viết nhầm chữ Hán của sinh viên Việt Nam, Tạp chí Nghiên cứu Nước ngoài, tập 33, số 1*.

7. TS. Trần Thị Thu Hiền (2024), *Nghiên cứu phương pháp giảng dạy chữ Hán cho sinh viên trường Đại học Mở - Địa chất, Đại học Mở Địa chất*.

8. Thi Đạt Chí, *Nghiên cứu chữ Hán, NXB. Thống Nhất - Trung Quốc*.

# HƯỚNG TỚI NỀN KINH TẾ XANH Ở VIỆT NAM VÀ NHIỆM VỤ CỦA CƠ QUAN CHỨC NĂNG

PGS.TS. Nguyễn Hoàng Minh,<sup>(1)</sup>

ThS. Bùi Phương Thảo<sup>(2)</sup>

**Tóm tắt:** Kinh tế xanh là một mô hình phát triển kinh tế bền vững nhằm thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế trong khi đảm bảo bảo vệ môi trường và cải thiện chất lượng cuộc sống. Đây vừa là mục tiêu vừa là nội dung cơ bản của phát triển bền vững trong bối cảnh khi các vấn đề về ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu và tài nguyên thiên nhiên hiện nay đang ngày càng trở nên nghiêm trọng. Cốt lõi của nền kinh tế xanh tập trung vào việc sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên, phát triển các công nghệ xanh và bảo vệ đa dạng hệ sinh thái, từ đó tạo ra một nền kinh tế ít carbon, ít chất thải và tiết kiệm năng lượng. Bài viết tập trung làm rõ khái niệm, thực trạng nền kinh tế Việt Nam hướng tới nền kinh tế xanh và nhiệm vụ đặt ra đối với các cơ quan chức năng của Nhà nước.

**Từ khóa:** Kinh tế xanh, phát triển bền vững, bảo vệ môi trường.

**Abstract:** Green economy is a model of sustainable economic development that promotes economic growth while ensuring environmental protection and improving the quality of life. This is both the goal and the basic content of sustainable development in the context of increasingly serious environmental pollution, climate change and natural resources. The core of the green economy focuses on the efficient use of resources, the development of green technologies and the protection of ecosystem diversity, thereby creating a low-carbon, low-waste and energy-saving economy. The article focuses on clarifying the concept and current status of the Vietnamese economy towards a green economy and the tasks set for state agencies.

**Keywords:** Green economy, sustainable development, environmental protection.

Ngày nhận bài: 25/12/2024

Ngày phản biện: 10/01/2025

Ngày chỉnh sửa: 01/02/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

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

2. Khoa Cảnh sát kinh tế - Học viện Cảnh sát Nhân dân.

Bảo tồn các hệ sinh thái và đa dạng sinh học là một trong những nền tảng quan trọng đảm bảo một nền kinh tế phát triển bền vững. Điều này thể hiện rất rõ ở chỗ: chính những thành phần như nước, thực phẩm, năng lượng là những khối “nguyên liệu” xây dựng nên hệ thống kinh tế nói riêng và sự sống nói chung. Thế giới đã trải qua các cuộc khủng hoảng có liên quan với nhau và tác động lẫn nhau, như khủng hoảng năng lượng, khủng hoảng lương thực, khủng hoảng môi trường và sự ấm lên toàn cầu... trước khi dẫn tới cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu hiện nay.

Để vực dậy nền kinh tế, hàng loạt các gói kích cầu đầu tư lớn được chính phủ của các nước đưa ra. Khả năng phục hồi cuộc khủng hoảng nền kinh tế có liên quan mật thiết tới các chính sách quản lý nhà nước về môi trường. Hiện nay, hơn bao giờ hết, chúng ta cần đầu tư vào thiên nhiên để tạo nên sự tăng trưởng kinh tế và xã hội bền vững - một nền kinh tế “xanh”. Trong khuôn khổ bài báo này, chỉ đưa ra cái nhìn khái quát về nền kinh tế “xanh”, những thách thức của nó và nhiệm vụ của cơ quan chức năng.

## I. KHÁI NIỆM NỀN KINH TẾ XANH

Theo Chương trình Môi trường của Liên hợp quốc (2010), một nền kinh tế xanh là kết quả của sự phát triển công bằng xã hội và ngày càng cải thiện cuộc sống con người trong khi vẫn giảm được các rủi ro môi trường và khan hiếm sinh thái. Nền kinh tế xanh là một nền kinh tế hoặc một mô hình phát triển kinh tế dựa trên sự phát triển bền vững (PTBV) và kinh tế sinh thái.

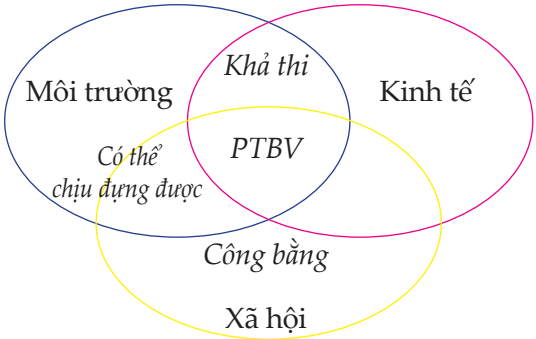
[Nguồn: Chương trình Môi trường của Liên hợp quốc 2010]

Theo Karl Burkart, định nghĩa một nền kinh tế xanh là nền kinh tế dựa trên sáu lĩnh vực (sector) chính: *Năng lượng tái tạo*: năng lượng mặt trời, gió, địa nhiệt, biển bao gồm cả năng lượng sóng, khí sinh học; *Nhà “xanh”*: sử dụng năng lượng sạch, sử dụng nước hiệu quả, các sản phẩm xanh, các vật liệu và cấu trúc LEED; *Vận chuyển sạch*: nhiên liệu thay đổi, vận chuyển công cộng, các phương tiện chạy bằng hơi nước và điện,...; *Quản lý nước*: hệ thống nước mưa, đất ngập nước, lọc nước,...; *Quản lý rác*: tái chế, chôn lấp, đóng gói,...; *Quản lý đất*: nông nghiệp hữu cơ, bảo tồn và phục hồi môi trường sống, trồng rừng và ổn định đất,...

Theo Trung tâm công dân toàn cầu, do Kenvin Danaher điều hành, định nghĩa kinh tế xanh là thuật ngữ của “ba mục tiêu”, một nền kinh tế có: **Môi trường bền vững**: là một hệ thống khép kín với nguồn tài nguyên hữu hạn và năng suất giới hạn với khả năng tự điều chỉnh và tự làm sạch. Con người phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên do đó cần phải tạo một hệ thống kinh tế tôn trọng sự toàn vẹn của hệ sinh thái và đảm bảo khả năng tự phục hồi của tự nhiên; **Xã hội công bằng**: dựa trên cơ sở cho rằng văn hóa và phẩm giá con người là nguồn tài nguyên quý giá cũng giống như nguồn tài nguyên thiên nhiên. Cần phải tạo ra một hệ thống kinh tế đảm bảo mọi người được tiếp cận với một tiêu chuẩn sống và có đầy đủ cơ hội phát triển cho con người và xã hội; **Kinh tế phát triển bền vững**: nền kinh tế xanh phát triển trong một cộng đồng có tính

toàn cầu, đáp ứng nhu cầu của các công dân thông qua trách nhiệm (responsible), sản phẩm địa phương và sự trao đổi hàng hóa và các dịch vụ. [Nguồn: Theo Trung tâm công dân toàn cầu, (Global Citizens Center)]

Và các thành phần này có mối quan hệ được thể hiện như sơ đồ dưới đây:



**Ba mục tiêu của phát triển bền vững**

Dựa vào mô hình này, chúng ta thấy được rằng giữa các mục tiêu của phát triển bền vững đều có mối liên hệ qua lại với nhau. Việc phát triển kinh tế vẫn cần phải xem xét đến tính khả thi về mục tiêu môi trường cũng như đạt được công bằng xã hội. Ngược lại, các mục tiêu về môi trường có thể “chấp nhận”, thỏa mãn được các mục tiêu về xã hội.

Hiện nay, trên thế giới chưa có một định nghĩa thống nhất về nền kinh tế xanh. Tuy nhiên, các quan điểm trên đưa ra đều cho rằng nền kinh tế xanh là nền kinh tế mà tại đó người ta tìm thấy sự hòa hợp giữa mục tiêu kinh tế, môi trường và xã hội. Cụ thể, kinh tế xanh chính là những hoạt động sản xuất kinh tế dựa trên việc áp dụng công nghệ phát triển theo hướng thân thiện với môi trường, công nghệ sạch, năng lượng sạch nhằm đạt được mức tăng trưởng bền vững.

Mục tiêu căn bản của nền kinh tế xanh chính là sự phát triển bền vững của hệ thống kinh tế được vận hành, chi phối bởi giá trị tăng trưởng bền vững của nền kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường. Nhìn lại lịch sử phát triển các nền kinh tế có thể thấy nền kinh tế xanh là một tất yếu khách quan. Bắt đầu từ nền kinh tế phụ thuộc vào tự nhiên, tự cung tự cấp, với năng suất kém. Con người bị phụ thuộc vào tự nhiên. Nó bị phủ định bởi nền kinh tế công nghiệp hóa. Thay vì phụ thuộc vào thiên nhiên, với quan điểm làm chủ thiên nhiên, con người cải tạo thiên nhiên, khai thác thiên nhiên. Tuy nhiên, quá trình con người cải tạo quá mức thiên nhiên cũng tàn phá chính “ngôi nhà” của mình. Nền kinh tế xanh là sự phủ định cái đã phủ định để trở về với tự nhiên với sự chủ động về phát triển công nghệ thân thiện với môi trường, khai thác và sử dụng năng lượng sạch, tái tạo được. Đó là quy luật tất yếu khách quan.

**II. CƠ SỞ PHÁP LÝ VÀ NHỮNG KHÓ KHĂN, VƯỚNG MẮC TRONG QUÁ TRÌNH HƯỚNG TỚI NỀN KINH TẾ XANH VIỆT NAM**

**1. Cơ sở pháp lý Việt Nam**

Nước ta đang trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế. Quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về định hướng phát triển kinh tế đất nước được thấy rõ trong Chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2020-2030. Quan điểm phát triển là phát triển nhanh gắn liền với phát triển bền vững. Phát triển bền vững là cơ sở để phát triển nhanh, phát triển nhanh để tạo nguồn lực cho phát

triển bền vững. Tăng trưởng kinh tế phải được thực hiện hài hòa với đảm bảo tiến bộ xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống, đồng thời phải luôn đi cùng với bảo vệ và cải thiện môi trường. Đảng cũng nhận thấy vấn đề suy thoái môi trường và biến đổi khí hậu đang tác động trực tiếp và mạnh mẽ đến đất nước ta và tác động trực tiếp đến chính sách phát triển kinh tế - xã hội. Vì vậy, cần thiết phải phát triển nền kinh tế theo hướng phát triển bền vững, hướng tới một nền kinh tế xanh là lời giải đúng đắn cho bối cảnh môi trường hiện nay bị ô nhiễm suy thoái nặng nề. Nghị quyết số 24-NQ/TW ngày 03/6/2013 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về phát triển nền kinh tế xanh thể hiện quan điểm rõ ràng của Đảng về việc chuyển đổi mô hình phát triển kinh tế theo hướng bền vững và thân thiện với môi trường. Đảng khẳng định, kinh tế xanh không chỉ là xu thế toàn cầu mà còn là yêu cầu cấp thiết đối với Việt Nam trong bối cảnh biến đổi khí hậu, cạn kiệt tài nguyên và ô nhiễm môi trường. Đảng nhấn mạnh vai trò của chính sách, thể chế và việc xây dựng cơ sở hạ tầng xanh để hỗ trợ phát triển kinh tế xanh.

Nền kinh tế xanh ở Việt Nam hiện nay được xây dựng dựa trên cơ sở pháp lý nhằm thúc đẩy sự phát triển bền vững, bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu. Các văn bản quy phạm pháp luật bao gồm các chính sách, văn bản luật và chiến lược quốc gia tạo nên cơ sở pháp lý.

Luật Bảo vệ Môi trường (BVMT) năm 2020 đã xây dựng một khung pháp lý hỗ trợ phát triển nền kinh tế xanh ở Việt Nam thông qua việc tích hợp bảo vệ môi trường

trong mọi chính sách phát triển kinh tế, khuyến khích sử dụng công nghệ xanh và năng lượng tái tạo, quản lý chất thải hiệu quả, và hướng tới nền kinh tế carbon thấp. Mặc dù không trực tiếp gọi là “kinh tế xanh”, nhưng Luật BVMT 2020 có liên quan chặt chẽ đến việc phát triển **nền kinh tế carbon thấp** thông qua các biện pháp giảm phát thải khí nhà kính, khuyến khích sử dụng năng lượng sạch và công nghệ xanh.

Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả (2010) được ban hành là một bước đi quan trọng trong việc thực hiện mục tiêu phát triển nền kinh tế xanh của Việt Nam. Qua việc thúc đẩy năng lượng tái tạo, giảm thiểu sử dụng năng lượng hóa thạch và bảo vệ môi trường, Luật này góp phần giúp Việt Nam xây dựng một nền kinh tế phát triển bền vững, phù hợp với xu thế toàn cầu và các cam kết quốc tế về giảm phát thải carbon và bảo vệ khí hậu.

Các cam kết quốc tế của Việt Nam, đặc biệt trong khuôn khổ của **Hiệp định Paris**, **SDGs**, và **Công ước về Đa dạng sinh học**, yêu cầu các quốc gia hợp tác chặt chẽ với nhau để **huy động tài chính, chuyển giao công nghệ và chia sẻ kinh nghiệm** trong phát triển bền vững.

**Kinh tế xanh** đẩy mạnh việc khuyến khích chuyển sang mô hình **kinh tế tuần hoàn**, trong đó tài nguyên được tái tái chế, sử dụng, và giảm thiểu chất thải. Các cam kết quốc tế về phát triển bền vững (SDGs) bao gồm **Mục tiêu 12: Sản xuất và tiêu dùng bền vững**, khuyến khích các quốc gia giảm thiểu lãng phí tài nguyên và bảo vệ môi trường.

Trong Chiến lược Phát triển bền vững Việt Nam giai đoạn 2011-2020 (Quyết định số 432/QĐ-TTg ngày 12/4/2012 của Thủ tướng Chính phủ), nhấn mạnh vai trò quan trọng của nền kinh tế xanh trong định hướng phát triển bền vững. Kinh tế xanh được xem là yếu tố then chốt để giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường trong khi vẫn thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao đời sống cho người dân. Kinh tế xanh không chỉ là một khái niệm về bảo vệ môi trường mà còn là một chiến lược phát triển kinh tế dài hạn, giúp Việt Nam thích ứng với những thách thức toàn cầu như biến đổi khí hậu và sự suy giảm tài nguyên thiên nhiên. Trong đó, trọng tâm thúc đẩy sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, phát triển năng lượng tái tạo trong phát triển kinh tế và giảm thiểu phát thải khí nhà kính.

**Ngày 25/9/2020, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 136/NQ-CP về phát triển bền vững**, trong đó có một số mục tiêu phát triển bền vững đến năm 2030 của Việt Nam như: (1) Đảm bảo đầy đủ và quản lý bền vững tài nguyên nước và hệ thống vệ sinh cho tất cả mọi người; (2) Đảm bảo khả năng tiếp cận nguồn năng lượng bền vững, đáng tin cậy và có khả năng chi trả cho tất cả mọi người; (3) Đảm bảo tăng trưởng kinh tế bền vững, toàn diện, liên tục; tạo việc làm đầy đủ, năng suất và việc làm tốt cho tất cả mọi người; (4) Ứng phó kịp thời, hiệu quả với biến đổi khí hậu và thiên tai; (5) Bảo tồn và sử dụng bền vững đại dương, biển và nguồn lợi biển để phát triển bền vững; (6) Bảo vệ và phát triển rừng bền vững, bảo tồn đa dạng sinh học, phát triển dịch vụ hệ sinh

thái, chống sa mạc hóa, ngăn chặn suy thoái và phục hồi tài nguyên đất;...

Tất cả các cơ sở pháp lý trên đều nhằm thúc đẩy việc phát triển một nền kinh tế xanh tại Việt Nam, từ đó đạt được các mục tiêu bảo vệ môi trường, ứng phó với biến đổi khí hậu, đồng thời phát triển bền vững và tăng trưởng kinh tế.

## **2. Những khó khăn, vướng mắc trong quá trình hướng tới nền kinh tế xanh Việt Nam**

Trong nhiều trường hợp, lợi ích đầu tư tư nhân không phù hợp với mục tiêu rộng hơn về tính bền vững. Do đó, kết quả thường là các doanh nghiệp khai thác quá mức các nguồn tài nguyên thiên nhiên để đạt được mức lợi nhuận lớn nhất có thể đạt được mà không xem xét đến khả năng phục hồi của tài nguyên.

Việt Nam đã thử nghiệm một số các dự án năng lượng xanh như dự án 3R (Reduce - giảm thiểu, Reuse - tái sử dụng, Recycle - tái chế), dự án sản xuất năng lượng gió, năng lượng mặt trời. Về mặt lý thuyết, dự án được đánh giá rất tốt. Tuy nhiên, kết quả thử nghiệm thu được vẫn còn hạn chế. Từ lý thuyết đến việc triển khai thực tế còn gặp một số bất cập.

Hướng tới nền kinh tế xanh vừa là mục tiêu đồng thời cũng là thách thức đối với hầu hết các nước trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Bởi thực tế trên con đường đi đến kinh tế xanh các nước phải đối mặt với nhiều khó khăn bất cập cần giải quyết chung cũng như những bất cập có tính đặc thù riêng của từng nước. Trong đó, Việt Nam cũng không nằm ngoài quy luật.

*Một là, hạn chế về cơ sở hạ tầng và công nghệ*

Việt Nam còn thiếu hụt về cơ sở hạ tầng và công nghệ tiên tiến phục vụ cho các ngành công nghiệp xanh, như công nghệ tái chế, năng lượng tái tạo (mặt trời, gió), và các công nghệ thân thiện với môi trường. Việc chuyển giao và áp dụng công nghệ mới đòi hỏi chi phí đầu tư lớn, trong khi nhiều doanh nghiệp vẫn còn e ngại với mức chi phí này.

*Hai là, khó khăn về nguồn lực tài chính*

Các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa (SMEs) thực tế thiếu nguồn lực tài chính để đầu tư vào các dự án phát triển bền vững và bảo vệ môi trường. Chính phủ Việt Nam cũng phải đối mặt với vấn đề về nguồn lực ngân sách để hỗ trợ các chương trình xanh, đặc biệt là trong bối cảnh nền kinh tế vẫn còn nhiều khó khăn do đại dịch và các yếu tố toàn cầu.

*Ba là, thiếu nhận thức và thay đổi hành vi*

Mặc dù nhận thức về bảo vệ môi trường ngày càng được nâng cao, nhưng nhiều doanh nghiệp và người dân vẫn chưa thực sự thay đổi thói quen tiêu dùng, sản xuất theo hướng bền vững. Các yếu tố như thói quen tiêu thụ năng lượng lớn, sử dụng tài nguyên thiên nhiên không bền vững, và quản lý chất thải chưa hiệu quả vẫn tồn tại khá phổ biến.

*Bốn là, thiếu đồng bộ trong cơ sở pháp lý*

Mặc dù đã có một số chính sách khuyến khích nền kinh tế xanh như các chính sách về năng lượng tái tạo, nhưng sự thiếu đồng bộ và chưa đủ mạnh mẽ trong hệ thống pháp luật và các quy định về môi trường đầu tư khiến

các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc áp dụng. Việc thiếu cơ chế giám sát trong quá trình triển khai cũng làm giảm tính khả thi của các chiến lược xanh.

*Năm là, vấn đề về chuyển đổi nghề nghiệp và lao động*

Việc chuyển đổi sang nền kinh tế xanh có thể ảnh hưởng đến nhiều ngành nghề, đặc biệt là các ngành sử dụng nhiều tài nguyên và gây ô nhiễm như khai khoáng, sản xuất năng lượng từ hóa thạch. Điều này đòi hỏi một kế hoạch chuyển đổi nghề nghiệp cho người lao động, đảm bảo rằng họ có thể tìm được việc làm mới trong các lĩnh vực xanh.

*Sáu là, tác động của biến đổi khí hậu*

Việt Nam là một trong 20 quốc gia chịu ảnh hưởng lớn nhất của biến đổi khí hậu. Vấn đề biến đổi khí hậu ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường và nền kinh tế, làm gia tăng nguy cơ rủi ro cho nông nghiệp và các hoạt động sản xuất khác. Điều này khiến việc chuyển đổi sang nền kinh tế xanh trở nên cấp thiết nhưng cũng đòi hỏi nguồn lực và đầu tư lớn để thích ứng.

*Bảy là, tác động từ thị trường quốc tế*

Việt Nam phải đối mặt với các yêu cầu và áp lực từ thị trường quốc tế, đặc biệt là các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường, giảm phát thải khí nhà kính trong các hiệp định thương mại quốc tế. Điều này đôi khi tạo ra thách thức đối với các ngành công nghiệp trong nước.

Những khó khăn nêu trên có thể nhận thấy gián tiếp thông qua các điều kiện cần có trong Chiến lược chuyển dịch sang nền kinh tế xanh:

*Thứ nhất*, đạt được sự tích hợp đầy đủ hơn giữa đa dạng sinh học các hệ sinh thái và giá trị tài chính kinh tế, chính sách và thị trường. *Thứ hai*, nâng cao năng lực người ra quyết định quản lý giá trị các hệ sinh thái và đa dạng sinh học. *Thứ ba*, trao quyền cho các công ty tư nhân theo con đường phát triển bền vững hơn. *Thứ tư*, xây dựng hướng dẫn thực hành cũng như tiêu chuẩn tốt nhất thúc đẩy các nền công nghiệp chủ chốt như nông nghiệp, du lịch... *Thứ năm*, nghiên cứu và thử nghiệm các phương pháp thay thế để tăng tính bền vững, sản xuất sạch hơn như phân tích vòng đời sản phẩm,... *Thứ sáu*, cung cấp kênh mới cho tài chính bền vững. *Thứ bảy*, khuyến khích việc thành lập và tăng trưởng cho hàng hóa công cộng và dịch vụ môi trường chẳng hạn như kinh doanh quota CO<sub>2</sub> và ngân hàng các vùng đất ngập nước. *Thứ tám*, chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp định hướng phát triển bền vững trong các lĩnh vực: năng lượng tái tạo, nông nghiệp hữu cơ và du lịch sinh thái. *Thứ chín*, khuyến khích các chức năng điều hòa của hệ sinh thái như giảm phát thải từ phá rừng và suy thoái rừng.

Mặc dù gặp phải nhiều khó khăn, nhưng Việt Nam vẫn đang nỗ lực hướng tới một nền kinh tế xanh thông qua các chiến lược phát triển bền vững, tăng cường sử dụng năng lượng tái tạo, và đẩy mạnh các hoạt động bảo vệ môi trường.

### III. KIẾN NGHỊ VÀ GIẢI PHÁP HƯỚNG TỚI NỀN KINH TẾ XANH

#### 1. Hướng tới nền kinh tế xanh, Nhà nước cần có những định hướng cơ bản sau:

- Lựa chọn mô hình kinh tế xanh vừa là mục tiêu vừa là nội dung định hướng phát triển kinh tế của Việt Nam. Coi bảo vệ môi trường là nhiệm vụ số 1 của nền kinh tế. Giờ đây, vấn đề phát triển kinh tế không chỉ là “phát triển kinh tế phải chú ý bảo vệ môi trường” mà còn phải ưu tiên vấn đề bảo vệ môi trường từ ngay trong cấu trúc của hệ thống kinh tế, từ xác định lựa chọn mô hình phát triển đến triển khai mô hình đó trong thực tiễn.

Trên nền tảng nền kinh tế sinh thái, xây dựng các chiến lược phù hợp về năng lượng, sạch; phát triển vật liệu mới thân thiện môi trường; khoa học - công nghệ, đổi mới hệ thống công nghệ theo hướng giải pháp sinh thái; phát triển hệ thống đô thị sinh thái, kiến trúc sinh thái; phát triển giao thông sinh thái, nông nghiệp sinh thái...

Trên cơ sở chiến lược hoạch định, xây dựng các chương trình, kế hoạch, đề án cụ thể và nghiên cứu, phân tích chính sách, thực thi và giám sát chính sách phát triển phù hợp với điều kiện đặc trưng của quốc gia. Chính sách phải khuyến khích phát triển công nghệ sạch và thay thế công nghệ lạc hậu, không phù hợp.

- Các hệ thống về giáo dục và đào tạo, khoa học - công nghệ và các hệ thống khác sẽ thay đổi trên nền tảng của hệ thống kinh tế mới. Hướng tới sự phát triển đột phá của đất nước đảm bảo hài hòa với thiên nhiên, thích ứng hiện đại hóa và toàn cầu hóa.

- Tư duy mới trong hoạch định chính sách phát triển đòi hỏi phải thay đổi các quy hoạch phát triển hiện hành như: quy hoạch lại đô thị, khu dân cư, cải cách thể chế hành chính; quy hoạch các khu, cụm công nghiệp và mạng lưới giao thông thông minh; các đô thị xanh; tỷ lệ dân cư hài hòa giữa đô thị và nông thôn, nông thôn hóa, bảo vệ nghiêm ngặt cảnh quan như hệ thống thủy vực sông, hồ...; đầu tư cho phát triển phân hữu cơ, phòng trừ sâu bệnh bằng biện pháp sinh học. Thực hiện các quy định, các tiêu chuẩn quốc tế nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm; thực hiện các quy trình công nghệ sản xuất và bảo quản, chế biến, tiêu thụ thực phẩm sạch. Thực hiện toàn diện chương trình nước sạch nông thôn; đầu tư vào nghiên cứu cơ bản, phát triển hệ thống khoa học - công nghệ theo mô hình kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn. Tăng cường giáo dục và đào tạo để hình thành tư duy sinh thái, đạo đức sinh thái, hướng con người trở về sự gần gũi và hòa hợp với thiên nhiên. Đó là phép biện chứng của sự phát triển.

**2. Để góp phần hướng tới một nền kinh tế xanh, các cơ quan chức năng cần thực hiện tốt những nhiệm vụ sau:**

*Thứ nhất*, cần thực hiện tốt công tác thanh tra, kiểm tra, đồng thời phòng ngừa, phát hiện và xử lý các vi phạm về môi trường, kiểm định theo quy chuẩn, tiêu chuẩn môi trường. Thực hiện tốt công tác này sẽ góp phần thực hiện tốt chức năng quản lý nhà nước về bảo vệ môi trường hướng tới mục tiêu phát triển môi trường bền vững;

*Thứ hai*, tăng cường phối hợp với Bộ, Sở Tài nguyên và Môi trường (TN&MT)

và các cơ quan hữu quan khác giám sát tốt quá trình thực hiện các biện pháp bảo vệ môi trường theo đánh giá tác động môi trường, cam kết bảo vệ môi trường của các khu công nghiệp, khu chế xuất, làng nghề. Tập trung vào các điểm “nóng” xả thải tại các khu công nghiệp, khu đô thị, làng nghề.

*Thứ ba*, kết hợp với các cơ quan hữu quan để đưa ra các biện pháp phù hợp để ứng phó với Biến đổi khí hậu. Biến đổi khí hậu đã trở thành vấn nạn của toàn cầu, không chỉ riêng bất kỳ quốc gia nào. Trong đó, Liên hợp quốc đã xác định Việt Nam là một trong 20 nước bị ảnh hưởng lớn nhất. Các cơ quan chức năng cần có các biện pháp thực thi từ các biện pháp quản lý đến triển khai các loại hình công nghệ sạch, tiên tiến.

*Thứ tư*, kiểm soát các quá trình khai thác khoáng sản, ngăn chặn hoạt động gây ô nhiễm ngay từ nguồn. Nghiêm cấm nhập công nghệ “bẩn” vào Việt Nam; quyết không để Việt Nam trở thành “bãi rác công nghiệp” của sự phát triển; không phê duyệt xây thêm nhà máy sản xuất các sản phẩm của “công nghiệp ống khói”.

*Thứ năm*, tham gia và phối kết hợp với Bộ Nông nghiệp và UBND tỉnh, lực lượng kiểm lâm làm tốt công tác bảo vệ rừng và ngăn chặn, xử lý các hành vi phá hoại rừng, đặc biệt là rừng đầu nguồn.

**IV. KẾT LUẬN**

Trên con đường hướng tới nền kinh tế xanh, Việt Nam đã và đang tích cực thực hiện các chính sách và chiến lược để thúc đẩy phát triển bền vững, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng cuộc sống

cho người dân. Kinh tế xanh là mô hình phát triển kinh tế sử dụng tài nguyên hiệu quả, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, đồng thời góp phần tạo ra nhiều cơ hội việc làm và cải thiện chất lượng sống theo hướng thân thiện với thiên nhiên. Một trong những bước đi quan trọng trong quá trình chuyển đổi này là phát triển các ngành công nghiệp thân thiện với môi trường, như năng lượng tái tạo, công nghệ sạch và sản xuất xanh.

Hiện nay, Việt Nam đang tập trung phát triển năng lượng tái tạo như điện mặt trời, điện gió để giảm phụ thuộc vào nguồn năng lượng hóa thạch, từ đó giảm phát thải khí nhà kính, ứng phó với Biến đổi khí hậu. Đồng thời, việc sử dụng công nghệ xanh trong nông nghiệp, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên và bảo tồn đa dạng sinh học cũng đang được chú trọng. Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ như giảm thuế, nhiều chính sách ưu đãi cho các doanh nghiệp xanh, khuyến khích đầu tư vào các dự án bảo vệ môi trường và phát triển bền vững bằng các gói cho vay ưu đãi, tạo cơ sở nền tảng khuyến khích hỗ trợ cho các doanh nghiệp phát triển xanh.

Tuy nhiên, để nền kinh tế xanh thực sự trở thành xu hướng chủ đạo, Việt Nam cần tiếp tục cải thiện cơ sở hạ tầng, nâng cao nhận thức cộng đồng và có những bước đi quyết liệt hơn trong việc triển khai các giải pháp giảm thiểu ô nhiễm môi trường, cải thiện chất lượng nguồn nước, không khí và đất đai. Với sự đồng lòng của cả chính phủ, doanh nghiệp và người dân, nền kinh tế xanh ở Việt Nam sẽ không chỉ giúp bảo

vệ môi trường mà còn tạo ra một tương lai phát triển bền vững cho đất nước.

Hướng tới một nền kinh tế xanh được cho là cách tốt nhất để giải quyết triệt để các vấn đề khủng hoảng môi trường hiện nay, là cơ sở cho lời giải của bài toán hoạch định chiến lược phát triển (gồm chiến lược năng lượng, công nghệ, vật liệu, thậm chí cả chiến lược phát triển khoa học - công nghệ). Ngay từ bây giờ, chúng ta cần có những động thái tích cực từ nghiên cứu, hoạch định các chính sách phù hợp đến việc thực thi những chính sách đó.

### **Tài liệu tham khảo**

1. *Chương trình Môi trường của Liên hợp quốc 2010.*
2. *Nghị quyết số 24-NQ/TW ngày 3-6-2013 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, tăng cường quản lý tài nguyên và bảo vệ môi trường.*
3. *Luật số 72/2020/QH14 của Quốc Hội: Luật Bảo vệ môi trường.*
4. *Luật số 50/2010/QH12 của Quốc Hội: Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả.*
5. *Quyết định số 432/QĐ-TTg ngày 12/4/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược Phát triển bền vững Việt Nam giai đoạn 2011-2020.*

# NFT - TIỀM ẨN NGUY CƠ RỬA TIỀN - KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ NHỮNG GỢI MỞ CHO VIỆT NAM

ThS. Phạm Thị Thanh Hoa<sup>(1)</sup>

**Tóm tắt:** Dù chưa được pháp luật Việt Nam chính thức công nhận, song các hoạt động giao dịch tài sản số vẫn diễn ra sôi động. Thậm chí, năm 2023, theo Chainalysis, Việt Nam đứng thứ ba toàn cầu về Chỉ số chấp nhận tài sản mã hóa. Năm 2024, Việt Nam đứng thứ 7 thế giới về dân số sở hữu tài sản mã hóa và nằm trong 30 quốc gia có tỷ lệ sở hữu tài sản mã hóa cao nhất. Mặc dù tỷ lệ người dân sở hữu tài sản mã hóa ở Việt Nam đang ở mức cao, tuy nhiên vì thiếu các quy định pháp lý liên quan đã khiến Việt Nam bị đưa vào danh sách xám của Lực lượng đặc nhiệm tài chính toàn cầu (FATF). Trong khi đó, Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) ước tính những quốc gia lọt vào danh sách xám của FATF có thể mất khoảng 7,8% GDP.

**Từ khóa:** NFT, tài sản số, tiền điện tử, rửa tiền.

**Abstract:** Although not officially recognized by Vietnamese law, digital asset trading activities are still bustling. In 2023, according to Chainalysis, Vietnam ranked third globally in the Crypto Asset Acceptance Index. In 2024, Vietnam ranked 7th in the world in terms of population owning crypto assets and was among the 30 countries with the highest rate of crypto asset ownership. Although the rate of people owning crypto assets in Vietnam is high, the lack of relevant legal regulations has caused Vietnam to be put on the gray list of the Financial Action Task Force (FATF). Meanwhile, the International Monetary Fund (IMF) estimates that countries on the FATF gray list could lose about 7,8% of GDP.

**Keywords:** NFT, digital assets, cryptocurrency, money laundering.

Ngày nhận bài: 05/01/2025  
Ngày phản biện: 15/01/2025  
Ngày chỉnh sửa: 05/02/2025  
Ngày chấp nhận đăng bài: 10/02/2025

1. Khoa Luật Kinh tế, Học viện Chính sách và Phát triển.

## I. LÝ LUẬN CHUNG VỀ NFT

NFT (Non-Fungible Token), hay còn gọi là token không thể thay thế, là một dạng tài sản số được xây dựng trên nền tảng công nghệ chuỗi khối - blockchain (Reuters, 2021), tương tự như Bitcoin hoặc Ethereum.

Trong khi các loại tiền điện tử như Bitcoin hoặc tiền pháp định như VND được xem là tài sản “fungible” (có thể thay thế), tức có thể trao đổi với nhau mà không làm thay đổi giá trị, thì NFT lại mang tính chất hoàn toàn khác biệt. Ví dụ, một Bitcoin có thể được hoán đổi với một Bitcoin khác, hoặc một tờ 100.000 VND có thể đổi lấy một tờ 100.000 VND khác mà không ảnh hưởng đến giá trị của tài sản. Ngược lại, khi trao đổi một NFT với một NFT khác, giá trị của hai tài sản này là hoàn toàn không tương đồng, do tính duy nhất và đặc thù của từng NFT. Mỗi NFT là duy nhất, là tài sản thực được mã hóa (Tokenised assets), và tài sản mã hóa (TSMH) không thể thay thế (Non-fungible tokens - NFT).

### 1. NFT khác với tiền điện tử như thế nào?

Có một số điểm tương đồng nhất định giữa tiền điện tử và NFT. Chúng đều được xây dựng trên cùng một nền tảng công nghệ được bảo mật trong ví kỹ thuật số và bạn cần tiền điện tử để mua NFT. Tuy nhiên sự khác biệt quan trọng nằm ở tính chất có thể thay thế được. Tiền điện tử và tiền tệ truyền thống đều có thể thay thế, nghĩa là chúng có thể trao đổi và giao dịch ngang giá. Ngược lại, NFT là duy nhất và không thể thay thế, do đó không thể trao đổi theo cách này.

Tiền điện tử và tiền tệ vật chất có giá trị ngang nhau. Nó có nghĩa là một đô la bằng một đô la. Một Ethereum bằng một Ethereum. Trong trường hợp NFT, mỗi NFT có một chữ ký số làm cho nó trở nên độc nhất; do đó, một NFT không thể trao đổi với một NFT khác. Tại bất kỳ thời điểm nào, chỉ một người có thể sở hữu NFT và chữ ký số mang lại giá trị quyền sở hữu đó.

Giá trị của NFT không nằm ở bản thân sản phẩm sưu tầm mà nằm ở quyền sở hữu độc quyền của chúng, được đảm bảo và xác nhận thông qua công nghệ blockchain. Một cá nhân có thể tạo ra NFT từ các sản phẩm kỹ thuật số và giao dịch chúng; toàn bộ các hoạt động như mua bán, chuyển nhượng hoặc giao dịch liên quan đến NFT đều được ghi lại trên một sổ cái công khai và phi tập trung. Điều này cho phép bất kỳ ai cũng có thể xác minh quyền sở hữu và truy xuất nguồn gốc của tài sản một cách minh bạch. Nhờ đó, NFT giúp ngăn chặn hiệu quả các vấn đề như đạo nhái, làm giả, hoặc tình trạng người sáng tạo bị khiếu nại bản quyền không chính đáng từ bên thứ ba.

### 2. Đặc điểm của NFT

NFT có 5 đặc điểm nổi bật như: Tính độc nhất, mỗi NFT luôn là một sự độc nhất và có thể phân biệt được với các NFT khác dù nó có bản sao. Tính vĩnh cửu NFT luôn tồn tại vĩnh viễn với những thông tin liên quan đến việc nó phát hành, các âm thanh, hình ảnh đi kèm nó. Lập trình NFT là các dòng code được mã hóa trên nền tảng blockchain nên có thể xác minh được tác giả

và các thông tin của NFT đó. Tính sở hữu, người sở hữu NFT hoàn toàn có quyền tự quyết về tính sử dụng cũng như sở hữu nó.

**Lợi ích của NFT đối với nghệ sĩ và người sáng tạo:**

*Quyền sở hữu rõ ràng:* NFT trao quyền sở hữu cho nghệ sĩ đối với các tác phẩm kỹ thuật số của họ. Khi một người sáng tạo nội dung tạo ra một tác phẩm nghệ thuật kỹ thuật số, NFT hoạt động như một chứng nhận tính xác thực và quyền lợi của họ đối với tác phẩm đó.

*Tính độc bản và sưu tầm:* NFT đại diện cho các tác phẩm độc nhất vô nhị, không thể thay thế và có thể sưu tầm được. Giống như các tác phẩm nghệ thuật truyền thống, NFT cung cấp cho các nhà sưu tập vật phẩm kỹ thuật số có giá trị.

*Xác minh tính hợp pháp:* NFT giúp xác minh tính hợp pháp của nội dung kỹ thuật số sưu tầm. Bằng việc lưu trữ thông tin trên blockchain, NFT giúp chống lại vấn đề về sao chép và gian lận, đảm bảo tính chính chủ cho tác phẩm.

*Không thể thay đổi:* Bản chất không thể thay thế của NFT đảm bảo rằng hồ sơ kỹ thuật số về quyền sở hữu và lịch sử giao dịch của tác phẩm luôn được bảo vệ và không thể bị thay đổi hoặc xóa bỏ.

*Thu nhập thụ động:* Hợp đồng thông minh được tích hợp với NFT cho phép nghệ sĩ nhận được một khoản hoa hồng (royalties) mỗi khi tác phẩm của họ được bán lại. Điều này tạo ra một nguồn thu nhập thụ động cho nghệ sĩ và khuyến khích sáng tạo nội dung.

**Mặc dù có nhiều lợi thế, NFT cũng tồn tại nhiều hạn chế:**

*Thị trường mới và mang tính đầu cơ:* NFT là một thị trường mới nổi, giá trị thực sự của chúng vẫn cần thời gian nghiên cứu và kiểm chứng. Do đó, đầu tư vào NFT tiềm ẩn nhiều rủi ro.

*Sao chép nội dung kỹ thuật số:* Tài sản kỹ thuật số có thể dễ dàng sao chép. Điều này có nghĩa là một NFT có thể có nhiều bản sao giống hệt nhau. NFT chỉ là một “giấy chứng nhận” xác thực bản gốc, nhưng không thể ngăn chặn việc sao chép.

*Tác động môi trường:* Blockchain là nền tảng công nghệ đằng sau NFT, đòi hỏi máy tính công suất lớn để duy trì hoạt động. Điều này gây ra các vấn đề về môi trường do lượng khí thải carbon đáng kể.

*Rủi ro an ninh mạng:* NFT có thể bị đánh cắp qua các lỗ hổng bảo mật. Giống như tiền điện tử, NFT cũng là tài sản lưu trữ trên nền tảng kỹ thuật số, vì vậy cần lưu ý đến các biện pháp bảo mật an toàn.

*Quyền sở hữu trí tuệ:* NFT là bằng chứng quyền sở hữu một tài sản kỹ thuật số, nhưng không đồng nghĩa với việc sở hữu bản quyền (Intellectual Property - IP) đối với tài sản đó. Người mua NFT có thể không nhận được quyền sao chép, sửa đổi hay phân phối tác phẩm, và người bán vẫn có thể tạo thêm các bản sao NFT khác của cùng một tác phẩm.

*Rửa tiền:* NFT tiềm ẩn nguy cơ bị lợi dụng cho hoạt động rửa tiền. Bằng cách tạo nhiều ví điện tử khác nhau cho cùng một cá nhân, kẻ gian có thể thực hiện giao dịch mua bán NFT ảo (wash trading) nhằm tạo ra doanh số “ảo” và bán cho bên thứ ba.

## II. THÁCH THỨC LIÊN QUAN TỚI PHÒNG, CHỐNG TỘI PHẠM RỬA TIỀN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ

Theo báo cáo của hãng Chainalysis, tính đến tháng 7/2023, tài sản mã hóa vào Việt Nam lên đến 120 tỷ USD, gấp khoảng 3-4 lần dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam và tăng 20% so với giai đoạn 2021-2022 (khoảng 100 tỷ USD).<sup>(1)</sup> Theo số liệu dự báo từ Statista, lượng người sử dụng tiền mã hóa dự kiến sẽ tăng thêm 12,37 triệu vào năm 2027.

Theo quy định của Luật Phòng, chống rửa tiền năm 2022, rửa tiền là hành vi của tổ chức, cá nhân nhằm hợp pháp hóa nguồn gốc của tài sản do phạm tội mà có<sup>(2)</sup>. Các cá nhân thực hiện giao dịch liên quan đến tiền ảo với mục đích rửa tiền có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự về “Tội rửa tiền” theo quy định tại Điều 324 Bộ luật Hình sự.

Rửa tiền liên quan đến việc ngụy trang tài sản tài chính để chúng có thể được sử dụng mà không bị phát hiện hoạt động bất hợp pháp đã tạo ra chúng. Thông qua rửa tiền, tội phạm chuyển đổi số tiền thu được từ hoạt động tội phạm thành tiền có nguồn gốc hợp pháp.<sup>(3)</sup>

Theo định nghĩa của FATF thì rửa tiền là quá trình xử lý các khoản thu nhập

để che giấu nguồn gốc bất hợp pháp của chúng. Quá trình này có tầm quan trọng sống còn vì nó cho phép tội phạm hưởng lợi nhuận mà không gây nguy hiểm cho nguồn gốc của chúng<sup>(4)</sup>.

Tại Việt Nam, tiền ảo như Bitcoin không được công nhận là tiền tệ và không được phép sử dụng làm phương tiện thanh toán hợp pháp theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, các hoạt động đầu tư, mua bán tiền ảo hiện vẫn chưa có quy định cụ thể hoặc luật pháp điều chỉnh rõ ràng.

Sử dụng tiền ảo để rửa tiền mang lại nhiều thuận lợi hơn so với các phương thức truyền thống, đặc biệt do khả năng truy vết giao dịch còn hạn chế. Chẳng hạn, theo Điều 3 Quyết định số 20/2013/QĐ-TTg ngày 18/4/2013 của Thủ tướng Chính phủ, khi chuyển tiền ra nước ngoài với giá trị lớn hơn 300.000.000VND, tổ chức nhận tiền gửi phải báo cáo Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Tuy nhiên, nếu một cá nhân sử dụng số tiền tương đương để mua tiền ảo thông qua các nền tảng như Binance theo hình thức giao dịch P2P (cá nhân với cá nhân), không có cơ chế nào đảm bảo việc xác minh hay kiểm soát. Số tiền ảo này sau đó có thể được bán trên thị trường, chuyển cho người khác, hoặc đổi sang ngoại tệ mà không chịu sự giám sát từ bất kỳ tổ chức tài chính hay cơ quan chức năng nào.

1. <https://vneconomy.vn/tai-san-ma-hoa-vao-viet-nam-da-len-den-120-ty-usd.htm>, truy cập ngày 09/10/2024.

2. Khoản 1 Điều 3 Luật Phòng, chống rửa tiền năm 2022.

3. <https://www.fincen.gov/what-money-laundering>, truy cập ngày 01/10/2024.

4. <https://www.fatf-gafi.org/en/pages/frequently-asked-questions.html#tabs-36503a8663-item-6ff811783c-tab>, truy cập ngày 28/9/2024.

Hiện nay, tiền ảo, đặc biệt là Bitcoin, ngày càng trở nên phổ biến nhờ tính thanh khoản cao, phương thức giao dịch dễ dàng và không chịu sự điều chỉnh bởi các quy định về thuế thu nhập cá nhân. Chính vì tính ẩn danh, khả năng giao dịch xuyên biên giới nhanh chóng và sự thiếu giám sát, tiền ảo đã trở thành công cụ ưa thích của các đối tượng phạm tội trong các hoạt động rửa tiền.

NFT có một số đặc điểm khiến chúng trở nên hấp dẫn đối với những kẻ rửa tiền, bao gồm:

*Giao dịch ẩn danh:* NFT được sở hữu bởi người sở hữu khóa riêng mật mã có liên quan. Các khóa không cần phải được kết nối với danh tính “thế giới thực”.

*Truy cập mở:* Bất kỳ ai cũng có thể thực hiện giao dịch trên các chuỗi khối công khai mà không cần xác minh (mặc dù hầu hết các giao dịch đều đi qua các thị trường và sàn giao dịch tập trung phải tuân thủ các quy định KYC).

*Tính di động cao:* Giao dịch NFT không bị giới hạn bởi biên giới quốc tế. Chúng có thể được bán cho bất kỳ ai, ở bất kỳ đâu trên thế giới mà không cần kiểm tra, kiểm tra hải quan hoặc vận chuyển và lưu trữ thực tế.

*Định giá chủ quan:* NFT có giá trị bất kỳ giá nào mà người mua sẵn sàng trả.

Luật Phòng, chống rửa tiền năm 2022 hiện tập trung chủ yếu vào các đối tượng là tổ chức tài chính và các ngành nghề phi tài chính liên quan, như ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán, và các hoạt động kinh

doanh đặc thù như trò chơi có thưởng, casino, quản lý và môi giới bất động sản, kinh doanh kim loại quý và đá quý, dịch vụ pháp lý, công chứng, kế toán, ủy thác đầu tư, và quản lý doanh nghiệp (quy định chi tiết tại Điều 4).

Tuy nhiên, các hoạt động liên quan đến tài sản ảo và tiền mã hóa, bao gồm tiền ảo và tài sản số hóa nói chung, vẫn chưa được điều chỉnh rõ ràng trong luật. Điều này đòi hỏi sự hướng dẫn chi tiết từ Chính phủ để đáp ứng yêu cầu phòng, chống rửa tiền đối với các loại tài sản mới nổi và tiềm ẩn rủi ro này, như quy định tại Khoản 3 Điều 4 của Luật Phòng, chống rửa tiền.

Mặc dù Luật Phòng, chống rửa tiền năm 2022 đã có hiệu lực từ ngày 1/3/2023, nhưng do thiếu khung pháp lý cụ thể, cùng với sự hạn chế về quy trình và đội ngũ nhân sự chất lượng cao trong lĩnh vực tài sản số và tiền mã hóa, các tổ chức tín dụng và cơ quan nhà nước vẫn gặp nhiều khó khăn, lúng túng trong việc xử lý các hành vi liên quan đến loại hình tài sản mới này. Điều này đặt ra yêu cầu cấp bách về việc xây dựng và ban hành các quy định phù hợp để quản lý hiệu quả tài sản ảo, đồng thời đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về phòng, chống rửa tiền.

Trong phiên chất vấn tại kỳ họp Quốc hội vào tháng 10/2022, lãnh đạo Ngân hàng Nhà nước khẳng định rằng tiền ảo và tài sản ảo (hay còn gọi là tiền thuật toán) không phải là đồng tiền pháp định do ngân hàng trung ương của các quốc gia phát hành, mà là loại tiền do các tổ

chức, cá nhân tạo ra thông qua các thuật toán trên mạng máy tính. Loại tiền này chỉ được công nhận trong một cộng đồng nhất định, như cộng đồng game hoặc trên các nền tảng sản công nghệ. Mỗi nước có cách quản lý khác nhau với tiền ảo, có nước coi tiền ảo như một tài sản để thu thuế, cấp phép giao dịch.<sup>(1)</sup>

Như đã phân tích, thách thức lớn nhất trong quản lý tài sản ảo và tiền ảo hiện nay là việc thừa nhận giá trị pháp lý của loại tài sản mới này. Tại Việt Nam, Điều 105 Bộ luật Dân sự năm 2015 chỉ đưa ra quy định mang tính chất liệt kê về các loại tài sản, mà không xác định rõ bản chất pháp lý hoặc các đặc điểm cụ thể để phân loại tài sản. Điều này dẫn đến khó khăn trong việc xác định liệu tài sản ảo và tiền ảo có được coi là tài sản theo quy định của pháp luật hay không.

Trong thực tiễn áp dụng pháp luật, khi một khái niệm chưa được làm rõ, các cơ quan thực thi thường có xu hướng chờ văn bản hướng dẫn hoặc giải thích chính thức từ các cơ quan có thẩm quyền. Điều này không chỉ làm chậm tiến trình quản lý và điều chỉnh pháp luật đối với tài sản ảo mà còn tiềm ẩn nguy cơ bỏ sót hoặc xử lý không đầy đủ các hành vi vi phạm pháp luật liên quan đến loại tài sản này. Việc sớm ban hành các quy định pháp lý rõ ràng về tài sản ảo và tiền ảo là điều cần thiết để đảm bảo sự đồng bộ, minh bạch và hiệu

quả trong công tác quản lý.

Ví dụ, Bản án truy thu thuế năm 2017<sup>(2)</sup>, đã phát sinh vụ kiện liên quan đến tiền ảo Bitcoin. Cụ thể, Chi cục Thuế TP. Bến Tre đã ra quyết định truy thu tổng cộng 2,6 tỷ đồng thuế giá trị gia tăng và thu nhập cá nhân với ông Nguyễn Việt C. (ở Bến Tre), do ông này đã có hoạt động trao đổi tiền điện tử qua internet từ năm 2008 đến năm 2013. Sau đó, ông C. kiện ra tòa đối với các quyết định truy thu thuế của cơ quan thuế. Tòa án Nhân dân tỉnh Bến Tre sau đó đã tuyên án hủy các quyết định truy thu thuế của Chi cục Thuế TP. Bến Tre đối với nguyên đơn là ông Nguyễn Việt C., với lý do tiền điện tử chưa được pháp luật coi là hàng hóa.

Hay trong Bản án phúc thẩm số 841/2023/HS-PT ngày 01/11/2023 về tội Cướp tài sản, luật sư bào chữa cho rằng các bị cáo chiếm đoạt “tiền điện tử” (tiền ảo) nhưng hiện nay chưa có quy định của pháp luật coi đây là tài sản, nhưng Hội đồng xét xử cho rằng tội “Cướp tài sản” là tội có cấu thành hình thức, và mục đích của các bị cáo trong vụ án này là chiếm đoạt tiền đồng thông qua tài sản ảo.

Theo the Financial Action Task Force’s (FATF) and the European Union’s - lực lượng đặc nhiệm tài chính, họ đã có những so sánh để xác định trường hợp NFT được coi là tài sản khi đáp ứng những điều kiện như sau:

1. <https://baodautu.vn/so-phan-tai-san-so-o-viet-nam-lanh-it-du-nhieu-d212344.html>, truy cập ngày 20/6/2024.

2. Bản án 22/2017/HC-ST ngày 21/9/2017 về khiếu kiện quyết định truy thu thuế.

Comparison of FATF and Eu guidelines on when NFTs  
are considered viturial assets

(So sánh các hướng dẫn của FATF và EU về thời điểm NFT được coi là tài sản ảo)

| Circumstances | FATF                                                                                                                                                                                           | EU                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NFT ≠ VA if   | It is primarily used as a collectible rather than for payment or investment<br><br>(Tạm dịch: Không phải là tài sản ảo nếu được sử dụng như một vật sưu tầm thay vì để thanh toán hoặc đầu tư) | - It is unique and not fungible with other crypto-assets. The value is attributable to the token's unique characteristics and the utility it gives to the token holder<br><br>- It's not readily interchangeable, and its value can't be ascertained by comparison to an existing market or equivalent asset.<br><br>(Tạm dịch: Là duy nhất và không thể thay thế bằng các tài sản tiền điện tử khác) |
| NFT = VA if   | It is used for payment or investment<br><br>(Tạm dịch: Được coi là tài sản ảo nếu được sử dụng để thanh toán hoặc đầu tư)                                                                      | Its de facto features or uses make it fungible or not unique<br><br>(Tạm dịch: Do những đặc điểm hoặc cách sử dụng trên thực tế, nó trở nên có thể thay thế hoặc không còn là duy nhất)                                                                                                                                                                                                               |

Nguồn: *The State of Crypto Travel Rule Compliance Report 2023*

Một số ý kiến cho rằng dữ liệu, bao gồm cả tài sản ảo, có đặc tính tồn tại trên nhiều nền tảng và được lưu trữ trên nhiều phương tiện tại cùng một thời điểm, cho phép nhiều người truy cập và khai thác, nên mang tính chất tương tự tài nguyên công cộng (public goods) như không khí hoặc nước biển. Do tính chất dễ dàng tiếp cận, chiếm hữu với chi phí thấp, dễ tái tạo, tài sản ảo bị xem là không thể được coi là tài sản theo nghĩa pháp lý truyền thống.

Bên cạnh đó, một khoảng trống pháp lý quan trọng khác liên quan đến việc xử lý hành vi rửa tiền bằng tài sản ảo và tiền mã hóa nằm ở Luật Phòng, chống rửa tiền 2012 và Bộ luật Hình sự 2015 (sửa đổi 2017). Các quy định hiện hành chỉ liệt kê các hành vi rửa tiền như tham gia giao dịch tài chính, ngân hàng hoặc các giao dịch khác nhằm che

giấu nguồn gốc bất hợp pháp của tài sản; sử dụng tài sản có nguồn gốc phạm tội vào hoạt động kinh doanh; hoặc che giấu thông tin về quyền sở hữu và nguồn gốc tài sản. Điều 34 Luật Phòng, chống rửa tiền 2022 có quy định về Giao dịch chuyển tiền điện tử. Tuy nhiên, các hành vi rửa tiền liên quan đến công nghệ cao chưa được đề cập cụ thể.

Hiện tại, việc sử dụng công nghệ cao trong hoạt động rửa tiền chỉ được coi là tình tiết tăng nặng, thay vì một hành vi rửa tiền độc lập. Theo khoản 4 Điều 5 Nghị quyết số 03/2019/NQ-HĐTP của Hội đồng Thẩm phán Tòa án Nhân dân tối cao, thủ đoạn “tinh vi, xảo quyệt” tại điểm đ Khoản 2 Điều 324 Bộ luật Hình sự được hiểu là việc người phạm tội sử dụng công nghệ cao, móc nối với cá nhân có chức vụ, quyền hạn trong cơ quan nhà nước, hoặc áp dụng các phương

thức gian dối, mảnh khoe khác nhằm tiêu hủy chứng cứ, che giấu hành vi phạm tội, gây khó khăn cho quá trình điều tra và xử lý.

Tuy nhiên, việc thiếu các quy định cụ thể và toàn diện về rửa tiền thông qua công nghệ cao, đặc biệt liên quan đến tài sản ảo, đang tạo ra lỗ hổng lớn trong khung pháp lý hiện hành, đòi hỏi sự điều chỉnh kịp thời để đáp ứng thực tiễn.

### III. KIẾN NGHỊ, GIẢI PHÁP

Trước các rủi ro liên quan đến tiền ảo, tiền điện tử và tài sản ảo, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1255/QĐ-TTg năm 2017, phê duyệt Đề án Hoàn thiện khung pháp lý để quản lý và xử lý các loại tài sản ảo, tiền điện tử, tiền ảo. Theo đó, các cơ quan chức năng như Bộ Tài chính, Bộ Tư pháp, Ngân hàng Nhà nước... được giao nhiệm vụ phối hợp nghiên cứu và đề xuất xây dựng khung pháp lý phù hợp. Để tăng cường hiệu quả trong phòng, chống rửa tiền liên quan đến tài sản số, một số đề xuất và khuyến nghị được đưa ra:

*Thứ nhất, nhận diện tài sản số như một loại tài sản hợp pháp*

Bộ luật Dân sự Việt Nam cần được bổ sung để công nhận tài sản số là một loại tài sản. Nguyên tắc “bản chất quan trọng hơn hình thức”, tương tự như cách tiếp cận của FATF (Financial Action Task Force) và EU, có thể được áp dụng. Ví dụ, quy định đối với NFT cần dựa trên mục đích sử dụng và tính độc đáo của chúng.

*Thứ hai, xây dựng quy trình kiểm soát tuân thủ trong các định chế tài chính*

Các tổ chức tài chính cần phát triển quy trình và cơ chế kiểm soát nghiêm ngặt nhằm phòng, chống rửa tiền thông qua các giao dịch tài sản số, đặc biệt là giao dịch qua tài khoản cá nhân.

*Thứ ba, đầu tư phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao*

Nguồn nhân lực cần được đào tạo chuyên sâu, hội tụ kiến thức liên ngành về kinh tế, công nghệ và pháp luật để đáp ứng yêu cầu quản lý và giám sát tài sản số hiệu quả.

Một số quốc gia tiên tiến đã thiết lập các khung pháp lý chặt chẽ trong lĩnh vực này. Tại Nhật Bản, Đạo luật Phòng ngừa Chuyển tiền từ tội phạm (Act on Prevention of Transfer of Criminal Proceeds) quy định rằng các nhà cung cấp dịch vụ trao đổi tài sản mã hóa phải:

i) Xác minh thông tin định danh, địa chỉ của khách hàng và người kiểm soát tài khoản (nếu có).

ii) Kiểm tra và lưu trữ hồ sơ định danh và giao dịch trong thời gian tối thiểu 07 năm.

iii) Báo cáo các giao dịch đáng ngờ tới cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Việc áp dụng các kinh nghiệm quốc tế kết hợp với việc hoàn thiện khung pháp lý trong nước sẽ giúp Việt Nam quản lý hiệu quả hơn tài sản số, đồng thời giảm thiểu rủi ro liên quan đến rửa tiền và các hành vi bất hợp pháp khác.

### Tài liệu tham khảo

1. Bộ luật Hình sự năm 2015.
2. Luật Phòng, chống rửa tiền năm 2020.

3. *Act on Prevention of Transfer of Criminal Proceeds.*
4. <https://phaply.net.vn/nhan-dien-nhung-thach-thuc-va-mot-so-dao-luat-can-nghien-cuu-sua-doi-khi-xay-dung-khung-phap-ly-doi-voi-tai-san-so-tai-viet-nam-a257556.html>.
5. <https://notabene.id/post/nfts-the-crypto-travel-rule-are-they-regulated-virtual-assets>.
6. <https://www.ingramllp.com/the-newsroom/archive/criminal-convictions-in-the-first-ever-nft-and-cryptocurrency-insider-trading-cases>.
7. <https://www.mdpi.com/2076-0752/12/5/192>.
8. <https://thitruongtaichinhliente.vn/tai-san-ma-hoa-hon-ca-tien-ao-48549.html#:~:text=T%C3%A0i%20s%E1%BA%A3n%20m%C3%A3%20h%C3%B3a%20kh%C3%B4ng%20th%E1%BB%83%20thay%20th%E1%BA%BF%20%2D%20Non%2Dfungible,ch%C3%AD%20l%C3%A0%20m%E1%BB%99t%20d%C3%B2ng%20tweet>.
9. *The State of Crypto Travel Rule Compliance Report 2023.*
10. Bản án 22/2017/HC-ST ngày 21/9/2017 về khiếu kiện quyết định truy thu thuế.
11. Bản án phúc thẩm số 841/2023/HS-PT ngày 01/11/2023 về tội Cướp tài sản.