

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. **Lê Thị Việt Nga và Phạm Minh Đạt** - Thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản của Việt Nam dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0. **Mã số: 126.1IBMg.12** 2
Promoting Vietnams Sustainable Export of Agricultural Products Under the Impacts of Industry 4.0
2. **Nguyễn Thị Hiên** - Ứng dụng mô hình ARCH - GARCH phân tích sự biến động của chỉ số VN_Index. **Mã số: 126.1MEIS.11** 18
The Application of ARCH - GARCH Models on Analyzing the Volatility of VN_Index.

QUẢN TRỊ KINH DOANH

3. **Lê Quốc Anh và Trần Hoài Thanh** - Chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế để hội nhập cách mạng công nghiệp 4.0. **Mã số: 126.2IIEEM.22** 26
Economic Restructuring to Integrate Industrial Revolution 4.0
4. **Phạm Thị Bạch Tuyết** - Phát triển xuất khẩu của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. **Mã số: 126.2IBMg.21** 36
Vietnam's Export and Import Development in International Economic Integration
5. **Nguyễn Thị Nga** - Xây dựng và phân tích cấu trúc thị trường chuỗi cung ứng sản phẩm thủy sản: trường hợp sản phẩm cá hồng Mỹ tại khu vực Nam Trung Bộ. **Mã số: 126.2IBMg.21** 46
Setting up and Analyzing the Structure of Supply Chain Market for Aquatic Products: the Case of American Snapper in the South Central Coast Region

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

6. **Lin, Ming-Kun** - The Factors Impact on Consumer Using Mobile Payment, A Case Study in Major Metropolis In Vietnam. **Mã số: 126.3FiBa.31** 56
Các yếu tố ảnh hưởng tới người tiêu dùng sử dụng thanh toán di động điển hình nghiên cứu tại các đô thị lớn ở Việt Nam

THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU BỀN VỮNG NÔNG SẢN CỦA VIỆT NAM DƯỚI TÁC ĐỘNG CỦA CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Lê Thị Việt Nga

Trưởng Đại học Thương mại
Email: vietngaleftu@yahoo.com

Phạm Minh Đạt

Trưởng Đại học Thương mại
Email: minhdat@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 28/11/2018

Ngày nhận lại: 15/01/2019

Ngày duyệt đăng: 21/01/2019

*N*ông sản là những sản phẩm của ngành sản xuất nông nghiệp trong khi ngành này lại chịu ảnh hưởng nặng nề từ thời tiết, khí hậu và điều kiện tự nhiên. Mặt khác, trong bối cảnh hội nhập, nông sản cũng phải đối mặt với sức ép cạnh tranh gay gắt với sản phẩm từ nhiều quốc gia trên thế giới. Do vậy, xuất khẩu bền vững hàng nông sản là mục tiêu của bất kỳ quốc gia nào có lợi thế sản xuất nông nghiệp, trong đó có Việt Nam. Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ và tác động toàn diện, sâu sắc tới nhiều lĩnh vực của đời sống, làm thay đổi cách thức quản lý, giao dịch, sản xuất hàng hóa ở mọi ngành nghề, mọi quốc gia trên thế giới. Đã có nhiều nghiên cứu về tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 tới các hoạt động trong đời sống của con người, tuy nhiên chưa có nghiên cứu nào về thúc đẩy xuất khẩu bền vững hàng nông sản của Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0. Bằng các phương pháp tổng hợp, phân tích các cơ sở dữ liệu thứ cấp, bài viết này nghiên cứu về cách mạng công nghiệp 4.0 và những tác động của cách mạng 4.0 tới xuất khẩu bền vững hàng nông sản, thực trạng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam và thực trạng ứng dụng cách mạng công nghiệp 4.0 trong hoạt động xuất khẩu nông sản ở Việt Nam trong những năm vừa qua, trên cơ sở đó bài viết đánh giá tính bền vững trong hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam và đề xuất giải pháp thúc đẩy xuất khẩu bền vững hàng nông sản của Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, xuất khẩu bền vững hàng nông sản, Việt Nam

1. Cách mạng công nghiệp 4.0 và những tác động đến xuất khẩu bền vững hàng nông sản

1.1. Khái quát về cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư được ra đời với khái niệm “Công nghiệp 4.0” (Industry 4.0), lần đầu tiên xuất hiện tại Đức năm 2011 và

trở thành phổ biến tại Diễn đàn kinh tế thế giới ở Davos năm 2015. Theo GS Klaus Schwab, Chủ tịch Diễn đàn Kinh tế Thế giới, cách mạng công nghiệp 4.0 là “một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, internet kết nối vạn vật (IoT) và internet của

các dịch vụ (IoS)". Về cơ bản, cách mạng công nghiệp lần thứ tư đặc trưng bởi sự hợp nhất, không có ranh giới giữa các lĩnh vực công nghệ: (1) Công nghệ kỹ thuật số, lĩnh vực tập trung phát triển và ứng dụng trí tuệ nhân tạo (Artificial Interligence - AI), vạn vật kết nối (Internet of Thing - IoT) và dữ liệu lớn (Big Data); (2) Công nghệ sinh học: lĩnh vực nghiên cứu để tạo ra những phương pháp và kỹ thuật mới trong phát triển nông nghiệp, thủy sản, y dược, chế biến thực phẩm, bảo vệ môi trường, năng lượng tái tạo, hóa học và vật liệu; (3) Lĩnh vực vật lý: lĩnh vực nghiên cứu và thiết kế robot thế hệ mới, máy in 3D, phương tiện giao thông tự lái, các vật liệu mới thay thế cho vật liệu tự nhiên và phát triển công nghệ Nano (Almada-Lobo, 2015).

Cách mạng công nghiệp 4.0 được đánh giá là bước đột phá lớn về tốc độ phát triển, phạm vi và mức độ tác động, mở ra kỷ nguyên mới với sự gia tăng mạnh mẽ về đầu tư, năng suất và mức sống. Nhờ khả năng kết nối hàng tỷ người trên thế giới thông qua các thiết bị di động và khả năng tiếp cận với cơ sở dữ liệu lớn (big data), những tính năng xử lý thông tin sẽ được nhân lên bởi những đột phá công nghệ trong các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo, công nghệ người máy, vạn vật kết nối, xe tự lái, công nghệ in 3D, công nghệ nano, công nghệ sinh học, khoa học vật liệu, lưu trữ năng lượng và tính toán lượng tử... Vì vậy, cách mạng công nghiệp 4.0 đang làm biến đổi hầu hết các lĩnh vực ở mọi quốc gia cả về bề rộng lẫn chiều sâu, trong toàn bộ các hệ thống sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng và làm thay đổi phương thức quản lý, quản trị ở các quốc gia trên thế giới.

1.2. Xuất khẩu bền vững hàng nông sản

Năm 1980, lần đầu tiên xuất hiện thuật ngữ "phát triển bền vững" trong ấn phẩm Chiến lược bảo tồn Thế giới (công bố bởi Hiệp hội Bảo tồn Thiên nhiên và Tài nguyên Thiên nhiên Quốc tế - IUCN) với nội dung là: "*Phát triển bền vững là sự phát triển của nhân loại không thể chỉ chú trọng tới phát triển kinh tế mà còn phải tôn trọng những nhu cầu tất yếu của xã hội và sự tác động đến môi*

trường sinh thái học". Thuật ngữ này tiếp tục được đề cập trong Báo cáo Brundtland (còn gọi là Báo cáo Our Common Future) của Ủy ban Môi trường và Phát triển Thế giới - WCED (nay là Ủy ban Brundtland) vào năm 1987, theo đó phát triển bền vững là "*sự phát triển có thể đáp ứng được những nhu cầu hiện tại mà không ảnh hưởng, tổn hại đến những khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai...*". Qua đó cho thấy phát triển bền vững được đề cập với ý nghĩa là một quá trình phát triển trong đó phải bảo đảm sự hài hòa giữa các mục tiêu về kinh tế, xã hội và môi trường. Hay nói cách khác, tính bền vững của quá trình phát triển chỉ có thể được đảm bảo dựa trên ba trụ cột: bền vững về kinh tế, bền vững về xã hội và bền vững về môi trường. Đây cũng được xem như là nguyên tắc của quá trình phát triển bền vững nói chung. Với cách tiếp cận như vậy, chúng tôi cho rằng xuất khẩu bền vững hàng nông sản là quá trình thực hiện hoạt động xuất khẩu hàng nông sản theo hướng bền vững, dựa trên 3 trụ cột cần được đảm bảo: kinh tế, xã hội và môi trường.

Thứ nhất, xuất khẩu bền vững hàng nông sản dựa trên trụ cột bền vững về kinh tế. Điều này có nghĩa hoạt động xuất khẩu hàng nông sản cần được đảm bảo tăng trưởng ổn định cả về số lượng, kim ngạch xuất khẩu và chất lượng xuất khẩu hàng nông sản, đồng thời tăng trưởng xuất khẩu hàng nông sản đóng góp ổn định vào tăng trưởng kinh tế (tăng trưởng GDP) của đất nước và có sức thu hút đầu tư mạnh mẽ. Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản qua các năm chỉ là giá trị phản ánh được phần nào tăng trưởng về mặt lượng của xuất khẩu mà chưa phản ánh được mặt chất lượng. Vì vậy, để đạt được mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu bền vững cần đảm bảo duy trì tăng trưởng xuất khẩu mang tính ổn định lâu dài, đảm bảo tăng trưởng xuất khẩu gắn liền nâng cao chất lượng của hàng hóa theo hướng ngày càng đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường, gắn liền với cơ cấu xuất khẩu theo nhóm hàng, theo mức độ chế biến, theo cơ cấu thành phần kinh tế tham gia xuất khẩu, theo cơ cấu thị trường... phù hợp

với bối cảnh thực tế. Ngoài ra, xuất khẩu hàng nông sản theo hướng bền vững cũng có nghĩa là phải đảm bảo có sự đóng góp ổn định, lâu dài vào tăng trưởng kinh tế và có sức hút tốt đối với các nhà đầu tư, bởi tăng trưởng kinh tế và vốn đầu tư chính là những yếu tố góp phần thúc đẩy và đảm bảo tăng trưởng xuất khẩu hàng nông sản theo hướng bền vững.

Thứ hai, xuất khẩu bền vững hàng nông sản dựa trên trụ cột bền vững về xã hội. Để đảm bảo xuất khẩu bền vững hàng nông sản cần phải đảm bảo trụ cột bền vững về xã hội. Theo đó, cần phải đảm bảo xuất khẩu hàng nông sản tạo việc làm cho người lao động, cải thiện thu nhập, mức sống, trình độ của người lao động, đảm bảo sức khỏe của cộng đồng và công bằng xã hội. Bởi lẽ khi việc làm ổn định, thu nhập, mức sống và trình độ của người dân được cải thiện, vấn đề sức khỏe và công bằng xã hội được đảm bảo thì đó là điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất và kinh doanh hàng nông sản. Mặt khác, những thành tựu của khoa học công nghệ chính là sản phẩm của trí tuệ con người, vì vậy khi con người được đảm bảo về thu nhập, mức sống, sức khỏe, được nâng cao trình độ thì càng có nhiều thuận lợi để đưa ra những sản phẩm trí tuệ hữu ích phục vụ phát triển nông nghiệp và thương mại hàng nông sản. Do đó, xuất khẩu hàng nông sản dựa trên trụ cột bền vững về xã hội cũng là nguyên tắc để đảm bảo xuất khẩu bền vững hàng nông sản.

Thứ ba, xuất khẩu bền vững hàng nông sản dựa trên trụ cột bền vững về môi trường. Môi trường chính là yếu tố đảm bảo duy trì sự sống, sự sinh tồn của loài người và động thực vật, vì vậy bảo vệ môi trường là việc làm cần thiết để bảo tồn và phát triển sự sống của loài người và các loài động thực vật. Do đó, xuất khẩu hàng nông sản cũng cần dựa trên trụ cột bảo vệ môi trường nhằm đảm bảo xuất khẩu bền vững. Điều này có nghĩa là mọi hoạt động từ việc khai thác, sản xuất và xuất khẩu hàng nông sản cần được quản lý theo hướng bảo tồn nguồn tài nguyên, bảo tồn các loài

động thực vật, không gây ô nhiễm môi trường và làm mất cân bằng hệ sinh thái.

Tóm lại, xuất khẩu bền vững hàng nông sản là hoạt động xuất khẩu gắn liền với việc duy trì tăng trưởng xuất khẩu ổn định, đảm bảo chất lượng hàng hóa đáp ứng ngày càng tốt hơn yêu cầu của thị trường, đảm bảo cơ cấu hợp lý về mặt hàng, thị trường, mức độ chế biến... của hàng nông sản xuất khẩu, đảm bảo đóng góp ổn định vào tăng trưởng kinh tế và có sức hút đối với nhà đầu tư, đồng thời xuất khẩu hàng nông sản cũng cần đảm bảo những lợi ích về xã hội và môi trường như tạo ra việc làm, tăng thu nhập và trình độ của người lao động, đảm bảo sức khỏe cộng đồng và công bằng xã hội, không gây tác động xấu tới môi trường, làm ô nhiễm môi trường và mất cân bằng sinh thái. Một khi xuất khẩu nông sản hướng đến việc đảm bảo hài hòa, ổn định các lợi ích về kinh tế, xã hội và môi trường thì chính những yếu tố thuộc về kinh tế, xã hội và môi trường đó lại có tác động giúp đảm bảo xuất khẩu tăng trưởng ổn định, lâu dài và bền vững.

1.3. Tác động của cách mạng công nghiệp 4.0 đến xuất khẩu bền vững hàng nông sản

Như đã trình bày ở phần trên, cách mạng công nghiệp 4.0 có sức ảnh hưởng mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực của đời sống con người, mọi hệ thống trong quá trình sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng sản phẩm ở mọi quốc gia trên thế giới. Bởi vậy, hoạt động xuất khẩu hàng nông sản theo hướng bền vững cũng chịu ảnh hưởng sâu sắc và mạnh mẽ từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Cách mạng công nghiệp 4.0 không chỉ tác động đến riêng hoạt động xuất khẩu hàng nông sản mà đã tác động từ quá trình sản xuất tạo ra các sản phẩm nông nghiệp để xuất khẩu. Cách mạng công nghiệp 4.0 giúp con người có thể số hóa các hoạt động sản xuất kinh doanh từ trang trại đến chế biến, marketing, bán hàng và tiêu dùng thông qua hệ thống kết nối internet vạn vật, kết hợp các hệ thống điều hành và tác nghiệp tập trung, kết hợp tự động hóa và trí tuệ nhân tạo, kết hợp công nghệ vật lý, công nghệ sinh học và công nghệ nano...

đảm bảo cho quá trình sản xuất - kinh doanh diễn ra liên tục, chính xác, hiệu quả và bền vững. Một cách cụ thể hơn, cách mạng công nghiệp 4.0 có những tác động cơ bản đối với hoạt động xuất khẩu bền vững hàng nông sản như sau:

- Cách mạng công nghiệp 4.0 giúp đa dạng hóa sản phẩm nông nghiệp và nâng cao chất lượng của sản phẩm. Đặc biệt, dưới tác động của công nghệ sinh học, những giống cây trồng và vật nuôi mới được ra đời có khả năng thích nghi với hoàn cảnh biến đổi khí hậu, nước nhiễm mặn, có khả năng tạo ra năng suất và sản lượng cao hơn, chất lượng tốt hơn. Đây chính là một trong những điều kiện quan trọng để đảm bảo tăng trưởng xuất khẩu hàng nông sản theo hướng ổn định, bền vững.

- Cách mạng công nghiệp 4.0 giúp tối ưu hóa toàn bộ quá trình từ lựa chọn nguyên liệu/giống, nuôi trồng, khai thác, thu hoạch, chế biến, sản xuất, bảo quản, phân phối sản phẩm; giúp kiểm soát chất lượng từ khâu lựa chọn nguyên liệu/giống đến sản phẩm cuối cùng, từ đó cũng góp phần tăng sản lượng, đảm bảo chất lượng của sản phẩm và nâng cao giá trị kinh tế của sản phẩm.

- Cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ tác động làm thay đổi cơ cấu hàng nông sản xuất khẩu, làm gia tăng những sản phẩm được chế biến sâu.

- Cách mạng công nghiệp 4.0 làm thay đổi phương thức quản lý, điều hành, tổ chức sản xuất và mua bán, vì thế làm tăng năng suất và hiệu quả của toàn bộ quá trình từ sản xuất đến lưu thông, góp phần làm giảm giá thành và tăng lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Điều này cũng góp phần thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản ra thị trường thế giới.

- Cách mạng công nghiệp 4.0 khiến thông tin được chia sẻ một cách dễ dàng, rộng rãi, đồng thời cũng được quản lý một cách chặt chẽ, chính xác. Vì thế, liên kết giữa các thành phần của chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu, trong đó có các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, trở nên dễ dàng hơn, chặt chẽ hơn, hoạt động của chuỗi trở nên liên tục, hiệu quả, từ đó giúp tối ưu hóa chi phí

và giá thành sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm, giảm thiểu những sản phẩm bị lỗi, hư hỏng và doanh nghiệp có cơ sở để cam kết chất lượng của sản phẩm với người tiêu dùng. Đây là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp xuất khẩu nông sản giữ vững nguồn hàng và thị trường xuất khẩu khi thực hiện mục tiêu xuất khẩu bền vững hàng nông sản.

- Cách mạng công nghiệp 4.0 giúp các doanh nghiệp có điều kiện thực hiện tốt hơn trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất và kinh doanh hàng nông sản, bao gồm trách nhiệm đối với khách hàng thông qua việc cung cấp đầy đủ và đúng chất lượng sản phẩm, trách nhiệm đối với đối tác trong việc thực hiện đúng những cam kết về sản phẩm, trách nhiệm với người lao động thông qua việc đảm bảo an toàn lao động, đảm bảo thu nhập và nâng cao trình độ của người lao động, trách nhiệm trong việc bảo vệ môi trường thông qua việc hạn chế những tác động thiệt hại đối với môi trường bằng cách đầu tư hệ thống máy móc thiết bị, dây chuyền sản xuất thân thiện môi trường hoặc sử dụng những vật liệu, bao bì thân thiện môi trường... Với việc thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp góp phần khẳng định vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập, góp phần đảm bảo thực hiện xuất khẩu hàng nông sản một cách ổn định, bền vững.

- Ngoài ra, cách mạng công nghiệp 4.0 góp phần cải thiện cơ chế, chính sách quản lý cũng như cách thức điều hành quản lý của Nhà nước, trong đó có những chính sách liên quan sản xuất và xuất khẩu nông sản theo hướng phù hợp với bối cảnh mới, bối cảnh của cách mạng công nghệ 4.0. Nhờ đó, xuất khẩu hàng nông sản có cơ hội được tạo thuận lợi và thúc đẩy tăng trưởng cả về lượng và chất, đồng thời đảm bảo hài hòa lợi ích kinh tế, xã hội và môi trường.

Như vậy, cách mạng công nghiệp 4.0 tác động mạnh mẽ, sâu sắc, toàn diện đến toàn bộ chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng nông sản nói chung và các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản nói riêng,

làm thay đổi về chủng loại sản phẩm theo hướng đa dạng hóa và có sự ra đời của những sản phẩm có khả năng thích nghi với biến đổi khí hậu, có khả năng tạo ra năng suất và sản lượng cao, chất lượng tốt, thân thiện môi trường; làm thay đổi phương thức tổ chức sản xuất, quản lý, điều hành của doanh nghiệp, làm tăng cường tính liên kết giữa các thành phần trong chuỗi, từ đó giúp kiểm soát và đảm bảo chất lượng của sản phẩm, nâng cao năng suất và hiệu quả hoạt động cũng như làm tăng năng lực cạnh tranh cho sản phẩm. Đó là điều kiện cơ bản để có hàng nông sản đảm bảo số lượng và chất lượng cho việc xuất khẩu theo hướng ổn định. Ngoài ra, cách mạng công nghiệp 4.0 cũng tác động tới việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong đó có những doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, giúp các doanh nghiệp có nhiều thuận lợi hơn để cung cấp những sản phẩm có chất lượng tới người tiêu dùng và thân thiện với môi trường, đảm bảo sức khỏe của cộng đồng và bảo vệ môi trường sinh thái. Cách mạng công nghiệp 4.0 cũng làm thay đổi cơ chế, chính sách, cách thức quản lý của Nhà nước, tạo thuận lợi thúc đẩy các doanh nghiệp xuất khẩu nhưng đảm bảo hài hòa những lợi ích về kinh tế, xã hội và môi trường. Vì vậy, có thể nói cách mạng công nghiệp 4.0 có tác động quan trọng đến việc thực hiện xuất khẩu hàng nông sản bền vững.

2. Thực trạng ứng dụng công nghệ 4.0 trong xuất khẩu nông sản của Việt Nam

2.1. Khái quát về xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong thời gian qua

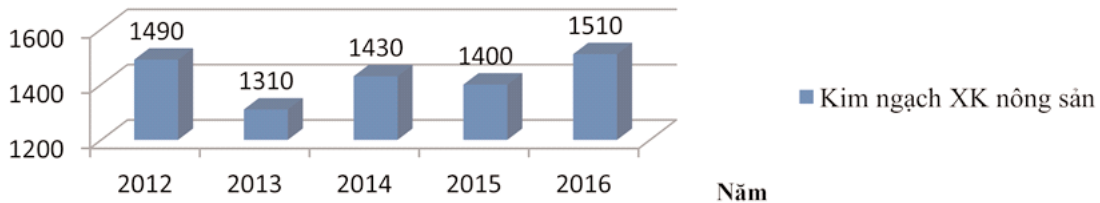
Việt Nam là quốc gia có lợi thế và tiềm năng trong việc phát triển sản phẩm nông nghiệp, đặc biệt là những sản phẩm nhiệt đới. Các sản phẩm nông nghiệp của Việt Nam đa dạng, phong phú và đã được xuất khẩu tới nhiều thị trường trên thế giới. Việc Việt Nam gia nhập WTO và ký kết các thỏa thuận thương mại tự do với các nước cũng mở ra nhiều cơ hội đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Trong giai đoạn 2007-2012, nhiều ngành nghề trong nước gặp khó khăn trong hoạt động xuất khẩu do ảnh hưởng của suy thoái kinh

tế và khủng hoảng tài chính bắt nguồn từ Mỹ vào giữa năm 2008, song xuất khẩu nông sản vẫn giữ được mức tăng trưởng qua các năm. Trong đó có thể kể đến tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu của gạo, hồ tiêu và chè lần lượt đạt 19,8%/năm, 23,9%/năm và 11%/năm trong giai đoạn 2007-2012, cao hơn nhiều so với tỷ lệ tăng trưởng lần lượt 15,4%/năm, 15,4%/năm và 7,2%/năm trong giai đoạn 2001-2006. Tính đến năm 2017, nông sản Việt Nam được xuất khẩu đến 180 nước trên thế giới và nằm trong top 15 quốc gia xuất khẩu nông sản lớn nhất. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản (bao gồm những mặt hàng chủ lực) của Việt Nam trong giai đoạn 2012-2016 được thể hiện tại Biểu đồ 1 dưới đây.

Biểu đồ trên cho thấy, tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu qua các năm chưa ổn định, năm 2012, kim ngạch xuất khẩu nông sản đạt 14,9 tỷ USD, sang năm 2013 kim ngạch xuất khẩu lao dốc xuống 13,1 tỷ USD, năm 2014 tăng lên 14,3 tỷ USD, sang năm 2015 lại giảm xuống 14 tỷ USD và đến năm 2016 tăng lên 15,1 tỷ USD. Theo Báo cáo xuất nhập khẩu của Bộ Công thương mới công bố vào tháng 3/2018, kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam năm 2017 là 17,5 tỷ USD. Cũng theo Tổng cục hải quan Việt Nam, trong giai đoạn 2012-2016, tổng kim ngạch xuất khẩu chung của cả nước vẫn đạt mức tăng trưởng khá cao (bình quân 12,8%/năm), trong khi đó xuất khẩu hàng nông sản lại gặp nhiều khó khăn, chỉ tăng trung bình 2,4%/năm. Điều này khiến cho tỷ trọng xuất khẩu nông sản giảm từ 13% năm 2012 xuống chỉ còn gần 8,6% năm 2016 trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước.

Xét về cơ cấu mặt hàng, từ năm 2012 đến nay, nhóm mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam gồm 8 nhóm mặt hàng, chủ yếu là những mặt hàng từ thực vật, chưa có mặt hàng từ động vật, trong đó có 6 nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD mỗi năm, bao gồm rau quả, cà phê, hạt điều, hạt tiêu, gạo và cao su; 2 nhóm mặt hàng có kim ngạch dưới 1 tỷ USD là

Triệu USD



Nguồn: Tổng cục hải quan.

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam giai đoạn 2012-2016

sản và sản phẩm từ sắn, chè. Điều đáng nói, trong những nhóm mặt hàng đó, rau quả là nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu liên tục tăng qua các năm, từ mức dưới 1 tỷ USD vào năm 2012 đã tăng dần đến mức 1,8 tỷ USD vào năm 2015, 2,5 tỷ USD vào năm 2016 và năm 2017 đã đạt mức kỷ lục từ trước đến nay với 3,5 tỷ USD. Chủng loại và khối lượng nhóm hàng rau quả xuất khẩu tăng qua các năm, các thị trường cũng được mở rộng hơn nhờ có việc đáp ứng ngày càng tốt hơn quy định kỹ thuật của thị trường nhập khẩu là những lý do cơ bản giúp nhóm mặt hàng này giữ được mức tăng trưởng liên tục từ năm 2012 đến nay. Hạt điều cũng là mặt hàng có kim ngạch tăng dần qua các năm, từ mức 1,5 tỷ USD vào năm 2012 đã tăng lên 2,4 tỷ USD vào năm 2015, tiếp tục tăng lên các mức 2,84 tỷ USD và 3,52 tỷ USD vào các năm 2016, 2017. Điều này được lý giải do khối lượng và giá điều xuất khẩu qua các năm liên tục tăng. Từ năm 2006 đến nay Việt Nam liên tục là nước đứng đầu về khối lượng điều xuất khẩu trên thế giới. Mặc dù kim ngạch xuất khẩu dưới 1 tỷ USD nhưng mặt hàng chè cũng có mức tăng trưởng ổn định qua các năm, kim ngạch xuất khẩu trong 3 năm gần đây lần lượt là 210 triệu USD, 217 triệu USD và 228 triệu USD. Trong khi đó, những mặt hàng còn lại có kim ngạch xuất khẩu biến động qua các năm từ năm 2012-2017. Điển hình là mặt hàng gạo có kim ngạch xuất khẩu liên tục giảm dần qua các năm từ mức 3,7 tỷ vào năm 2012 xuống mức thấp nhất trong giai đoạn này vào năm 2016 với

giá trị 2,17 tỷ USD, năm 2017 kim ngạch xuất khẩu gạo đã tăng lên mức 2,62 tỷ USD. Lý do cơ bản của việc suy giảm kim ngạch xuất khẩu gạo qua nhiều năm là do những lý do khách quan thuộc về thị trường và những lý do chủ quan, trong đó có chính sách điều hành của nhà nước trong việc xuất khẩu gạo khiến cho khối lượng xuất khẩu gạo gặp nhiều khó khăn, khối lượng xuất khẩu giảm. Ngoài ra, giá gạo trên thị trường biến động cũng là nguyên nhân khiến kim ngạch không ổn định. Tuy nhiên, năm 2017 Việt Nam đã xuất khẩu gạo với mức kim ngạch cao hơn năm trước, mặc dù chưa thể bằng năm 2012, do khối lượng và giá gạo xuất khẩu trong năm 2017 đều tăng. Mặt hàng cà phê có kim ngạch xuất khẩu cao và tăng qua các năm, song kim ngạch xuất khẩu cà phê năm 2017 đạt 3,24 tỷ USD (giảm 100 triệu USD so với năm 2016) do khối lượng cà phê xuất khẩu năm 2017 của Việt Nam giảm 19% so với năm 2016, mặc dù đây là năm giá cà phê cao hơn năm trước. Tương tự như vậy, hạt tiêu cũng có một thời gian duy trì mức tăng trưởng kim ngạch ổn định trong các năm 2012-2016 với mức tăng trưởng khối lượng xuất khẩu rất cao, tuy nhiên do giá xuất khẩu hạt tiêu năm 2017 giảm 35% so với giá năm 2016 nên làm sụt giảm kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu năm 2017, mặc dù khối lượng xuất khẩu vẫn tăng 21% so với năm trước. Cao su cũng là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu không ổn định, từ mức gần 3 tỷ USD năm 2012 đã giảm dần qua các năm xuống mức thấp nhất 1,53 tỷ USD vào năm

2015 do có sự sụt giảm cả về lượng và giá xuất khẩu, sau đó kim ngạch xuất khẩu cao su đã được cải thiện trong 2 năm gần đây ở các mức 1,67 tỷ USD năm 2016 và 2,25 tỷ USD năm 2017 do giá và lượng xuất khẩu đều tăng.

Về thị trường, các thị trường nhập khẩu nông sản chủ yếu của Việt Nam là Trung Quốc, EU, Hoa Kỳ, ASEAN, Nhật Bản, Hàn Quốc. Trong đó, Trung Quốc là thị trường đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam và cũng là thị trường đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu Cao su, rau quả, sắn và các sản phẩm từ sắn của Việt Nam. EU là thị trường đứng thứ hai về kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam với những mặt hàng chủ lực là hạt điều, cao su, rau quả. Hoa Kỳ là thị trường đứng thứ nhất về kim ngạch xuất khẩu Hồ tiêu của Việt Nam, đứng thứ hai về kim ngạch xuất khẩu cà phê và đứng thứ ba về kim ngạch xuất khẩu rau quả. Đã có 5 loại quả của Việt Nam được nhập khẩu vào thị trường này, bao gồm Thanh Long, Nhãn, Chôm Chôm, Vải, Vú Sữa. Nhật Bản là thị trường đứng thứ hai (sau Trung Quốc và trước Hoa Kỳ) về kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam, ngoài ra đây cũng là thị trường tiềm năng để xuất khẩu hạt điều và chè. Bên cạnh đó ASEAN, Hàn Quốc cũng là những thị trường tiềm năng và có nhu cầu lớn đối với nông sản của Việt Nam, đặc biệt nông sản Việt Nam được tiêu thụ trên tất cả các thị trường trong khối ASEAN.

Như vậy, có thể thấy nông sản của Việt Nam đã được xuất khẩu sang khoảng 180 thị trường trên thế giới và đang bước đầu khẳng định được vị thế tại các thị trường trong khu vực cũng như các thị trường khó tính như Nhật Bản, Hoa Kỳ, EU. Đây là điều kiện thuận lợi làm tăng khối lượng, chủng loại, kim ngạch xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong thời gian qua. Tuy nhiên, nếu nhìn lại cả một giai đoạn từ năm 2012 đến nay, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam năm 2017 chỉ tăng thêm 250 triệu USD so với năm 2012. Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu qua từng năm chưa đều và ổn định, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong năm 2016 và 2017 đã tăng lên

so với năm 2015 sau những năm có nhiều biến động mạnh 2012, 2013 và 2014. Ngoài ra, theo Tổng cục hải quan Việt Nam, trong giai đoạn 2012-2016, trong khi tổng kim ngạch xuất khẩu chung của cả nước đạt mức tăng trưởng khá cao (bình quân 12,8%/năm) thì xuất khẩu hàng nông sản lại gặp nhiều khó khăn, chỉ tăng trung bình 2,4%/năm, khiến cho tỷ trọng xuất khẩu nông sản giảm từ 13% năm 2012 xuống chỉ còn gần 8,6% năm 2016 trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước. Điều này chứng tỏ xuất khẩu nông sản của Việt Nam tuy có dấu hiệu khởi sắc về tăng trưởng kim ngạch, bước đầu thâm nhập được thị trường khó tính song vẫn gặp nhiều khó khăn khiến mức tăng trưởng chưa đủ mạnh để làm tăng tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Những khó khăn cơ bản liên quan xuất khẩu nông sản của Việt Nam thường là biến động giá cả, khối lượng hàng hóa, đặc biệt tình trạng “được mùa mất giá, được giá mất mùa” vẫn khá phổ biến, trong khi đó hàng rào kỹ thuật đối với hàng nông sản vẫn không ngừng diễn biến theo chiều hướng gia tăng và phức tạp. Ở trong nước, dịch bệnh và thiên tai cũng ngày càng phức tạp, không chỉ từ nông dân mà ngay cả các doanh nghiệp nhiều khi vẫn sử dụng những chất cấm và gây hại trong sản phẩm nông nghiệp, đó cũng là lý do cơ bản khiến nông sản chưa được nhiều thị trường chấp nhận với khối lượng lớn. Chẳng hạn, Thanh long là loại trái cây chiếm 68% kim ngạch xuất khẩu trái cây của Việt Nam, mặc dù trong nước vẫn có khối lượng lớn thanh long phải đổ bỏ nhưng vẫn không thể trở thành hàng xuất khẩu vì không đủ hàng có chất lượng tốt đáp ứng yêu cầu của thị trường nhập khẩu như Mỹ, EU, Nhật Bản. Hoặc mặc dù 95% khối lượng hồ tiêu trồng tại Việt Nam được sử dụng để xuất khẩu song nhiều khi chất lượng hồ tiêu không đảm bảo do có dư lượng carbendazim (một thành phần của thuốc chống mốc) vượt ngưỡng cho phép nên bị khách hàng nhập khẩu từ chối, làm giảm khối lượng xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam. Nếu không đáp ứng được yêu cầu của các

thị trường nhập khẩu, đặc biệt các thị trường khó tính như EU, Mỹ, Nhật Bản, nông sản của Việt Nam chủ yếu được xuất sang Trung quốc, trong khi mua bán giữa Việt Nam và Trung Quốc chủ yếu được thực hiện theo tiểu ngạch, chính điều này khiến nông sản Việt bị lệ thuộc vào một thị trường chủ yếu và tiềm ẩn nhiều rủi ro, điển hình như mặt hàng Dưa hấu đã phải trải qua nhiều năm bị dư thừa do khách hàng Trung Quốc không tiếp nhận, khi đó người Việt Nam phải tự giải cứu hàng Việt Nam tại nước Việt Nam, gây nhiều thiệt hại cho nông dân.

Ngoài ra, theo ý kiến của nhiều chuyên gia, có đến 90% nông sản của Việt Nam vẫn xuất khẩu dưới dạng thô hoặc với hàm lượng chế biến thấp, chất lượng và giá trị thấp, mẫu mã chưa hấp dẫn, giá thành sản xuất cao dẫn đến cạnh tranh kém, bị ép giá trên thị trường. Chất lượng của hàng nông sản Việt Nam không ổn định phần nhiều do sản xuất manh mún, giống chất lượng thấp, công nghệ nuôi trồng, thu hoạch, sản xuất, chế biến lạc hậu, khiến tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch vẫn ở mức cao, 14% đối với lúa gạo, 25 - 30% với chăn nuôi, rau củ quả. Do đó nếu chỉ cạnh tranh về giá thì không phải lúc nào cũng có thể cạnh tranh được và cũng không có cơ sở để đảm bảo vị thế cạnh tranh lâu dài. Để xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam thực sự xứng đáng với lợi thế, tiềm năng của đất nước, cũng như để có thể tranh thủ tối đa những cơ hội từ tiến trình hội nhập của Việt Nam, các bộ ngành, đặc biệt Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn đã bước đầu xây dựng và thực hiện các chương trình hướng đến việc phát triển bền vững sản xuất nông nghiệp để đảm bảo xuất khẩu bền vững hàng nông sản. Trong đó có việc đẩy mạnh ứng dụng cách mạng công nghiệp 4.0 trong sản xuất nông nghiệp, biến nền nông nghiệp truyền thống trở thành nền nông nghiệp 4.0 với đặc trưng là một nền sản xuất nông nghiệp dựa trên ứng dụng công nghệ cao và có thay đổi mạnh mẽ về phương thức tổ chức, quản lý, điều hành theo hướng tự động hóa nhằm tối ưu hóa quá trình sản xuất, tối ưu hóa giá thành và nâng cao năng

suất, sản lượng, chất lượng để phục vụ xuất khẩu. Phần dưới đây bài viết trình bày về thực trạng ứng dụng công nghiệp 4.0 trong sản xuất và xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

2.2. Ứng dụng cách mạng công nghiệp 4.0 trong xuất khẩu nông sản của Việt Nam

Xuất khẩu nông sản của Việt Nam lệ thuộc rất nhiều vào hai vấn đề: (i) nền sản xuất nông nghiệp trong nước, (ii) thị trường nhập khẩu hàng nông sản của Việt Nam. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, ứng dụng thành tựu của công nghệ hiện đại, thông minh trong sản xuất nông nghiệp và xuất khẩu nông sản là điều cần thiết để đảm bảo khối lượng và chất lượng cho hàng nông sản xuất khẩu đáp ứng yêu cầu của thị trường nhập khẩu, đảm bảo hiệu quả của quá trình sản xuất kinh doanh cũng như những lợi ích xã hội và môi trường. Nhằm góp phần đẩy mạnh phát triển nền nông nghiệp theo hướng hiện đại, sản xuất hàng hóa lớn, có năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh cao; đảm bảo vững chắc an ninh lương thực, thực phẩm quốc gia và gia tăng xuất khẩu, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 575/QĐ-TTg, ngày 4/5/2015 về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể khu và vùng nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đến năm 2020, định hướng đến năm 2030. Theo đó, quy hoạch khu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao bao gồm 2 khu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao là Hậu Giang và Phú Yên đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, tiếp tục xây dựng 8 khu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao đã được Ủy ban nhân dân tỉnh quyết định thành lập, bao gồm các khu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao tại các tỉnh: Thái Nguyên, Quảng Ninh, Thanh Hóa, Khánh Hòa, Lâm Đồng, Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Cần Thơ. Ngoài ra về Quy hoạch vùng nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao bao gồm: Thứ nhất, về trồng trọt, các vùng sản xuất cà phê ứng dụng công nghệ cao, tập trung tại Tây Nguyên, Tây Bắc và Bắc Trung bộ; các vùng sản xuất chè ứng dụng công nghệ cao: Sản xuất chè xanh tập trung tại Thái Nguyên, sản xuất chè

olong tập trung tại Lâm Đồng; các vùng sản xuất thanh long ứng dụng công nghệ cao tập trung tại Bình Thuận; các vùng sản xuất rau ứng dụng công nghệ cao, tập trung tại Lào Cai, Hà Nội, Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh, Lâm Đồng; các vùng sản xuất hoa ứng dụng công nghệ cao, tập trung tại Lào Cai, Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Lâm Đồng; các vùng sản xuất cây ăn quả chủ lực xuất khẩu ứng dụng công nghệ cao, tập trung tại Đông Nam bộ và đồng bằng sông Cửu Long. Thú hai, về chăn nuôi, các vùng chăn nuôi bò sữa ứng dụng công nghệ cao, tập trung tại Sơn La, Hà Nội, Nghệ An và Lâm Đồng; các vùng chăn nuôi lợn ngoại ứng dụng công nghệ cao, tập trung tại vùng đồng bằng sông Hồng và Đông Nam bộ; các vùng chăn nuôi gia cầm ứng dụng công nghệ cao, tập trung tại vùng đồng bằng sông Hồng, Đông Bắc, Bắc Trung bộ và đồng bằng sông Cửu Long. Như vậy, quyết định này có ý nghĩa quan trọng trong việc ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ hiện đại nhằm tạo ra những sản phẩm nông nghiệp có năng suất, chất lượng dựa trên lợi thế của từng vùng, tiếp tục đóng góp vào nhóm những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam để thúc đẩy xuất khẩu theo hướng bền vững.

Thực tế trong những năm vừa qua, việc sản xuất và xuất khẩu 8 nhóm mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực hiện nay của Việt Nam vẫn chủ yếu theo cách truyền thống, chưa có mô hình ứng dụng công nghệ 4.0 nào hoàn chỉnh trong hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản chủ lực của Việt Nam cho đến giai đoạn hiện nay. Những mặt hàng nông sản được coi là mang lại kim ngạch xuất khẩu cao, đóng góp tỷ trọng đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam như cà phê, hạt điều, hồ tiêu, cao su cũng chưa có mô hình hoàn chỉnh ứng dụng công nghệ cao hoặc ứng dụng công nghệ 4.0 trong sản xuất và xuất khẩu hàng hóa. Việc ứng dụng công nghệ mới chỉ được tập trung và dừng lại ở từng giai đoạn cụ thể như giai đoạn lựa chọn giống, giai đoạn tưới tiêu hoặc thu hoạch, hoặc chế biến, hoặc giao dịch xuất khẩu với đối tác nước ngoài

mà chưa có sự liên kết chặt chẽ các giai đoạn thành một hệ thống hoàn chỉnh theo hướng hiện đại, thông minh. Chẳng hạn, hạt tiêu vẫn chủ yếu được sấy theo kiểu truyền thống trải qua nhiều công đoạn, vừa tốn kém về thời gian, chi phí vừa khó đảm bảo chất lượng của sản phẩm. Để khắc phục bất cập trong giai đoạn sấy hạt tiêu, công ty TNHH cơ khí Viết Hiền đã chế tạo máy sấy tiêu DD1K có khả năng hoàn tất công đoạn sấy 600 kg hạt tiêu tươi trong thời gian 7 giờ, đảm bảo sản phẩm sau khi sấy sạch sẽ, không bị mất mùi, không bị ám mùi khói. Hoặc đối với việc trồng cà phê, một số ít hộ nông dân ở Tây Nguyên mới chỉ đầu tư hệ thống tưới tiết kiệm nước theo công nghệ Israel mà công nghệ này cũng chưa được phổ biến cho toàn vùng. Đối với mặt hàng điều, các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu hạt điều chủ yếu thu mua nguyên liệu từ nước ngoài, thực hiện gia công, sản xuất và xuất khẩu hạt điều thành phẩm. Cho đến nay, số lượng các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ 4.0 trong sản xuất và kinh doanh hạt điều rất hạn chế, điển hình một số doanh nghiệp có vốn đầu tư lớn ở Bình Phước như Công ty TNHH MTV Sản xuất và Thương mại Hoàng Hưng đã đầu tư máy bóc vỏ lụa hạt điều với công suất 200-300kg/giờ. Nhờ thiết bị này mà tốc độ bóc vỏ hạt điều trong quy trình được cải thiện đáng kể, thành phẩm không chỉ có chất lượng cao mà còn đáp ứng được thị hiếu của người tiêu dùng. Hoặc Công ty TNHH Sản xuất và Thương mại Phúc An đã mạnh dạn đầu tư hàng chục tỷ đồng vào hệ thống xông trùng công nghệ Hà Lan, đây là công nghệ xông trùng không sử dụng bất cứ loại thuốc hay hóa chất nào, mà sử dụng khí CO₂ để loại bỏ nhiễm ký sinh trùng trên sản phẩm một cách tự nhiên, vì thế đảm bảo 100% chất lượng VSATTP, đủ tiêu chuẩn xuất khẩu tới những thị trường khó tính nhất trên toàn thế giới... Đối với mặt hàng chè, mặc dù Việt Nam đứng thứ năm trên thế giới về xuất khẩu chè song mô hình sản xuất chè theo công nghệ hiện đại còn hạn chế, các doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư vào sản xuất, chế biến chè công nghệ cao cho tiêu

dùng trong nước và xuất khẩu chưa nhiều. Chỉ có một số ít doanh nghiệp sử dụng hệ thống tự động hóa quá trình chế biến và bảo quản chè như công ty chè Lâm Đồng, công ty chè Long Phú. Việc ứng dụng hệ thống tự động hoá vào quy trình chế biến chè giúp năng suất của các nhà máy tăng cao, chất lượng đầu trộn cao và đồng đều, đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm. Trong đó, nguyên liệu được cân tự động, đảm bảo chất lượng của khâu lên men, giảm được số lao động trực tiếp tại tất cả công đoạn. Ngoài ra, hệ thống cho phép cung cấp sản phẩm theo đơn đặt hàng hoặc bán trực tiếp theo hợp đồng chuyển giao.

Bên cạnh đó, một số nông sản của Việt Nam bước đầu được sản xuất theo cách ứng dụng công nghệ 4.0 và có chất lượng đáp ứng yêu cầu tại các thị trường khó tính, có thể kể đến như gạo, rau quả, các sản phẩm sữa. Đối với mặt hàng gạo, nhiều vùng canh tác lúa ở miền Bắc và miền Nam đã ứng dụng quy trình tưới tiết kiệm nước, bón phân viên, phân nhả chậm thông minh (bón 1 lần đủ dinh dưỡng cả vụ cho cây trồng), hay các mô hình tưới tiết kiệm nước gắn các cảm biến điều khiển tự động. Đặc biệt, đã xuất hiện mô hình hợp tác giữa Viện Khoa học kỹ thuật nông nghiệp miền Nam với Công ty Cọp Sinh Thái sản xuất lúa gạo hữu cơ tại huyện Châu Thành (Trà Vinh), sản phẩm gạo hữu cơ của công ty này đã đạt tiêu chuẩn 100% hữu cơ theo tiêu chuẩn Mỹ, EU và Nhật Bản và được các thị trường đó chấp nhận. Đối với sản phẩm rau, một số mô hình sản xuất rau hữu cơ theo phương pháp hiện đại đã được hình thành. Chẳng hạn mô hình nhà kính, nhà lưới khá hiện đại như kiểu của Israel, kết hợp với hệ thống điều khiển hoàn toàn tự động và có kết nối với điện thoại thông minh. Điển hình như Công ty cổ phần Chè Cầu Đất Đà Lạt (Cầu Đất Farm) khởi đầu từ sản xuất nông sản sạch bằng phương pháp thủy canh, đến nay, công ty đã sở hữu trang trại ở Đà Lạt có quy mô lớn, kết nối hệ thống phát triển rau sạch bằng các giải pháp nông nghiệp thông minh, ứng dụng công nghệ kết nối vạn vật trong nhiều khâu của quy trình trồng trọt và tiêu thụ. Hệ

thống có thể tự động kiểm soát độ ẩm, nước, phân, chất lượng rau trên quy mô lớn. Nhờ hệ thống giám sát và điều khiển qua internet, con người có thể đi bất cứ đâu nhưng vẫn biết rõ tình hình trang trại. Hoặc mô hình của công ty VIFARM áp dụng khá đầy đủ các thành phần trong sản xuất rau sạch ứng dụng công nghệ thủy canh hồi lưu - Hydroponic tại Bà Rịa - Vũng Tàu và Lâm Đồng. Đó là các công nghệ tưới tiêu nhỏ giọt, công nghệ đèn LED; thiết bị kiểm soát nhiệt độ, độ ẩm, ánh sáng, thông số môi trường. Nhờ đó, năng suất rau gấp 3 lần và giá thành bằng nửa so với sản xuất truyền thống. Ngoài ra, công ty này còn sử dụng phần mềm quản lý cho phép kết nối toàn cầu cho từng bao gói sản phẩm, truy xuất được người sản xuất, nơi sản xuất, quy trình sản xuất, các vật tư đầu vào hay quy trình chế biến, thời gian bảo quản thông qua hạ tầng mạng internet. Ở miền Bắc cũng có một số mô hình trồng rau quả ứng dụng công nghệ cao, điển hình là mô hình trang trại nông nghiệp công nghệ cao DELCO do Công ty CP đầu tư xây dựng DELCO đầu tư xây dựng ở Thuận Thành (Bắc Ninh) cho phép sản xuất rau sạch, trứng gà sạch, dưa lưới sạch. Mô hình trang trại thông minh DELCO được xây dựng, thiết kế theo tiêu chuẩn công nghệ cao, tiên tiến nhất hiện nay của Israel và Nhật Bản. Tất cả hệ thống nuôi trồng được quản lý tự động bằng phần mềm máy tính, hạn chế thấp nhất sức lao động của con người đồng thời bảo đảm chất lượng các sản phẩm ở mức cao đạt tiêu chuẩn cho phép. Toàn bộ các sản phẩm do trang trại sản xuất đều có mã truy xuất nguồn gốc (QR code) để kiểm tra xuất xứ, quy trình sản xuất của sản phẩm. Mặc dù sản phẩm của trang trại hiện nay được cung cấp cho thị trường trong nước song doanh nghiệp này đang tiếp tục thực hiện mục tiêu nâng cấp và mở rộng hệ thống trang trại để có thể đảm bảo sớm có sản phẩm xuất khẩu trong thời gian tới.

Đối với các sản phẩm sữa, hiện nay ở trong nước đang có hai doanh nghiệp đi đầu trong việc ứng dụng công nghệ 4.0 trong mô hình sản xuất và xuất khẩu sữa, đó là Vinamilk và TH true milk.

Tại Công ty Cổ phần sữa Việt Nam (Vinamilk), bò sữa chủ yếu được nhập khẩu từ các nước có nguồn giống tốt, cho năng suất sữa cao, chất lượng như New Zealand, Australia... Mỗi con bò được gắn chip điện tử để thuận tiện trong việc truy xuất nguồn gốc và theo dõi sức khỏe, kiểm soát thời kỳ phối giống, phát hiện bệnh cùng với việc theo dõi các hoạt động thường ngày của chúng... Chuồng trại theo thiết kế có hệ thống mái được áp dụng công nghệ chống nóng bằng tôn lạnh với lớp nguyên liệu cách nhiệt, trong chuồng được bố trí hệ thống quạt làm mát phun tẩm tự động; hệ thống dự trữ thức ăn, chế biến thức ăn được đầu tư hết sức đồng bộ, khẩu phần ăn được lập bằng máy tính và riêng cho từng loại bò; hệ thống kiểm soát chất lượng sản phẩm, quản lý đàn, hỗ trợ sinh sản, giám sát sức khỏe cũng hoàn toàn tự động, điều khiển bằng máy tính và các dữ liệu được truyền tải về trụ sở chính. Công việc vệ sinh, xử lý chất thải, hệ thống dọn phân tự động bảo vệ môi trường cũng áp dụng các công nghệ tiên tiến nhất của thế giới... Năm 2016, Vinamilk mở rộng tổ hợp các trang trại bò sữa công nghệ cao tại Thanh Hóa. Tổ hợp được đầu tư xây dựng với công nghệ và máy móc thiết bị hiện đại nhất của thế giới trong lĩnh vực chăn nuôi bò sữa: công nghệ chăn nuôi tiên tiến giúp tối ưu hóa công việc vận hành khi trang trại đi vào hoạt động, hệ thống làm mát dạng phun tẩm tự động, hệ thống dự trữ thức ăn, chế biến thức ăn được đầu tư hết sức đồng bộ, hệ thống kiểm soát chất lượng sản phẩm, quản lý đàn, hỗ trợ sinh sản, giám sát sức khỏe cũng hoàn toàn tự động, điều khiển bằng máy tính và các dữ liệu được truyền tải về trụ sở chính của công ty tại Thành phố Hồ Chí Minh. Ngoài ra, Vinamilk mới hoàn thành xây dựng hai siêu nhà máy sữa. Trong đó, nhà máy sữa bột Việt Nam được xây dựng tại Khu công nghiệp Việt Nam - Singapore tỉnh Bình Dương trên diện tích 6 ha. Mỗi năm, sản lượng sữa bột cung ứng ra thị trường vào khoảng 54.000 tấn, cao gấp 4 lần công suất hiện có của Vinamilk. Nhà máy này được trang bị hệ thống khép kín, tự động hóa hoàn toàn từ khâu chế biến đến đóng lon,

thùng, bảo đảm tuyệt đối an toàn vệ sinh thực phẩm. Nhà máy thứ hai đặt tại Khu công nghiệp Mỹ Phước, tỉnh Bình Dương trên diện tích đất rộng 20 ha, cung ứng ra thị trường giai đoạn một khoảng 400 triệu lít sữa mỗi năm - tương đương với tổng lượng sữa sản xuất từ 9 nhà máy của Vinamilk hiện nay. Cả hai nhà máy này đều có quy trình sản xuất hoàn toàn tự động hóa với sự hoạt động của 19 robot tại nhà máy, bao gồm nhóm robot đảm nhận vận chuyển bao bì từ kho sang phòng rót, nhóm vận chuyển bao bì sang phòng lắp máy để đóng gói sản phẩm và cuối cùng là những robot mang thành phẩm về kho thông minh. Tất cả robot đều sử dụng công nghệ điều khiển lazer, hiệu quả hoạt động cao so với lao động chân tay. Ngoài ra, Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam (Vinamilk) còn sử dụng Hệ thống thông tin quản trị nguồn lực doanh nghiệp (ERP) theo chuẩn quốc tế, triển khai tại 15 điểm, bao gồm vận hành sản xuất tập trung, quản lý tồn kho, kết hợp chặt chẽ giữa sản xuất với bán hàng, phân phối, giúp Vinamilk nâng cao hiệu quả hoạt động, giảm chi phí, cải thiện năng lực cạnh tranh trong nước và quốc tế. Với sự quyết tâm mạnh mẽ trong việc ứng dụng công nghiệp 4.0 vào hoạt động sản xuất kinh doanh, Vinamilk tiếp tục giữ vững vị thế đứng đầu về thị phần tại thị trường trong nước và mở rộng thị trường xuất khẩu bằng những sản phẩm đảm bảo chất lượng đáng tin cậy với quy trình khép kín, hoạt động hiệu quả dựa trên những công nghệ hiện đại và tự động hóa cao. Có thể thấy đây là mô hình ứng dụng khá hoàn chỉnh công nghiệp 4.0 trong nông nghiệp tại Việt Nam, tạo nên một chuỗi kinh doanh từ trang trại đến nhà máy sản xuất, xuất khẩu, tiêu thụ với sự đầu tư mạnh mẽ công nghệ hiện đại, thông minh nhằm nâng cao tính tự động trong toàn bộ hệ thống, đảm bảo tính chính xác trong từng công việc, tính liên kết chặt chẽ giữa các công việc và sự kết nối có tính bao phủ rộng rãi. Đây chính là nền tảng giúp doanh nghiệp giữ vững vị thế cạnh tranh tại thị trường trong nước và đưa sản phẩm xuất khẩu có chất lượng ra thị trường nước ngoài.

Thực tế tại Việt Nam hiện nay, rất ít những doanh nghiệp kinh doanh hàng nông sản có mô hình như Vinamilk. Điều đáng nói, ngay cả khi doanh nghiệp chưa có đủ nguồn lực tài chính, con người để ứng dụng công nghệ 4.0 theo mô hình đó thì bản thân các doanh nghiệp trong và ngoài nước, các hộ nông dân, trang trại cũng chưa có được sự kết nối chặt chẽ với nhau dựa trên nền tảng công nghệ để đảm bảo đầu ra cho sản phẩm xuất khẩu.

Như vậy, xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong thời gian qua đã đạt được những mức tăng trưởng nhất định. Một trong những yếu tố góp phần vào sự tăng trưởng đó là sự cải thiện về chất lượng của hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam do các doanh nghiệp trong nước bước đầu mạnh dạn, quyết tâm trong ứng dụng công nghệ hiện đại trong hoạt động sản xuất và phân phối sản phẩm, điển hình là nhóm mặt hàng rau quả, các sản phẩm sữa. Nhìn chung, việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào sản xuất và xuất khẩu nông sản của Việt Nam chưa hoàn chỉnh, đồng bộ ở các nhóm mặt hàng, các địa phương. Mặc dù Đảng và Nhà nước đã quan tâm và tạo điều kiện để thúc đẩy xuất khẩu nông sản theo hướng bền vững dựa trên nền tảng nông nghiệp 4.0 song do hạn chế về vốn, nguồn nhân lực nên việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào xuất khẩu nông sản chủ yếu đang diễn ra mạnh mẽ nhất ở nhóm mặt hàng rau quả, bên cạnh đó những nhóm mặt hàng khác như gạo, các sản phẩm từ lĩnh vực chăn nuôi bước đầu có những mô hình kinh doanh hiện đại, thông minh song chưa phổ biến và hạn chế hơn cả có lẽ là việc sản xuất và kinh doanh các nhóm mặt hàng cà phê, hồ tiêu, cao su vì chưa có mô hình hoàn chỉnh điển hình nào về ứng dụng công nghệ 4.0 trong sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng này.

3. Đánh giá về tính bền vững trong hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam

Đặc thù của hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong những năm qua là dựa trên một nền nông nghiệp chủ yếu phát triển theo số lượng, dựa vào tài nguyên và lao động, sử dụng quá

nhiều hóa chất nên chi phí vật tư quá cao, hiệu quả thấp, chất lượng của nhiều mặt hàng không đảm bảo nên phần nào có ảnh hưởng đến khối lượng và kim ngạch xuất khẩu. Mặt khác, hạ tầng cơ sở để có thể ứng dụng kết nối vạn vật ở nước ta chưa đồng bộ, quy mô sản xuất nhỏ lẻ, trình độ dân trí rất chênh lệch giữa các vùng miền, trình độ ứng dụng công nghệ trong nông nghiệp nhìn chung còn thấp, việc áp dụng công nghệ vì thế còn manh mún, tự phát, đặc biệt tồn tại một bất cập lớn là người làm nông nghiệp thì không giỏi công nghệ, người giỏi công nghệ thì không làm được nông nghiệp, tính liên kết và hợp tác giữa các bên còn yếu kém và hạn chế nên dẫn đến tình trạng khó khăn trong xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam là thiếu hàng đảm bảo chất lượng, từ đó khó có cơ sở để đảm bảo xuất khẩu bền vững. Nhìn lại quá trình thực hiện hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong thời gian qua theo cách tiếp cận xuất khẩu bền vững, chúng tôi nhận thấy những đặc điểm như sau.

Tính bền vững về kinh tế trong hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Qua phân tích về thực trạng xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong thời gian qua cho thấy xuất khẩu nông sản có tăng về kim ngạch xuất khẩu song không ổn định qua các năm, sản phẩm nông sản xuất khẩu chủ yếu là hàng tươi sống hoặc sơ chế, chưa có nhiều sản phẩm chế biến sâu. Ngoài ra, nông sản xuất khẩu chủ yếu là sản phẩm của lĩnh vực trồng trọt, sản phẩm của lĩnh vực chăn nuôi chưa có đóng góp nhiều vào kim ngạch xuất khẩu nông sản, điển hình là 8 nhóm mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam chỉ bao gồm những sản phẩm từ thực vật. Bên cạnh đó, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nông sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam có xu hướng giảm từ năm 2012 đến nay. Điều này chứng tỏ tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nông sản thấp hơn so với các hàng hóa khác. Do đặc thù sản xuất nông nghiệp của Việt Nam trong thời gian qua vẫn nặng theo phương pháp truyền thống, quy mô nhỏ lẻ, thiếu liên kết giữa doanh nghiệp với nông dân, phụ

thuộc nhiều vào thiên nhiên và thị trường nên hiệu quả đầu tư trong nông nghiệp thấp, sản lượng và chất lượng không ổn định. Thêm vào đó, khả năng tham gia chuỗi giá trị nông sản toàn cầu của các doanh nghiệp Việt Nam còn hạn chế. Bản thân các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu nông sản của Việt Nam cũng chưa tạo ra được tính liên kết bền chặt với nguồn cung cấp và thị trường nhập khẩu. Thu hút đầu tư FDI vào lĩnh vực nông nghiệp rất chậm và hạn chế do đây cũng là lĩnh vực nhiều rủi ro. Tuy nhiên, trong một số năm trở lại đây, các đối tác từ Nhật Bản, Hàn Quốc... đã gia tăng hoạt động đầu tư FDI vào lĩnh vực nông nghiệp ở Việt Nam để tạo ra những sản phẩm nông sản sạch đưa về chính quốc hoặc xuất khẩu tới các thị trường khác. Từ những điều đó cho thấy xuất khẩu nông sản của Việt Nam thực sự chưa có cơ sở để khẳng định đã đảm bảo tính bền vững về kinh tế.

Tính bền vững về xã hội trong hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong những năm qua góp phần làm cải thiện đời sống của người lao động tại các doanh nghiệp và những người lao động trực tiếp tại các trang trại, hộ nông dân... Tuy nhiên, do xuất khẩu nông sản không ổn định vì phụ thuộc vào nhiều yếu tố như điều kiện khí hậu thời tiết, biến động cung cầu và giá cả trên thị trường, dịch và bệnh, thay đổi về cơ chế chính sách, hàng rào kỹ thuật tại thị trường nhập khẩu... nên đời sống của những người lao động, đặc biệt là đời sống của nông dân, cũng có nhiều biến động. Mặt khác, việc ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ chưa đồng đều giữa các vùng miền, lĩnh vực cũng là lý do khiến kết quả sản xuất và kinh doanh hàng nông sản còn gặp nhiều khó khăn, từ đó khiến trình độ lao động chưa được phát triển toàn diện, đồng bộ. Đặc biệt, lực lượng lao động tham gia hoạt động sản xuất và kinh doanh hàng nông sản cũng chưa được chuẩn hóa cả về kiến thức, kỹ năng, thái độ, điều này dẫn đến chất lượng lao động không đảm bảo, không đồng đều. Ngoài ra, ở nhiều vùng sản xuất, có thể do nhận thức hoặc tâm lý chủ quan hoặc do chưa ứng

dụng tốt thành tựu khoa học công nghệ, cũng có thể do hạn chế về tài chính hoặc do quy mô sản xuất nhỏ lẻ, hoặc chưa được chia sẻ kinh nghiệm và kiến thức cần thiết, cũng như thiếu sự quản lý sát sao của cơ quan chức năng nên người lao động không chú ý đến an toàn lao động, an toàn đến sức khỏe của người lao động cũng như của cộng đồng, tình trạng sử dụng chất cấm, chất gây hại trong quá trình sản xuất khá phổ biến dẫn đến ảnh hưởng nghiêm trọng tới người lao động và người sử dụng sản phẩm. Suy rộng ra, điều này không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm làm thiệt hại về kinh tế do không đảm bảo yêu cầu quy định của thị trường nước nhập khẩu mà còn ảnh hưởng đến sức khỏe của người lao động và người tiêu dùng trong nước, sức khỏe của cộng đồng bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Do vậy, nếu xuất khẩu nông sản của Việt Nam vẫn chỉ dựa trên một nền sản xuất nông nghiệp theo phương pháp truyền thống là chủ yếu, quy mô sản xuất nhỏ lẻ và phân tán, thiếu liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp, hộ nông dân và các cơ quan quản lý chức năng, không ứng dụng một cách toàn diện và phổ biến thành tựu khoa học công nghệ, không đảm bảo quy trình sản xuất, bảo quản, phân phối sản phẩm được thực hiện theo chuẩn mực nhất định thì sẽ làm cho kết quả kinh doanh không ổn định, từ đó khiến đời sống của người lao động cũng không ổn định, trình độ lao động không được nâng cao, đời sống sức khỏe của cộng đồng bị ảnh hưởng bởi những hóa chất độc hại được sử dụng trong quá trình nuôi trồng và sản xuất sản phẩm nông nghiệp. Hay nói cách khác, xuất khẩu nông sản trong điều kiện như vậy không thể đảm bảo tính bền vững về mặt xã hội.

Tính bền vững về bảo vệ môi trường trong hoạt động xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Để có sản phẩm nông nghiệp cho xuất khẩu cần phải có quá trình nuôi trồng và sản xuất. Chính quá trình nuôi trồng và sản xuất đó luôn có hoạt động tác động đến môi trường đất, nước, không khí và có tác động đến nguồn tài nguyên. Vì vậy, nếu thúc đẩy xuất khẩu nông sản mà không coi trọng tác

động của hoạt động nuôi trồng và sản xuất sản phẩm nông sản xuất khẩu thì sẽ gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến môi trường. Thực tế cho thấy trong thời gian dài vừa qua, phương tiện sản xuất trong lĩnh vực nông nghiệp ở Việt Nam còn lạc hậu, việc sử dụng các loại phân bón, hóa chất bảo vệ thực vật không đúng quy cách và quá mức nhằm tăng năng suất cây trồng không chỉ gây độc cho gia súc, gia cầm và gây độc trực tiếp cho người nông dân, để lại dư lượng chất độc trong nông sản gây ngộ độc thực phẩm cho người tiêu dùng mà chính những hóa chất đó đã gây ô nhiễm môi trường đất, nước, không khí, làm tăng mức độ quen thuốc, tăng tính chống thuốc ở các loài sâu bệnh, thúc đẩy việc hình thành các quần thể sâu bệnh kháng thuốc, tiêu diệt nhiều loài sinh vật có ích trong các hệ sinh thái nông nghiệp, nhất là các loài côn trùng thiên địch, các loài côn trùng ăn sâu hại, phá vỡ nguyên tắc tự cân bằng trong phát triển loài. Vì vậy, sản xuất nông nghiệp nói chung và hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản nói riêng ở Việt Nam cũng có tác động mạnh mẽ gây ô nhiễm môi trường, khiến cho hoạt động xuất khẩu nông sản cũng khó có thể được đảm bảo tăng trưởng ổn định, bền vững.

Tóm lại, phát triển sản xuất, xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong những năm qua đã góp phần tăng trưởng kinh tế, nâng cao đời sống xã hội, xóa đói, giảm nghèo... Tuy nhiên, còn tiềm ẩn nhiều nguy cơ gây ảnh hưởng sức khỏe cộng đồng, ô nhiễm môi trường, cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên, làm nảy sinh nhiều vấn đề xã hội phức tạp. Do vậy, để xuất khẩu nông sản của Việt Nam phát triển phù hợp với lợi thế và tiềm năng của đất nước, đảm bảo bền vững về lâu về dài, cần có nhiều giải pháp đồng bộ, đặc biệt là những giải pháp phù hợp với bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 bởi lẽ chính cuộc cách mạng này đang có sức lan tỏa mạnh mẽ, có nhiều tác động tích cực làm thay đổi phương pháp và quy trình sản xuất kinh doanh theo hướng nâng cao hiệu quả, cải thiện chất lượng của sản phẩm, làm tăng năng

suất và sức cạnh tranh cho doanh nghiệp. Đồng thời, trước sự lan tỏa mạnh mẽ đó, dường như ứng dụng cách mạng công nghiệp 4.0 trong sản xuất và xuất khẩu nông sản của Việt Nam là tất yếu, một thực tế không thể né tránh để đảm bảo xuất khẩu bền vững trong bối cảnh hội nhập. Dưới đây là những giải pháp cần thực hiện để thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản của Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

4. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu bền vững nông sản Việt Nam dựa trên nền tảng cách mạng công nghiệp 4.0

Thứ nhất, Nhà nước tiếp tục mở rộng quy hoạch và tạo thuận lợi cho các khu, vùng nông nghiệp công nghệ cao nhằm tạo ra những sản phẩm mà Việt Nam có lợi thế dựa trên việc ứng dụng thành tựu của khoa học công nghệ. Bằng cách này, Việt Nam sẽ giải quyết được tình trạng sản xuất nông nghiệp manh mún, nhỏ lẻ như hiện nay, đồng thời giúp nông sản của Việt Nam được đảm bảo cả về số lượng và chất lượng hơn do được tạo ra từ những khu, vùng có quy hoạch rõ ràng, cụ thể dựa trên sự kết hợp những điều kiện thuận lợi về tự nhiên, khí hậu với thành tựu của khoa học công nghệ, từ đó giúp hàng nông sản của Việt Nam khẳng định được tên tuổi, năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế và có sức hút tốt hơn đối với khách hàng và nhà đầu tư nước ngoài. Điều này góp phần thực hiện thúc đẩy xuất khẩu theo hướng bền vững hàng nông sản của Việt Nam trong tương lai.

Thứ hai, tiếp tục đẩy mạnh nghiên cứu và đầu tư ứng dụng thành tựu của khoa học công nghệ nhằm đa dạng hóa chủng loại và nâng cao chất lượng hàng nông sản. Đây là giải pháp cơ bản để Việt Nam có nguồn hàng nông sản xuất khẩu đáp ứng sự đa dạng nhu cầu của các thị trường cũng như đáp ứng yêu cầu về chất lượng, đặc biệt các thị trường nhập khẩu khó tính - nơi không chỉ đưa ra những yêu cầu đối với chất lượng sản phẩm mà còn đưa ra những yêu cầu

đối với quy trình nuôi, trồng, chăm sóc, thu hoạch... với những quy định rất khắt khe. Ngoài ra, việc ứng dụng thành tựu của khoa học công nghệ cũng phải gắn liền mục đích nhằm điều chỉnh cơ cấu hàng nông sản theo hướng gia tăng những mặt hàng nông sản chế biến sâu nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu hàng nông sản. Thực hiện giải pháp này đòi hỏi phải có sự phối kết hợp chặt chẽ giữa các viện, các trường, các nhà khoa học ở trong và ngoài nước với các nhà sản xuất, doanh nghiệp; đồng thời cần một cơ chế chính sách hỗ trợ tài chính của nhà nước cho hoạt động nghiên cứu và ứng dụng thành tựu của khoa học công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp.

Thứ ba, mở rộng và phát triển mô hình sản xuất nông nghiệp dựa trên nền tảng cách mạng công nghiệp 4.0 nhằm phát triển nền nông nghiệp Việt Nam theo hướng hiện đại, thông minh, bền vững, đảm bảo nền sản xuất nông nghiệp sạch, thân thiện với môi trường và tạo ra sản phẩm an toàn, chất lượng, đồng thời giúp tối ưu hóa quá trình nuôi trồng, khai thác, chế biến, sản xuất, xuất khẩu sản phẩm, đảm bảo chất lượng, nâng cao năng suất và năng lực cạnh tranh của sản phẩm nông sản xuất khẩu. Bởi lẽ nền tảng cách mạng 4.0 chính là nền tảng tích hợp cao độ của công nghệ kết nối vạn vật, vật lý, sinh học, trí tuệ nhân tạo sẽ giúp giải phóng sức lao động, tăng năng suất, đảm bảo chính xác, an toàn, khoa học, hiệu quả trong mọi hoạt động của quá trình sản xuất và xuất khẩu nông sản, từ đó góp phần khai thác hiệu quả nguồn lực và tài nguyên, góp phần thực hiện mục tiêu thúc đẩy xuất khẩu theo hướng bền vững. Đây chính là bước phát triển cao hơn so với sản xuất nông nghiệp công nghệ cao mà hiện tại Việt Nam đang bắt đầu. Thực hiện giải pháp này sẽ hỗ trợ mạnh mẽ cho việc xuất khẩu nông sản của Việt Nam theo hướng bền vững. Để thực hiện giải pháp này, bên cạnh việc xây dựng quy hoạch vùng nông nghiệp công nghệ cao cũng

như sự hỗ trợ tài chính của nhà nước, cần có cơ chế tạo thuận lợi, khuyến khích của nhà nước đối với các doanh nghiệp và các nhà sản xuất trong việc ứng dụng cách mạng công nghiệp 4.0 vào sản xuất và thương mại hàng nông sản. Ngoài ra, sự quyết tâm, nỗ lực, chủ động và tích cực của các doanh nghiệp và nhà sản xuất trong việc ứng dụng thành tựu của cách mạng 4.0 là yếu tố quan trọng, quyết định đến việc mở rộng và phát triển sản xuất nông nghiệp trên nền tảng cách mạng 4.0.

Thứ tư, tăng cường liên kết, hợp tác giữa vùng nuôi, trồng (người nông dân) với doanh nghiệp sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản dựa trên nền tảng cách mạng công nghiệp 4.0 thông qua sự hỗ trợ mạnh mẽ từ các doanh nghiệp, tổ chức về công nghệ. Nông dân và doanh nghiệp đóng vai trò chủ đạo cho chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp, tạo nên sự ổn định, bền vững, nền tảng vững chắc trong việc khẳng định thương hiệu của nông sản Việt và đưa hàng nông sản Việt ra thị trường thế giới một cách bền vững. Tuy nhiên, thực tế hiện nay người sản xuất hoặc người kinh doanh thì chưa giỏi công nghệ, người giỏi công nghệ thì không giỏi sản xuất hoặc kinh doanh nông sản. Bởi vậy, cần phải có môi liên kết, hợp tác chặt chẽ giữa các bên bao gồm nhà sản xuất, người kinh doanh và các doanh nghiệp về công nghệ để có thể phát triển sản xuất và kinh doanh hàng nông sản dựa trên nền tảng 4.0 một cách hiệu quả.

Thứ năm, tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu cho hàng nông sản Việt Nam, đặc biệt cần có vai trò của Nhà nước trong việc đàm phán với các quốc gia khác về các điều kiện tiếp cận thị trường, các rào cản kỹ thuật đối với hàng nông sản cũng như vai trò của nhà nước trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp các hoạt động xúc tiến thương mại để đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang các nước khác.

Thứ sáu, Nhà nước tiếp tục hoàn thiện hành lang pháp lý về thương mại điện tử và các giao dịch điện tử khác nhằm đảm bảo an toàn, thuận lợi cho các doanh nghiệp khi thực hiện các giao dịch mua bán trong nước và với đối tác nước ngoài dựa trên dữ liệu điện tử. Bên cạnh đó, Nhà nước cần hoàn thiện các quy định về bảo vệ môi trường, thực hiện các biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý môi trường cũng như nâng cao ý thức cộng đồng trong việc bảo vệ môi trường. Ngoài ra, Nhà nước cũng cần có chương trình, kế hoạch ứng dụng công nghệ 4.0 theo lộ trình song song với việc đào tạo nông dân, người lao động, cũng như cấu trúc lại nguồn lực lao động để đảm bảo lao động có việc làm, thu nhập ổn định trong bối cảnh ứng dụng cách mạng công nghiệp 4.0.

Tóm lại, thúc đẩy xuất khẩu nói chung và hàng hóa nông sản nói riêng theo hướng bền vững hoàn toàn phù hợp với mục tiêu phát triển đất nước mà Đảng ta đã chỉ ra là “Tăng trưởng kinh tế, công bằng xã hội và bảo vệ môi trường”. Để thực hiện mục tiêu này, từ phía Nhà nước, các doanh nghiệp, các hộ nông dân cần chủ động, tích cực ứng dụng thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 một cách toàn diện, sâu sắc tạo nên liên kết bền vững, thông minh, hiện đại từ vùng nguyên liệu đến nhà máy tới thị trường tiêu thụ. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Công thương (2016), *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2016*
2. Bộ Công thương (2017), *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2017*
3. Cục Thông tin KH&CN quốc gia (2017), *Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư*
4. Lưu Tiến Dũng (2016), *Phát triển nông nghiệp bền vững ở Việt Nam trong bối cảnh mới của hội nhập kinh tế quốc tế*, truy cập <https://www.researchgate.net/publication/303332062> tháng 2 năm 2018

5. Nguyễn Ngọc Vinh (2012), *Xuất khẩu nông sản Việt Nam 5 năm sau gia nhập WTO, thuận lợi và thách thức*, Tạp chí hội nhập và phát triển (số 7)

6. Tổng cục Hải quan, *Niên giám thống kê hải quan các năm 2015-2017*


Summary

On the one hand, agriculture production depends heavily on climate, weather, and other natural factors. On the other hand, agriculture products face to many competitive challenges from both domestic and foreign markets. Therefore, many countries in the world, including Vietnam, focus on sustainable export of agricultural products. The industry 4.0 is coming and impacts thoroughly, comprehensively every industry in many countries, it makes changes in the way the businesses manage, produce and trade. There have been many studies on impacts of the Industry 4.0 but no one has had the study on promoting Vietnams sustainable export of agricultural products. Based on the methodology of analysis and synthetic and the use of secondary data, the paper analyses the impacts of Industry 4.0 on sustainable export of agricultural products, the reality of Vietnams agricultural products export and the application of Industry 4.0 in Vietnams agriculture export in the last few years. Then, the paper also assesses the situation of Vietnams sustainable export of agricultural products and introduces some recommendations on promoting Vietnams sustainable export of agricultural products in the context of Industry 4.0.

ỨNG DỤNG MÔ HÌNH ARCH - GARCH PHÂN TÍCH SỰ BIẾN ĐỘNG CỦA CHỈ SỐ VN_INDEX

Nguyễn Thị Hiên
Trưởng Đại học Thương mại
Email: hiennguyen@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 18/11/2018 **Ngày nhận lại:** 16/12/2018 **Ngày duyệt đăng:** 25/12/2018

 Thị trường chứng khoán (TTCK) Việt Nam nắm bắt được sự biến động của chỉ số chứng khoán VN_Index chính là nắm bắt được thông tin của thị trường, nó góp một vai trò quan trọng trong việc định giá chứng khoán và quản trị rủi ro. Rủi ro ở đây được thể hiện qua sự biến động tỷ suất sinh lợi của chỉ số chứng khoán. Vì vậy bài viết tập trung phân tích sự biến động của tỷ suất sinh lợi của VN_Index dựa trên bộ số liệu giá đóng cửa hàng ngày trong giai đoạn 2007-2017 với 2670 quan sát. Việc phân tích được thực hiện bằng cách sử dụng mô hình ARCH và các mô hình GARCH. Kết quả mô hình ARCH (7) chỉ ra các cú sốc trong quá khứ có ảnh hưởng lớn và dai dẳng đến sự biến động của tỷ suất sinh lợi của VN_Index. Nghiên cứu cũng chứng minh rằng mô hình GARCH(1,1) là ưu việt để đưa ra dự báo cho phương sai sai số có điều kiện của tỷ suất sinh lợi. Đồng thời mô hình TGARCH (1,1) cung cấp bằng chứng cho thấy các cú sốc âm có tác động đến sự biến động tỷ suất sinh lợi lớn hơn các cú sốc dương. Các phát hiện qua nghiên cứu giúp cho các nhà đầu tư chứng khoán nắm được những thông tin quan trọng trong việc quản lý rủi ro, dự báo những biến động của TTCK trong thời gian ngắn hạn và nhận định sự biến động của thị trường để đưa ra quyết định đầu tư đúng đắn.

Từ khóa: chỉ số VN_Index, Thị trường chứng khoán, mô hình ARCH, mô hình GARCH.

1. Giới thiệu vấn đề nghiên cứu

Việc đo lường sự biến động của chỉ số chứng khoán VN_Index nhận được sự quan tâm lớn của nhiều nhà đầu tư chứng khoán vì thông thường, một dãy chỉ số tài chính biến động khác nhau theo khoảng thời gian nhất định. Điều này có nghĩa phương sai của dãy chỉ số tài chính thay đổi theo thời gian.

Trong phân tích kinh tế lượng cổ điển giả định phương sai của sai số là không đổi theo thời gian. Tuy nhiên, bất kỳ một chuỗi thời gian nào đều chịu ảnh hưởng ít nhiều của các tin tức tốt, xấu và nhà đầu tư trên thị trường đều ứng xử hành vi kiểu đám đông. Giả định phương sai không thay đổi theo thời gian thường không còn phù hợp. Vì thế sẽ nảy sinh ý tưởng xem xét các dạng dữ liệu mà phương

sai của nó phụ thuộc theo thời gian, ở đây là phụ thuộc vào các phương sai trong quá khứ. Trong những năm gần đây, các mô hình ARCH (Autoregressive conditional heteroscedasticity), GARCH (General ARCH) đã được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng để ước lượng các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro của các tài sản tài chính trên thị trường chứng khoán, thị trường vàng, thị trường bất động sản,... nhằm cung cấp thông tin cho các quyết định kinh doanh, và đặc biệt là trong quản trị rủi ro. Năm 1982 Engle xây dựng mô hình ARCH dựa trên cơ sở phương sai của sai số tại một thời điểm phụ thuộc vào các sai số bình phương ở các giai đoạn trước. Nhờ đó mô hình này thành công trong việc giải thích những biến động của phương sai, mà chỉ sử dụng thông tin quá khứ

của bản thân sai số. Trong nghiên cứu chuỗi VN_Index, mô hình ARCH chỉ ra sự tác động của các cú sốc trong quá khứ (các sai số bình phương ở giai đoạn trước) lên sự biến động của tỷ suất sinh lợi (phương sai của sai số) tại một thời điểm. Tuy nhiên mô hình ARCH bậc cao sử dụng nhiều độ trễ nên không hiệu quả trong việc đưa ra các dự báo. Để khắc phục hạn chế này, năm 1986 một mô hình mở rộng của ARCH là GARCH được đề xuất bởi Tim Bollerslev, mô hình GARCH đưa thêm các biến trễ của phương sai có điều kiện theo dạng tự hồi quy, các biến trễ đại diện cho sự biến động của tỷ suất sinh lợi trong quá khứ. Khác với GARCH, Mô hình GARCH-M (GARCH-in-mean, 1987) cho phép giá trị trung bình của tỷ suất sinh lợi có điều kiện phụ thuộc vào phương sai có điều kiện của nó điều này nhằm đánh giá tỷ suất sinh lợi của chỉ số VN_Index có phụ thuộc vào độ rủi ro hay không. Các mô hình ARCH, GARCH, GARCH_M đều có hạn chế lớn là chúng được giả định có tính chất cân xứng, nghĩa là các mô hình này không quan tâm đến dấu của các cú sốc. Mô hình TGARCH (Threshold GARCH) được phát triển với mục đích xem xét tính chất bất cân xứng giữa các cú sốc âm và dương bằng cách đưa vào phương trình phương sai một biến giả.

Như vậy, mô hình ARCH và các mô hình GARCH thường được xây dựng để phân tích và dự báo phương sai có điều kiện thay đổi theo thời gian trong các chuỗi dữ liệu tài chính. Do đó, nghiên cứu ứng dụng các mô hình đã nêu để phân tích và dự báo sự biến động của chỉ số chứng khoán VN_Index.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

*** Tình hình nghiên cứu trên thế giới**

Trên thế giới đã có các nghiên cứu bàn về tính hiệu quả của các mô hình ARCH, GARCH trong việc giải thích tính bất biến động của TTCK, như nghiên cứu của Karmakar (2005) về sự biến động của TTCK Ấn Độ. Nghiên cứu chỉ ra mô hình GARCH(1,1) cung cấp dự báo biến động thị trường khá tốt và sử dụng mô hình GARCH(1,1) đưa ra các dự báo cho 50 mã cổ phiếu. Hay như nghiên cứu của Sohail Chand, Shahid Kamal và Imran Ali (2012) sử dụng mô hình ARCH, GARCH phân tích sự biến động của giá cổ phiếu MCB (Muslim Commercial Bank), nhóm tác giả đã xây dựng các mô hình ARMA khác nhau để ước lượng

cho tỷ suất sinh lợi trung bình, dựa trên kết quả thu được và các tiêu chí AIC, SIC họ đã chọn ra mô hình ước lượng phù hợp nhất, ngoài ra kết quả còn thu được mô hình GARCH(1,1) là mô hình dự báo tốt nhất. Năm 2014 Erginbay Ugurlu, Eleftherios Thalassinou và Yusuf Muratoglu nghiên cứu độ biến động của TTCK Châu Âu bằng các mô hình GARCH với bộ dữ liệu được chọn là giá đóng cửa hàng ngày trong các thị trường mới nổi như Bulgaria, Cộng hòa Séc, Hungary, Ba Lan và Thổ Nhĩ Kỳ trong giai đoạn 2001 - 2012, dữ liệu thu thập được từ Reuters. Kết quả bài báo chỉ ra các cú sốc có ảnh hưởng dai dẳng đến độ biến động của tỷ suất sinh lợi và ảnh hưởng của các tin tức là bất cân xứng.

*** Tình hình nghiên cứu trong nước**

Năm 2013 tác giả Trần Mạnh Cường và Đỗ Khắc Hưởng thực hiện nghiên cứu “Đo lường sự dao động của chỉ số chứng khoán VN_Index thông qua mô hình GARCH” với bộ số liệu giá đóng cửa hàng ngày giai đoạn 2000 - 2011. Thông thường các nghiên cứu khi ước lượng cho mô hình GARCH đều sử dụng phương pháp ước lượng hợp lý cực đại với giả thiết sai số có phân phối chuẩn nhưng nhóm tác giả đã sử dụng mô hình GARCH (p,q) xét với sai số tuân theo các quy luật phân phối chuẩn, phân phối Student, phân phối sai số tổng quát, phân phối Student chệch. Kết quả nghiên cứu chỉ ra mô hình GARCH (1,1) với sai số tuân theo quy luật phân phối chuẩn cho dự báo hiệu quả nhất. Tuy nhiên nghiên cứu chưa chỉ ra được rủi ro có ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lợi của VN_Index hay không, đồng thời cũng chưa đánh giá được sự ảnh hưởng của các thông tin tốt, xấu đến tỷ suất sinh lợi. Tháng 7/2017, tác giả Phạm Chí Khoa cũng đưa ra kết quả nghiên cứu “Dự báo biến động giá chứng khoán qua mô hình ARCH - GARCH”. Dựa trên các tiêu chí AIC, SIC nghiên cứu chọn mô hình ARMA (4,1) để ước lượng cho giá trị trung bình của tỷ suất sinh lợi và mô hình GARCH (1,1) ước lượng cho phương sai sai số có điều kiện. Nghiên cứu được thực hiện trên bộ số liệu thu thập trong giai đoạn 2006 - 2016. Kết quả chỉ ra tỷ suất sinh lợi trong quá khứ có vai trò quyết định tỷ suất sinh lợi hiện tại. Nhưng cũng giống với nghiên cứu trước, tác giả chưa chỉ ra được ảnh hưởng của rủi ro và các thông tin tốt, xấu đến tỷ suất sinh lợi của VN_Index.

3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

Để phân tích sự biến động của chỉ số VN-Index, trước tiên nghiên cứu xây dựng mô hình ARCH đánh giá sự tác động của các cú sốc trong quá khứ lên sự biến động của tỷ suất sinh lợi, sau đó sử dụng mô hình GARCH đưa thêm yếu tố tác động của phương sai trễ lên phương sai có điều kiện của tỷ suất sinh lợi. Cuối cùng nghiên cứu xét sự ảnh hưởng của yếu tố rủi ro thông qua mô hình GARCH_M và sự tác động của các thông tin tốt, xấu của thị trường lên sự biến động của chỉ số VN_Index bằng mô hình TGARCH. Các mô hình được xây dựng theo quy trình hai bước, bước 1 xác định bậc của mô hình, bước 2 ước lượng mô hình bằng phương pháp hợp lý cực đại. Để xác định bậc trước tiên ta phải kiểm định tính dừng của chuỗi tỷ suất sinh lợi, sau đó lựa chọn mô hình ARMA phù hợp để ước lượng tỷ suất sinh lợi trung bình của VN_Index, rồi kiểm định hiệu ứng ARCH cho mô hình ước lượng được, từ đó xác định bậc của mô hình.

*** Dữ liệu nghiên cứu**

Nghiên cứu sử dụng chỉ số VN_Index để đại diện cho TTCK Việt Nam với chuỗi dữ liệu gồm giá đóng cửa hàng ngày trong giai đoạn 2007 - 2017. Đây là dữ liệu chuỗi thời gian gồm 2670 quan sát. Các phân tích được thực hiện trên phần mềm Eviews 8.0.

(Nguồn dữ liệu được lấy từ trang web: <http://www.bvsc.com.vn/DownloadMSData.aspx>.)

*** Mô hình nghiên cứu**

Biến động của chỉ số VN_Index được ước tính dựa trên tỷ suất sinh lợi r_t với: $r_t = \log(P_t / P_{t-1})$

Trong đó P_t, P_{t-1} là giá đóng cửa của VN_Index tương ứng tại thời điểm $t, t-1$.

Giá trị trung bình của tỷ suất sinh lợi r_t là: $\mu_t = E(r_t / F_{t-1})$.

Rủi ro ở đây là phương sai có điều kiện của tỷ suất sinh lợi r_t : $\sigma_t^2 = \text{Var}(r_t / F_{t-1})$ (1).

Trong đó F_{t-1} là tập hợp thông tin có ở thời điểm $t-1$.

Để ước lượng cho tỷ suất sinh lợi trung bình, nghiên cứu sử dụng mô hình ARMA (p,q):

$$r_t = \mu_t + u_t \quad (2)$$

$$\mu_t = \phi_0 + \sum_{i=1}^k \beta_i X_{it} + \sum_{i=1}^p \phi_i \mu_{t-i} + \sum_{i=1}^q \theta_i u_{t-i} \quad (3)$$

Trong đó X_{it} là biến giải thích nào đó, u_t đặc trưng các cú sốc của tỷ suất sinh lợi một loại tài sản

ở thời điểm t . p, q là các số nguyên không âm được xác định dựa trên lược đồ tương quan chuỗi. Sau khi xác định p, q ta ước lượng các mô hình trung bình ARMA (p,q) bằng phương pháp Bình phương nhỏ nhất (OLS), rồi chọn ra một mô hình ước lượng phù hợp nhất. Dựa trên phần dư et thu được tiến hành kiểm định hiệu ứng ARCH của mô hình.

Từ (1) và (2) ta có: $\sigma_t^2 = \text{Var}(r_t / F_{t-1}) = \text{Var}(u_t / F_{t-1})$.

Mô hình ARCH cho rằng phương sai của các sai số tại thời điểm t phụ thuộc vào các sai số bình phương ở các giai đoạn trước.

Mô hình ARCH (p) có dạng:

$$r_t = \mu_t + u_t, \quad u_t = \sigma_t \varepsilon_t$$

$$\sigma_t^2 = \gamma_0 + \gamma_1 u_{t-1}^2 + \gamma_2 u_{t-2}^2 + \dots + \gamma_p u_{t-p}^2 \quad (4)$$

Trong đó $\gamma_0 > 0; \gamma_j \geq 0; j=1, \dots, p$;

Giả thiết $\varepsilon_t \sim \text{IID}$ (Independent and identical distribution); $E(\varepsilon_t) = 0; \text{Var}(\varepsilon_t) = 1; u_t \sim N(0; \sigma_t^2)$ hoặc phân phối Student.

Trước khi ước lượng mô hình ARCH bằng phương pháp ước lượng hợp lý cực đại, ta cần xác định bậc của mô hình ARCH dựa trên lược đồ tương quan của . Nhược điểm của mô hình ARCH (p) là sử dụng nhiều độ trễ, gây khó khăn cho việc dự báo nên các mô hình GARCH (p,q) mở rộng là thay thế phù hợp.

Mô hình GARCH (p,q) có dạng:

$$r_t = \mu_t + u_t, u_t = \sigma_t \varepsilon_t$$

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \alpha_1 u_{t-1}^2 + \alpha_2 u_{t-2}^2 + \dots + \alpha_p u_{t-p}^2 + \beta_1 \sigma_{t-1}^2 + \beta_2 \sigma_{t-2}^2 + \dots + \beta_q \sigma_{t-q}^2 \quad (5)$$

Trong đó $\alpha_0 > 0; \alpha_i \geq 0, \beta_j \geq 0; \sum_{i=1}^p (\alpha_i + \beta_i) < 1$

Nếu $p > q$ thì $\alpha_i = 0$ với $i > q$. Nếu $p < q$ thì $\beta_j = 0$ với $j > p$. Giả thiết $\varepsilon_t \sim \text{IID}; E(\varepsilon_t) = 0; \text{Var}(\varepsilon_t) = 1, u_t \sim N(0; \sigma_t^2)$ hoặc phân phối Student.

Để đánh giá tác động của rủi ro lên tỷ suất sinh lợi trung bình nghiên cứu sử dụng mô hình GARCH(1,1)_M.

Mô hình GARCH(1,1)_M có dạng:

$$r_t = \mu_t + c\sigma_t^2 + u_t, u_t = \sigma_t \varepsilon_t, \quad \sigma_t^2 = \alpha_0 + \alpha_1 u_{t-1}^2 + \beta_1 \sigma_{t-1}^2 \quad (6)$$

Một dạng khác của GARCH(1,1)_M: $r_t = \mu_t + c\sigma_t + u_t$ (7), c là hằng số. Nếu $c > 0$ thì khi độ rủi ro tăng, tỷ suất sinh lợi cũng tăng. Ngoài ra nghiên cứu còn sử dụng mô hình TGARCH (1,1) để đo lường các biến động bất cân xứng.

Mô hình TGARCH (1,1) có dạng:

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \alpha_1 u_{t-1}^2 + \gamma u_{t-1}^2 d_{t-1} + \beta_1 \sigma_{t-1}^2 \quad (8)$$

Trong đó, d_t là biến giả, $d_t = 1$ nếu $u_t < 0$, $d_t = 0$ nếu $u_t > 0$. Trong mô hình TGARCH những tin tức tốt ($u_t > 0$), những tin tức xấu ($u_t < 0$) có ảnh hưởng khác nhau đến phương sai có điều kiện. Những tin tức tốt có ảnh hưởng là α_1 , trong khi các tin tức xấu có ảnh hưởng là $(\alpha_1 + \gamma)$. Nếu $\gamma \neq 0$, thì ảnh hưởng của các tin tức là bất cân xứng.

Mô hình TGARCH (p,q) có dạng:

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \sum_{i=1}^p (\alpha_i + \gamma_i d_{t-i}) u_{t-i}^2 + \sum_{j=1}^q \beta_j \sigma_{t-j}^2$$

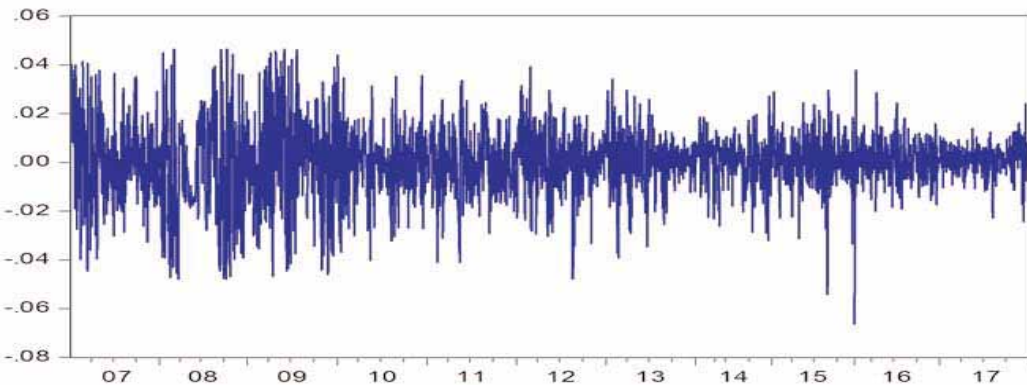
Trong đó, $d_{t-i} = 1$ nếu $u_{t-i} < 0$, $d_{t-i} = 0$ nếu $u_{t-i} > 0$, $\alpha_i, \gamma_i, \beta_j$ là các tham số không âm, thỏa mãn các giả thiết của mô hình GARCH.

4. Kết quả nghiên cứu

Thống kê mô tả tỷ suất sinh lợi của chỉ số VN_Index (Ký hiệu trong eviews là RVN_Index) được tổng hợp trong Bảng sau:

(Nguồn: kết quả phân tích số liệu của tác giả)

Hình 1: Đồ thị chuỗi tỷ suất sinh lợi RVN_INDEX giai đoạn 2007 - 2017



Bảng 1: Thống kê mô tả về chuỗi tỷ suất sinh lợi của VN_Index theo ngày

Mean	0.000106
Maximum	0.046468
Minimum	-0.066395
Std. Dev.	0.014577
Skewness	-0.200626
Kurtosis	4.423806
Jarque-Bera	243.3488
Probability	0.000000
Observations	2669

(Nguồn: kết quả phân tích số liệu của tác giả)

Giá trị trung bình của chuỗi tỷ suất sinh lợi là 0.0106% dương, điều này cho thấy trung bình giá VN_Index tăng trong khoảng thời gian quan sát. Hệ số bất cân xứng khác 0 và độ nhọn lớn hơn 3, điều này ngụ ý chuỗi tỷ suất sinh lợi không tuân theo quy luật phân phối chuẩn. Kết hợp với kiểm định Jarque-Bera có giá trị p_value = 0.000000 rất nhỏ, nên với mức ý nghĩa 1% có thể nói giả thuyết phân phối chuẩn đã bị bác bỏ.

Đồ thị chỉ ra chuỗi tỷ suất sinh lợi theo ngày của VN_Index dao động với biên độ lớn xung quanh giá trị trung bình. Không chỉ thế những biến động ấy dường như kéo dài qua một giai đoạn nhất định, khoảng thời gian biến động cao thấp có xu hướng nối tiếp, tức là có biến động theo cụm và

RVN_INDEX

những biến động này có vẻ tự tương quan với nhau. Trên bộ dữ liệu thu thập ta tính được phương sai của tỷ suất sinh lợi là 0.0002125. Nhưng phương sai theo cách tính đơn giản này không bàn đến dao động theo cụm, nó chỉ đơn thuần là phương sai không có điều kiện, không tính đến yếu tố lịch sử đã qua của các tỷ suất sinh lợi. Do đó ta sử dụng mô hình ARCH, các mô hình GARCH để đánh giá được độ biến động của tỷ suất sinh lợi chuỗi VN_Index qua thời gian. Để áp dụng phương pháp Bình phương nhỏ nhất (OLS) hồi quy cho phương trình trung bình của chuỗi tỷ suất sinh lợi ta kiểm tra tính dừng của chuỗi.

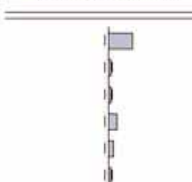
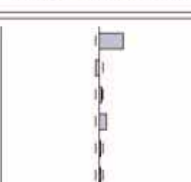
Vậy chuỗi RVN_Index là chuỗi dừng với mức ý nghĩa 1%. Hơn nữa dựa vào lược đồ tự tương quan thêm một lần nữa thấy được chuỗi tỷ suất sinh lợi

Bảng 2: Kết quả kiểm định tính dừng bằng kiểm định (ADF)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-39.96170	0.0000

(Nguồn: kết quả phân tích số liệu của tác giả)

VN_Index là chuỗi dừng, vì hệ số tự tương quan bậc 1 của chuỗi là 0.252 và giảm rất nhanh về 0.

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1 0.252	0.252	169.96	0.000
		2 0.029	-0.037	172.24	0.000
		3 0.028	0.031	174.29	0.000
		4 0.085	0.076	193.69	0.000
		5 0.048	0.008	199.94	0.000
		6 0.022	0.009	201.27	0.000

(Nguồn: kết quả phân tích số liệu của tác giả)

Hình 2: Lược đồ tương quan của chuỗi RVN_Index

Nhìn vào lược đồ ta có hệ số tương quan và hệ số tương quan riêng giảm nhanh về 0 nên $p=q=1$. Xét các mô hình ARMA(1,0), ARMA(0,1), ARMA(1,1) ước lượng cho giá trị trung bình của tỷ suất sinh lợi, kết quả ước lượng thu được mô hình ARMA (0,1) (NOT C) là phù hợp nhất vì có giá trị của hai tiêu chuẩn AIC, SIC nhỏ nhất.

Bảng 3: Kết quả ước lượng các mô hình ARMA

STT	Mô hình	C	AR(1)	MA(1)	AIC	SIC
1	ARMA(1,0)	0.0000962 (p=0.7922)	0.252231 (p=0.0000)	-	-5.683927	-5.679513
2	ARMA(0,1)	0.000108 (p=0.7533)	-	0.254470 (p=0.0000)	-5.684158	-5.679745
3	ARMA(1,1)	0.0000994 (p=0.7788)	0.115836 (p=0.1201)	0.146234 (p=0.0489)	-5.684418	-5.677796
4	ARMA(1,0) (NOT C)	-	0.252266 (p=0.0000)	-	-5.684651	-5.682443
5	ARMA(0,1) (NOT C)	-	-	0.254496 (p=0.0000)	-5.684870	-5.682664
6	ARMA(1,1) (NOT C)	-	0.116029 (p=0.1194)	0.146070 (p=0.0491)	-5.685138	-5.680724

⁺ (Nguồn: kết quả phân tích số liệu của tác giả)

Kiểm định hiệu ứng ARCH của mô hình ARMA (0,1) thu được kết quả, với mức ý nghĩa 1% mô hình có hiệu ứng ARCH tức là có phương sai sai số thay đổi theo thời gian, ta xác định được bậc của mô hình ARCH là 7. Dùng phương pháp ước lượng hợp lý tối đa (ML) ta thu được kết quả các hệ số ước lượng đều dương và có ý nghĩa thống kê.

Phương trình ước lượng cho trung bình của RVN_Index: $RVN_Index_t = 0,1896e_{t-1}$. Kết quả cho thấy với mức ý nghĩa 1% có thể nói cú sốc tại thời điểm t-1 giải thích 18.96% sự thay đổi tỷ suất sinh lợi trung bình của VN_Index tại thời điểm t.

Phương trình hồi quy cho σ_t^2 :
 $\sigma_t^2 = 0.0000348 + 0.166845e_{t-1}^2 + 0.167541e_{t-2}^2 + 0.116710e_{t-3}^2 + 0.107632e_{t-4}^2 + 0.127127e_{t-5}^2 + 0.132828e_{t-6}^2 + 0.039431e_{t-7}^2$
 $(\alpha_1^2 = 0,027837 < 1/3)$.

Các hệ số của phương trình cho thấy phương sai của tỷ suất sinh lợi RVN_Index tại thời điểm t

phụ thuộc vào các cú sốc tại 7 thời điểm trước đó. Điều này chứng tỏ các cú sốc trong quá khứ có ảnh hưởng đến sự biến động tỷ suất sinh lợi chỉ số VN_Index. Kết quả thu được phù hợp với TTCK Việt Nam, chúng ta có thể thấy qua một vài cột mốc trong lịch sử TTCK nước ta, như khởi động năm 2007 giá đóng cửa VN_Index đạt 741.27 điểm và chỉ số VN_Index trong những ngày đầu năm có xu hướng tăng nhanh. Ngày 12/3/2007, VN_Index xác lập mức đỉnh kỷ lục 1170,67 điểm.

Mô hình ARCH(7) sử dụng nhiều độ trễ, gây khó khăn cho việc dự báo nên các mô hình GARCH là phù hợp thay thế cho mô hình ARCH bậc cao để đo lường độ biến động của tỷ suất sinh lợi trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Kết quả ước lượng cho mô hình GARCH (1,1), GARCH(1,1)_M được tóm tắt trong Bảng 4.

Các hệ số hồi quy như μ , α_1 và β_1 đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Tuy nhiên các hệ số C trong phương trình ước lượng tỷ suất sinh lợi trung

Bảng 4: Kết quả ước lượng mô hình GARCH (1,1), GARCH (1,1)_M

Coefficients	GARCH(1,1) (5)	GARCH(1,1)_M (6)	GARCH(1,1)_M (7)
Mean			
μ	0,187988*** [9.086752]	0.187344*** [8.998498]	0.187858*** [9.014623]
C	-	0.036502 [1.579881]	1.869808 [1.168186]
Variance			
Constant	0,00000396*** [5.243802]	0,00000405*** 5.287771	0,00000404***
α_1 (ARCH effect)	0.151978*** [10.42472]	0.153338*** 10.39736	0.153021*** 10.38999
$\hat{\alpha}_1$ (GARCH effect)	0.831450*** [53.79074]	0.829699*** 53.13366	0.829953*** 53.17810
* p < 0,05; ** p < 0,01; *** p < 0,001			

(Nguồn: kết quả phân tích số liệu của tác giả)

Từ tháng 2 đến tháng 7 năm 2007 VN_Index giữ mức điểm rất cao hầu như đều đạt trên 1000 điểm. Kết quả này do làn sóng Cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước mà điển hình là Vietcombank, Bảo Việt,... Hay như chỉ trong 6 tháng đầu năm 2008 trong 118 phiên giao dịch có tới 73 phiên VN_Index giảm điểm. Sự sụt giảm trên, do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu diễn ra từ cuối năm 2007, nền kinh tế trong nước gặp nhiều khó khăn, gây ảnh hưởng lớn đến tâm lý các nhà đầu tư. Gần đây nhất năm 2017 TTCK đã đạt được rất nhiều con số ấn tượng. Năm 2017, làn sóng lên sàn của các “đại gia” và các ngân hàng đã giúp thị trường tăng trưởng mạnh mẽ về quy mô. Tính tới thời điểm 19/12, mức vốn hóa của thị trường cổ phiếu, chúng tôi quỹ đạt 3.360 nghìn tỷ đồng, tăng 73% so với cuối năm 2016, tương đương 74,6% GDP, vượt chỉ tiêu đặt ra cho năm 2020.

Trong mô hình GARCH(1,1)_M đều không có ý nghĩa thống kê, điều đó chứng tỏ chưa thể nói rủi ro có tác động tới tỷ suất sinh lợi. Đồng thời cho thấy mô hình GARCH (1,1) là phù hợp nhất để dự báo cho tỷ suất sinh lợi trung bình của chỉ số VN_Index và phương sai của nó.

Trong phương trình phương sai có điều kiện, kết quả các mô hình đều là hệ số β_1 lớn hơn nhiều so với hệ số α_1 , tức là cú sốc khi xảy ra có ảnh hưởng lâu dài đến sự biến động của VN_Index. Kết quả của mô hình GARCH(1,1) chỉ ra với mức ý nghĩa 1% cú sốc tại thời điểm t-1 giải tích 18,7988% sự thay đổi của tỷ suất sinh lợi trung bình tại thời điểm t. Ngoài ra ta có $\alpha_1 + \beta_1 = 0,983428 < 1$ nhưng rất gần 1, nghĩa là các cú sốc trong quá khứ có ảnh hưởng dai dẳng đến sự biến động của tỷ suất sinh lợi VN_Index và $\beta_1 = 0.83145$ thể hiện sự biến động của thị trường là lâu dài, tỷ suất sinh lợi tại thời điểm t chịu sự tác

động lớn bởi sự biến động của tỷ suất sinh lợi tại thời điểm t-1 lên tới 83,145%.

Tiếp theo là kết quả ước lượng mô hình TGARCH (1,1) thể hiện trên Bảng 5. Kết quả cho thấy những cú sốc âm ($u_t < 0$) đóng góp vào σ_t^2 một lượng là $0.128538 + 0.051249 = 0.179787$, trong khi những cú sốc dương ($u_t > 0$) đóng góp 0.128538. Điều này ngụ ý những cú sốc âm hay tin tức xấu có tác động đến sự biến động của tỷ suất sinh lợi của VN_Index nhiều hơn các cú sốc dương hay tin tức tốt, với mức ảnh hưởng hơn khoảng 5,12%.

Bảng 5: Kết quả ước lượng mô hình TGARCH (1,1)

Coefficients	TGARCH(1,1)
Mean	
μ	0.188865*** [8.987423]
Variance	
Constant	0,00000439*** [5.693966]
$\hat{\alpha}_1$ (ARCH effect)	0.12853*** [7.042499]
$\hat{\alpha}_1$ (GARCH effect)	0.826461*** [51.59461]
$\hat{\alpha}$	0.051249* [2.541995]
* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$	

(Nguồn: kết quả phân tích số liệu của tác giả)

* Dự báo dựa trên kết quả của mô hình GARCH (1,1)

Dựa vào kết quả ước lượng của mô hình GARCH (1,1) và giá đóng cửa VN_Index ngày 29/12/2017 ta dự báo giá đóng cửa VN_Index ngày 02/01/2018 là 985.37, giá thực tế ngày 02/01/2018 là 995.77, sai số dự báo MAE = 0.0104, RMSE = 0.0141. Kết quả sai số dự báo thấp, cho thấy mô hình cho kết quả dự báo tốt. Bằng phương pháp dự báo tĩnh và dự báo động ta dự báo được phương sai có điều kiện của tỷ suất sinh lợi của VN_Index ngày 02/01/2018 tương ứng là 0.000094 và 0.00023896. Kết quả dự báo chứng tỏ phương sai có điều kiện của tỷ suất sinh lợi hội tụ đến phương sai không điều kiện khi độ dài dự báo tăng lên. Do nghiên cứu có số quan sát

lớn nên chỉ đến quan sát 656 thì các giá trị dự báo cho phương sai bằng phương pháp dự báo động cho kết quả như nhau và đều bằng phương sai không điều kiện, nên giá trị dự báo động không có ý nghĩa cho các thời điểm trong tương lai khi cỡ mẫu lớn.

5. Đề xuất

Các kết quả mà nghiên cứu thu được cung cấp cho các nhà đầu tư chứng khoán những thông tin ý nghĩa để nhận định sự biến động của TTCK Việt Nam. Kết quả cho thấy thị trường biến động không ngừng và sự biến động phụ thuộc lớn và dai dẳng vào các thông tin tốt, xấu đặc biệt là các thông tin xấu. Các thông tin tác động đến thị trường ở đây có thể là các chính sách mới do Chính phủ đưa ra, sự thay đổi của lãi suất, tỷ giá, hiệu quả kinh doanh của công ty phát hành cổ phiếu, những biến động của các chỉ số chứng khoán trên TTCK thế giới,... Do vậy trong các thời điểm thị trường chịu sự tác động lớn của các cú sốc, các nhà đầu tư cần thận trọng khi đưa ra quyết định của mình. Bên cạnh đó kết quả cũng cho thấy việc dự báo giá chứng khoán, sự biến động của chỉ số VN_Index chưa thật sự hiệu quả, chỉ dự báo được 1 ngày kế tiếp sau chuỗi dữ liệu thu thập. Vì thế khi cần đưa ra dự báo cho giá chứng khoán nhà đầu tư nên kết hợp sử dụng kết quả của mô hình ARMA, GARCH với các phân tích thường xuyên để có được cách nhìn nhận đúng đắn và chính xác nhất sự biến động của thị trường.

6. Kết luận và hướng tiếp tục nghiên cứu

* Kết luận

Nghiên cứu ứng dụng chọn mô hình ARMA (0,1), ARCH (7), GARCH (1,1), GARCH (1,1)_M, TGARCH (1,1) để phân tích sự biến động chuỗi tỷ suất sinh lợi của chỉ số VN_Index với bộ số liệu gồm 2670 quan sát trong khoảng thời gian từ 02/01/2007 đến ngày 29/12/2017. Kết quả nghiên cứu thu được là:

- Mô hình ARCH (7) chỉ ra các cú sốc trong quá khứ có ảnh hưởng lớn đến tỷ suất sinh lợi của chỉ số VN_Index ở hiện tại và hơn thế nữa các cú sốc có ảnh hưởng dai dẳng đến sự biến động của tỷ suất sinh lợi. Tuy nhiên mô hình ARCH bậc cao sử dụng nhiều độ trễ nên không hiệu quả trong việc đưa ra các dự báo, do đó cần lựa chọn mô hình mở rộng GARCH thay thế. Nghiên cứu chỉ ra được mô hình GARCH (1,1) là ưu việt để đưa ra dự báo cho phương sai sai số có điều kiện của tỷ suất sinh lợi, kết quả này giống với các kết quả trước đó của Karmakar (2007), Goudarzi (2010), Sohail Chand,

Shahid Kamal và Imran Ali (2012), Trần Sỹ Mạnh và Đỗ Khắc Hoàng (2013), Phạm Chí Khoa (2017). Mô hình GARCH (1,1) cho thấy tỷ suất sinh lợi trong quá khứ quyết định tỷ suất sinh lợi ở hiện tại và sự biến động của tỷ suất sinh lợi ở hiện tại chịu ảnh hưởng không chỉ cú sốc ở quá khứ mà còn chịu tác động lớn (khoảng 83,14% với mức ý nghĩa 1%) bởi sự biến động của tỷ suất sinh lợi trong quá khứ.

- Mô hình GARCH (1,1)_M cho biết chưa thể nói rằng rủi ro có ảnh hưởng đến tỷ suất sinh lợi của VN_Index còn mô hình TGARCH (1,1) cho thấy có hiện tượng thông tin bất cân xứng trong giai đoạn nghiên cứu, cụ thể là các cú sốc âm có ảnh hưởng đến sự biến động tỷ suất sinh lợi lớn hơn (5,12% với mức ý nghĩa 5%) các cú sốc dương. Đây cũng là đóng góp mới của nghiên cứu so với các kết quả trước đây. Bên cạnh đó nghiên cứu còn đưa ra được dự báo cho giá của VN_Index và sự biến động của tỷ suất sinh lợi trong ngày kế tiếp của bộ dữ liệu là ngày 2/1/2018.

*** Hướng tiếp tục nghiên cứu**

Vì mô hình ARMA - GARCH với ý nghĩa mô phỏng lại hành vi diễn biến trong quá khứ, từ đó làm cơ sở cho dự báo nên mô hình dự báo trở nên không có ý nghĩa đáng kể, bởi không nhận diện rõ các yếu tố khác nhau tác động lên TTCK. Mô hình ARMA chỉ dự báo được trong ngắn hạn nên nghiên cứu chỉ đưa ra được dự báo cho giá VN_Index trong 1 ngày sau điểm cuối của dữ liệu. Do chỉ số VN_Index có tính quy luật thấp nên nếu có một cú sốc tác động lên thị trường sẽ làm chỉ số VN_Index điều chỉnh mạnh. Thực tế việc đưa ra dự báo cho giá VN_Index trong dài hạn cũng rất khó, do đặc thù TTCK Việt Nam bị chi phối bởi nhiều yếu tố như: tâm lý nhà đầu tư, các yếu tố vĩ mô, chính sách của Chính phủ,... Từ việc chỉ ra hạn chế, nghiên cứu mở ra hướng tiếp theo là nghiên cứu xây dựng mô hình hồi quy phân tích mức độ tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến sự biến động của chỉ số VN_Index. Mô hình xây dựng với biến phụ thuộc là chỉ số VN_Index và các biến giải thích như lãi suất, tăng trưởng GDP, biến động giá chứng khoán thế giới, biến động giá vàng, ngoại hối,...◆

Tài liệu tham khảo:

1. Phạm Chí Khoa (2017), *Dự báo biến động giá chứng khoán qua mô hình Arch - Garch*, Tạp chí Tài chính, Kỳ 2, số 6, tr38-39.

2. Trần Sỹ Mạnh và Đỗ Khắc Hoàng (2013), *Đo lường sự dao động chỉ số chứng khoán VN_Index thông qua mô hình Garch*, Tạp chí Khoa học và Đào tạo ngân hàng, số 130, tr42.

3. Vũ Duy Thắng (2011), *Các mô hình chuỗi thời gian tài chính*, Luận văn thạc sỹ khoa học, Đại học Khoa học tự nhiên - Đại học Quốc gia Hà Nội.

4. Bollerslev, T. (1986), *Generalized autoregressive conditional heteroskedasticity*, Journal of econometrics, 31, 307-327.

5. Engle, R. F. (1982), *Autoregressive conditional heteroscedasticity with estimates of the variance of United Kingdom inflation*, Journal of the Econometric Society, 987-1007.

6. Karmakar, M. (2005), *Modeling conditional volatility of the Indian stock markets*, Vikalpa, 30,21.

7. Erginbay Ugurlu, Eleftherios Thalassinou, Yusuf Muratoglu (2014), *Modeling Volatility in the Stock Markets using GARCH Models: European Emerging Economies and Turkey*, International Journal in Economics and Business Administration Volume II, Issue 3.

8. Sohail Chand, Shahid Kamal & Imran Ali (2012), *Modelling and volatility analysis of share prices using ARCH and GARCH models*, World Applied Sciences Journal, 19, 77-82.

Summary

The acquisition of information on the stock market has an important implication for market participants, especially securities investors. In the stock market of Vietnam, catching the fluctuation of VN_Index is to grasp the trend in the market, and this activity plays an important role in the evaluation of securities and risk management. Therefore, the article provides some analysis and forecast on the volatility of VN_Index based on the daily closing price of VN_Index from January 2, 2007 to December 29, 2017 with 2670 observations. The analysis was carried out using the Econometric models, in which the models describing the variance of time-varying errors is the ARCH model and GARCH models.

CHUYỂN DỊCH CƠ CẤU NGÀNH KINH TẾ ĐỂ HỘI NHẬP CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Lê Quốc Anh

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: lequocanh161@gmail.com

Trần Hoài Thanh

Ban Tổ chức Trung Ương

Email:

Ngày nhận: 05/11/2018

Ngày nhận lại: 04/12/2018

Ngày duyệt đăng: 10/12/2018

*C*ách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 đang làm thay đổi cơ bản cách thức kinh doanh, khiến nhiều ngành bị tổn hại, nhưng cũng làm cho nhiều ngành được hưởng lợi, làm khuyh đảo cơ cấu ngành nhiều nước. Ở nước ta, tuy công cuộc Đổi mới đã tạo ra nhiều chuyển dịch tích cực, song cơ cấu ngành còn nhiều hạn chế, mức chuyển dịch chưa như kỳ vọng, bởi hệ thống chính trị đổi mới chậm, chất lượng thể chế, quản trị, cùng nhân sự chưa cao. Trong lúc, nhu cầu phát triển, hoàn tất các quá trình kinh tế dễ dàng, vực dậy nền kinh tế tụt hậu, nâng cao năng lực cạnh tranh đang gấp gáp. Do đó, cần xác định lại tổng quan kinh tế, vạch ra các ngành cần phát triển, tăng tốc hoàn thiện thể chế, nâng du lịch thành trụ cột tăng trưởng. Chuyển dịch các ngành bị tổn hại, phát triển các ngành yếu, nhất là nông nghiệp, thâm nhập chuỗi giá trị, đổi mới cơ cấu lãnh thổ và quản trị quốc gia, thu hút và phát huy sức mạnh cộng đồng, biến CMCM 4.0 thành nhân tố phát triển...

Từ khóa: chuỗi giá trị, CMCN 4.0, ngoại ứng.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh CMCN 4.0, Việt Nam cần thúc đẩy việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế diễn ra nhanh, mạnh, tiến sát đến cơ cấu hợp lý, tạo môi trường cho kinh tế phát triển. Do CMCN 4.0 làm thay đổi cơ bản cách thức kinh doanh, nên tác động tới cơ cấu ngành, khu vực, thành phần kinh tế và vùng lãnh thổ không giống nhau. Ở nước đang phát triển như Việt Nam, CMCN 4.0 giúp đẩy nhanh tiến trình tăng trưởng “đuổi kịp” nước phát triển, nhưng ảnh hưởng không lớn tới cơ cấu kinh tế theo khu vực. Nó ít tác động tới cơ cấu theo thành phần kinh tế, dù làm cho vốn FDI “chảy” nhiều hơn vào nước phát triển, nơi có các yếu tố sản xuất cao cấp, như cơ sở hạ tầng thông tin kỹ thuật số hiện đại, lao động được đào tạo tốt, nhiều viện nghiên cứu ở ngành phức tạp. Nó làm tăng sự chênh lệch trong phát triển giữa các vùng,

do nhiều nơi cơ sở vật chất, lao động và đầu tư yếu và thiếu đã ngăn cản CMCN 4.0 hoạt động và phát huy tác động. Song nó có tác động lớn, sâu sắc tới cơ cấu ngành kinh tế (cơ cấu ngành), làm nhiều ngành mới xuất hiện, nhiều ngành cạnh tranh mạnh hơn, trong khi nhiều ngành thu hẹp, lụi tàn. Nhìn chung, với nước đang phát triển, CMCN 4.0 tạo ra thách thức là chính, nhưng vấn đề nan giải nhiều cơ hội không nhỏ, làm cho việc nhận diện chúng để khắc chế thách thức, khai thác cơ hội là việc rất cần trong phát triển kinh tế. Vì thế, trong bối cảnh CMCN 4.0 lan rộng, nước ta cần phải chuyển dịch cơ cấu ngành ra sao để hạn chế tác động xấu, khai thác được nhiều tác động tốt, biến CMCN 4.0 thành cơ hội phát triển là vấn đề thiết thực... Để góp phần giải quyết vấn đề đó, bài viết này tập trung nghiên cứu: (i) Tác động của CMCN 4.0 tới cơ cấu ngành ở nước

đang phát triển, (ii) Thực trạng cơ cấu ngành ở nước ta, và (iii) Giải pháp thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu ngành để hội nhập CMCN 4.0.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Do CMCN 4.0 mới chính thức được thừa nhận vài năm gần đây, nên cơ sở lý thuyết chuyên về chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngành, nhằm hội nhập cùng nó là vấn đề mới mẻ. Vì thế, để thực hiện chuyên đề này vận dụng cho nước ta, trước tiên cần nghiên cứu tác động của CMCN 4.0 tới cơ cấu ngành ở nước đang phát triển, lấy đó làm khung phân tích. Mặt khác, do là chuyên đề phân tích kinh tế, nên cơ sở lý thuyết chính được dùng để xây dựng khung này là kinh tế học, nhất là kinh tế vĩ mô, kinh tế ngành, kinh tế đầu tư, kinh tế phát triển... Hơn nữa, để phân tích cơ cấu ngành, trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng, dưới tác động của CMCN 4.0, còn cần dùng các kiến thức: về quản trị học, về thống kê kinh tế, về CMCN 4.0, về chuỗi giá trị. Đồng thời, sử dụng các thông tin, nhìn nhận, đánh giá về cơ cấu kinh tế, về hội nhập kinh tế, về CMCN 4.0, về chuỗi giá trị, cùng các diễn biến của chúng của các cơ quan chuyên ngành, người tham gia, chuyên gia, nhà nghiên cứu trong các lĩnh vực trên. Từ nguồn tài liệu thu thập được, tiến hành nghiên cứu định tính, thông qua các phương pháp, như: phương pháp phân tích và tổng hợp lý thuyết, phương pháp chuyên gia, phương pháp phân tích tổng kết kinh nghiệm, phương pháp nghiên cứu lịch sử... Trên quan điểm duy vật biện chứng: dùng phép diễn dịch để suy đoán hệ quả tất yếu, dùng phép so sánh để đưa ra nhận định trung gian, từ đó sử dụng phép quy nạp để đưa ra các kết luận, tổng hợp lại để đề đạt các kiến nghị, giải pháp. Nguồn số liệu được thu thập từ các báo cáo chính thức của Chính phủ, Bộ Kế hoạch - Đầu tư, Bộ Tài chính, Tổng cục Thống kê... Ngoài ra còn sử dụng dẫn liệu từ Báo cáo Thường niên DN Việt Nam của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, từ báo cáo Đánh giá Kinh tế Việt Nam thường niên của Đại học Kinh tế Quốc dân.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Tác động của CMCN 4.0 tới cơ cấu ngành ở nước đang phát triển

3.1.1. Cơ cấu ngành trong nền kinh tế luôn luôn biến động

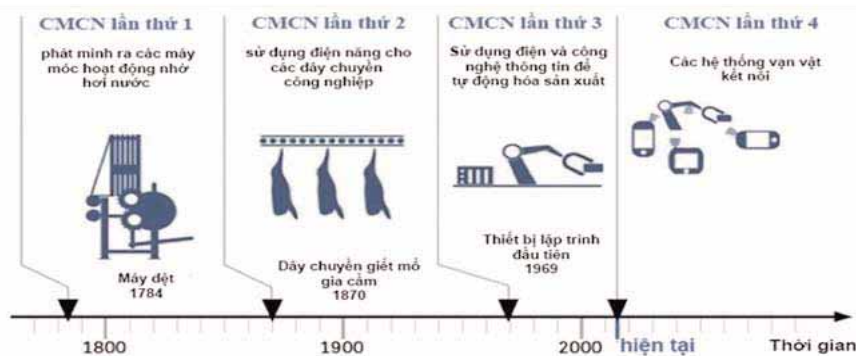
Ngành kinh tế là một bộ phận của nền kinh tế chuyên tạo ra hàng hóa và dịch vụ. Mỗi ngành là

tổ hợp các chủ thể kinh tế giống nhau về đặc điểm kinh tế - kỹ thuật, về sản phẩm chính, hoặc có yêu cầu tương tự về vốn, lao động... Cơ cấu ngành kinh tế là tổng hợp các ngành kinh tế và mối quan hệ tỷ lệ giữa các ngành, thể hiện vị trí và tỷ trọng của mỗi ngành trong tổng thể nền kinh tế. Đó chỉ là một trong bốn phương diện cơ bản cần xem xét khi đánh giá mức hợp lý của một nền kinh tế, nhưng là phương diện quan trọng nhất. Trong các nền kinh tế chậm phát triển, cơ cấu ngành thường nghèo nàn, manh mún, với các ngành chủ yếu là nông nghiệp, khai khoáng và thương mại. Sau các cuộc CMCN 1.0, 2.0, theo đà phát triển, với sự trợ giúp của tiến bộ công nghệ, các ngành kinh tế ngày càng đa dạng. Song tiêu thức để đánh giá khái quát một nền kinh tế vẫn là cơ cấu ngành gộp với 3 khu vực: khu vực I gồm nông, lâm và ngư nghiệp; khu vực II gồm công nghiệp và xây dựng; và khu vực III gồm thương mại, bưu điện, du lịch... Một nước được xem là có nền kinh tế nông nghiệp khi tỷ trọng khu vực I chiếm 40-60%, khu vực II từ 10-20%, và khu vực III từ 10-30%. Nhưng sẽ được xem là có nền kinh tế công nông nghiệp với các tỷ trọng tương ứng là 15-25%; 25-35% và 40-50%; hoặc có nền kinh tế công nghiệp phát triển với các tỷ trọng tương ứng là dưới 10%; 35-40% và 50-60%. Về sau, nhất là từ sau CMCN 3.0, trước sự phát triển mạnh mẽ của lực lượng sản xuất, nhiều ngành kinh tế mới xuất hiện, ranh giới các ngành trở nên mong manh, có khi chỉ khác nhau sản phẩm. Một số nước đã tách các ngành như giáo dục, nghiên cứu và phát triển (R&D), thông tin, tư vấn thành khu vực IV: các ngành kinh tế tri thức. Nhiều nước, như Mỹ, Đức, nhà nước quản lý theo các ngành kinh tế cụ thể, mà riêng công nghiệp đã có trên 220 ngành... Ngày nay, khi công nghệ là lực lượng sản xuất trực tiếp, toàn cầu hóa là xu thế tất yếu, sức ép cạnh tranh làm cho các ngành luôn biến động. Dẫn đến cơ cấu ngành của các nước luôn thay đổi, ảnh hưởng tới tăng trưởng, nhất là khi có thay đổi về môi trường kinh doanh, có hiệp định thương mại tự do (FTA) hay có xu thế phát triển mới...

3.1.2. CMCN 4.0 làm khuynh đảo cơ cấu ngành trên toàn thế giới

Thuật ngữ "CMCN 4.0" xuất hiện đầu tiên năm 2012 trong "Kế hoạch hành động chiến lược công nghệ cao" của Chính phủ Đức, để chỉ việc cải

thiện quy trình quản lý và sản xuất trong các ngành chế tạo thông qua “điện toán hóa”. Sau đó, nó được sử dụng rộng rãi, để chỉ kỹ thuật phát triển mới của công nghệ, kết nối và chia sẻ trên ba khía cạnh: tốc độ, phạm vi và tác động. Theo Chủ tịch Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) Klaus Schwab, thế giới đang ở giai đoạn đầu của CMCN 4.0, “đó là sự thay đổi cơ bản trong cách thức chúng ta tạo ra, tiêu thụ và liên đới lẫn nhau, được dẫn dắt bởi sự hội tụ của thế giới vật chất, thế giới số và con người chúng ta”². Đây là quá trình tái tổ chức nền kinh tế - xã hội, tích hợp các công nghệ mới dựa trên nền tảng công nghệ thông tin, cho phép kết nối thế giới thực với thế giới ảo, giúp con người tham gia và điều khiển chuỗi giá trị, làm sản xuất trở nên thông minh, linh hoạt và thân thiện với môi trường.



Nguồn: *Đã Đăng Khoa*²

Hình 1: Bốn cuộc CMCN trong lịch sử

Như vậy, CMCN 4.0 là kết quả tất yếu của phát triển, hội tụ nhiều công nghệ mới, chưa từng có hoặc phát triển cao hơn nhiều so với trước đây, như trí tuệ nhân tạo, công nghệ sinh học, công nghệ nano và công nghệ vật liệu mới, robot, internet vạn vật, in 3D... Chúng làm mờ đi ranh giới giữa các không gian số, vật lý và sinh học, làm thay đổi hoặc xuất hiện nhiều lợi thế mới, tạo thay đổi sâu rộng các hệ thống sản xuất và quản trị. Các khâu logistic đầu vào, hoạt động sản xuất, logistic đầu ra, tiếp thị và bán hàng, dịch vụ sau bán hàng trong mọi chuỗi giá trị đều được CMCN 4.0 tác động làm cho đơn giản, thuận lợi hơn. Từ đó giúp DN tăng năng suất, chất lượng, hiệu quả, loại bỏ lãng phí, mở đường cho sự xuất hiện, phát triển, hoặc thu hẹp nhiều ngành, làm chuyển dịch mạnh mẽ cơ cấu ngành...

3.1.3. Các ngành ở nước đang phát triển bị tổn hại vì CMCN 4.0

Có năm nhóm ngành chính ở nước đang phát triển bị tác động tiêu cực mạnh từ CMCN 4.0, là: (i) Các ngành bị tác động tiêu cực từ thuộc tính của CMCN 4.0, là khả năng liên kết rộng, nhanh, tiện lợi, chuyển dần sang tự động nên buộc phải giảm quy mô. Tiêu biểu là dịch vụ tài chính - ngân hàng, tư vấn, bán lẻ thông thường, hoặc các ngành mà DN trong ngành chưa liên kết tốt để hạ thấp giá bán, thương hiệu chưa mạnh nên kém hấp dẫn khách hàng... (ii) Các ngành thuộc ba lĩnh vực: kỹ thuật số, công nghệ sinh học và vật lý - nòng cốt của CMCN 4.0, đang phát triển đột phá ở nước phát triển, như sản xuất máy cái, đồ điện tử cao cấp, sản phẩm công nghệ đa tiện ích... Việc hạn chế về yếu tố sản xuất cao cấp và khả năng

đầu tư, làm cho nước đang phát triển thua xa về khả năng R&D nên khó cạnh tranh. (iii) Các ngành bị CMCN 4.0 làm suy giảm lợi thế, như gia công, lắp ráp nhờ giá nhân công rẻ, cung cấp khoáng sản thô, cung ứng nông sản, thường phát triển mạnh ở nước đang phát triển. Công nghệ in 3D, robot chuyên dụng, vật liệu mới, nông sản biến đổi gen... - giúp các cường

quốc giảm lệ thuộc, giảm nhu cầu nhập khẩu từ các nước đang phát triển. (iv) Các ngành bị đẩy vào cạnh tranh gay gắt vì giới hạn về thị trường, bởi công nghệ: in 3D, vật liệu mới, sinh học đưa các ngành may mặc, da giày, nông nghiệp vào thế bùng nổ về sản phẩm và sản lượng. Nhiều sản phẩm này của nước đang phát triển đã luôn khó vì nguồn cung dư thừa, sắp tới sẽ càng khó về tiêu chí chất lượng, độ an toàn, mức thân thiện với môi trường... (v) Các ngành cần tác động lan tỏa từ FDI, nhất là các ngành bị lạc hậu tương đối xa với thời cuộc, công nghệ trong nước đang phát triển chưa tự chủ được. Sự phụ thuộc vào công nghệ nguồn, bản quyền phát minh sáng chế, thiết bị sẽ làm chậm quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, khi dòng vốn FDI lại có xu thế chảy quanh giữa các nước đã phát triển với nhau...

3.1.4. Các ngành ở nước đang phát triển được hưởng lợi từ CMCN 4.0

CMCN 4.0 tạo ra cơ hội phát triển cho nhiều ngành, như: (i) Những ngành đang cần tái cơ cấu, bởi nó giúp định hướng phát triển của ngành trong tương lai, làm hiện rõ các thuận lợi, cơ hội, các khó khăn, thách thức, để lựa chọn hướng đi mới. CMCN 4.0 còn giúp các ngành này có nhiều lựa chọn hơn về công nghệ, thị trường, có thể đi tắt, đón đầu để nhanh có sự thay đổi bút phá trong phát triển. (ii) Những ngành giàu tiềm năng nhưng gặp khó trong việc nâng quy mô lên mức thành ngành sản xuất lớn, hoặc khó trong việc quảng bá sản phẩm, tìm đối tác. Đây là hướng phát triển quan trọng ở nước đang phát triển mà nhiều vùng có nhiều cây - con đặc sản, hàng truyền thống có giá trị thương mại, nhiều tài nguyên du lịch chưa được khai thác đúng mức. (iii) Những ngành đang cần sự liên kết, hỗ trợ từ các đối tác phát triển, như giúp hỗ trợ công nghệ, thiết bị để hoàn thiện, nâng cao chất lượng, tăng độ an toàn cho sản phẩm. Hướng này cần cho việc phát triển hàng xuất khẩu vào thị trường khó tính, như Mỹ, EU, Nhật Bản; cho việc thâm nhập vào các chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị có quy mô toàn cầu, thu về giá trị gia tăng cao. (iv) Những ngành cần đổi tác chiến lược, khi có khả năng tạo ra sản phẩm để tạo nhu cầu, hoặc chuyên sâu chất lượng cao, trước đây do hạn hẹp về vốn, thị trường nên chưa thể đầu tư mở rộng. Đây là các ngành cần đầu tư chiến lược, có tính mạo hiểm, cần nhà đầu tư có tầm nhìn xa, trường vốn, đủ sức phát triển công nghệ mới, có lợi thế về nhân lực chất lượng cao. (v) Những ngành hướng tới phát triển bền vững, như để khai thác hợp lý tài nguyên, bảo vệ và cải thiện chất lượng môi trường, vốn chưa được phát triển đúng mức ở nước đang phát triển. Nay, việc không thể tăng trưởng bằng mọi giá, khi môi trường xuống cấp, sức ép từ hội nhập, từ cam kết quốc tế, từ dư luận xã hội trong thời kỳ kết nối - buộc các nước đang phát triển phải chú ý phát triển các ngành này...

3.1.5. Chuyển dịch cơ cấu ngành để hội nhập cùng CMCN 4.0

Không cần tác động của con người, theo đà phát triển của lực lượng sản xuất, cơ cấu ngành của một nước cũng luôn có sự chuyển dịch, tự động, chậm rãi, dưới sức ép của kinh tế thị trường. Song với chức năng kiến tạo, Chính phủ ở nước

đang phát triển để hội nhập CMCN 4.0, cần tạo ra sự chuyển dịch chủ động, bởi: (i) Để đưa nhanh cơ cấu ngành tới sát mức hợp lý nhằm khai thác nhanh và sâu cơ hội hiếm có, khó lặp lại, tạo nền cho kinh tế tăng trưởng “đuổi kịp” nước phát triển. Đây là cơ sở để các nhà đầu tư đầu tư trúng và đúng, có hiệu quả cao, cần và thiết thực ở nước mức sống trung bình còn thấp, tích lũy kinh tế chưa nhiều. (ii) Dù CMCN 4.0 có tác động mạnh, thì cơ cấu ngành vẫn là kết quả tác động tổng hợp của tất cả các quá trình kinh tế đang diễn ra, như chuyển đổi mô hình tăng trưởng, công nghiệp hóa, hiện đại hóa, hội nhập kinh tế... Cơ cấu mới phải kế thừa cơ cấu hiện có, biến đổi theo các chương trình, kế hoạch phát triển đang và sắp triển khai, nên người hiểu và tác động tốt nhất chính là Chính phủ. (iii) Không phải ngành nào được hưởng lợi là thoải mái phát triển, cũng không phải ngành nào thua thiệt là phải giảm ngay quy mô, mà tùy thuộc vào tổng cung, tổng cầu, các điều kiện và khả năng phát triển cụ thể. Tác động của cơ hội hoặc thách thức tới từng ngành trong một nước rất khác nhau, tùy sự hiện diện và tiềm lực của các DN, cũng như sự phối hợp giữa chúng trong các vùng. (iv) Cơ cấu ngành chịu tác động qua lại với các cơ cấu khác, nên khi chuyển dịch cần xem xét tác động từ cơ cấu kinh tế theo khu vực, theo thành phần kinh tế, theo lãnh thổ. Trong thời gian ngắn, khó tạo ra sự chuyển dịch nhiều ở cơ cấu các ngành gộp, mà nên tập trung tạo sự chuyển dịch ở cơ cấu các phụ ngành trong nội bộ ngành. (v) Bản chất của sự chuyển dịch cơ cấu ngành là sự mở rộng các ngành hoạt động hiệu quả, có triển vọng, thu hẹp dần các ngành giảm khả năng sinh lợi hoặc phụng sự xã hội. Để hội nhập cùng CMCN 4.0, việc chuyển dịch cơ cấu ngành phải ở mức cao, tạo thay đổi lớn ở mức “cách mạng”, cần sự can thiệp sâu rộng, đúng đắn, khoa học của con người.

3.2. Cơ cấu ngành ở nước ta trong bối cảnh CMCN 4.0

3.2.1. Công cuộc Đổi mới tạo ra nhiều chuyển dịch tích cực trong cơ cấu ngành

Cơ cấu ngành kinh tế nước ta chuyển dịch nhiều từ năm 1978, khi nguồn viện trợ giảm mạnh, hàng nhu yếu phẩm khan hiếm, đất đỏ và chuyển dịch mạnh từ ngày Đổi mới. Việc thực hiện kinh tế nhiều thành phần, tiến hành 3 chương trình kinh tế

QUẢN TRỊ KINH DOANH

sản xuất: lương thực, thực phẩm; hàng tiêu dùng; và hàng xuất khẩu với ưu tiên lớn, tập trung cho các ngành trọng điểm, làm cơ cấu ngành gộp (khu vực kinh tế) có nhiều chuyển dịch tích cực.

đúng thứ 32 thế giới vào năm 2017, lọt vào nhóm các nền kinh tế hàng đầu trong nhóm nền kinh tế công nông nghiệp, làm chỗ dựa cho việc thực hiện tầm nhìn 2035 nhiều tham vọng.

Bảng 1: Các khu vực kinh tế Việt Nam ở vài năm tiêu biểu, 1986 - 2017

	Cơ cấu (%)			
	Nông, lâm nghiệp và thủy sản	Công nghiệp và xây dựng	Dịch vụ	Thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm
1986	38,06	28,88	33,06	
1996	27,76	29,73	42,51	
2008	20,41	37,08	42,51	
2011	19,57	32,24	36,73	11,46
2013	17,96	33,19	38,74	10,11
2015	17,00	33,25	39,73	10,02
2017	15,34	33,34	41,32	10,00

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Ghi chú: Từ năm 2010 giá trị tăng thêm của các khu vực kinh tế được tính theo giá cơ bản.

Các chuyển dịch này giúp nước ta: (i) Đẩy lùi cuộc khủng hoảng kinh tế đầu những năm 1980, biến nước ta từ chỗ năm 1987 còn phải nhập 468.600 tấn lương thực, đến năm 1989 đã thành nước xuất khẩu gạo lớn thứ 2 thế giới. (ii) Giúp cải thiện nhanh đời sống của nhân dân, đưa Việt Nam từ nước chỉ có GDP bình quân 98 USD/người năm 1990, đến giữa năm 2008 đã gia nhập nhóm nước có thu nhập trung bình. (iii) Giúp khai thác sâu và rộng các điều kiện sản xuất ở các vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, cải thiện đáng kể đời sống của các dân tộc thiểu số, làm cho Việt Nam trở thành một trong các nước thành công nhất về xóa đói giảm nghèo trong thời gian qua. (iv) Làm hình thành nhiều ngành quan trọng có vị thế cao, hiện là nước xuất khẩu hàng da giấy, gạo, cà phê lớn thứ 2; cao su lớn thứ 4; hàng thủy sản, dệt may lớn thứ 5; chè lớn thứ 7... trên thế giới. (v) Nhiều ngành có quy mô sản xuất lớn, năm 2017, có 5 nhóm hàng công nghiệp đạt kim ngạch xuất khẩu trên 10 tỷ USD, và 10 mặt hàng nông sản đạt kim ngạch xuất khẩu từ 1 tỷ đến 6 tỷ USD. (vi) Hạn chế tác hại của thời kỳ 2007-2013 bất ổn vĩ mô dai dẳng, mau chóng đưa nước ta từ nền kinh tế đứng thứ 56 thế giới năm 2012, lên thành nền kinh tế

3.2.2. Cơ cấu ngành ở Việt Nam còn nhiều hạn chế, yếu kém

Như vậy vài năm gần đây: (i) Cơ cấu ngành chuyển dịch nhanh theo chiều hướng tích cực, tỷ trọng khu vực III thường tăng 0,5 điểm % mỗi năm, dù chưa đều. Nhưng nhiều ngành được hưởng lợi từ CMCN 4.0 chỉ có mức tăng trung bình, do mô hình tăng trưởng chưa thuận lợi cho ngoại ứng tích cực phát huy tác dụng. (ii) Nếu mức chuyển dịch hiện có được duy trì thì Việt Nam sẽ trở thành nền kinh tế công nghiệp phát triển trước năm 2025. Song hy vọng này mong manh bởi ngành gia công lắp ráp, cùng các DN thương mại bán lẻ - đều có tỷ trọng cao trong khu vực II và III đang bị CMCN 4.0 đe dọa. (iii) Các ngành hoạt động: chuyên môn, khoa học và công nghệ; hành chính và dịch vụ hỗ trợ; tài chính, ngân hàng, bảo hiểm... được quan tâm, nhưng tỷ trọng biến đổi chậm cho thấy nhiều chủ trương ít đi vào cuộc sống. Phần của công nghiệp chế biến, chế tạo tăng theo việc tăng vốn và giải ngân FDI, phản ánh tăng trưởng ở nhiều ngành phụ thuộc vào đầu tư nước ngoài. (iv) Ngành khai khoáng suy giảm, khu vực thuế sản phẩm bấp bênh làm ngân sách căng thẳng, nên cần tạo dựng trụ cột tăng trưởng mới. Cần cải thiện

Bảng 2: Tỷ trọng các ngành chịu tác động mạnh bởi CMCN 4.0, 2010-2016

	Cơ cấu (%)			
	2010	2012	2014	2016
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	18,38	19,22	17,70	16,32
Công nghiệp và xây dựng - Trong đó:	32,13	33,56	33,21	32,72
- Khai khoáng	9,48	11,42	10,82	8,12
- Công nghiệp chế biến, chế tạo	12,95	13,28	13,18	14,27
Dịch vụ - Trong đó:	36,94	37,27	39,04	40,92
- Thông tin và truyền thông	0,92	0,70	0,68	0,71
- Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	5,40	5,27	5,26	5,52
- Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ	1,30	1,28	1,30	1,33
Thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm	12,55	9,95	10,05	10,04

Nguồn: Tổng cục Thống kê

hơn nữa hiệu quả hoạt động của nhiều ngành, nhất là nơi mà DN nhà nước (DNNN) còn giữ quyền chi phối; đổi mới thu hút FDI để khu vực II tăng trưởng bền vững. Ngoài ra, trình độ phát triển của nhiều ngành ở nước ta hiện thấp hơn mặt bằng chung khu vực, thấp xa các nước trong các FTA mới ký. Trong các ngành, Việt Nam thường tập trung vào phân khúc có giá trị gia tăng ít nhất là sản xuất, chưa chú trọng đúng mức đến các phân đoạn thiết kế, tiêu thụ. Nhà nước chưa công bằng trong huy động, chưa có đầu tư trở lại thỏa đáng đối với các ngành đang đóng góp nhiều vào tăng trưởng, vào thu ngân sách...

3.2.3. Chuyển dịch cơ cấu ngành còn nhiều hạn chế, yếu kém

Là cường quốc thứ 14 về dân số, là nền kinh tế thứ 32 thế giới, đã có trên 30 năm đổi mới, thì cơ cấu ngành và mức chuyển dịch của cơ cấu này đến nay là chưa ổn. Bởi: (i) Đã trải qua 2/3 thế kỷ tiến hành nhưng nước ta chưa hoàn thành quá trình công nghiệp hóa, cơ cấu ngành gộp chưa hợp lý, nông nghiệp manh mún, phân tán, dịch vụ chất lượng thấp. Công nghiệp chưa rõ ngành chủ đạo, thiên về gia công, lắp ráp, chỉ có 14% số DN Việt có lĩnh vực hoạt động chính là chế tạo³, chủ yếu ở mức CMCN 2.0, các ngành hỗ trợ chưa phát triển. (ii) Nhiều chương trình, kế hoạch phát triển không tổng kết được, làm định hướng phát triển các ngành lỗ dỏ, lại bị cách tính GDP cấp tỉnh chi phối, dẫn đến mọi địa phương cơ cấu ngành dàn

trải. Không có sản phẩm chủ lực, lượng sản phẩm hàng hóa thấp, khó xây dựng thương hiệu, khó thâm nhập thị trường lớn tiêu thụ dạng chuỗi, tự làm triệt tiêu nhiều lợi thế, khiến tăng trưởng phụ thuộc sâu vào tăng vốn và tăng trưởng tín dụng. (iii) Hình thức tổ chức kinh doanh trong nhiều ngành, nhất là nông nghiệp, bị khủng hoảng, các chuỗi cung ứng đứt gãy, liên tục lặp lại điệp khúc “được mùa rớt giá”. Quy hoạch ngành lỗ dỏ, người sản xuất thua thiệt, mất niềm tin, gây khó cho việc áp dụng tiến bộ khoa học, công nghệ, quản lý chất lượng sản phẩm. (iv) Sự phối hợp giữa các DN trong cùng ngành hoặc giữa các ngành chưa tốt, hay tự phát theo lối bầy đàn để dẫn đến cạnh tranh ngược, bị nước ngoài lợi dụng. Làm giảm hiệu quả kinh tế, phân tán sức mạnh của nhiều ngành, nhiều sản phẩm nổi tiếng phải xuất khẩu nhờ thương hiệu nước khác. (v) Còn chuyển dịch cơ cấu ngành theo áp đặt từ cấp trên, khiến cưỡng, thiệt hại cho người sản xuất, kém bền vững, hoặc chuyển dịch chậm. Có khi là nhằm lấy thành tích mà thiếu luận cứ khoa học nên bị thị trường bác bỏ, gây lãng phí, thiệt hại, trở thành nguyên nhân làm nền kinh tế hiệu quả thấp, tụt hậu, làm suy giảm vị thế quốc gia...

3.2.4. Các nguyên nhân cơ bản gây ra các hạn chế, yếu kém

Nhiều ngành bấp bênh, cơ cấu ngành lệch lạc, chuyển dịch chậm so với yêu cầu là do nhiều nguyên nhân, như là: (i) Hệ thống chính trị không

đổi mới kịp với chuyển biến của nền kinh tế, bộ máy quản lý thiên về xoay sở - đối phó đã dựng “rừng” điều kiện kinh doanh để đối phó, khiến nhiều ngành bị trói buộc, khó phát triển. Tính kế thừa cao trong bộ máy quản lý, việc thái quá trong giữ ổn định chính trị, cùng bệnh thành tích, làm định hướng phát triển nhiều ngành xơ cứng, thiếu sức sống. (ii) Chưa xây dựng được thể chế phù hợp cho nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa (ĐHXHCN), việc lồng ghép sự lãnh đạo toàn diện của Đảng làm khiến cường nhiều hoạt động kinh tế. Việc có ít nhà chính trị trong các cấp lãnh đạo, để các nhà chính trị chiếm số đông trong quyết định chính sách, làm cho thực trạng kinh tế thường bị “tô hồng”, kế hoạch phát triển chưa sát với thực tiễn, mức khả thi không cao. (iii) Nhà nước vẫn lúng túng trong bài toán “trả đất” cho DN tư nhân từ DNNN, khó giải quyết mâu thuẫn giữa cố gắng thu hút được nhiều vốn FDI với giữ “đất” cho DN nội, nên nhiều ngành bế tắc. Rất thiếu vốn rẻ để hỗ trợ tái cơ cấu, phát triển các khâu còn yếu và thiếu trong chuỗi giá trị quốc gia, hỗ trợ DN bị thiệt hại trong các FTA. (iv) Chất lượng nhân lực tinh hoa trong từng ngành chưa cao, nhiều quy hoạch, kế hoạch phát triển chưa đủ cơ sở kinh tế học, nhiều vấn đề cần nghiên cứu thêm nhưng đã thành mệnh lệnh phát triển. Tính kiến tạo - phát triển trong định hướng phát triển các ngành mờ nhạt, “chạy theo” thị trường, công tác dự báo yếu kém, tính tổ chức trong từng ngành chưa cao, yếu về phối hợp, phân bổ các ngành còn tự phát, phân tán. (v) Chiến lược phát triển đã ít thay đổi sau hàng thập kỷ, nhiều chỉ đạo lại thiếu tầm nhìn, chậm trễ hàng năm so với thực tiễn, làm nhiều ngành có đại dự án “đắp chiếu”, nhiều tử huyệt. Sự cát cứ về quyền quản lý giữa các bộ ngành, địa phương, nhiều hiệp hội mang tính hình thức, cùng chủ nghĩa thân hữu và lợi ích nhóm làm méo mó các quan hệ liên ngành. (vi) Nhiều chiến lược phát triển không tổng kết được, nhiều mốc lộ trình không đạt, nhiều sai phạm bị bỏ qua, làm cho các ngành liên tục rối trong định hướng, làm giảm sút lòng tin, làm tăng sự tùy tiện ở cấp thực hiện. Nhiều ngành chây ì, bầu vùi vào bảo hộ của Nhà nước, mong muốn phát triển của nhiều DN chưa cao, văn hóa kinh doanh thiên về “ăn mảnh”, tạm thời, chưa nhận được nhiều sự chung tay của xã hội...

3.2.5. Các vấn đề đặt ra trước cơ cấu ngành và sự chuyển dịch

Tác động của CMCN 4.0 tới cơ cấu ngành ở nước ta chưa lớn, nhưng đang tăng nhanh, mạnh dần, tỏa rộng ra, dự báo sức ép sẽ rất mạnh từ năm 2025 khi nhiều sản phẩm công nghệ 4.0 xuất hiện. Trong giai đoạn chuyển tiếp này, cơ cấu ngành ở Việt Nam phải chuyển dịch lớn, mạnh, dứt khoát và khôn ngoan, tập trung vào các vấn đề sau: (i) Mọi ngành đều phải chuyển dịch, nhưng tập trung sức cho các ngành được hưởng lợi, giúp chúng thu hẹp khoảng cách để phát triển được các ngành kinh tế có liên quan ở các nước Âu - Mỹ. Cần chuyển dịch gấp khi FTA Việt Nam - EU (EVFTA), Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) sắp có hiệu lực, bởi dưới tác động của CMCN 4.0 ưu thế lao động giá rẻ đang giảm nhanh. (ii) Hoàn tất các quá trình kinh tế dở dang, tập trung hoàn thành quá trình công nghiệp hóa, hoàn tất chuyển đổi nền kinh tế sang kinh tế thị trường, đẩy nhanh tăng trưởng “đuổi kịp”... Thu hẹp và sử dụng hiệu quả số vốn nhà nước tại các DN, chuyển các ngành nhà nước không cần nắm giữ cho khu vực tư nhân, đẩy nhanh việc chuyển giao công nghệ từ các DN FDI... (iii) Nhiều đột phá công nghệ 4.0 sẽ xuất hiện trong thời gian tới, tạo ra các bước ngoặt, hoặc khúc cua mới trong phát triển. Do đó, chiến lược phát triển cần mềm dẻo, linh động hơn, để chuyển hướng kịp thời trước các diễn biến và cập nhật nhanh các thành tựu mới. (iv) Thế giới không chờ và cũng không nước nào ưu tiên cho nước ta hơn quyền lợi của chính họ, nên sự cạnh tranh khi EVFTA, CPTPP có hiệu lực sẽ rất lớn và không khoan nhượng. Các chương trình, kế hoạch phát triển phải có cơ sở kinh tế học vững chắc, giảm tính chính trị, nên cần đổi mới sâu sắc việc tuyển dụng và bố trí nhân sự trong bộ phận hoạch định chiến lược. (v) Vực dậy nền kinh tế tự hậu khi nợ công kịch trần, nợ nước ngoài vượt mức cho phép, chi thường xuyên và trả nợ chiếm 96-97% chi ngân sách, năm 2017 phải phát hành 156.000 tỷ đồng trái phiếu để đảo nợ - là một thách thức. Do đó, bên việc thu hút khôn ngoan FDI, còn phải khôi phục lòng tin, để có sự hưởng ứng nhiệt tình của các tầng lớp xã hội, nhất là của giới doanh nhân, trí thức và 4,5 triệu kiều bào...; (vi) Cần giải quyết nhanh di sản hai nhiệm kỳ say sưa tăng trưởng

của Thủ tướng tiền nhiệm, đầu tiên là nâng dần đẳng cấp phát triển. Khắc phục tận gốc tình thế: nền kinh tế chia cắt, cấu trúc công nghiệp lỉ ti, nông nghiệp có nguy cơ sụp đổ⁴, nợ nần chồng chất, các dự án nghìn tỷ “đắp chiếu”, các đại án tham nhũng với bị cáo là các lãnh đạo cao cấp...

3.3. Giải pháp thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu ngành để hội nhập CMCN 4.0

Để hội nhập cuộc cách mạng, cần phải có quan điểm cách mạng, có tư duy cách mạng, có quyết định cách mạng, có người làm cách mạng, có ứng xử cách mạng... Vì thế, để khai thác cơ hội, hóa giải thách thức, hội nhập thành công cùng CMCN 4.0, Việt Nam cần phải làm nhiều cuộc “cách mạng con”, trước tiên là giải quyết cơ bản các rào cản cho nền kinh tế, như thể chế chắp vá, nợ xấu cao, nợ công kịch trần, tái cơ cấu chậm, vốn đắt, đầu ra cho sản phẩm, chất lượng nhân lực, hạ tầng... Riêng ở góc độ chuyển dịch cơ cấu ngành cần:

Một là, xác định lại tổng quan về kinh tế Việt Nam, để vạch ra các ngành cần đầu tư, phát triển, hoặc thu hẹp, chuyển hướng cho phù hợp với điều kiện phát triển thực tế của đất nước trước tác động của CMCN 4.0.

Lâu nay, đâu đó vẫn còn có nhìn nhận khác về một vài phương diện trong hiện trạng kinh tế đất nước, chưa đồng thuận hoàn toàn với các báo cáo tốt lành của Nhà nước, từ các nhà khoa học, quản trị đã thành danh, có chức vụ, trách nhiệm và uy tín. Đơn cử là ý kiến về tầm nhìn chính sách của Kenichi Ohno, về vai trò DNNN của Vũ Thành Tự Anh, của Lê Kiên Thành, về nghịch lý trong phát triển của Trần Đình Thiên, về bền vững kinh tế của Nguyễn Trần Bạt... Nhiều ý kiến được thực tế xác minh; trong lúc vài chương trình, chiến lược không tổng kết được một phần là do Nhà nước có cái nhìn quá “hồng”. Vì thế, trước CMCN 4.0 không thể đứng ngoài, bị kéo vào, bị đe dọa trả giá không nhỏ, Việt Nam cần phải nhìn nhận lại chính mình, không phải để tuyên truyền, mà để nhập cuộc cạnh tranh không khoan nhượng. Thấy cái mạnh để tự tin, để phát huy là quan trọng; nhưng biết cái yếu, cái kém, thấy “tử huyệt” của mình còn quan trọng hơn, để biết mình, biết người, lượng sức để tránh kết cục không mong muốn. Muốn vậy, cần tập hợp trí tuệ tinh hoa toàn dân tộc, nhất là của các nhà khoa học, kỹ trị, với nòng cốt là các

thành viên của Tổ tư vấn kinh tế của Thủ tướng, để có cái nhìn tổng hợp, sát thực về kinh tế đất nước. Phải làm rõ được nền kinh tế đang ở đâu trên con đường ĐHXHCN; thực lực và lợi thế không “tò hồng”, khiếm khuyết không che đậy, giấu diếm, theo từng hệ thống kinh tế, như AEC, các FTA, trong phát triển chung của thế giới. Để có các chương trình, kế hoạch sát thực, chỉ ra các điểm để đầu tư đúng và trúng, chỉ ra các ngành cần đầu tư, phát triển, hay thu hẹp, chuyển hướng, để tương thích cao với CMCN 4.0.

Hai là, tăng tốc hoàn thiện thể chế, ưu tiên đầu tư các khâu còn yếu và thiếu cho các ngành cần phát triển, nâng cấp du lịch thành trụ cột tăng trưởng, phát triển thị trường sản phẩm khoa học công nghệ theo hướng trực tuyến...

Việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ĐHXHCN chưa từng có và không có ngoài lãnh thổ Việt Nam, chưa dễ thành hiện thực, là công trình lâu dài và phức tạp. Khả năng đầu tư để giảm sự tụt hậu về công nghệ cũng hạn chế, khi các DN chỉ đầu tư khoảng 0,3% doanh thu vào lĩnh vực này, đầu tư từ ngân sách hạn hẹp. Trong bối cảnh gấp gáp hiện nay, nên dồn vào việc hoàn thiện thể chế và ưu tiên đầu tư cho các ngành cần thiết, nhất là ngành được hưởng lợi, có liên kết rộng và sâu, dễ đi thẳng vào công nghệ cao, để hội nhập luôn vào CMCN 4.0. Đối với các ngành sản xuất hàng xuất khẩu, cần mở rộng tối đa về thể chế, để bù đắp cho lợi thế lao động giá rẻ đang giảm dần. Khẩn trương tái cơ cấu các DN đã có, ưu tiên phát triển DN phụ trợ, gắn kết các trung tâm nghiên cứu với DN, đẩy mạnh xúc tiến thương mại cho các ngành này. Hỗ trợ các DN dẫn dắt thị trường, từng bước mở rộng sang các phân khúc khác trong chuỗi giá trị, nâng cấp thương hiệu, tụ hợp các DN nhỏ cùng hội nhập. Đặc biệt, cần mở mang cả rộng và sâu hơn nữa hoạt động du lịch theo hướng kết nối vùng miền, triển khai du lịch tổng hợp cả văn hóa, lịch sử, sinh thái, tâm linh, phát triển thành trụ cột tăng trưởng mới. Có các chính sách thu hút đầu tư hợp lý cho ngành được hưởng lợi, mạnh dạn tìm kiếm và nhập khẩu các công nghệ, vật nuôi, cây trồng phù hợp. Ứng dụng công nghệ 4.0 xây dựng chính quyền điện tử, tăng thuận lợi cho hoạt động DN, phát triển thị trường trực tuyến về sản phẩm khoa học công nghệ, để DN dễ tìm kiếm và lựa chọn được công nghệ phù hợp...

Ba là, chuyển dịch hợp lý các ngành bị tổn hại, chú trọng sử dụng công nghệ cao để phát huy tính “cách mạng” của nông nghiệp, thâm nhập vào các chuỗi giá trị toàn cầu, đổi mới cơ cấu lãnh thổ, hướng tới phát triển các ngành bền vững.

Cần quan tâm lớn trong dịch chuyển cơ cấu ngành còn là nhóm các ngành bị tổn hại, khó tiếp tục tồn tại hoặc sẽ trả giá nếu không chuyển đổi kịp thời khi CMCN 4.0 lan rộng. Đứng đầu là ngành dệt may, năm 2017 có 5.213 DN, sử dụng 2,5 triệu lao động (80% là nữ), cung cấp 26,04 tỷ USD hàng xuất khẩu. Kế đó là ngành da giày với tương ứng là gần 1.700 DN, hơn 1,1 triệu lao động và 16,2 tỷ USD; mỗi đe dọa của CMCN 4.0 tới hơn 300.000 DN đang hoạt động bán lẻ cũng lớn. Ngoài phần tiếp tục hoạt động để đáp ứng các nhu cầu chưa thể thay thế, số còn lại khả năng đầu tư nâng cấp để tiếp tục duy trì ngành nghề cũ là không lớn. Việc tận dụng số cơ sở đã có, tạo hàng xuất khẩu bù vào đã khó; nhưng khó hơn là việc làm cho số lao động giản đơn, bị tự kim hãm ở đẳng cấp thấp, nhiều người tuổi đã cao, khó đào tạo lại - bị thải ra. Đối với các ngành này cần: (i) Các DN có chất lượng nên nhập các công nghệ bị thải loại ở các nước vì CMCN 4.0, song có cấp độ cao hơn nước ta, để tiếp tục kinh doanh phục vụ nhu cầu giá rẻ. (ii) Các DN có thể chuyển đổi thì tái cấu trúc, tinh giản, chuyển hóa thành các bộ phận cho các ngành được phát triển, nhất là trong các phân khúc cần đầu tư mới. (iii) Liên doanh, liên kết hoặc M&A với đối tác nước ngoài để thâm nhập các chuỗi giá trị toàn cầu trong các ngành hiện có, dùng lối kinh doanh “win-win” để phát triển. (iv) Thu hút FDI khôn ngoan để hiện đại hóa công nghệ, hoặc di chuyển về các vùng còn kém phát triển, để khai thác các tiềm năng và phát triển kinh tế địa phương. Song hướng quan trọng nhất là đưa số lao động bị thải hồi chuyển sang các DN trong các ngành nông nghiệp công nghệ cao, để tận dụng tác phong và tính tuân thủ kỷ luật lao động đã có. Đây còn là giải pháp để tối đa hóa sản lượng nông nghiệp, làm nền tảng cho công nghiệp hóa, như kinh nghiệm của các nước Nhật Bản, Hàn Quốc hoặc Trung Quốc. Đồng thời, nên dựa vào công nghệ sinh học đã khá phát triển trong nước để thúc đẩy phong trào khởi nghiệp trong nông nghiệp, để phát huy tính cách mạng cao, dùng nông nghiệp làm bệ đỡ cho nền kinh tế...

Bốn là, phải đổi mới sâu sắc quản trị quốc gia, phát triển các ngành còn yếu, thu hút và phát huy sức mạnh cộng đồng, của toàn dân tộc, để tạo trợ lực từ bên ngoài cho quá trình chuyển dịch, biến CMCN 4.0 thành nhân tố phát triển quan trọng cho đất nước.

Chuyển dịch cơ cấu ngành ở nước ta trong bối cảnh CMCN 4.0 là một cuộc cách mạng, bởi phải loại bỏ nhiều cái đã hằn sâu trong tư duy, đồng thời phải tạo ra nhiều cái mới mà cơ chế cũ chưa chấp nhận. Trong thời đại mà cơ hội đến và đi có khi chỉ vài phút, một cái kích chuột có thể đổi đời nhưng cũng có thể gây đổ vỡ hoàn toàn cho một chủ thể kinh tế. Do đó, bộ phận tinh hoa, lãnh đạo đầu ngành phải thực sự tài năng, linh hoạt, nhanh nhạy, quyết đoán, có toàn quyền và phải chịu trách nhiệm cá nhân trong công vụ. Toàn hệ thống chính trị phải thông suốt, không nơi lạnh nơi nóng, trì trệ, vụ lợi. Phải biết dùng ngân sách và dự địa chính sách để đầu tư phù hợp vào các mắt xích còn yếu trong cơ cấu, phát triển các ngành mới, nhất là các ngành bõng có lợi thế nhờ CMCN 4.0, điều chỉnh dòng tiền vào các ngành cũ để thu hẹp chúng, nhằm tiến sát tới cơ cấu ngành hợp lý. Mặt khác, công cuộc này ở nước ta hiện nay còn bộn bề sự vụ, cần nhiều đầu tư, nhiều nỗ lực và cả nhiều sự chấp nhận chịu thiệt thòi về nhiều mặt, mà dung lượng các mặt này đều vượt xa khả năng của Nhà nước, của DN, nhà đầu tư chuyên nghiệp. Trong lúc, với việc CPTPP, EVFTA sắp có hiệu lực, CMCN 4.0 phát triển, thì đây là cơ hội phát triển lớn nhất cho Việt Nam từ trước đến nay, không để có lại ở hàng chục năm sau. Các thách thức từ nó gây ra, nếu không vượt qua thì nền kinh tế, rồi cả dân tộc, thậm chí nhiều thế hệ tiếp sau sẽ trả giá đắt. Vì thế, phải tập hợp sức mạnh toàn dân tộc, mọi tầng lớp xã hội, cũng như của mọi kiều bào, để tạo sự hỗ trợ cao từ bên ngoài cho hoạt động chuyển dịch, biến CMCN 4.0 thành nhân tố phát triển quan trọng cho đất nước.

4. Kết luận

Công cuộc Đổi mới 1986 do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo, 30 năm qua đã thu về nhiều thành tựu không nhỏ, nhưng kết quả trong phát triển kinh tế chưa như mong đợi. Bởi việc phát triển nền kinh tế thị trường giàu tính nhân văn ở nước có nền kinh tế quy mô nhỏ, phát triển chưa cao, từng bị nhiều cuộc chiến tranh liên tục tàn phá là

khó khăn. Việc xây dựng và củng cố xã hội bình đẳng, dân giàu nước mạnh, trên cơ sở một nền kinh tế có xuất phát điểm thấp, trong môi trường cạnh tranh khốc liệt toàn cầu, luôn có sự chống phá của đủ loại thế lực thù địch càng không dễ. Vì thế, việc phát triển nền kinh tế thị trường ĐHXHCN ở nước ta luôn ẩn chứa nhiều rủi ro, hay có trạng thái căng thẳng. Hơn nữa, mặt trái của cơ chế thị trường, sự non kém của một vài lãnh đạo, cùng sự thoái hóa, biến chất của một số viên chức, nhiều DN vụ lợi, lao động chưa cần mẫn, làm nền kinh tế còn nhiều khiếm khuyết. Khiếm khuyết ấy làm cho khi CMCN 4.0 lan rộng, nền kinh tế gặp nhiều khó khăn, thách thức, nhiều ngành bị đe dọa, sa sút. Song, dưới ánh sáng của Đại hội XII; dưới nỗ lực của Chính phủ; với tinh thần cầu tiến của giới doanh nhân; với trí tuệ, sự cố gắng hiến và tâm huyết của giới trí thức, của toàn dân, chúng ta có quyền tin rằng: Đảng và Nhà nước sẽ nhìn thấu đáo mọi vấn đề, cùng giới doanh nhân, trí thức, toàn dân, kể cả kiều bào, sẽ toàn tâm, cùng nhau thực thi mọi giải pháp cần thiết. Từ đó góp phần tạo ra sự chuyển dịch cơ cấu ngành một cách nhanh, mạnh, thiết thực, đưa kinh tế Việt Nam hội nhập tốt cùng CMCN 4.0, từng bước phát triển hơn lên sánh vai với các cường quốc.... ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Chu Ngọc Anh (2017), *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Cơ hội và thách thức đối với mục tiêu tăng trưởng bền vững của Việt Nam*, truy cập ngày 06 tháng 04 năm 2018, từ <http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/Nghiencuu-Traodoi/2017/43245/Cach-mang-cong-nghiep-lan-thu-tu-Co-hoi-va-thach-thuc.aspx>.

2. Hồ Tú Bảo (2017), *Hiểu về Cách mạng công nghiệp lần thứ 4*, truy cập ngày 03 tháng 04 năm 2018, từ <http://vnexpress.net/tin-tuc/khoa-hoc/hieu-ve-cach-mang-cong-nghiep-lan-thu-4-3574624.html>.

3. Michael E. Porter (2012), *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, bản dịch của Nguyễn Ngọc Toàn và các cộng sự, Tủ sách Doanh trí, Thành phố Hồ Chí Minh, trang 154.

4. Đặng Khoa (2017), *Cách mạng công nghiệp lần thứ tư: Việt Nam đang “đứng” đâu?* truy cập ngày 06 tháng 04 năm 2018, từ

<http://viettimes.vn/cach-mang-cong-nghiep-lan-thu-tu-viet-nam-dang-dung-dau-118838.html>.

5. Anh Minh (2018), *VCCI: DN phải chi tiền bảo kê để được 'yên ổn làm ăn'*, truy cập ngày 06 tháng 04 năm 2018, từ <https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/doanh-nghiep/vcci-doanh-nghiep-phai-chi-tien-bao-ke-de-duoc-yen-on-lam-an-3726503.html>.

6. San Ngọc (2015), *Cường quốc” nông nghiệp có nguy cơ sụp đổ?* truy cập ngày 10 tháng 04 năm 2018, từ <http://cafef.vn/vi-mo-dau-tu/cuong-quoc-nong-nghiep-co-nguy-co-sup-do-20150701144105589.chn>.

Summary

The industrial revolution 4.0 is not only fundamentally changing the way of doing business, causing damages to many sectors, but also bringing in huge benefits to others, and reversing the structure of many industries. In our country, although the Doi Moi (Renovation) has made significant positive transition, there are limitations in the structure of the industry, the transition level is not as of expectation because of the slow political reform, and the quality of institution, management and human resources. At the same time, there are urgent needs of development, completion of unfinished economic processes, renovation of outdated economy, and improvement of competitiveness. Therefore, it is necessary to redefine the economic overview, outline prioritized sectors that need to be developed, speed up institutional improvements, and regard tourism as the key for growth. Restructuring damaged sectors, growing weak sectors, especially agriculture, penetrating value chain, reforming territorial structure and national governance, attracting and promoting community strength, turning industrial revolution 4.0 into the development factor ...

PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Phạm Thị Bạch Tuyết
Trường Đại học Sài Gòn
Email:

Ngày nhận: 19/11/2018

Ngày nhận lại: 20/12/2018

Ngày duyệt đăng: 02/01/2019

Sau hơn ba mươi năm thực hiện đường lối đổi mới và hội nhập quốc tế, thương mại Việt Nam đã và đang đạt được nhiều thành tựu quan trọng, đóng góp vào quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Hội nhập kinh tế quốc tế đã góp phần làm cho thị trường xuất nhập khẩu của Việt Nam không ngừng được mở rộng, giá trị thương mại tăng trưởng mạnh mẽ, cơ cấu và chất lượng hàng hóa được cải thiện theo hướng tích cực. Tuy nhiên, khi Việt Nam hội nhập sâu rộng vào thị trường thế giới cũng đã bộc lộ những khó khăn, hạn chế đòi hỏi phải có những giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất nhập khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường thế giới.

Từ khóa: Hội nhập kinh tế quốc tế, nhập khẩu, thương mại, xuất khẩu.

1. Đặt vấn đề

Hội nhập kinh tế quốc tế là một chủ trương nhất quán và là nội dung trọng tâm trong chính sách đối ngoại và hợp tác kinh tế quốc tế của Đảng và Nhà nước ta trong quá trình đổi mới đất nước. Quá trình hội nhập của Việt Nam vào nền kinh tế thế giới bắt đầu bằng công cuộc đổi mới từ Đại hội Đảng lần VI năm 1986. Tuy nhiên quá trình hội nhập chỉ thực sự được bắt đầu kể từ năm 1995 với hai dấu mốc quan trọng đó là Việt Nam trở thành thành viên chính thức của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) và Việt Nam bình thường hóa quan hệ ngoại giao với Hoa Kỳ (7/1995). Kể từ đó cho đến nay, quá trình hội nhập quốc tế của Việt Nam đã trải qua nhiều giai đoạn phát triển với các dấu mốc hội nhập quan trọng như tham gia Khu vực thương mại tự do ASEAN (AFTA) từ 1/1/1996, Diễn đàn hợp tác Á - Âu (ASEM) tháng 6/1996 và Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC) tháng 11/1998. Đặc biệt, ngày 7/1/2007 Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại lớn nhất thế giới WTO, đánh dấu bước hội nhập toàn

diện của Việt Nam với nền kinh tế thế giới. Cũng trong thời gian này, để đẩy mạnh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã tích cực và chủ động trong việc tham gia tiến trình đàm phán và ký kết nhiều Hiệp định thương mại tự do (FTA) với các đối tác. Tính đến tháng 4/2016, Việt Nam đã tham gia thiết lập 12 Hiệp định thương mại tự do (FTA) với 56 quốc gia và nền kinh tế trên thế giới, thiết lập quan hệ ngoại giao với hơn 170 quốc gia trên thế giới, mở rộng quan hệ thương mại, xuất khẩu hàng hóa tới trên 230 thị trường của các nước và vùng lãnh thổ.

Hội nhập kinh tế quốc tế đã góp phần quan trọng vào phát triển thương mại của Việt Nam nói chung, phát triển ngoại thương nói riêng. Việc tham gia vào các tổ chức kinh tế và ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương và đa phương giúp cho hàng hóa được hưởng các ưu đãi về mặt thuế quan, dỡ bỏ dần các rào cản thương mại, mở ra cơ hội cho hàng hóa xuất khẩu của nước ta được tiếp cận và mở rộng quan hệ thương mại với thị trường rộng lớn của thế giới. Bên cạnh đó, thông qua quá trình hội nhập kinh tế quốc tế

giúp cho nước ta có khả năng phát huy tối ưu các lợi thế so sánh của mình đồng thời tiếp nhận công nghệ tiên tiến, hiện đại vào sản xuất kinh doanh, giúp nâng cao năng lực cạnh tranh hàng hóa và dịch vụ. Tuy nhiên, thách thức lớn nhất đối với hàng hóa của nước ta khi hội nhập là sự cạnh tranh gay gắt không chỉ trên thị trường thế giới mà ngay thị trường trong nước. Nếu các doanh nghiệp không nhanh chóng bắt kịp xu thế để thay đổi, cơ cấu lại sẽ rất dễ thua cuộc ngay chính trên “sân nhà” của mình. Đứng trước những cơ hội và thách thức như vậy, ngành ngoại thương Việt Nam đã biết nắm bắt để phát triển như thế nào, kết quả ra sao? Xuất phát từ những vấn đề trên, bài viết tập trung nghiên cứu làm rõ những thành tựu cũng như hạn chế của hoạt động xuất nhập khẩu nước ta trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, từ đó đưa ra những giải pháp khắc phục những hạn chế nhằm góp phần đẩy mạnh sự phát triển của ngành ngoại thương trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Theo Luật Thương mại Việt Nam năm 2005 thì *Xuất khẩu hàng hóa* là việc hàng hóa được đưa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam hoặc đưa vào khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật. *Nhập khẩu hàng hóa* là việc hàng hóa được đưa vào lãnh thổ Việt Nam từ nước ngoài hoặc từ khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật.

Một số chỉ tiêu bài viết sử dụng để đo lường đánh giá tình hình phát triển xuất nhập khẩu của nước ta như giá trị, tỷ trọng và tốc độ tăng trưởng của kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, cán cân xuất nhập khẩu hàng hóa, mức độ đa dạng hóa thị trường và hàng hóa, đánh giá độ mở của nền kinh tế trong lĩnh vực thương mại hàng hóa thông qua tỷ trọng xuất nhập khẩu so với GDP.

Bài viết chủ yếu sử dụng nguồn số liệu thứ cấp thu thập từ Tổng cục Thống kê, Tổng cục Hải quan, Bộ Công Thương để sử dụng phân tích, đánh giá thực trạng phát triển xuất nhập khẩu của Việt Nam trong giai đoạn 1990 - 2017. Ngoài ra các thông tin và số liệu trong bài viết cũng kế thừa và tổng hợp từ các nghiên cứu đã được công bố trên các sách, báo, tạp chí và các trang thông tin chính thức của các bộ ngành liên quan.

Các phương pháp chủ yếu được sử dụng trong nghiên cứu này là phương pháp thu thập, xử lý số liệu thống kê, phương pháp phân tích, so sánh và tổng hợp tài liệu, phương pháp bảng biểu, biểu đồ.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Thành tựu về xuất nhập khẩu của Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế

Thứ nhất, quy mô kim ngạch xuất nhập khẩu và tỷ trọng xuất nhập khẩu trong GDP không ngừng tăng nhanh.

Một trong những thành tích nổi bật nhất của ngoại thương nước ta là tăng trưởng xuất nhập khẩu và tỷ trọng xuất nhập khẩu trong GDP tăng, đây được xem là thành công thể hiện độ mở của kinh tế Việt Nam với thương mại thế giới.

Về kim ngạch xuất nhập khẩu, Việt Nam đạt mức tăng trưởng liên tục về tổng kim ngạch xuất nhập khẩu cũng như tốc độ tăng trưởng bình quân trong suốt các giai đoạn hội nhập. Năm 1990 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của cả nước mới đạt khoảng 5,1564 tỷ USD thì đến năm 2017 đã tăng lên đạt 425,12 tỷ USD, gấp 82,5 lần trong vòng gần 30 năm, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 17,75%/năm. Hoạt động xuất nhập khẩu tăng trưởng nhanh gắn liền với những dấu mốc quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta.

Năm 1990 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của nước ta mới chỉ đạt 5,156 tỷ USD, đến năm 1995 tăng lên đạt 13,604 tỷ USD, tăng 2,6 lần. Nhưng sau năm 1995 khi Việt Nam chính thức gia nhập ASEAN và bình thường hóa quan hệ với Hoa Kỳ (7/1995), hoạt động ngoại thương của nước ta có sự phát triển nhanh chóng. Năm 1996 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 18,399 tỷ USD, đến năm 2000 tăng lên 30,119 tỷ USD. Ngày 10/12/2001 khi Hiệp định thương mại Việt - Mỹ ký kết và có hiệu lực đã mở ra cánh cửa cho hàng xuất khẩu Việt Nam tiếp cận với thị trường lớn nhất thế giới, tổng kim ngạch XNK tăng nhanh chóng đạt 36,45 tỷ USD năm 2002, tăng 16,6% so với năm 2001.

Dấu mốc lớn nhất cho ngành ngoại thương nước ta là năm 2007 khi Việt Nam chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Nhờ đó thị trường được mở rộng, hưởng các chính sách ưu đãi về thuế quan, gia tăng dòng vốn FDI, kích thích tăng trưởng xuất nhập khẩu. Năm 2007 cũng

QUẢN TRỊ KINH DOANH

là năm ghi dấu mốc quan trọng của hoạt động xuất nhập khẩu khi tổng kim ngạch đạt mốc 100 tỷ USD (111,3 tỷ USD). Đến năm 2008 đạt 143,39 tỷ USD, tăng 28,8% so với năm 2007. Năm 2009 do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu nên kim ngạch xuất nhập khẩu giảm xuống còn 127,04 tỷ USD.

Giai đoạn từ 2010 - 2017 kim ngạch XNK của nước ta liên tục đạt được những cột mốc quan trọng: Năm 2011 quy mô XNK đã tăng gấp đôi đạt con số 200 tỷ USD chỉ sau 4 năm (203,6 tỷ USD năm 2011). Con số 300 tỷ USD tiếp tục đạt được với khoảng thời gian tương tự sau 4 năm (2015 với 327,7 tỷ USD) và chỉ 2 năm sau đã cán mốc 400 tỷ USD (425,12 tỷ USD năm 2017). Như vậy tính từ năm 2007 khi Việt Nam chính thức gia nhập WTO, đến nay sau 10 năm (2007 - 2017) tổng kim ngạch XNK của nước ta đã tăng gấp 4 lần.

Bảng 1: Tỷ trọng xuất nhập khẩu hàng hóa so với GDP qua các năm (%)

Năm	Xuất khẩu/GDP	Nhập khẩu/GDP	Xuất nhập khẩu/GDP
1995	26,2	39,2	65,4
2000	46,4	49,6	96,0
2005	56,3	63,8	120,1
2008	64,3	82,8	147,1
2010	65,3	76,6	141,9
2016	86,0	85,1	171,1

Nguồn: Số liệu thống kê của Tổng cục Thống kê, <https://www.gso.gov.vn>

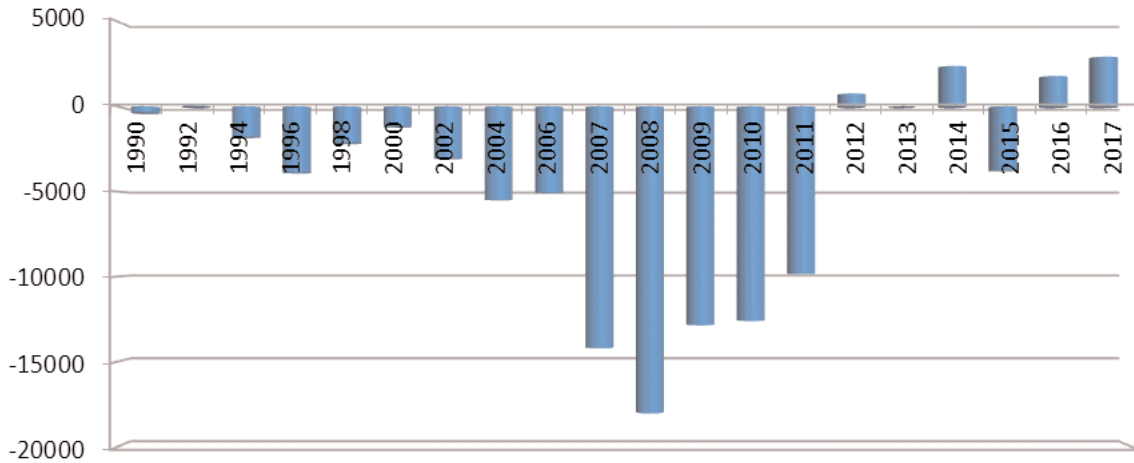
Xuất khẩu hàng hóa của nước ta cũng đạt được những thành tựu quan trọng, tăng từ 2,404 tỷ USD năm 1990 lên 214,02 tỷ USD năm 2017, tương ứng tăng gấp hơn 89 lần. Tốc độ tăng trưởng của kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trong giai đoạn này khá cao, đạt bình quân 18,0%/năm. Đặc biệt, năm 2012 kim ngạch xuất khẩu đạt 114,529 tỷ USD đã ghi dấu mốc quan trọng đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa của nước ta khi kim ngạch xuất khẩu vượt mốc 100 tỷ USD. Cùng với tăng trưởng về xuất khẩu, hoạt động nhập khẩu hàng hóa cũng tăng nhanh từ 2,7524 tỷ USD năm 1990 lên 211,1 tỷ USD năm 2017, tương ứng tăng gần 77 lần, tốc độ tăng bình quân đạt 17,4%/năm. Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa tăng không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hàng hóa trong nước mà

còn góp phần quan trọng đối với quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước thông qua hoạt động nhập khẩu máy móc thiết bị, phụ tùng và nguyên nhiên vật liệu để phục vụ sản xuất trong nước.

Tỷ trọng xuất nhập khẩu/GDP ngày càng tăng từ 65,4% năm 1995 lên 171,1% năm 2016 chứng tỏ nền kinh tế nước ta có độ mở ngày càng lớn, tương ứng với mức độ hội nhập sâu của Việt Nam vào nền kinh tế thế giới, đồng thời cũng phản ánh sự phát triển của đất nước trong giai đoạn này đang thành công trong việc hiện thực hóa chiến lược phát triển nền kinh tế định hướng xuất khẩu của mình (Bảng 1). Tuy nhiên, với độ mở lớn như vậy, nền kinh tế nước ta cũng nhạy cảm hơn, dễ bị tổn thương hơn với các biến động lớn trên thị trường thế giới.

Thứ hai, thâm hụt thương mại giảm dần, cán cân xuất nhập khẩu dần tiến tới cân bằng

Giai đoạn 1990 - 2011 Việt Nam là một nước nhập siêu với cán cân thương mại liên tục bị thâm hụt (trừ năm 1992). Đặc biệt, sau khi gia nhập WTO, do nhu cầu đầu tư trong nước lớn, luồng vốn FDI vào Việt Nam tăng mạnh, thuế nhập khẩu giảm mạnh, nhập khẩu hàng hóa tăng cao, dẫn đến thâm hụt cán cân thương mại tăng lên đột biến. Năm 2006 thâm hụt từ 5,06 tỷ USD tăng lên mức 14,2 tỷ USD năm 2007 và đạt mức kỷ lục với 18,03 tỷ USD vào năm 2008, tương đương với 29% tổng kim ngạch xuất khẩu. Đến năm 2009 do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, hoạt động sản xuất, kinh doanh trong nước gặp nhiều khó khăn, nhu cầu nhập khẩu máy móc



Nguồn: Niên giám thống kê Việt Nam, <https://www.gso.gov.vn>

Hình 1: Cán cân xuất nhập khẩu Việt Nam giai đoạn 1990 - 2017 (triệu USD)

thiết bị, nguyên vật liệu đầu vào phục vụ sản xuất có xu hướng giảm nên thâm hụt thương mại giảm xuống còn 12,85 tỷ USD, năm 2010 là 12,6 tỷ USD và năm 2011 là 9,84 tỷ USD.

Giai đoạn 2012 - 2017, cán cân thương mại dần được cải thiện, thể hiện qua sự giảm dần trong thâm hụt cán cân thương mại. Trong đó, chỉ có năm 2015 là thâm hụt 3,76 tỷ USD, còn lại các năm có thặng dư nhẹ, cán cân thương mại ở tình trạng xuất siêu do kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh trong khi nhu cầu nhập khẩu giảm. Năm 2012 thặng dư thương mại đạt 748,8 triệu USD, năm 2013 là 0,3 triệu USD, năm 2014 đạt 2,042 tỷ USD, năm 2016 đạt 1,777 tỷ USD, đặc biệt năm 2017 thặng dư đạt tới 2,91 tỷ USD. Việc cán cân thương mại thặng dư trong giai đoạn 2012 - 2014 và 2016 - 2017 là do xuất khẩu của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) tăng kết hợp với việc giảm nhập khẩu của khu vực kinh tế trong nước. Đây là sự chuyển biến tích cực nhất trong cán cân thương mại của Việt Nam sau hơn 20 năm liên tục thâm hụt (từ năm 1993), thể hiện rõ tác động của hội nhập kinh tế quốc tế tới Việt Nam.

Thứ ba, cơ cấu hàng hóa xuất khẩu có sự chuyển dịch tích cực theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của nước ta đang dần chuyển dịch rõ nét theo hướng giảm dần tỷ lệ của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản; tăng dần tỷ lệ nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công

ngiệp, hàng công nghiệp nặng và khoáng sản. Trong giai đoạn 1990 - 2016 tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa giảm từ 47,9% năm 1990 xuống 14,3% năm 2016; nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp tăng từ 26,4% năm 1990 lên 40,4% năm 2016; nhóm hàng công nghiệp nặng và khoáng sản tăng từ 25,7% năm 1990 lên 45,3 năm 2016. Giảm dần tỷ lệ xuất khẩu hàng thô, sơ chế, giá trị gia tăng thấp, tăng dần tỷ lệ xuất khẩu hàng hóa có hàm lượng công nghệ cao, giá trị gia tăng cao. Cơ cấu hàng xuất khẩu của nước ta có sự chuyển dịch rõ nét từ nhóm hàng thô hoặc mới sơ chế, giảm từ 74,6% năm 1991 xuống còn 16,8% năm 2016, sang hàng chế biến hoặc đã tinh chế, tăng từ 15,4% lên 83,2% trong cùng thời kỳ.

Sự giảm dần về tỷ trọng xuất khẩu của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản cũng như nhóm hàng thô, sơ chế cho thấy cơ cấu hàng hóa xuất khẩu có sự chuyển dịch theo hướng giảm dần tỷ trọng các nhóm hàng khai thác tài nguyên, hàng xuất khẩu thô, sơ chế, giá trị gia tăng thấp. Cùng với đó, tỷ trọng nhóm hàng chế biến, chế tạo, nhóm hàng công nghiệp nặng và khoáng sản tăng cho thấy cơ cấu hàng hóa xuất khẩu đang tăng dần tỷ lệ nhóm hàng có hàm lượng công nghệ cao, giá trị gia tăng cao như máy ảnh, máy tính, linh kiện điện tử, điện thoại...

Đặc biệt, hội nhập kinh tế quốc tế góp phần làm cho hàng hóa của nước ta có cơ hội được xâm nhập vào thị trường các nước do các rào cản thương mại dần được xóa bỏ, thực thi các ưu đãi về thuế quan... Vì vậy, số lượng và giá trị các mặt hàng xuất khẩu chủ lực, có sức cạnh tranh mạnh trên thị trường thế giới ngày càng tăng. Nếu như năm 2004 Việt Nam chỉ có 6 nhóm hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD thì năm 2010 có 18 nhóm hàng nằm trong “Câu lạc bộ tỷ đô”. Đến năm 2017 có 29 nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 91,5% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Trong đó, có tới 5 nhóm hàng đạt kim ngạch trên 10 tỷ USD gồm điện thoại các loại và linh kiện; hàng dệt may; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; giày dép các loại, máy móc thiết bị dụng cụ và phụ tùng.

Thứ tư, thị trường xuất nhập khẩu ngày càng được mở rộng và đa dạng, cơ cấu thị trường xuất khẩu chuyển dịch theo hướng tích cực.

Quá trình hội nhập về kinh tế đã giúp Việt Nam từ một nền kinh tế bị bao vây cấm vận, các mối quan hệ thương mại chủ yếu là các nước thuộc khối xã hội chủ nghĩa trước đây, đến nay Việt Nam đã trở thành một nền kinh tế mở với thị trường rộng lớn. Năm 2017, Việt Nam có trên 200 đối tác thương mại khắp toàn cầu, trong đó có 28 thị trường xuất khẩu và 23 thị trường nhập khẩu đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD. Phần lớn các đối tác thương mại lớn đều ký kết các hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương hoặc đa phương với Việt Nam với những ưu đãi về thị trường, thuế quan, điều đó đã mang lại nhiều cơ hội cho phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa của nước ta. Đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam hiện nay vẫn là Trung Quốc với tổng kim ngạch thương mại song phương đạt 93,7 tỷ USD năm 2017, tăng 30,2% so với năm 2016. Hàn Quốc vượt qua Hoa Kỳ vươn lên trở thành đối tác thương mại hàng hóa lớn thứ 2 của Việt Nam, chỉ sau thị trường Trung Quốc. Xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Hàn Quốc đạt 61,6 tỷ USD, tiếp theo là thị trường Hoa Kỳ đạt 50,8 tỷ USD, thị trường ASEAN đạt hơn 49,5 tỷ USD và thị trường EU (28 nước) đạt 45,11 tỷ USD...

Về cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của nước ta cũng có sự chuyển dịch tích cực theo hướng giảm dần tỷ trọng xuất khẩu của những thị

trường truyền thống như ASEAN và các quốc gia Đông Bắc Á (Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc), tăng dần tỷ lệ xuất khẩu đến các thị trường lớn như EU, Hoa Kỳ... Trong đó:

- Tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu tới thị trường ASEAN giảm nhanh, từ 18,3% năm 1995 xuống 10,1% năm 2017.

- Tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu tới thị trường ba quốc gia khu vực Đông Bắc Á cũng có xu hướng giảm, từ 37,7% năm 1995 xuống 31,4% năm 2017. Trong đó, tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu tới thị trường Nhật Bản có xu hướng giảm mạnh, từ 26,8% năm 1995 xuống 7,9% năm 2017 nhưng tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu tới thị trường Trung Quốc lại có xu hướng tăng nhanh, từ 6,6% lên 16,6%, của Hàn Quốc tăng từ 4,3% lên 6,9% giai đoạn 1995 - 2017.

- Cùng với đó, tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của nước ta tới thị trường Hoa Kỳ và EU có xu hướng tăng. Trong đó thị trường Hoa Kỳ tăng từ 3,1% năm 1995 lên 19,4% năm 2017, thị trường EU tăng từ 12,2% năm 1995 lên 17,9% năm 2017. Năm 2017, Hoa Kỳ và EU là hai thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn nhất của nước ta với kim ngạch xuất khẩu đạt gần 40 tỷ USD. Đây cũng là hai thị trường mà Việt Nam xuất siêu với giá trị trên 20 tỷ USD.

Sự chuyển dịch về cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam thời gian qua cho thấy những thành công trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Bên cạnh việc tiếp tục giữ vững thị phần ở những thị trường truyền thống trong châu lục như ASEAN và các quốc gia Đông Bắc Á, Việt Nam còn thành công trong việc mở rộng xuất khẩu đến nhiều thị trường mới, đặc biệt có thể xuất khẩu đến những thị trường khó tính, đòi hỏi khắt khe về chất lượng như Hoa Kỳ, EU. Điều đó cho thấy chất lượng, năng lực cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu của nước ta ngày càng được cải thiện và khẳng định được vị thế trên thị trường toàn cầu.

3.2. Những hạn chế của xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế

Thứ nhất, xuất nhập khẩu nước ta chưa thực sự bền vững, năng lực cạnh tranh thấp, sản xuất phụ thuộc nhiều vào nguyên phụ liệu, linh kiện và máy móc nhập khẩu

Năng lực cạnh tranh của hàng hóa nước ta trên thị trường thế giới thấp. Thực tế, trong thời gian qua, các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là xuất khẩu tài nguyên khoáng sản, hàng nông sản thô với hàm lượng chế biến thấp và gia công hàng hóa công nghiệp. Các sản phẩm chủ yếu dựa vào các yếu tố tự nhiên và nguồn lao động đông, giá rẻ (lợi thế so sánh tự nhiên), công đoạn sản xuất vẫn đang nằm ở vị trí thấp nhất trong chuỗi giá trị toàn cầu, chủ yếu là nhập nguyên liệu, phụ tùng về để lắp ráp, gia công sản phẩm nên mặc dù sản lượng xuất khẩu ngày càng tăng nhưng giá trị thu về thấp, khả năng cạnh tranh không cao.

Các sản phẩm công nghiệp chủ yếu là gia công, lắp ráp cho nước ngoài nên hầu hết không có thương hiệu, các sản phẩm nông nghiệp thì chủ yếu xuất khẩu dưới dạng thô hoặc mới qua sơ chế, không có xuất xứ hàng hóa, chỉ dẫn địa lý, chưa xây dựng được thương hiệu, chưa có lô-gô, nhãn mác... Vì vậy phần lớn giá hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam thường có mức giá thấp hơn các đối thủ cạnh tranh. Chẳng hạn, gạo Việt Nam giá bán luôn thấp hơn gạo cùng loại của Thái Lan 3 - 5%. Cá tra Việt Nam hiện chiếm 90% thị phần thế giới song giá bán thấp hơn 20 - 30% sản phẩm tương tự. Đây là những bất lợi lớn cho sản phẩm xuất khẩu của nước ta khi cạnh tranh trên thị trường thế giới, nhất là trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế khi Việt Nam đang ngày càng tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Các mặt hàng chế biến, chế tạo xuất khẩu đều phụ thuộc phần lớn vào nguyên phụ liệu, linh kiện và máy móc nhập khẩu. Trong cơ cấu hàng hóa nhập khẩu của nước ta chỉ có 8,9% nhóm hàng tiêu dùng, còn lại 91,1% thuộc nhóm hàng tư liệu sản xuất, trong đó, hàng nguyên, nhiên, vật liệu chiếm khoảng 49,7%; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng chiếm khoảng 41,4%. Việc nhập khẩu chủ yếu là tư liệu sản xuất nhằm phục vụ cho quá trình công nghiệp hóa đất nước là hợp lý. Tuy vậy, cơ cấu hàng nhập khẩu như hiện nay cũng phản ánh sự thiếu bền vững của sản xuất trong nước. Tỷ lệ nhập khẩu lớn về nguyên, nhiên liệu, nhất là nguyên liệu gia công sản xuất thể hiện tính gia công trong ngành còn lớn, còn phụ thuộc vào công nghệ, nguyên phụ liệu nước ngoài, công nghiệp phụ trợ trong nước chưa phát triển. Ví dụ như dệt may là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, có kim ngạch xuất khẩu đứng thứ hai sau điện thoại các loại và linh kiện nhưng giá trị gia tăng không cao, vì chủ yếu sản xuất dưới hình thức gia công, phải nhập khẩu đến 70-80% nguyên phụ liệu. Bảng 2 cho thấy để xuất khẩu được 26,03 tỷ USD hàng dệt may, các doanh nghiệp phải nhập 4,2 tỷ USD Bông, sợi, sợi dệt các loại, 11,4 tỷ USD vải các loại và một phần trong số 5,4 tỷ USD nguyên phụ liệu dệt may, da giày, chưa kể tới nhập khẩu máy móc thiết bị. Sự phụ thuộc vào nguyên phụ liệu cho hàng xuất khẩu đã và đang là thực tế của ngành công nghiệp của nước ta hiện nay, từ những ngành phức tạp (điện tử, tin học...) đến những ngành không quá phức tạp (dệt may, da giày...).

Bảng 2: Các mặt hàng xuất khẩu và nguyên phụ liệu nhập khẩu tương ứng năm 2017

Mặt hàng	Xuất khẩu		Mặt hàng	Nhập khẩu	
	Trị giá (triệu USD)	Tăng trưởng so với 2016 (%)		Trị giá (triệu USD)	Tăng trưởng so với 2016 (%)
Dệt may	26.038	9,3	Bông, sợi, sợi dệt các loại	4.171	27,5
			Vải các loại	11.366	8,4
Giày dép	14.652	12,7	Nguyên phụ liệu dệt may, da giày	5.420	7,1
Điện tử, máy tính, linh kiện	25.942	36,8	Điện tử, máy tính, linh kiện	37.706	35,2
Điện thoại, linh kiện	45.272	31,9	Điện thoại, linh kiện	16.327	54,6
Tổng trị giá	111.904			74.990	

Nguồn: Tính toán của tác giả theo số liệu của Tổng cục Hải quan

QUẢN TRỊ KINH DOANH

Thứ hai, xuất nhập khẩu hàng hóa vẫn phụ thuộc chủ yếu vào khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

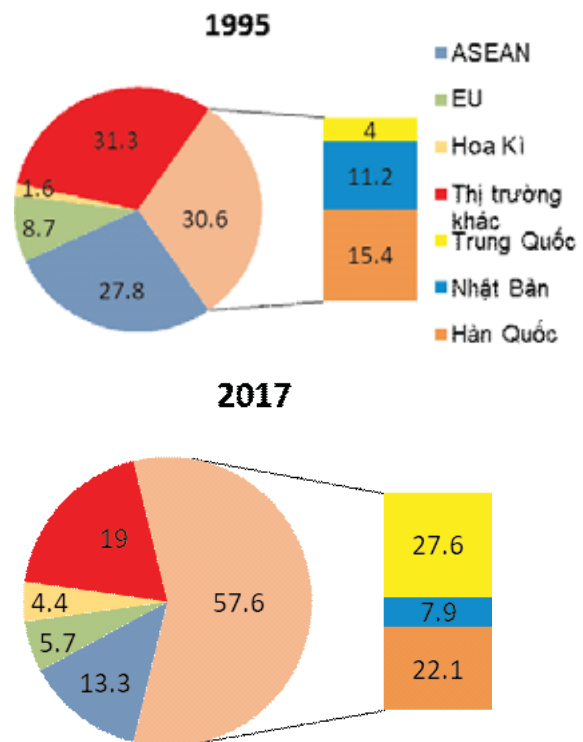
Hiện nay, khu vực kinh tế trong nước chiếm tỷ lệ nhỏ trong cơ cấu hàng xuất khẩu, khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) dẫn đầu và đóng góp lớn trong kim ngạch xuất khẩu hàng năm. Năm 1995 tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của khu vực FDI mới chỉ chiếm 27%, đến trước năm 2001 chiếm dưới 50% tỷ trọng xuất khẩu cả nước (45,2%). Nhưng sau năm 2001, khu vực FDI đã lớn mạnh nhanh chóng, vượt qua khu vực trong nước để trở thành nhân tố chính thúc đẩy xuất khẩu, năm 2017 chiếm 71,1%. Trong khi đó, khu vực trong nước có xu hướng giảm từ 73,0% năm 1995 xuống còn 28,9% năm 2017. Đặc biệt, từ sau khi Việt Nam gia nhập WTO, kim ngạch xuất khẩu của khu vực FDI tăng khá nhanh, thường cao hơn 2 lần so với khu vực kinh tế trong nước. Điều này cho thấy, thương mại Việt Nam phần lớn phụ thuộc vào khu vực FDI với xu hướng ngày càng tăng, khi khu vực này có sự biến động sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động thương mại nước ta.

Không chỉ xuất khẩu mà hoạt động nhập khẩu khu vực FDI cũng đang ngày càng đóng vai trò chủ đạo, tăng nhanh từ 18,0% năm 1995 lên 59,9% năm 2017. Điều đó cho thấy, năng lực cung ứng máy móc thiết bị và nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất của nước ta còn nhiều hạn chế, đặc biệt là sự kém phát triển của ngành công nghiệp phụ trợ đã không đáp ứng được nhu cầu cung cấp nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất không chỉ cho các doanh nghiệp trong nước mà đặc biệt là các doanh nghiệp FDI, đã phần nào hạn chế hiệu quả trong thu hút đầu tư nước ngoài của Việt Nam, làm cho các doanh nghiệp trong nước chưa tham gia được sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ ba, hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam vẫn còn phụ thuộc vào một số thị trường chủ lực.

Tham gia vào quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã mở rộng quan hệ buôn bán với nhiều nước trên thế giới, tuy nhiên, hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của nước ta vẫn còn tập trung vào một số thị trường chính, xu hướng đa dạng hóa thị trường xuất khẩu chậm. Châu Á vẫn là thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, năm 2017 đạt 294,78 tỷ USD kim ngạch XNK, tăng tới

25,7% so với năm 2016 và chiếm tỷ trọng cao nhất (67%) trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu cả nước. Thị trường hàng hóa nhập khẩu vẫn chủ yếu là các thị trường truyền thống có công nghệ trung bình như ASEAN (13,3%), Trung Quốc (27,6%), Hàn Quốc (22,1%). Đặc biệt, tỷ lệ kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc tăng nhanh nhất từ 4% năm 1995 lên 27,6% năm 2017 (tăng gần 7 lần). Tỷ lệ kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Hàn Quốc tăng từ 15,4% năm 1995 lên 22,1% năm 2017. Trong khi đó, thị trường EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản là những thị trường có công nghệ cao, công nghệ nguồn thì vẫn chưa tiếp cận được nhiều (EU 5,7%, Hoa Kỳ 4,4%, Nhật Bản 7,9%). Việc phụ thuộc quá nhiều vào một số thị trường có công nghệ trung bình và chưa tiếp cận được với những thị trường có công nghệ hiện đại phần nào ảnh hưởng đến năng suất, chất lượng của các ngành sản xuất trong nước bởi phụ thuộc vào chất lượng của máy móc, thiết bị, phụ tùng và nguyên vật liệu nhập khẩu phục vụ sản xuất.



Nguồn: Tổng cục Thống kê và tính toán của tác giả
Hình 2: Cơ cấu thị trường nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 1995 và 2017 (%)

Mặc dù xuất khẩu khá ấn tượng trong những năm gần đây, song Việt Nam vẫn phải đối mặt với thâm hụt thương mại với các đối tác thương mại lớn. Cán cân thương mại của Việt Nam với Hoa Kỳ và EU đạt thặng dư, với Nhật Bản tương đối cân bằng, song với Trung Quốc, Hàn Quốc và các nước ASEAN lại thâm hụt đáng kể. Năm 2017, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc đạt 35,46 tỷ USD, còn chiều ngược lại là 58,23 tỷ USD, thâm hụt thương mại là 22,77 tỷ USD nghiêng về Việt Nam. Tương tự, Việt Nam thâm hụt với Hàn Quốc là 31,9 tỷ USD. Việt Nam nhập khẩu từ các nước này chủ yếu là máy móc, dụng cụ và phụ kiện, máy tính, linh kiện và sản phẩm điện tử, nguyên phụ liệu dệt may... phục vụ sản xuất trong nước nhưng công nghệ không cao.

3.3. Một số giải pháp chủ yếu nhằm phát triển xuất nhập khẩu của Việt Nam trong thời gian tới

Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế vẫn tiếp tục là xu thế chủ đạo trong phát triển kinh tế của nước ta trong thời gian tới. Việt Nam sẽ hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, nhất là khi các cam kết FTA bước vào giai đoạn cắt giảm sâu. Theo lộ trình cam kết, giai đoạn 2018 - 2021, phần lớn các hiệp định FTA mà Việt Nam tham gia đều bước sang giai đoạn cắt giảm sâu, xóa bỏ hàng rào thuế quan đối với phần lớn các dòng thuế trong biểu thuế nhập khẩu. Khi các FTA được thực thi thì các rào cản về thương mại phần nào được xóa bỏ sẽ thúc đẩy xuất khẩu mạnh hơn, là cơ hội cho hàng hóa của nước ta được mở rộng thị trường đến các nước, đồng thời giúp đa dạng hóa thị trường nhập khẩu, tránh phụ thuộc vào các thị trường nguyên liệu truyền thống, tiếp cận được các thị trường có công nghệ tiên tiến. Tuy nhiên, khi sự cạnh tranh diễn ra gay gắt, các nước để bảo hộ sản xuất trong nước cũng sẽ đặt ra nhiều rào cản thương mại, rào cản kỹ thuật đối với hàng hóa từ bên ngoài. Đây sẽ là thách thức không nhỏ đối với phát triển xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong thời gian tới. Vì vậy Việt Nam cần phải có những giải pháp cụ thể để giải quyết những thách thức và hạn chế trên.

- Giải pháp nhằm mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất nhập khẩu

Hiện nay, hàng hóa xuất nhập khẩu chủ yếu còn tập trung vào một số thị trường, để đa dạng thị trường chúng ta cần tích cực đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, hoàn thiện và thực thi các hiệp định đã ký kết trong các FTA với các đối tác đồng thời tăng cường đẩy mạnh hợp tác song phương và đa phương với các nước chưa ký kết.

Để người tiêu dùng biết đến hàng hóa của nước ta nhiều hơn cần chú trọng công tác tổ chức quảng bá, giới thiệu sản phẩm có chất lượng và thương hiệu tại các nước mà hàng Việt Nam xuất khẩu tới, nhằm tạo dựng niềm tin của người tiêu dùng đối với các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam. Thường xuyên tham gia các hội chợ quốc tế nhằm giới thiệu và quảng bá những sản phẩm Việt đến người tiêu dùng thế giới biết. Ngoài ra, kết nối với các cơ sở sản xuất trong nước với các doanh nghiệp nước ngoài nhằm hợp tác, chuyển giao các công nghệ, máy móc, thiết bị tiên tiến nhằm nâng cao công nghệ trong nước.

Đẩy mạnh các đàm phán song phương và đa phương nhằm mở rộng thị trường. Rà soát lại các tiến trình thực hiện cam kết và thông tin rộng rãi đến các doanh nghiệp về các cam kết. Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu dùng chung và nâng cao năng lực dự báo thị trường trong và ngoài nước, cung cấp thông tin nhanh và hiệu quả cho các doanh nghiệp, tạo điều kiện dễ dàng để các doanh nghiệp tiếp cận thông tin.

Các doanh nghiệp tích cực tìm hiểu thông tin về các thị trường xuất nhập khẩu. Bên cạnh hàng rào thuế quan được bãi bỏ thì hàng loạt các hàng rào phi thuế quan được dựng lên nhằm bảo hộ sản xuất trong nước. Vì vậy, các doanh nghiệp cần nắm vững thông tin về các rào cản thương mại (các biện pháp phòng vệ thương mại, quy định về môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, xuất xứ hàng hóa...) đối với từng loại hàng hóa và từng thị trường khác nhau để từ đó có sự chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi tiến hành xâm nhập thị trường.

- Giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng giá trị gia tăng của hàng xuất khẩu

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu, các doanh nghiệp cần phải đầu tư máy móc, đổi mới khoa học công nghệ, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại vào trong sản xuất để đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng của sản phẩm.

Cần đa dạng hóa các sản phẩm xuất khẩu, trong đó chú trọng đến những mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế cạnh tranh và được hưởng nhiều ưu đãi trong các FTA. Các FTA bước vào lộ trình cắt giảm thuế sâu là cơ hội cho hàng của nước ta xâm nhập vào thị trường các nước. Vì vậy cần lựa chọn những sản phẩm thế mạnh của ta để có thể cạnh tranh được những sản phẩm cùng loại với các nước như hàng nông lâm thủy sản, thiết bị điện tử, hàng may mặc...

Nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu, tăng cường xuất khẩu hàng chế biến, chế tạo, hạn chế xuất khẩu sản phẩm thô hoặc mới sơ chế. Khuyến khích đầu tư và phát triển mạnh công nghiệp chế biến, ưu tiên đầu tư các cơ sở chế biến lớn, quy trình sản xuất, chế biến tiên tiến, có thiết bị công nghệ hiện đại để tạo ra những sản phẩm chất lượng có khả năng cạnh tranh được trên thị trường.

Xây dựng thương hiệu, đảm bảo chất lượng và tạo uy tín cho hàng xuất khẩu, nhất là khi muốn tiếp cận đến các thị trường như EU, Hoa Kỳ. Các doanh nghiệp cần xây dựng thương hiệu, đăng ký và bảo vệ thương hiệu của mình. Để tạo uy tín cho hàng xuất khẩu, đáp ứng các tiêu chí khắt khe về vệ sinh an toàn thực phẩm nhất là hàng nông thủy sản, chính phủ cần siết chặt việc quản lý sản xuất, kinh doanh và sử dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật, hướng nông dân sản xuất các sản phẩm xanh, sử dụng các sản phẩm hữu cơ, thân thiện với môi trường. Nâng cao sự hiểu biết của người dân về các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, các doanh nghiệp phải thường xuyên cập nhật các tiêu chí an toàn thực phẩm của các nước nhập khẩu. Có những biện pháp xử lý mạnh đối với những doanh nghiệp vi phạm về quy định an toàn thực phẩm.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta như dệt may, giày dép, hàng thủy sản, nông

ng nghiệp đang phải đối mặt với các rào cản thương mại và phòng vệ thương mại như bị khởi kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp, các quy định về an toàn thực phẩm, xuất xứ nguồn gốc... Các rào cản này ảnh hưởng không nhỏ đến hàng hóa xuất khẩu của nước ta đến thị trường thế giới. Vì vậy các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải nắm rõ và đảm bảo tuân thủ các quy định về hàng hóa nhập khẩu vào thị trường các nước. Nhà nước cũng cần có những biện pháp xử lý nghiêm đối với những trường hợp cố tình vi phạm làm ảnh hưởng đến uy tín đối với hàng hóa của nước ta.

- Giải pháp nhằm thúc đẩy sản xuất trong nước, chủ động nguồn nguyên liệu, hạn chế nhập siêu

Đầu tư phát triển công nghiệp hỗ trợ để giảm nhập khẩu nguyên phụ liệu, tăng tỷ lệ nội địa hóa cho hàng xuất khẩu. Cần xác định phát triển công nghiệp hỗ trợ là nội dung quan trọng và đóng vai trò then chốt cần tập trung nguồn lực để thực hiện có hiệu quả, góp phần thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển. Đầu tư hạ tầng xây dựng các khu nhà xưởng cao tầng tại các địa điểm với quy mô diện tích phù hợp cho nhu cầu của doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ; hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp đầu tư đổi mới công nghệ, mở rộng sản xuất. Đồng thời cũng kiểm soát việc nhập khẩu những mặt hàng không khuyến khích nhập hoặc trong nước có thể tự sản xuất được.

Tăng cường mở rộng khai thác thị trường có công nghệ nguồn, công nghệ cao, không gây ô nhiễm môi trường, tăng cường nhập khẩu máy móc thiết bị hiện đại để phục vụ sản xuất trong nước. Đặc biệt tạo mọi điều kiện thuận lợi, tích cực hỗ trợ về vốn, chính sách và nhiều ưu đãi khác để khuyến khích các doanh nghiệp trong nước chủ động sản xuất, nhất là sản xuất nguyên phụ liệu phục vụ hàng xuất khẩu. Hạn chế phụ thuộc vào nguồn hàng nhập khẩu cũng như phụ thuộc quá nhiều vào khu vực FDI.

Việc thu hút FDI cần phải chú trọng đến chất lượng các dự án đầu tư, tập trung vào một số lĩnh vực ưu tiên. Chọn lọc các dự án có công nghệ hiện đại, thân thiện với môi trường và tăng cường sự liên kết giữa các khu vực; các ngành, lĩnh vực tạo

ra các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh, sản phẩm có khả năng tham gia mạng sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu.

Tập trung đầu tư nâng cấp kết cấu hạ tầng phục vụ xuất - nhập khẩu như cải tạo hệ thống giao thông, vận tải nội địa, mở các tuyến đường bộ, đường sắt xuyên quốc gia, cải tạo và nâng cấp hệ thống kho bãi, cầu cảng để nâng cao năng lực giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu kịp thời và nhanh chóng.

4. Kết luận

Hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng và nổi bật trong hơn 30 năm đổi mới và hội nhập như quy mô và kim ngạch xuất nhập khẩu không ngừng gia tăng, cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu chuyển dịch theo hướng tích cực, cán cân thương mại dần được cân bằng, thị trường và đối tác thương mại được mở rộng theo phương châm đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ kinh tế đối ngoại. Ngoại thương đã trở thành ngành kinh tế quan trọng đóng góp lớn vào quá trình công nghiệp hóa đất nước, thúc đẩy sản xuất trong nước phát triển, gắn kết các hoạt động kinh tế trong nước với thị trường thế giới, đưa hàng hóa của Việt Nam đến với bạn bè thế giới. Bên cạnh những thành tựu kể trên trong hoạt động ngoại thương cũng tồn tại những bất cập, hạn chế cần phải khắc phục như: khả năng cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu chưa cao, mặt hàng xuất khẩu chính vẫn là các sản phẩm thô hoặc sơ chế, sử dụng nhiều lao động và khai thác tài nguyên, hoạt động xuất khẩu chủ yếu thuộc về các doanh nghiệp FDI... Do đó sự đóng góp vào tăng trưởng, phát triển kinh tế - xã hội của hoạt động ngoại thương còn bị hạn chế, kết quả đạt được vẫn chưa tương xứng với tiềm năng và thế mạnh của nền kinh tế nước ta. Trong thời gian tới, hoạt động xuất nhập khẩu vẫn tiếp tục là lĩnh vực trọng tâm được nhà nước ưu tiên phát triển. Việc Việt Nam tiếp tục hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, tham gia ngày càng nhiều vào các hợp tác song phương và đa phương vừa là cơ hội nhưng cũng là những thách thức cho hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam. Đòi hỏi Việt Nam

phải có những giải pháp phù hợp cho từng thời kỳ hội nhập. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Công Thương (2011), *Quyết định phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020 và định hướng đến 2030*, Quyết định số 3098/QĐ-BCT ngày 24/06/2011, Hà Nội.

2. Bộ Công thương (2018), *Báo cáo xuất nhập khẩu Việt Nam 2017*, Nhà xuất bản Công thương, Hà Nội.

3. Tổng cục Thống kê (2017), *Xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam: Hội nhập và phát triển 2005 - 2015*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.

4. Nguyễn Thế Bình, 2015, *30 năm hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam: Thành tựu, thách thức và những bài học*, Tạp chí Phát triển và Hội nhập, số 22 (32) – tháng 5, trang 10 - 14.

5. Phạm Tất Thắng, 2016, *Hội nhập kinh tế quốc tế: Từ quan điểm của Đảng đến thực tiễn*, truy cập 24/03/2018, Tạp chí Cộng sản điện tử, <http://www.tapchicongsan.org.vn>.

6. Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê Việt Nam các năm, <https://www.gso.gov.vn>.

Summary

After more than thirty years of implementing the renovation and international integration strategy, Vietnam's trade has gained important achievements, contributing to the country's industrialization and modernization. International economic integration has contributed to the continued expansion of Vietnam's export and import market, strong trade value, positively improved structure and quality of commodities. However, as Vietnam intensively integrates into the world market, it has also exposed difficulties and constraints that require measures to boost import and export activities, enhance the competitiveness of Vietnamese goods in the world market.

XÂY DỰNG VÀ PHÂN TÍCH CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG CHUỖI CUNG ỨNG SẢN PHẨM THỦY SẢN: TRƯỜNG HỢP SẢN PHẨM CÁ HỒNG MỸ TẠI KHU VỰC NAM TRUNG BỘ

Nguyễn Thị Nga
Trường Đại học Nha Trang
Email: ngant@ntu.edu.vn

Ngày nhận: 05/11/2018

Ngày nhận lại: 14/12/2018

Ngày duyệt đăng: 02/01/2019

Các nghiên cứu về chuỗi cung ứng tại Việt Nam trong khoảng 10 năm trở lại đây khá phổ biến, hầu hết các nghiên cứu liên quan đến các sản phẩm mang tính truyền thống hoặc đã xác lập chỗ đứng trên thị trường như cà phê, chè, sữa, thịt bò, thịt gia cầm và sản phẩm thủy sản như tôm, mực, cá tra, cá ba sa và cá ngừ khai thác từ biển. Các nghiên cứu xây dựng chuỗi cung ứng cho một sản phẩm mới hoặc sản phẩm chưa được biết đến rộng rãi là chưa tìm thấy, vì vậy mang tính thách thức đối với giới nghiên cứu và ứng dụng, cá hồng Mỹ là một sản phẩm như thế. Do đó, kết quả nghiên cứu được kỳ vọng tạo ra một cái nhìn đầy đủ, toàn diện hơn về xây dựng và phân tích chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại khu vực Nam Trung Bộ, nhằm đề ra những giải pháp liên quan đến bối cảnh tiêu dùng sản phẩm mới.

Từ khóa: Cá hồng Mỹ, Cấu trúc thị trường, Chuỗi cung ứng, Nam Trung Bộ.

1. Giới thiệu

Chuỗi cung ứng giữ vai trò quan trọng và việc vận hành chuỗi ảnh hưởng đến tất cả các tác nhân trong chuỗi. Nói một cách khác, sức khỏe của doanh nghiệp hay ngành phụ thuộc vào sự tuần hoàn của chuỗi cung ứng, từ việc mua nguyên liệu, bán thành phẩm, quản lý hàng tồn kho đến phân phối sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Do vậy, việc nhận diện các tác nhân trong chuỗi cung ứng, xây dựng mối liên kết giữa các tác nhân quyết định sự phát triển bền vững của doanh nghiệp và ngành. Tuy nhiên, đây là vấn đề mang tính thách thức, nhất là đối với các doanh nghiệp Việt Nam, vốn dĩ phản ứng khá chậm trong bối cảnh toàn cầu hóa. Để đạt được mục tiêu tạo lập lợi thế cạnh tranh có tính bền vững cho sản phẩm thủy sản nuôi trồng tại thị trường nội địa và thị trường quốc tế. Nghiên cứu này tiếp cận tích hợp lý thuyết

chuỗi giá trị để xây dựng chuỗi cung ứng sản phẩm thủy sản - cá hồng Mỹ tại khu vực Nam Trung Bộ - Việt Nam.

2. Nguồn số liệu và phương pháp nghiên cứu

2.1. Nguồn số liệu

Số liệu được sử dụng trong bài viết này được thu thập thông qua phỏng vấn trực tiếp các tác nhân tham gia chuỗi. Thời gian thực hiện năm 2018 với số liệu thu thập trong 03 năm: 2015, 2016 và 2017. Với số mẫu 3 người sản xuất và cung ứng con giống; 40 hộ nuôi; 5 Thương lái; 1 Công ty chế biến xuất khẩu thủy sản (CBXKTS); 5 Người bán buôn; và 5 Người bán lẻ. Nghiên cứu được thực hiện trong phạm vi khu vực Nam Trung Bộ (Nghệ An, Phú Yên, Khánh Hòa, Vũng Tàu và Kiên Giang).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

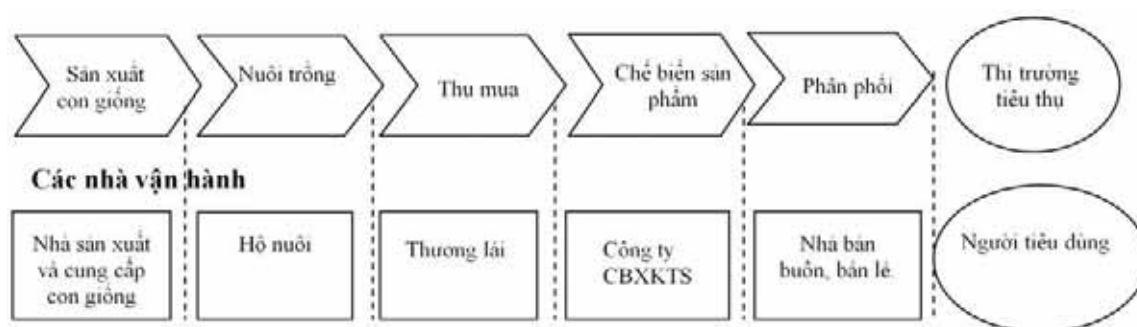
2.2.1. Lý thuyết chuỗi giá trị

Chuỗi giá trị là một loạt các hoạt động cần thiết để biến một sản phẩm (dịch vụ) từ lúc còn là khái niệm, thông qua các giai đoạn sản xuất khác nhau đến khi phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng và vứt bỏ sau khi đã sử dụng. Một chuỗi giá trị tồn tại khi tất cả các tác nhân tham gia trong chuỗi đều hoạt động để tạo ra tối đa giá trị trong toàn chuỗi (Kaplinsky & Morris, 2001).

Nghiên cứu được tiếp cận tích hợp lý thuyết chuỗi giá trị toàn cầu do Gereffi (1994; 1999), Gereffi và Korzeniewicz (1994), Kaplinsky và Morris (2001) và phương pháp thúc đẩy chuỗi giá trị do GTZ (2007). Với phương pháp thúc đẩy chuỗi giá trị do GTZ (2007) cho rằng để xây dựng/phân tích chuỗi cần thực hiện tuần tự các

sản phẩm để thu được giá trị cao hơn,...; và nhấn mạnh vai trò của quản lý từ góc độ chính sách. Từ cách tiếp cận tích hợp khung phân tích trên, quá trình thực hiện xây dựng chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại Nam Trung Bộ gồm 04 bước sau: 1) xác định các tác nhân chính tham gia chuỗi cung ứng (người sản xuất và cung cấp con giống, người nuôi, thương lái, công ty CBXKTS, nhà phân phối (bán buôn, bán lẻ)); 2) thiết lập sơ đồ chuỗi cung ứng, bao gồm: xác định đặc điểm, chức năng tương ứng của mỗi tác nhân tham gia chuỗi; xác định dòng dịch chuyển của sản phẩm giữa các tác nhân dọc theo chiều dài chuỗi; 3) nâng cấp chuỗi cung ứng; và 4) các giải pháp thiết thực, khả thi nhằm phát triển hiệu quả, bền vững và nâng cao khả năng cạnh tranh chuỗi sản phẩm này.

2.2.2. Mô hình tổng quát



Nguồn: GTZ (2007) và mô tả của tác giả

Hình 1: Các quá trình/chức năng cơ bản trong chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại Nam Trung Bộ

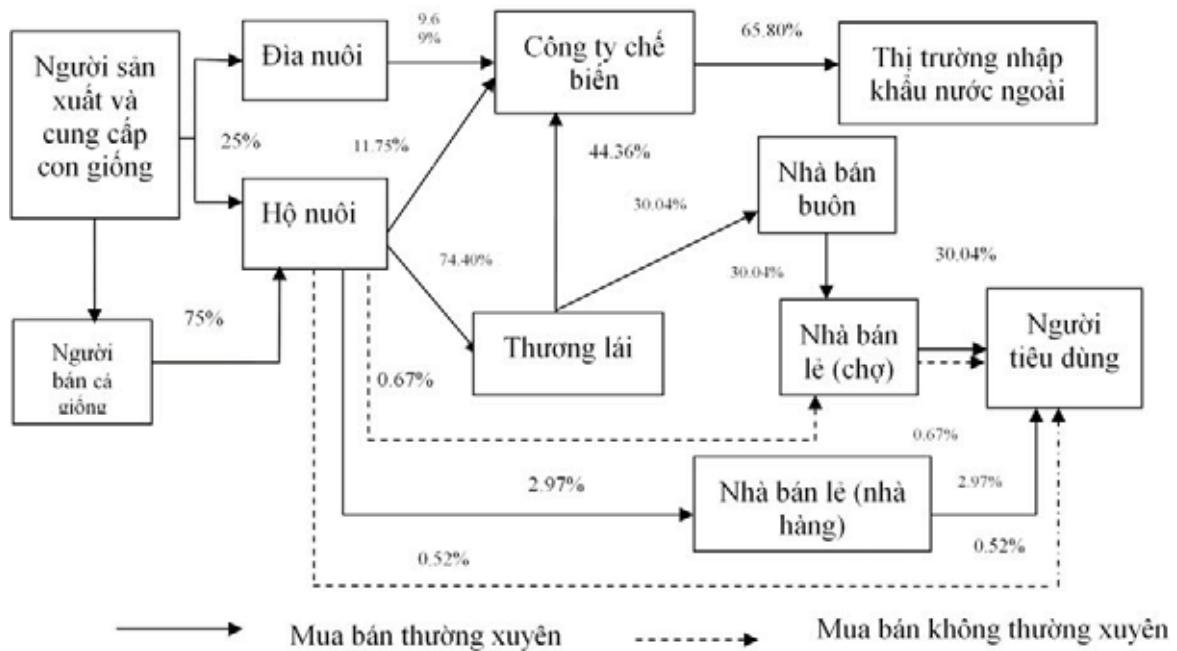
bước sau: lựa chọn chuỗi để xây dựng/phân tích; lập sơ đồ chuỗi; phân tích chiến lược nâng cấp chuỗi; phân tích liên kết trong chuỗi; quản trị và dịch vụ; và phân tích các kiến thức về tác động quản lý. Đối với cách tiếp cận lý thuyết chuỗi giá trị toàn cầu do Gereffi (1994; 1999), Gereffi và Korzeniewicz (1994), Kaplinsky và Morris (2001) cho rằng để xây dựng/phân tích chuỗi cần thực hiện các nội dung: sơ đồ hóa mang tính hệ thống (xác định những tác nhân tham gia; đánh giá các đặc điểm của các tác nhân tham gia, dòng chảy hàng hóa trong chuỗi,...); nghiên cứu vai trò nâng cấp bên trong chuỗi (cải tiến chất lượng và thiết kế

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Cấu trúc thị trường chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ

Các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại khu vực Nam Trung Bộ, gồm các tác nhân chính tham gia: người sản xuất và cung cấp con giống, hộ nuôi, thương lái, công ty chế biến xuất khẩu thủy sản, người bán buôn, người bán lẻ. Với cấu trúc chuỗi cung sản phẩm cá hồng Mỹ (Hình 2) cho thấy, đây là một chuỗi cung ứng phức tạp gồm nhiều tác nhân tham gia, mỗi tác nhân tham gia chuỗi cung ứng sản phẩm này là một mắt xích quan trọng và thực hiện các hoạt

QUẢN TRỊ KINH DOANH



(Nguồn: Tổng hợp kết quả điều tra và tính toán của tác giả năm 2018)

Hình 2: Cấu trúc chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại Nam Trung Bộ

động chuyên biệt (người sản xuất và cung cấp cá giống; hộ nuôi; thương lái; công ty chế biến thủy sản; bán buôn và bán lẻ) nhưng lại có mối liên quan mật thiết với nhau. Nếu chọn hộ nuôi là tác nhân trung tâm trong chuỗi và căn cứ vào dòng sản phẩm vật chất di chuyển qua hộ nuôi. Chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại Nam Trung Bộ được chia thành hai phía gồm: phía thượng nguồn (upstream) và phía hạ nguồn (downstream) của chuỗi cung ứng.

3.2. Phân tích cấu trúc thị trường chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ

(1) Phía thượng nguồn (upstream) của chuỗi cung ứng đối với sản phẩm cá hồng Mỹ

Phía thượng nguồn của chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ phản ánh mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia chuỗi cung và cung cấp yếu tố đầu vào cho hộ nuôi gồm: người sản xuất cung cấp cá hồng Mỹ giống.

Nguồn sản xuất và cung cấp con giống cho các hộ nuôi cá hồng Mỹ thương phẩm tại khu vực Nam

Trung Bộ đều được cung cấp từ các cơ sở sản xuất và cung cấp giống tu nhân một cách trực tiếp và gián tiếp. Các cơ sở sản xuất và cung cấp giống có thương hiệu, uy tín như: Viện nuôi trồng thủy sản Nha Trang - Đại học Nha Trang; Trung tâm ứng dụng và khoa học công nghệ, cả hai cơ sở sản xuất này đều cung cấp con giống chủ yếu cho các tỉnh như: Phú Yên, Nha Trang, Vũng Tàu và Kiên Giang. Đối với Phân viện nuôi trồng thủy sản Nghệ An cung cấp con giống cho hộ nuôi chủ yếu cho tỉnh Nghệ An và các tỉnh từ Nghệ An trở ra phía Bắc. Các cơ sở sản xuất giống bán trực tiếp cho hộ nuôi chiếm khoảng 25% trong tổng số lượng cá giống được sản xuất bình quân trong 3 năm từ năm 2015 đến 2017. Số lượng cá giống còn lại chiếm khoảng 75% được cung cấp bởi những người bán cá giống thông qua các trại lưu trữ hoặc không lưu trữ giống trong và ngoài tỉnh có cơ sở sản xuất và cung ứng cá hồng giống Mỹ (Hình 3).

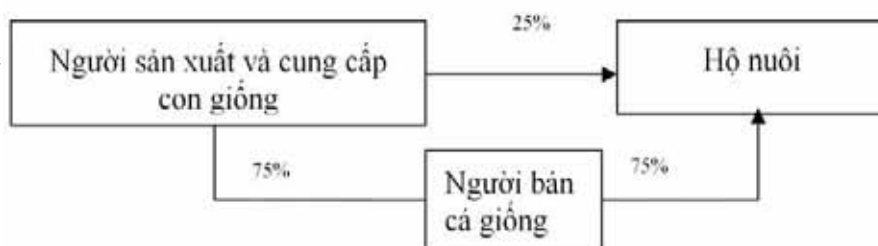
(2) *Phía hạ nguồn (downstream) của chuỗi cung ứng đối với sản phẩm cá hồng Mỹ*

Phía hạ nguồn chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ (Hình 2), phản ánh các mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia vào chuỗi cung này. Và sản phẩm cá hồng Mỹ được sản xuất và phân phối cho thị trường thông qua 03 kênh chính như: Kênh 1: Từ hộ nuôi đến công ty CBXKTS, sau đó công ty chế biến sản phẩm cá hồng Mỹ cung cấp cho nhà nhập khẩu ở thị trường nước ngoài. Kênh 2: Từ hộ nuôi đến thương lái, sau đó thương lái phân phối thường xuyên sản phẩm cá hồng Mỹ này theo 02 nhánh: 2a) bán cho công ty CBXKTS, sau đó công ty chế biến sản phẩm cá hồng Mỹ cung cấp

cho nhà nhập khẩu ở thị trường nước ngoài; 2b) bán cho thị trường tiêu thụ nội địa thông qua những người bán buôn. Cuối cùng, Kênh 3: Từ hộ nuôi đến người bán lẻ (nhà hàng và chợ) và người tiêu dùng.

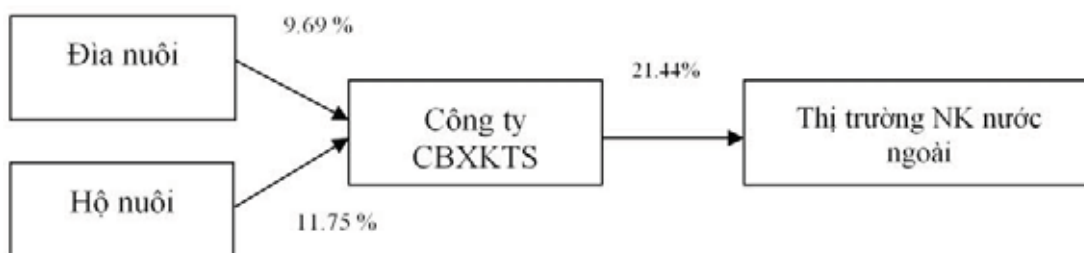
Cá hồng Mỹ tiêu thụ thông qua kênh xuất khẩu mua trực tiếp từ hộ nuôi

Sản phẩm cá hồng Mỹ được sản xuất và phân phối qua nhiều giai đoạn, cụ thể từ hộ nuôi đến



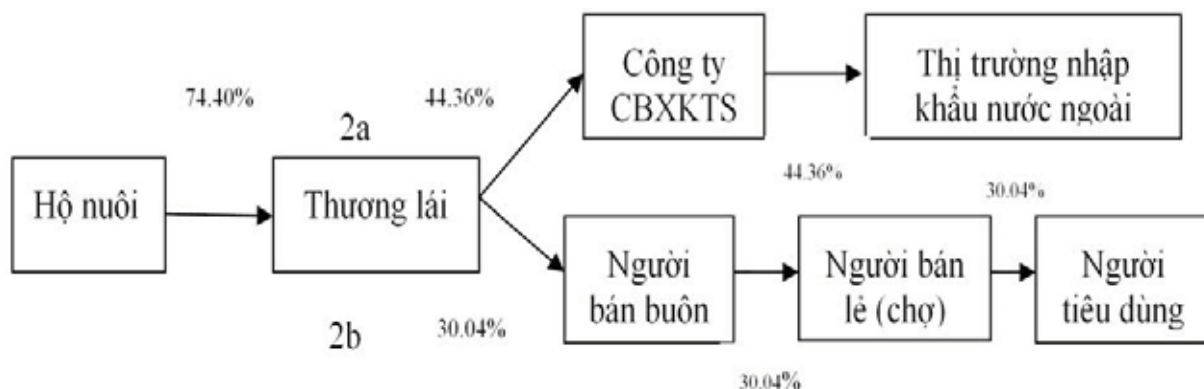
(Nguồn: Kết quả điều tra và tính toán của tác giả, 2018)

Hình 3: Chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại Việt Nam ở phía thượng nguồn



(Nguồn: Tổng hợp kết quả điều tra và tính toán của tác giả năm 2018)

Hình 4: Sản xuất và phân phối cá hồng Mỹ cho thị trường nhập khẩu nước ngoài



(Nguồn: Tổng hợp kết quả điều tra và tính toán của tác giả năm 2018)

Hình 5: Sản xuất và phân phối cá hồng Mỹ

QUẢN TRỊ KINH DOANH

công ty CBXKTS đến thị trường nhập khẩu nước ngoài. Với kênh phân phối này công ty CBXKTS sẽ tổ chức thu mua cá trực tiếp tại hộ nuôi chiếm khoảng 21.44%, trong đó công ty CBXKTS tự cung cấp khoảng 9.69% cá hồng Mỹ nguyên liệu. Thời gian trung bình để thu hoạch cá hồng Mỹ thương phẩm của hộ nuôi là 8.21 tháng và cá đạt trọng lượng bình quân 1.04 kg/con. Sau đó cá được bảo quản và vận chuyển bằng xe chuyên dụng để đưa về công ty làm nguyên liệu chế biến sản phẩm cá hồng Mỹ xuất khẩu (Hình 4).

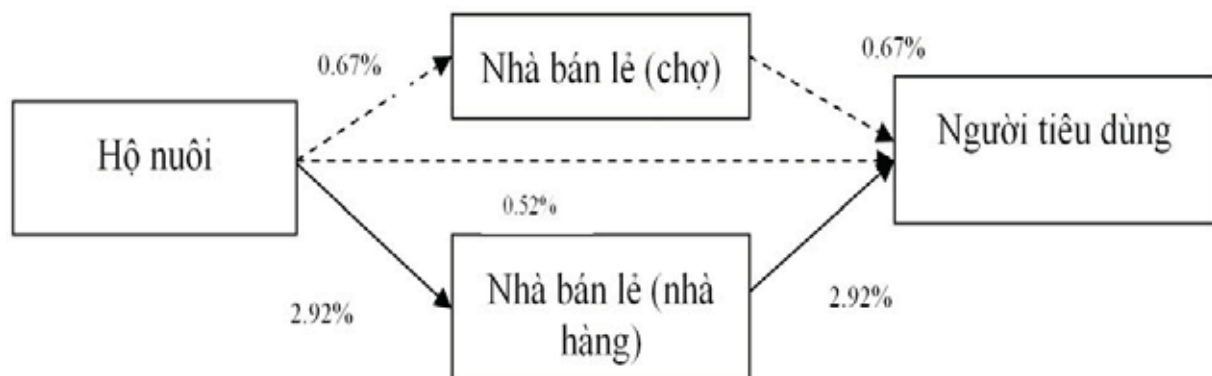
Cá hồng Mỹ tiêu thụ thông qua kênh xuất khẩu và kênh tiêu thụ nội địa

Hoạt động tiêu thụ cá hồng Mỹ thông qua nhánh xuất khẩu (ký hiệu 2a) và nhánh tiêu thụ nội địa (ký hiệu 2b): nhánh thứ nhất (2a) thương lái thu mua sản phẩm cá hồng Mỹ từ hộ nuôi tại điểm tập kết cách vùng nuôi không xa, sau đó bảo quản đông lạnh và vận chuyển bằng xe ô tô về công ty với sản lượng chiếm khoảng 44.36% tổng sản lượng thu mua từ hộ nuôi và tiến hành đánh giá chất lượng. Những sản phẩm đạt chất lượng cảm quan sẽ được công ty thu nhận còn các sản phẩm không đạt yêu cầu sẽ bị trả lại ngay. Sau khi nguyên liệu đã được kiểm tra và đánh giá tiếp là đạt tiêu chuẩn sẽ được đưa vào xử lý ngay chứ không tiến hành nhập kho nguyên liệu. Đây là điểm đặc biệt của mặt hàng thủy sản nhằm tránh làm giảm phẩm chất của sản phẩm, chỉ trừ trường

hợp tại thời điểm chính vụ, giá thu mua nguyên liệu rẻ và công ty có kế hoạch dự trữ cho các đơn hàng sau thì nguyên liệu mới được nhập kho sau khi cấp đông. Đối với nhánh thứ 2 (2b) sản lượng cá hồng Mỹ thu mua từ hộ nuôi còn lại của thương lái chiếm khoảng 30.04%, dựa trên sản lượng cá hồng Mỹ thu mua này thương lái phân phối lại cho những người bán buôn. Những người bán buôn sẽ đến một điểm tập kết của thương lái để mua cá hồng Mỹ về phân phối lại cho những người bán lẻ ở chợ để tiêu thụ cho thị trường nội địa.

Cá hồng Mỹ tiêu thụ thông qua kênh tiêu thụ nội địa

Sản phẩm cá hồng Mỹ được phân phối trực tiếp từ hộ nuôi đến người bán lẻ (chợ), người bán lẻ (nhà hàng) và người tiêu dùng với các hoạt động mua, bán giữa họ diễn ra thường xuyên và không thường xuyên, chiếm một tỷ lệ phần trăm khá nhỏ trong tổng sản lượng sản xuất cá hồng Mỹ thương phẩm của hộ nuôi, cụ thể hộ nuôi bán trực tiếp cho nhà hàng chỉ chiếm 2.92%. Mặc dù chiếm một tỷ lệ nhỏ nhưng đây là một nguồn tiêu thụ ổn định và thường xuyên. Đối với người bán lẻ (chợ), người tiêu dùng với hộ nuôi thì hoạt động mua, bán giữa họ diễn ra không thường xuyên, không ổn định và chỉ chiếm một phần rất nhỏ là 0.119% trong tổng sản lượng sản xuất cá hồng Mỹ thương phẩm của hộ nuôi. Bởi vì, người bán lẻ (chợ) trong kênh phân phối này phần lớn là những người họ hàng hộ nuôi,



(Nguồn: Tổng hợp kết quả điều tra và tính toán của tác giả năm 2018)

Hình 6: Sản xuất và phân phối cá hồng Mỹ cho thị trường nội địa

rảnh họ mua về bán và ngược lại. Còn người tiêu dùng tiêu thụ trong dòng này chủ yếu họ đặt mua để về biếu, tặng và làm quà (Hình 6).

Như vậy, chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại khu vực Nam Trung Bộ, dòng sản phẩm vật chất đi qua lần lượt từng tác nhân tham gia chuỗi cung ứng và mỗi tác nhân tham gia có nhiệm vụ tổ chức thực hiện các hoạt động liên quan cần thiết để chuyển hóa dòng sản phẩm vật chất này cũng như làm gia tăng giá trị đáp ứng yêu cầu người tiêu dùng trên cơ sở hoạt động chuyên sâu của mỗi tác nhân tham gia cũng như toàn bộ hoạt động liên quan từ tác nhân đầu tiên đến tác nhân cuối cùng tham gia chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ.

4. Đề xuất một số giải pháp

4.1. Đối với tác nhân tham gia chuỗi cung ứng

(1) *Đối với người sản xuất và cung ứng con giống:* Nguồn sản xuất và cung cấp cá giống đóng vai trò hết sức quan trọng đối với ngành nuôi trồng thủy sản nói chung và hoạt động nuôi cá hồng Mỹ thương phẩm nói riêng, nó là khâu đầu tiên trong hoạt động chuỗi cung ứng sản phẩm nuôi cá hồng Mỹ thương phẩm, nên có khả năng ảnh hưởng đến tất cả các khâu còn lại tham gia chuỗi. Như vậy, đối với các cơ sở sản xuất và cung cấp cá giống phải quản lý chất lượng cá giống như kiểm tra, giám sát toàn bộ quá trình sản xuất và cung cấp con giống để đảm bảo chất lượng con giống tốt nhất và phù hợp với điều kiện nuôi từng vùng cũng như từng hình thức nuôi để đạt được năng suất cá hồng Mỹ thương phẩm cao nhất, thông qua việc đảm bảo việc truy xuất nguồn gốc cá giống hay từ khâu chọn cá bố mẹ sinh sản đến con giống xuất bán để thực hiện các công đoạn nuôi cá hồng Mỹ thương phẩm tiếp theo.

(2) *Đối với hộ nuôi cá hồng Mỹ*

Nâng cao năng suất và hiệu quả nuôi cá hồng Mỹ: Trong chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ, tác nhân trung tâm được chọn là hộ nuôi. Đây là tác nhân duy nhất trong chuỗi cung ứng tạo ra sản phẩm cá hồng Mỹ thương phẩm để đáp ứng cho người tiêu dùng trong và ngoài nước. Ngoài một số

nhân tố khác thì năng suất và hiệu quả nuôi cá hồng Mỹ cũng là nhân tố chính tác động trực tiếp đến lợi nhuận mà hộ nuôi đạt được. Vậy để nâng cao lợi nhuận của hộ nuôi thì một số giải pháp quan trọng sau đây cần thực hiện:

Về con giống, trong nuôi trồng thủy sản nói chung và nuôi thả cá hồng Mỹ nói riêng, khâu chọn cá giống có vai trò hết sức quan trọng, nếu chọn giống tốt tỷ lệ sống của cá sẽ cao và tốc độ phát triển của con giống sẽ tốt. Do vậy, cá giống phải được mua ở các cơ sở sản xuất giống, người bán cá giống có uy tín và có nguồn gốc rõ ràng, qua kiểm định của cơ quan chức năng. Hộ nuôi phải không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn kỹ thuật nuôi cá, tích cực tham gia đầy đủ các lớp tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật do trung tâm khuyến nông - ngư tại địa phương tổ chức. Cần đẩy mạnh việc áp dụng quy trình nuôi cá hồng Mỹ theo tiêu chuẩn Vietgap trên diện rộng nhằm đáp ứng yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm của người tiêu dùng trong nước và ngoài nước cũng như đáp ứng việc truy xuất về nguồn gốc sản phẩm nuôi. Đây là cơ sở để xác nhận chất lượng và dán nhãn sinh thái cho sản phẩm.

Về thức ăn thủy sản, hộ nuôi phải mua thức ăn phải đảm bảo chất lượng, rõ nguồn gốc xuất xứ. Điểm khác biệt của nuôi cá hồng Mỹ so với một số loại thủy sản khác như cá chim trắng, cá bớp, cá chẽm,... thì thức ăn mà hộ nuôi sử dụng chủ yếu cho cá hồng Mỹ là thức ăn cá tươi. Để cá hồng Mỹ sinh trưởng và phát triển tốt hộ nuôi cần phải xem xét, lựa chọn kỹ lưỡng nguồn cá tươi thức ăn thu mua cho cá hồng Mỹ.

Về sử dụng thuốc thú y thủy sản, cá hồng Mỹ là đối tượng nuôi mới ở Việt Nam, là loài cá có tốc độ sinh trưởng và phát triển rất mạnh, tỷ lệ sống cao. Do vậy, với kết quả điều tra trong 3 năm (2015, 2016 và 2017), phần lớn hộ nuôi đều sử dụng nước ngọt để tắm khi cá bị bệnh nên không dùng thuốc kháng sinh. Tuy nhiên, trong thời gian lâu dài khi cá đã mắc cảm vùng nước nuôi phát hiện bệnh thì hộ nuôi cũng phải chủ động mời chuyên gia, cán bộ nuôi trồng thủy sản, các cơ sở

sản xuất cá giống hồng Mỹ để xác định bệnh và điều trị kịp thời.

Đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, để đáp ứng được yêu cầu này đòi hỏi hộ nuôi phải quản lý tốt nguồn con giống, thuốc phòng ngừa và điều trị bệnh cho cá hồng Mỹ. Vì vậy, nguồn thức ăn đặc biệt là thức ăn cá tươi để nuôi cá hồng Mỹ phải đảm bảo chất lượng và rõ nguồn gốc, không dùng các loại kháng sinh bị cấm và hoạt động nuôi trồng không gây ảnh hưởng môi trường sống quanh khu vực nuôi.

Tóm lại, để nâng cao năng suất và hiệu quả nuôi cá hồng Mỹ, việc kết hợp đồng bộ các giải pháp trên là hết sức cần thiết đối với hộ nuôi.

(3) Đối với công ty chế biến xuất khẩu cá hồng Mỹ

Nguồn cung ứng cá hồng Mỹ nguyên liệu cho công ty CBXKTS là hộ nuôi và thương lái. Để duy trì nguồn cung ứng cá hồng Mỹ nguyên liệu ổn định, công ty phải chủ động tìm kiếm địa bàn cung ứng nguồn nguyên liệu cá hồng Mỹ, để làm được điều này công ty phải chủ động tích hợp theo chiều dọc ký kết hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với hộ nuôi và thương lái trên cơ sở những nội dung về giá cả, quy định về chất lượng, hỗ trợ vốn và sẵn sàng chia sẻ lợi nhuận với hộ nuôi.

Về sản phẩm cá hồng Mỹ thành phẩm chế biến xuất khẩu hiện nay mới chỉ dừng lại ở sản phẩm sống chủ yếu là chế biến đông lạnh chưa có sản phẩm chế biến chín đóng hộp cao cấp. Nên trong tương lai để có mức tạo giá trị gia tăng cũng như tỷ suất lợi nhuận trên tổng chi phí và trên chi phí tăng thêm cao thì công ty CBXKTS cần phải đầu tư thêm máy móc công nghệ hiện đại và đa dạng thêm nhiều sản phẩm cá hồng Mỹ thành phẩm được chế biến từ cá hồng Mỹ nguyên liệu để tham gia vào nhiều thị trường nước ngoài cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh với các công ty CBXKTS khác hay chính những công ty chế biến xuất khẩu sản phẩm cá hồng Mỹ sẽ xuất hiện trong những năm tới.

Về thị trường xuất khẩu sản phẩm cá hồng Mỹ tính đến thời điểm hiện nay sản phẩm cá hồng Mỹ chế biến mới chỉ được xuất sang một thị trường

duy nhất đó là thị trường Mỹ. Giải pháp cho công ty CBXKTS ở đây chủ động mở rộng quy mô thị trường trong nước cũng như thị trường ngoài nước, tích cực tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, chủ động xây dựng thương hiệu sản phẩm và đầu tư xây dựng hệ thống bán lẻ ở trong nước như các hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện ích,... cũng như ở các quốc gia có nhu cầu nhập khẩu sản phẩm cá hồng Mỹ.

Đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, để sản phẩm cá hồng Mỹ chế biến được tiêu thụ ở thị trường trong nước hay xuất khẩu sang thị trường nước ngoài, đặc biệt những thị trường khó tính như Mỹ, EU,... Ngoài nội dung đề cập trên thì vấn đề an toàn thực phẩm là rất quan trọng. Vậy, đòi hỏi toàn bộ quy trình chế biến của công ty CBXKTS phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định từ các trang thiết bị trong dây chuyền công nghệ, trang phục làm việc của người công nhân ở những công đoạn có sự tham gia của con người. Từ nguyên liệu đầu vào đến, đóng gói, bao bì, và bốc xếp vào xe vận chuyển lên tàu để xuất khẩu.

Tóm lại, để duy trì và mở rộng thị trường tiêu thụ từ hoạt động chế biến và xuất khẩu sản phẩm cá hồng Mỹ thì công ty CBXKTS cần thực hiện đồng thời các giải pháp đề cập trên.

(4) Đối với thương lái thu mua cá hồng Mỹ: trong chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ, hộ nuôi là tác nhân trung tâm và duy nhất tạo ra sản phẩm cá hồng Mỹ thương phẩm thì thương lái lại là tác nhân thu mua sản lượng cá hồng Mỹ lớn nhất trong chuỗi cung này, bên cạnh công ty CBXKTS thì thương lái cũng là tác nhân quyết định giá và điều phối sản lượng theo các nhánh (2a và 2b) sản phẩm cá hồng Mỹ tiêu thụ xuất khẩu và thị trường nội địa. Để có nguồn cung ổn định thương lái phải tăng cường hợp tác với hộ nuôi thông qua quy định ràng buộc trách nhiệm như hợp đồng tiêu thụ sản phẩm đối cả hai bên về giá cả, số lượng, chất lượng, kích cỡ, thời điểm thu hoạch để hai bên thực hiện tốt theo hợp đồng đã ký kết. Về đầu ra sản phẩm đặc biệt đối với người bán buôn, thương lái vẫn chưa chủ động trong việc

xác định số lượng cung cấp một cách chính xác mà phần lớn mới chỉ dựa vào kinh nghiệm. Để khắc phục tình trạng trên, đòi hỏi thương lái và người bán buôn phải chủ động hợp tác, hỗ trợ nhau trong quá trình bảo quản, lưu trữ, mua bán cũng như những thỏa thuận khác dựa trên hợp đồng ký kết ràng buộc trách nhiệm giữa hai bên. Về an toàn vệ sinh thực phẩm đòi hỏi các thương lái sau khi thu mua cá hồng Mỹ phải bảo quản và vận chuyển để luôn luôn được đảm bảo cá hồng Mỹ được tươi ngon, tuyệt đối không sử dụng các chất cấm để bảo quản.

(5) *Đối với người bán buôn cá hồng Mỹ*: Kết quả nghiên cứu chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ cho thấy, người bán buôn không có mối quan hệ liên kết nào với hộ nuôi, sản phẩm cá hồng Mỹ thu mua của họ phụ thuộc hoàn toàn vào thương lái. Hoạt động mua bán của họ và người bán lẻ cũng chỉ dựa vào kinh nghiệm phỏng đoán. Do vậy, cũng gây khó khăn cho cả hai như lúc quá nhiều hàng, lúc lại thiếu hàng. Để khắc phục được nhược điểm này đòi hỏi người bán buôn phải chủ động tham gia vào các lớp tập huấn về nghiên cứu thị trường, đặc biệt về nhu cầu dự báo cung - cầu để nắm bắt được một con số chính xác về cung - cầu sản lượng. Cùng với đó phải xác định hợp đồng mua bán giữa hai bên để cùng nhau thực hiện và đem lại lợi ích tốt nhất cho cả hai bên. Đối với vấn đề an toàn thực phẩm, người bán buôn sau khi mua từ những thương lái phải có những vật dụng bảo quản cá tốt để cá hồng Mỹ vẫn giữ nguyên được độ tươi ngon và sạch, tuyệt đối không sử dụng các hóa chất để bảo quản cá.

(6) *Đối với người bán lẻ cá hồng Mỹ*: Nguồn cung sản phẩm cá hồng Mỹ của người bán lẻ 100% từ người bán buôn. Đặc biệt, người bán lẻ (chợ). Trong chuỗi cung ứng họ là tác nhân tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên họ là người nắm bắt và hiểu thị hiếu của người tiêu dùng. Trong thực tế, người bán lẻ chịu áp lực về tiêu thụ sản phẩm. Do vậy, khi nhu cầu tiêu thụ của người tiêu dùng tăng lên thì nhu cầu về sản phẩm cá này của người bán lẻ với nhà bán buôn cũng tăng lên,

ngược lại khi nhu cầu người tiêu dùng giảm thì cả hai giảm theo. Để giải quyết mối quan hệ chi phối và phụ thuộc giữa người bán buôn và người bán lẻ, thì đòi hỏi hoạt động mua bán giữa hai bên đều phải thực hiện dựa trên hợp đồng tiêu thụ sản phẩm, một mặt để ràng buộc trách nhiệm về những thỏa thuận như giá cả, khối lượng, kích cỡ, chất lượng,... giữa hai bên để đảm bảo ổn định nguồn cung cấp đầu vào và đầu ra, mặt khác đảm bảo lợi ích cho cả hai bên cũng như cho toàn chuỗi cung ứng sản phẩm này. Vấn đề an toàn thực phẩm đối với cá hồng Mỹ được tiêu thụ tại chợ giữa người bán lẻ và người tiêu dùng đặc biệt quan trọng, vì chất lượng của cá sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến người tiêu dùng từ đó sẽ tác động gián tiếp đến lợi nhuận mà người bán lẻ nhận được. Do vậy, giải pháp quan trọng ở đây là người bán lẻ khi mua cá về bán, các vật dụng như thùng, xô, chậu đựng cá phải đảm bảo vệ sinh an toàn thực và tuyệt đối không sử dụng các chất cấm trong bảo quản cá trước và trong khi tiêu thụ cá cho người tiêu dùng.

4.2. Đối với cơ quan Nhà nước, cơ quan Ban ngành

(1) *Quy hoạch vùng nuôi cá hồng Mỹ theo hướng phát triển bền vững, bảo đảm chuỗi cung ứng ổn định, chất lượng, hiệu quả*: trên thực tế phần lớn các vùng nuôi cá hồng Mỹ ở các địa phương tại các tỉnh được điều tra và khảo sát, phần lớn được hình thành và phát triển mang tính tự phát, không tập trung, gây khó khăn trong công tác quản lý Nhà nước của ngành về xử lý ô nhiễm môi trường, dịch bệnh ảnh hưởng xấu đến hoạt động nuôi cá hồng Mỹ tại Việt Nam. Cá hồng Mỹ là đối tượng nuôi mới đem lại nhiều tiềm năng cho tất cả các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng hay của toàn ngành nuôi trồng sản phẩm này, để phát triển hiệu quả, bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh thì công tác quy hoạch vùng nuôi sản phẩm này là hết sức quan trọng. Chính vì vậy, để công tác quy hoạch vùng nuôi cá hồng Mỹ theo hướng phát triển bền vững, bảo đảm chuỗi cung ứng ổn định, chất lượng, hiệu quả thì công tác quy

hoạch tại các tỉnh trong cả nước, đặc biệt khu vực Nam Trung Bộ cần phải chú ý đến một số vấn đề chính và quan trọng sau: Địa phương phải căn cứ vào chiến lược, quy hoạch chung phát triển ngành nuôi trồng thủy sản của cả nước đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2040 cũng như chiến lược phát triển kinh tế, xã hội và của ngành nuôi trồng tại từng địa phương để tránh tình trạng mở rộng diện tích mặt nước nuôi không kiểm soát được; Quy hoạch vùng nuôi cá hồng Mỹ tại mỗi tỉnh phải gắn liền sự phát triển ngành nuôi trồng thủy sản của tỉnh cũng như các tỉnh có nuôi trồng sản phẩm này, đặc biệt chú trọng các tác nhân cung cấp các yếu tố đầu vào cho đến sản phẩm hoàn chỉnh được phân phối cho người tiêu dùng thông qua chế biến và phân phối; Và cuối cùng, đảm bảo môi trường sinh thái, đặc biệt quy hoạch vùng nuôi sao cho không ảnh hưởng đến sinh thái biển, ven biển và phù hợp đặc điểm sinh học của sản phẩm nuôi, như vậy mới đảm bảo năng suất và hiệu quả của công tác quy hoạch vùng nuôi.

(2) *Tăng cường tuyên truyền, hướng dẫn, kiểm tra và giám sát về bảo đảm chất lượng và an toàn thực phẩm:* trên thực tế trong nhiều năm qua công tác quản lý cơ quan nhà nước đối với ngành nuôi thủy sản nói chung, nuôi cá hồng Mỹ nói riêng còn nhiều hạn chế và bất cập như công tác cảnh báo môi trường và đặc biệt là công tác quản lý đối với chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm. Bên cạnh đó, thiếu sự phối hợp tốt giữa các cơ quan chức năng liên quan tại mỗi địa phương để xử lý kịp thời những sai phạm trong từng mắt xích của chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ. Để phát huy tốt vai trò của cơ quan quản lý nhà nước đối với sản phẩm cá hồng Mỹ trong chuỗi cung ứng sản phẩm thủy sản xuất khẩu cũng như tiêu thụ trong thị trường nội địa, cần thực hiện như tăng cường tuyên truyền, hướng dẫn và nâng cao nhận thức cho các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng cá hồng Mỹ về vệ sinh an toàn thực phẩm trước, trong và sau thu hoạch và đảm bảo truy xuất nguồn gốc. Đồng thời cần xây dựng

chế tài xử lý nghiêm các hành vi vi phạm của các tác nhân khi có vi phạm.

(3) *Tăng cường hỗ trợ xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường tiêu thụ từ phía cơ quan Nhà nước:* Thị trường tiêu thụ sản phẩm cá hồng Mỹ luôn đóng vai trò quyết định đến sự phát triển bền vững của ngành. Chính vì vậy, việc mở rộng thị trường, mở rộng quy mô thị trường cả trong nước và ngoài nước là hết sức quan trọng. Bên cạnh sự cố gắng của tất cả các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng, thì các cơ quan nhà nước cần phải hỗ trợ các tác nhân tham gia chuỗi, cụ thể đối với công ty CBXKTS, ngoài việc hỗ trợ trong nghiên cứu sâu về thị trường nội địa như chế biến sản phẩm phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng và thị trường nước ngoài, cơ quan nhà nước cần có sự đánh giá khả năng xây dựng thương hiệu cá hồng Mỹ tại Việt Nam. Trên cơ sở đó đề xuất cơ chế và chính sách thích hợp nhằm hỗ trợ cho công ty CBXKTS thực hiện các hoạt động quảng bá thương hiệu, truyền thông, tiếp thị đến nhà cung cấp phân phối lớn, hệ thống siêu thị và người tiêu dùng nước ngoài.

(4) *Chính sách hỗ trợ vốn cho hoàn thiện chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ:* Tăng cường hỗ trợ vốn dựa trên cơ sở các hoạt động kiểm tra, giám sát môi trường, chất lượng cá giống, sản phẩm nuôi, nghiên cứu thị trường và kịp thời đưa thông tin về tình hình diễn biến giá cả các yếu tố đầu vào và sản phẩm đầu ra. Để làm được điều này, cần phải có chính sách phân bổ vốn từ ngân sách hỗ trợ cho các tác nhân tham gia chuỗi này với nhiều hình thức như ngân hàng cho vay với lãi suất ưu đãi, có chính sách giãn nợ hợp lý đối với những tác nhân không may gặp rủi ro trong tình huống xấu. Giải pháp này sẽ tháo gỡ khó khăn một phần nào cho các tác nhân tham gia chuỗi và cũng là một cơ hội mở ra cho các tác nhân khi muốn mở rộng diện tích nuôi, cũng như các hoạt động sản xuất kinh doanh khi tiêu thụ sản phẩm cá hồng Mỹ từ các tác nhân khác tham gia chuỗi cung ứng này.

5. Kết luận

Kết quả xây dựng và phân tích cấu trúc thị trường chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại khu vực Nam Trung Bộ cho thấy cá hồng Mỹ thương phẩm đến tay người tiêu dùng trải qua nhiều tác nhân trung gian, gồm: thương lái, công ty CBXKTS, người bán buôn, người bán lẻ (nhà hàng và chợ), nhà nhập khẩu nước ngoài. Mỗi tác nhân tham gia chuỗi cung ứng sản phẩm này đều phát huy vai trò, vị trí của họ trong quá trình tạo ra giá trị của sản phẩm cá hồng Mỹ đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Qua cấu trúc thị trường chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại Nam Trung Bộ cho thấy vai trò điều tiết và chi phối thị trường trong nước và nước ngoài vẫn là công ty CBXKTS, nhưng nhìn chung toàn chuỗi cung ứng đối với sản phẩm mới này đang chịu sức ép cao từ phía cầu do khả năng mặc cả mạnh của nhà nhập khẩu cũng như hạn chế về thông tin và khả năng tiếp cận thị trường tiêu thụ. Chính vì vậy, có thể nhận định khả năng cạnh tranh chuỗi cung ứng sản phẩm cá hồng Mỹ tại khu vực Nam Trung Bộ so với chuỗi cung ứng toàn cầu của sản phẩm thủy sản còn gặp nhiều khó khăn. ◆

Tài liệu tham khảo:

1. GTZ (2007), *Cẩm nang chuỗi giá trị - Phương pháp thúc đẩy chuỗi giá trị*.
2. Quyết định 1445/QĐ-TTg ngày 16/08/2013, Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển thủy sản.
3. Gereffi G. (1994), *The Organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks*, In: Gereffi, G. and Korzeniewicz, M. (eds), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Praeger, London.

4. Gereffi G. (1999), *A commodity chains framework for analysing global industries*, In: *Institute of Development Studies, 1999*, Background Notes for Workshop on Spreading the Gains from Globalisation.

5. Gereffi G. and Korzeniewicz M. (1994), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Praeger, London, Kaplinsky and Morris (2001), *A handbook for Value Chain Research*.

6. Kaplinsky R. and Morris M. (2001), *A handbook for Value Chain research*, International Development Research Centre (IDRC), Ottawa, Canada, 2001.

Summary

Supply chain studies in Vietnam in the past 10 years are quite popular, most of them are related to traditional or established products in the market such as coffee, tea milk, beef, poultry and seafood such as shrimp, squid, catfish, basa fish and tuna. Researches into the supply chain for a new product or unpopular product have not been found, so it is challenging for the research and application, such as the case of American snapper. Therefore, the research results are expected to provide a fuller, more comprehensive view of the development and analysis of the supply chain of American snapper in the South Central Region, in order to propose related solutions in the context of new product consumption.

THE FACTORS IMPACT ON CONSUMER USING MOBILE PAYMENT, A CASE STUDY IN MAJOR METROPOLIS IN VIETNAM

Lin, Ming-Kun

Lunghwa University of Science and Technology

Ngày nhận: 05/11/2018

Ngày duyệt đăng: 02/01/2019

Within the context of emerging mobile technologies, Mobile payment or M-payment has been introduced as the new trend for payment method bringing more value and convenience to consumers. However, the development of M-payment services is still quite timid in some South East Asia countries including Vietnam. This is also the reason and motivation for the author to do this research. The goal of this study is to spot out some factors that affect the use behavior (UB) of M-payment consumers in five major metropolises where most influential on economic in Vietnam. To investigate the factors affecting UB of Vietnamese M-payment consumers, researcher proposed a research model which analyzes the impact of various variables extracted from system quality (ST), service quality (SV), security (SC), social influence (SI) on behavioral intention (BI) to use and BI on M-payment UB. A quantitative questionnaire was used to measure responses of participants and Partial Least Squares (PLS) method was employed to analysis the collection data as well as test all hypotheses. The results indicated that SI has been the important factors leading to the BI to use M-payment following by SV and SC issues and BI also had strong influence on UB of consumers. Since M-payment is still at the infancy stage and is one of the most exciting mobile applications for the next few years in Vietnam, the identification of important factors concerning M-payments in this study will assist merchants and software developers to design and improve the systems and service to ensure the full acceptance and continuous use of the systems. Finally, a set of suggestion for the subsequent research works also was listed at the end of this study.

Từ khóa: GMobile Payment, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Vietnam.

1. Introduction

Over the last few years, payment systems used in business activities have been altered by the advancement of Information and Communication Technologies (ICT) such as ubiquitous Internet access and innovative mobile devices – smartphones (Liébana-Cabanillas, 2014).

Nowadays, more and more consumers use their mobile phones to make purchases. The growth in the number of mobile devices particularly smartphones supported the potential opportunities presented by mobile commerce (m-commerce). As m-commerce increases in popularity, it creates requirements for new payment instruments to enable feasible and more convenient

transactions (Ondrus & Pigneur, 2006). Therefore, M-payment is expected to become an important and essential channel for conducting financial transactions (Adebisi et al., 2013). The Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) (2012) defines m-payment as: *“M-payments are payments for which payment data and instruction are made via mobile phones or other mobile devices. Such payments would include Internet payments using a mobile device, as well as payments made through mobile network operators (MNOs). Note that the location of the payer and supporting infrastructure is not important: the payer may be on the move (remote payments) or at a point of sale (POS)”*. A report from Juniper Research has found that the value of global M-payments transaction reached approximately \$507 billion in 2014, increasing nearly 40% year-on-year (M-payment Strategies: Remote, Contactless & Money Transfer 2014-2018). Besides, according to the data of Capgemini Analysis in M-payment (2014), the number of transactions in Global M-payment will reach 46.9 billion in 2015, up from just only 7 billion in 2011.

In Vietnam M-payment users are using this new type of payment now primarily for m-commerce, P2P (peer-to-peer) value transfers, POS. Vietnamese users are average in usage among these three types of M-payments. There are some well-known M-payment players in Vietnam namely Mobivi, Soha Pay, Mpay, PatNet, Payoo, 1Pay, VinaPay, NganLuong... (TeachinAsia, 2013). Nevertheless, Vietnam is still a Cash-based society. Cash is “king” since the bulk of personal consumption is done through the medium of cash. It is also a barrier for consumers to transition from Cash on Delivery (COD) to mak-

ing online payments. According to Vice Prime Minister Vu Duc Dam, M-payment in Vietnam is developing very slowly compared to other countries in the region and around the world. Currently, only about 10% of the payment transaction is using Mobile Banking (Speaking at the ceremony honoring Electronic Banking favorite in Vietnam - My eBank 2014 by electronic newspaper VnExpress held in Hanoi at 19.11.2014). Considering the low adoption rate of M-payment, it is essential to identify the factors affecting consumer UB of M-payment.

The next section, chapter 2 will be dedicated to a literature review relevant to this research. Chapter 3 contains the conceptual framework, hypotheses, measurement items, research design, data collection procedures and data analysis techniques that will be used in this study. Chapter 4 includes the descriptive analysis of the respondents and the analysis results. Finally, chapter 5 consists of the discussion of the findings of the study, the limitations and suggestions of this study.

2. Literature Review

2.1. Mobile Payment

M-payment is defined as a financial business transaction activities conducted through a mobile device like mobile phone, smartphone, tablet... based on mobile network (Zhao & Kurnia, 2014). According to Xin et al. (2013) and Li et al. (2014), M-payments fall broadly into two categories: POS contactless payments (or proximity M-payment) and mobile remote payments. From the targets of transaction, M-payment can be classified into P2P payment, C2B payment (consumer-to-business) and B2B payment (business-to-business) (Deloitte 2012). Moreover, from the providers perspectives, M-payment can be classified into three

Table 1: Review of M-payment research after 2013

Authors	Topic & Location	Theoretical Model	Core Constructs	Key Findings
Zhou (2013)	An empirical examination of continuance intention of mobile payment services <i>China</i>	D&M IS success Model	ST, SV, Information Quality (IQ), Trust, Satisfaction, Flow, Continuance Intention	The main factor effect on trust is SV. SV also is the main factor influence on satisfaction. Flow is affected by SV and IQ. Continuance intention of M-payment is determined by trust, flow and satisfaction. Service providers have to offer quality of services, system, and information in order to facilitate consumer continues to use M -payment services.
Tan et al. (2014)	NFC mobile credit card (MCC): The next frontier of mobile payment? <i>Malaysia</i>	TAM	Perceived Ease of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), Perceived Risk (PR), Perceived Finance Cost (PFC), SI, Personal Innovativeness in Information Technology (PIIT)	PU is a significant factor in predicting the intention to use MCC. PEOU is a significant construct in predicting MCC adoption and has a positive relationship with PU with turn in affect MCC acceptance. PR and PFC is an insignificant construct in this research. The intention of both the genders followed the same patterns equally, therefore gender was found to have moderating insignificant effect on the paths of the structural model.
Dutot (2015)	Factors influencing Near Field Communication (NFC) adoption: An extended TAM approach <i>France</i>	TAM	SC, SI, Technology Available, Trust, PEOU, PU, Intention of Use (IU), Usage	Trust, SI and technology availability effect positively PU. SC issues affect PEOU. The results are showing a strong support for the extended TAM model proposed.

Yan & Yang (2015)	Examining Mobile Payment User Adoption from the Perspective of Trust <i>China</i>	TAM	PEOU, Structural assurance, Trust, intention, PU, Ubiquity, usage	PU, PEOU, ubiquity, and structure assurance have significantly positive influence on trust, which will turn to affect usage intention of consumer. Merchants and providers in mobile service context must to concern about trust to make a good condition for adoption and usage of M-payment services.
Di Pietro et al. (2015)	The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport <i>Italy (Europe)</i>	UTAUT, TAM	Attitude towards mobile services, Compatibility, Ease of Use, Usefulness, SC, IU, Behavioral use,	The intention to use a new technology is affected by the Ease of use, Usefulness, and the SC of that technology. The Usefulness is simultaneously affected by Ease of use, Compatibility, and Attitude towards mobile services. The model confirms that IU has a significantly direct effect on M-payment actual usage.

types: mobile network operator centric, financial institution centric and third-party operator centric (Lu et al. 2011).

In terms of M-payment adoption, the topic on consumer in the domain of M-payment raised the interests of many scholars. Understanding consumer preferences and the reasons to use or not use a specific technology-enabled service is important for designing a viable service that create conducive value to consumers, merchants, and the other stakeholders. A summary of current research in term of M-payment adoption is present in the table 1:

2.2. Related Theory: The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Drawing The UTAUT was developed by Venkatesh et al. (2003) which is an extension of Technology acceptance model (TAM), representing a shift from technology acceptance to unified view (Wong et al., 2015). UTAUT has two endoge-

nous variables consist of BI to use and UB of technology; Four exogenous variables including facilitating conditions (FCs), SI, performance expectancy (PE), and effort expectancy (EE); Four moderators which are voluntariness, experience, age, and gender.

UTAUT was built not only to predict and explain the adoption of technological innovations in organizations (Venkatesh et al., 2003), but also it can be employed to investigate the adoption of information systems of consumers and private users. For instance, UTAUT is frequently adopted and used of information systems such as M-payment acceptance research (Leong et al. 2013; Di Pietro et al., 2015), Mobile Banking (Oliveira et al., 2014), Internet Banking (Martins et al., 2014), Electronic payment (Junadi, 2015), Mobile Advertising (Wong et al., 2015), Technology – Based Service (Tsourela & Roumeliotis, 2015), 3G Mobile

Table 2. Definition and relationship of the constructs

Construct	Definition	Relationship between research construct
System Quality	ST represents the quality of the information system processing itself, which includes software and data components (Lee and Yu, 2012). ST measures following aspects: ease of use, ease of learning, compatibility, function ability, reliability, availability, user requirements, flexibility, system features, (Garcia -Smith& Effken (2013); Balaban et al., (2013)).	Many studies have found that ST and BI to Use have positive relationships. (Cheng, 2012; Islam, 2012; Li et al., 2012; Ramayah et al., 2010; Wang & Chiu, 2011; Zhou (2013)).
Service Quality	SV was defined as the overall support delivered by the M-payment service provider, and it applies regardless of whether this support is delivered by the banking service provider, an outsourcing software merchant, or an Internet service provider (Delone & McLean, 2003; Lee & Yu, 2012).	A number of researchers examined the relationship between SV and consumer BI to use. Wang and Chiu (2011) discovered SV as a significant factor in determining users' intentions towards e-learning system use. Similarly, Cheng, 2012; Li et al., 2012; Balaban (2012); Zhou (2013) also reported a significant positive effect of SV on intention to use.
Security	Huang and Cheng (2012) referred SC is a set of procedures, mechanisms and computer programs to authenticate the source of information and ensure the integrity and privacy to avoid the problems of the data and the network. Some SC standards and rules will allow consumers to perform all operations in a safety way.	Some researchers believe that current SC standards and rules will allow consumers to perform all operations in a safety way. They demonstrated that SC and intention to use have a positive relationship (Nasri & Charfeddine, 2012; Junadi ^a , 2015; Di Pietro et al., 2015).
Social Influence	SI is defined as the degree to which an individual perceives that important others believe he or she should use the new system (Venkatesh et al., 2003; Chong et al., 2010; Thakur, 2013; Dutot, 2015).	The relationship between SI and BI has been empirically investigated by many previous studies (Kwong & Park, 2008; Tsu Wei et al., 2009; Gu, Lee, & Suh, 2009; Kim et al., 2011; Chong et al., 2010; Chong et al., 2012). Many studies have found the significantly positive relationship between SI and Intention to Use (Nikou & Bouwman, 2014; Lu et al., 2011; Yang et al., 2012; Tan et al., 2014; Liébana-Cabanillas, 2014).
Behavioral	Mohammadi (2015) defined Intention as	In the technology acceptance dimension, many

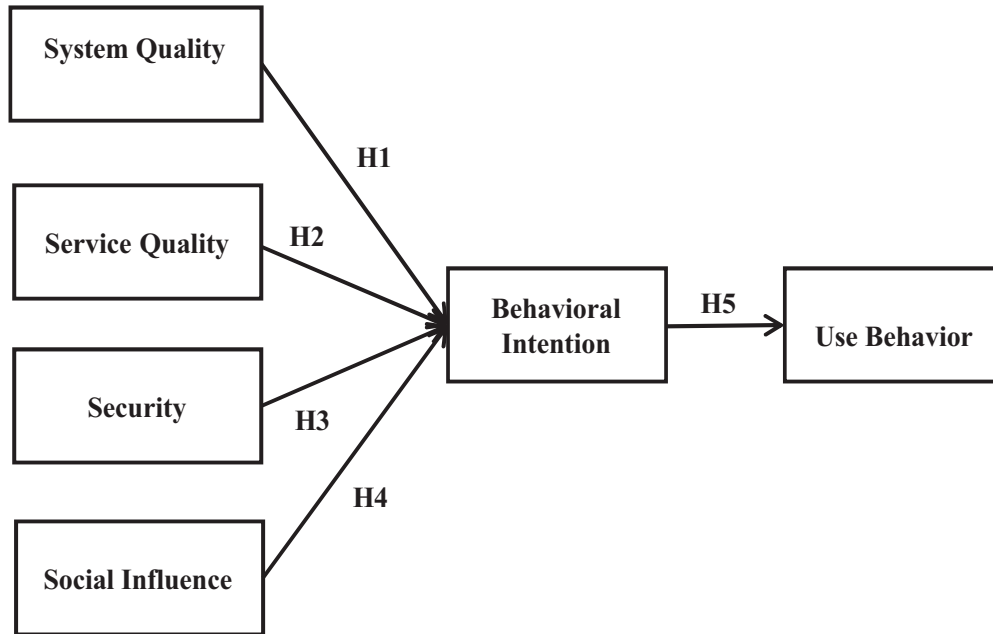


Figure 1: Conceptual Framework

Communications (Mardikyan et al., 2012), Education (chang, 2013), and so on.

2.3. Relevant research and relationship between research constructs

The following table provides the definition of the constructs relating to this study and shows some previous researches that have demonstrated the relationship between all of the constructs (Table 2).

3. Research Design and Methodology

3.1. Research Framework

3.2. Research Hypotheses

From the Literature Review, independent factors such as ST, SV, SC, SI have an indirect effect on M-payment acceptance through its impact on consumer BI to use M-payment. Thus, the following five hypotheses will be tested:

H1: ST will affect positively Consumer BI to use in the context of M-payment.

H2: SV will affect positively Consumer BI to use in the context of M-payment.

H3: SC will affect positively Consumer BI to use in the context of M-payment.

H4: SI will affect positively Consumer BI to Use in the context of M-payment.

H5: BI will affect positively Consumer UB in the context of M-payment.

3.3. Research Design

A quantitative research technique, the self-administered was developed in English version and then translated into Vietnamese. Survey questionnaires were sent to the target population from 5 big cities in Viet Nam: Hanoi, Ho chi minh, Can tho, Da nang, Hai Phong. All of the items in questionnaire are generated from previous studies, then modified to fit the context of M-payments and written in the form of statements with which M-payment users are to agree or disagree on a five-point Liker-type scale. After dispensing the links of questionnaires through Facebook accounts to 400 target popu-

Table 3. Factor loadings (both) and cross loadings

	System Quality	Service Quality	Security	Social Influence	Behavioral Intention	Use Behavior
STQ1	0.793	0.322	0.338	0.350	0.266	0.254
STQ2	0.883	0.315	0.370	0.347	0.257	0.254
STQ3	0.827	0.310	0.339	0.315	0.296	0.248
STQ4	0.752	0.314	0.354	0.303	0.236	0.202
STQ5	0.740	0.347	0.354	0.289	0.341	0.295
STQ6	0.840	0.315	0.343	0.289	0.230	0.255
SVQ1	0.314	0.802	0.679	0.592	0.625	0.476
SVQ2	0.387	0.759	0.648	0.639	0.585	0.479
SVQ3	0.366	0.889	0.708	0.657	0.641	0.572
SVQ4	0.274	0.775	0.638	0.595	0.591	0.464
SVQ5	0.302	0.845	0.660	0.660	0.676	0.550
SVQ6	0.340	0.866	0.686	0.616	0.599	0.512
SC1	0.412	0.749	0.905	0.754	0.691	0.609
SC2	0.391	0.717	0.845	0.740	0.661	0.556
SC3	0.431	0.711	0.854	0.747	0.714	0.595
SC4	0.359	0.648	0.837	0.672	0.594	0.516
SC5	0.232	0.619	0.807	0.578	0.570	0.508
SI1	0.408	0.703	0.722	0.912	0.669	0.490
SI2	0.289	0.634	0.760	0.845	0.591	0.525
SI3	0.349	0.639	0.728	0.851	0.675	0.544
SI4	0.337	0.717	0.745	0.929	0.743	0.571
SI5	0.343	0.660	0.697	0.869	0.700	0.567
BI1	0.314	0.687	0.723	0.672	0.905	0.653
BI2	0.313	0.661	0.650	0.693	0.890	0.668
BI3	0.291	0.665	0.666	0.690	0.875	0.568
UB1	0.334	0.614	0.684	0.640	0.697	0.939
UB2	0.250	0.535	0.532	0.491	0.619	0.922

lations, a total 245 valid survey responses were collected. All data collected was back-translated into English. SmartPLS (Smart Partial Least Squares) were used to analysis the collected data to examine the relationship between dependent and independent constructs in the research model.

4. Analysis and Results

4.1. Validity and reliability measures (PLS measurement model results)

According to our result, the measurement model is completely satisfactory. Firstly, all standardized loadings are greater than 0.740 (table 4). Furthermore, PLS does not directly provide significance tests. Significance levels for loadings, weights, and paths were calculated through bootstrapping. We used bootstrapping (N=1000) to perform significance testing for the loadings. Factor loading of each item was highly significant (P <0.001) as illustrated by the t- value (T-statistics) of the outer loadings in smartPLS output. These

Table 4. T-Statistics and P-Values of outer model loading

Constructs	Items	T Statistics	P Values
System Quality α: 0.893	STQ1	21.214	0.000
	STQ2	35.414	0.000
	STQ3	25.695	0.000
	STQ4	18.407	0.000
	STQ5	16.498	0.000
	STQ6	26.015	0.000
Service Quality α: 0.912	SVQ1	34.943	0.000
	SVQ2	23.957	0.000
	SVQ3	60.257	0.000
	SVQ4	28.191	0.000
	SVQ5	46.255	0.000
	SVQ6	46.545	0.000
Security α: 0.901	SC1	69.043	0.000
	SC2	44.082	0.000
	SC3	47.157	0.000
	SC4	37.909	0.000
	SC5	33.905	0.000
Social Influence α: 0.948	SI1	65.129	0.000
	SI2	31.226	0.000
	SI3	34.364	0.000
	SI4	100.997	0.000
	SI5	40.000	0.000
Intention to Use α: 0.869	BI1	72.211	0.000
	BI2	64.969	0.000
	BI3	49.883	0.000
Actual Usage α: 0.846	UB1	140.989	0.000
	Ub2	77.432	0.000

Table 5: *Convergent validity and discriminant validity*

CR	AVE		ST	SV	SC	SI	BI	UB
0.918	0.652	STQ	0.807					
0.927	0.679	SVQ	0.401	0.824				
0.929	0.723	SC	0.435	0.813	0.850			
0.946	0.778	SI	0.392	0.761	0.826	0.882		
0.919	0.792	BI	0.344	0.754	0.764	0.769	0.890	
0.928	0.866	UB	0.316	0.619	0.658	0.612	0.709	0.931

CR : (Construct / composite reliabilities) AVE : (Average variance extracted)
Matrix diagonals (both): The square roots of the AVEs

Table 6: *Kurtosis, Skewness, mean, and Standard deviation*

	Mean	Standard deviation	Kurtosis	Skewness
ST1	4.135	0.690	-0.058	-0.409
ST2	4.159	0.719	-0.309	-0.447
ST3	4.176	0.776	-0.534	-0.527
ST4	4.131	0.722	-0.606	-0.334
ST5	4.155	0.740	-0.706	-0.378
ST6	4.106	0.737	-0.534	-0.355
SV1	4.245	0.704	-0.027	-0.598
SV2	4.037	0.784	-0.240	-0.474
SV3	4.000	0.952	-0.632	-0.543
SV4	4.147	0.805	-0.024	-0.699
SV5	4.069	0.857	-0.471	-0.565
SV6	4.041	0.903	-0.407	-0.583

	Mean	Standard deviation	Kurtosis	Skewness
SC1	4.020	0.941	-0.821	-0.514
SC2	4.053	0.940	-0.525	-0.671
SC3	4.012	0.887	-0.259	-0.588
SC4	4.090	0.871	-0.443	-0.623
SC5	4.122	0.751	-0.818	-0.322
SI1	4.069	0.782	-0.750	-0.329
SI2	4.057	0.846	-0.621	-0.476
SI3	4.061	0.867	-0.199	-0.611
SI4	4.086	0.831	0.106	-0.592
SI5	4.037	0.905	0.489	-0.771
BI1	4.184	0.795	0.277	-0.735
BI2	4.024	0.908	0.198	-0.773
BI3	4.151	0.851	-0.133	-0.695
UB1	3.649	1.121	-0.236	-0.709
UB2	3.131	1.128	-0.738	-0.054

Table 7: Hypotheses Testing Results

Hypothesis	Suggested effect	Path coefficients	T-value (bootstrap)	P-value	Support
H1: ST→BI	+	-0.017	0.416	0.677	No
H2: SV→BI	+	0.301***	3.743	0.000	Yes
H3: SC→BI	+	0.236*	2.362	0.018	Yes
H4: SI→BI	+	0.351***	3.954	0.000	Yes
H5: BI→UB	+	0.709***	22.891	0.000	Yes

*P<0.05; **P<0.01; ***P<0.001 (based on t(999); two -tailed test)

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

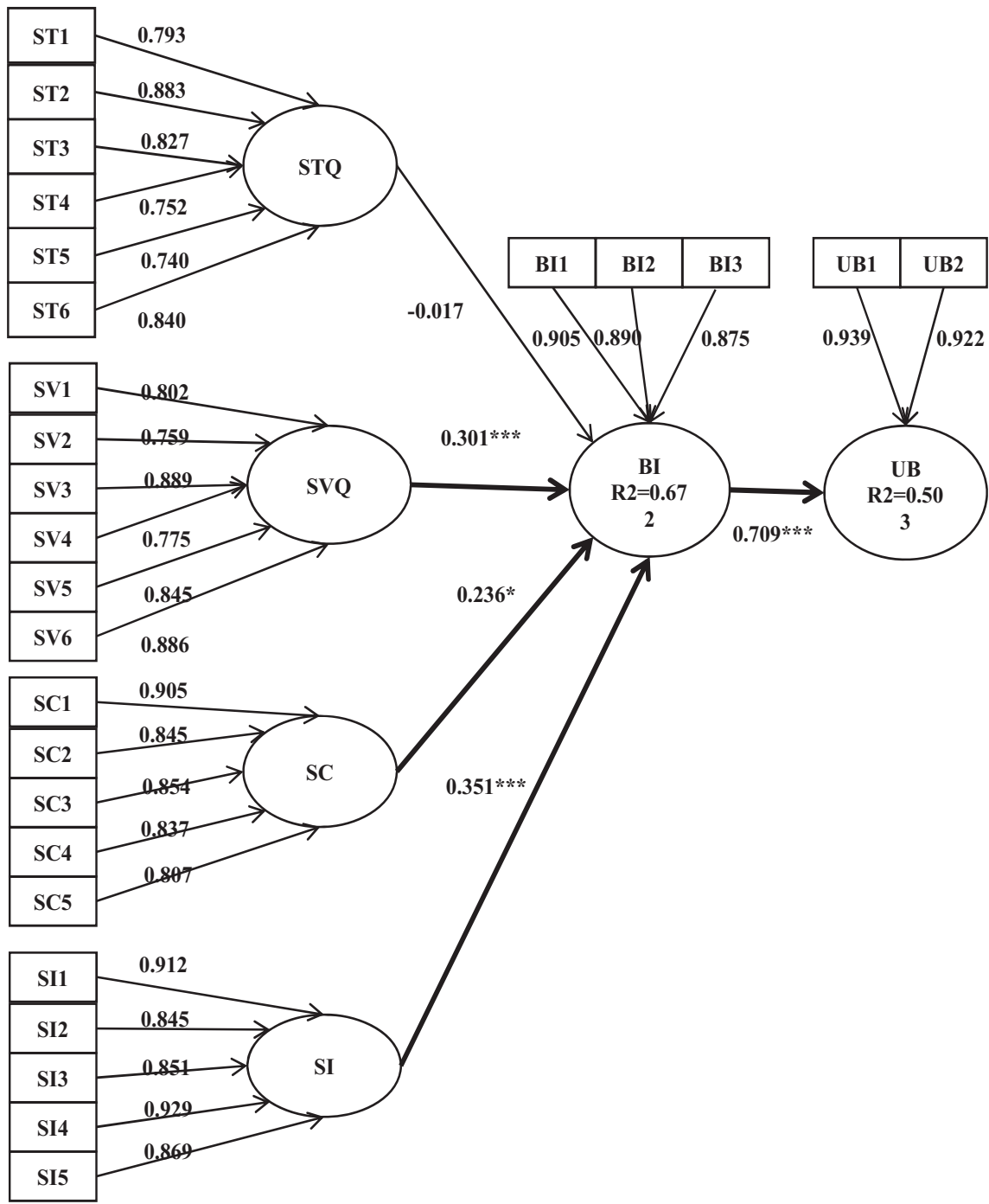


Figure 2: Structure Model Result

values ranged from a low value of 16.5 to a high of 141 (table 5). Consequently, the individual item reliability is adequate.

Second, six constructs meet the requirement of composite reliabilities are greater than 0.7, demonstrated in table 13. In addition, such latent variables achieve convergent validity because their average variance extracted (AVE) was above the recommended value of 0.5 (table 6). Thus we concluded that all our constructs had satisfactory convergent validity.

Finally, we can observe that the six constructs demonstrate adequate discriminant validity. This is achieved both via the comparison of the square root of AVE vs correlations (table 6) and the cross-loadings table (table 5). In addition, most constructs have good distribution because the skewness is < 2 and kurtosis < 5 as shown in table 7.

4.2. Hypotheses results (PLS structure model results)

The SmartPLS result for Beta value of all path coefficients and the R2 are indicated in Figure 2, significant paths are represented with bold arrows. Table 7 summarized the hypotheses and outcome.

As shown in figure 1 and table 6, all most beta path coefficients were positive and statistically significant excepting the path between ST and BI. This also means hypotheses 2, 3, 4 and 5 were supported while hypothesis 2 was not supported. At first, the weak influence of ST on BI was not statistically significant, because the path between ST and BI was insignificant (beta = -0.017; $t = 0.416$; $p > 0.05$) hence hypothesis 1 was rejected. In contrast, SV had a positive influence on intention since the path between SV and BI was highly significant (beta = 0.301; t

= 3.743; $p < 0.001$), fully supporting hypothesis 2. SC also had a positive effect on BI when the path between this two construct was moderately significant (beta = 0.236; $t = 2.362$; $p > 0.05$), upholding hypothesis 3. Besides, the path between SI and BI was also highly significant (beta = 0.351; $t = 3.954$; $p > 0.001$), SI thus had a significantly positive influence on BI, confirming hypothesis 4. Finally, BI is concluded that had positively affected UB, this two construct yielded a significant path (beta = 0.709; $t = 22.891$; $p > 0.001$), hypothesis 5 was thus accepted.

It is important to note that we used R2 to measure the models explanatory power, interpreted in the same way as for regression analysis. The coefficient of determination, R2 is 0.672 for the BI endogenous latent variable. This reveals the latent variables ST, SV, SC, and SI explain about 67% ($R^2 = 0.672$) of the variance in BI. UB, similarly, the coefficient of determination, R2 is 0.503, this reveals the latent variables BI explain about 50% ($R^2 = 0.503$) of the variance in UB.

4.3. Hypotheses results (PLS structure model results)

Analysis of variance (ANOVA) is used to test the relationship between means of one dependent variable with one or more independent variables (Mardikyan et al., 2012). In this study, one-way ANOVA analysis plays role to define and evaluate whether differences among demographics might affect main factors (ST, SV, SC, SI, BI, and UB) of research model.

The bolded numbers in table 8 noted the significant difference between demographic characteristics with six dependent variables.

Table 8. One-way ANOVA results by personal profiles

Factors	Gender	Age	Location	Occupation	Education	Income	Frequencies
System Quality	.080	.357	.021*	.033*	.000**	.012*	.062
Service Quality	.093	.403	.000**	.048*	.016*	.000**	.021*
Security	.201	.406	.000**	.009**	.001**	.001**	.001**
Social Influence	.022*	.405	.000**	.003**	.009**	.000**	.025*
Behavioral Intention	.017*	.595	.000**	.010*	.007**	.000**	.014*
Use Behavior	.073	.599	.002**	.000**	.459	.000**	.152

(P < 0.05; P** < 0.01)*

5. Conclusion and Discussion

5.1. Theoretical Implications

This study extends the UTAUT to explain consumer acceptance of M-payments and promises an understanding of the factors that influence the acceptance of M-payments. The results of this study indicated that SV, SC issues, SI had an indirect influence on the M-payment adoption of Vietnamese consumers through consumers' BI to use. First at all, SI had the strongest effect on BI

to use M-payment, followed by SV and SC issues. In addition, BI also had strong influence on UB of consumers. Thus we conclude that this study contributes to a better understanding of the factors that influence the acceptance of M-payments in Vietnam.

M-payments system is one of the most exciting mobile applications for the next few years in Vietnam, so that the results of the research in this thesis should be of interest to the business com-

munities. The results of this study provides valuable information for mobile phone manufacturers, merchants, banking system, software developers, and practitioners as well as governments when developing their communication and business strategies regarding to M-payment adoption. The identification of important factors concerning M-payments in this study will assist them to develop and improve their systems and service to ensure the full acceptance and continuous use of the systems.

5.2. Practical Implications

The results obtained from this research suggest a few areas the M-payments industry should consider in order to develop and establish the industry. To increase the adoption of M-payments, it is important that M-payment provider should think a way to build a good reputation or having a good company image in order to attract more M-payments customers. These approaches will be associated with ST. Service providers and system designers should ameliorate and improve the quality of the system in the early stage of the development. Furthermore, Good quality of service has always proved important to consumers' acceptance of M-payment. To attracting and retaining customers, M-payment provider should maintain and enhance the quality of their service. Last but not least, SC issue is one of the determinants that influence consumer acceptance of M-payments. Providers should concern about selecting an appropriate and secure technology solution, therefore with the advantage of new technologies, service providers can increase the SC of the M-payment environment.

5.3. Limitations

Firstly, this study was conducted in only 5 major metropolises in Vietnam with data collection

were geographically constrained, therefore the results may not be applicable to the whole country or other countries. Secondly, the sample method used in this study is convenience sampling and snowballing sampling, this method makes the randomness of sampling is insufficient and may lead to the deviation of a sample. Thirdly, the research framework only takes into consideration the consumers' perspective and was focused only on ST, SV, SI and SI dimensions. It might not fully reflect overarching situation of M-payment services in Vietnam.

5.4. Future research

The results of our study offer insights into several issues that deserve further investigation. First at all, researcher should gather the viewpoints of merchants in subsequent research works. Besides, future research can extend UTAUT theoretical model to investigate the acceptance of M-payment system in particular, and generally technology applications in Vietnam or other countries. Finally, in view that M-payment is still at the infancy stage in Vietnam, it call for research in different dimension such as research can be extended to proposing ways to increase M-payment adoption rate, studying of factors affect continuous use of M-payment, or exploring the satisfaction of M-payment consumers, etc.◆

Reference

Adebiyi, A. A., Alabi, E., Ayo, C. K., & Adebiyi, M. (2013). "An Empirical Investigation of the Level of Adoption of Mobile Payment in Nigeria". African Journal of Computing & ICT, 6(1), 197-207.

Balaban, I., Mu, E., & Divjak, B. (2013). "Development of an electronic Portfolio system success model: An information systems

- approach". *Computers & Education*, 60(1), 396-411.
- Chang, C. C. (2013). "Library mobile applications in university libraries". *Library Hi Tech*, 31(3), 478-492.
- Cheng, Y. M. (2012). "Effects of quality antecedents on e-learning acceptance". *Internet Research*, 22(3), 361-390.
- Chong, A. Y. L., Darmawan, N., Ooi, K. B., & Lin, B. (2010). "Adoption of 3G services among Malaysian consumers: an empirical analysis". *International Journal of Mobile Communications*, 8(2), 129-149.
- Chong, A. Y. L., Ooi, K. B., Lin, B., & Bao, H. (2012). "An empirical analysis of the determinants of 3G adoption in China". *Computers in Human Behavior*, 28(2), 360-369.
- DELOITTE (2012). "Mobile Payments: A Deloitte Analysis". Deloitte, 1-11.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). "The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update". *Journal of management information systems*, 19(4), 9-30.
- Di Pietro, L., Mugion, R. G., Mattia, G., Renzi, M. F., & Toni, M. (2015). "The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport". *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 56, 463-479.
- Dutot, V. (2015). "Factors influencing Near Field Communication (NFC) adoption: An extended TAM approach". *The Journal of High Technology Management Research*
- Garcia-Smith, D., & Effken, J. A. (2013). "Development and initial evaluation of the clinical information systems success model (CISSM)". *International journal of medical informatics*, 82(6), 539-552.
- <http://english.vietnamnet.vn/fms/science-it/136783/mobile-commerce-grows-fast-in-vietnam.html>
- <http://m.ictnews.vn/cntt/ngghi-quyet-36nqtw/pho-thu-tuong-vu-duc-dam-thanh-toan-didong-o-vn-phat-trien-cham-121278.ict>
- <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/67a0740047f652aab0d3f5299ede9589/EMcommerce.pdf?MOD=AJPERES>
- <http://www.slideshare.net/hiepsikien/vietnam-mobile-internet-2014-by-mwork-short-version>
- Huang, E., & Cheng, F. C. (2012). "Online Security Cues and E-Payment Continuance Intention". *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEEI)*, 3(1), 42-58.
- Islam, A. K. M. (2012). "The Role of Perceived System Quality as Educators' Motivation to Continue E-learning System Use". *AIS Transactions on Human-Computer Interaction*, 4(1), 25-43.
- Junadi^a, S. (2015). "A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-Payment System in Indonesia".
- Kim, K. K., Shin, H. K., & Kim, B. (2011). "The role of psychological traits and social factors in using new mobile communication services". *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(4), 408-417.
- Kwong, S. W., & Park, J. (2008). "Digital music services: consumer intention and adoption". *The service industries journal*, 28(10), 1463-1481.
- Lee, S. K., & Yu, J. H. (2012). "Success model of project management information system in construction". *Automation in construction*, 25, 82-93.
- Leong, L. Y., Hew, T. S., Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2013). "Predicting the determinants of the NFC-enabled mobile credit card acceptance: a

neural networks approach". Expert Systems with Applications, 40(14), 5604-5620.

Li, H., Liu, Y., & Heikkilä, J. (2014). "Understanding the factors driving nfc-enabled mobile payment adoption: an empirical investigation".

Li, J., Liu, J. L., & Ji, H. Y. (2014). "Empirical study of influence factors of adaption intention of mobile payment based on TAM model in China". International Journal of u-and e-Service, Science and Technology, 7(1), 119-132.

Li, Y., Duan, Y., Fu, Z., & Alford, P. (2012). "An empirical study on behavioural intention to reuse e-learning systems in rural China". British Journal of Educational Technology, 43(6), 933-948.

Llibana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Mudoz-Leiva, F. (2014). "Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age". Computers in Human Behavior, 35, 464-478.

Lu, Y., Yang, S., Chau, P. Y., & Cao, Y. (2011). "Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective". Information & Management, 48(8), 393-403.

Mardikyan, S., Beiro, B., & Uzmaya, G. (2012). "Behavioral intention towards the use of 3G technology". Communications of the IBIMA, 10.

Martins, C., Oliveira, T., & Popovi?, A. (2014). "Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application". International Journal of Information Management, 34(1), 1-13.

Mohammadi, H. (2015). "Investigating users' perspectives on e-learning: An integration of TAM and IS success model". Computers in Human Behavior, 45, 359-374.

Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). "Factors affecting the adoption of Internet banking in Tunisia: An integration theory of acceptance model and theory of planned behavior". The Journal of High Technology Management Research, 23(1), 1-14.

Nikou, S., & Bouwman, H. (2014). "Ubiquitous use of mobile social network services". Telematics and Informatics, 31(3), 422-433.

OECD. (2012). "Report on consumer protection in online and mobile payments". OECD Digital Economy Papers, No. 204. Paris: OECD Publishing.

Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovi?, A. (2014). "Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM". International Journal of Information Management, 34(5), 689-703.

Ondrus, J., & Pigneur, Y. (2006). "Towards a holistic analysis of mobile payments: A multiple perspectives approach". Electronic Commerce Research and Applications, 5(3), 246-257.

Tan, G. W. H., Ooi, K. B., Chong, S. C., & Hew, T. S. (2014). "NFC mobile credit card: the next frontier of mobile payment?". Telematics and Informatics, 31(2), 292-307.

Thakur, R. (2013). "Customer Adoption of mobile payment services by professionals across two cities in india: an empirical study using modified technology acceptance model". Business Perspectives and Research, 1, 17.

Tsourela, M., & Roumeliotis, M. (2015). "The moderating role of technology readiness, gender, and sex in consumer acceptance and actual use of Technology-based services". The Journal of High Technology Management Research.

Tsu Wei, T., Marthandan, G., Yee-Loong Chong, A., Ooi, K. B., & Arumugam, S. (2009).

"What drives Malaysian m-commerce adoption? An empirical analysis". *Industrial Management & Data Systems*, 109(3), 370-388.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). "User acceptance of information technology: Toward a unified view". *MIS quarterly*, 425-478.

Wang, H. C., & Chiu, Y. F. (2011). "Assessing e-learning 2.0 system success". *Computers & Education*, 57(2), 1790-1800.

Wong, C. H., Tan, G. W. H., Tan, B. I., & Ooi, K. B. (2015). "Mobile advertising: The changing landscape of the advertising industry". *Telematics and Informatics*, 32(4), 720-734.

Xin, H., Techatassanasoontorn, A. A., & Tan, F. B. (2013). "Exploring the influence of trust on mobile payment adoption".

Yan, H., & Yang, Z. (2015). "Examining Mobile Payment User Adoption from the Perspective of Trust". *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology*, 8(1), 117-130.

Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., & Zhang, R. (2012). "Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits". *Computers in Human Behavior*, 28(1), 129-142.

Zhao, Y., & Kurnia, S. (2014). "EXPLORING MOBILE PAYMENT ADOPTION IN CHINA".

Zhou, T. (2013). "An empirical examination of continuance intention of mobile payment services". *Decision Support Systems*, 54(2), 1085-1091.

Summary

Trong bối cảnh của công nghệ di động đang bùng nổ, thanh toán di động đã được xem như là một xu hướng mới trong thanh toán và cung cấp

cho người tiêu dùng nhiều giá trị và tiện lợi hơn. Tuy nhiên, ở một số nước Đông Nam Á bao gồm Việt Nam, việc phát triển dịch vụ thanh toán di động vẫn còn khá chậm. Đây cũng là lý do và động lực cho các tác giả tiến hành nghiên cứu này. Mục đích chính của nghiên cứu này là xác định một số yếu tố ảnh hưởng hành vi của người tiêu dùng sử dụng dịch vụ thanh toán di động ở năm đô thị có tác động lớn nhất tới nền kinh tế Việt Nam. Để điều tra các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng của người tiêu dùng thanh toán di động, các nhà nghiên cứu đã đề xuất một mô hình nghiên cứu phân tích tác động của các biến khác nhau từ chất lượng hệ thống (ST), chất lượng dịch vụ (SV), bảo mật (SC), ảnh hưởng xã hội (SI) tới ý định hành động (BI) sử dụng và tác động của BI tới hành vi sử dụng thanh toán di động. Nghiên cứu sử dụng một bảng hỏi định lượng để đo lường phản hồi của đối tượng nghiên cứu và phương thức Bình phương tối thiểu từng phần Partial Least Squares (PLS) để phân tích dữ liệu đã thu thập và kiểm tra tất cả các giả thuyết. Kết quả cho thấy ảnh hưởng xã hội là yếu tố then chốt dẫn đến ý định hành động sử dụng thanh toán di động, tiếp đến là chất lượng dịch vụ và bảo mật. Đồng thời ý định hành động cũng có tác động tích cực tới hành vi sử dụng của người tiêu dùng. Do thanh toán di động vẫn còn đang ở giai đoạn sơ khai và là một trong những ứng dụng di động hấp dẫn nhất trong những năm tiếp theo ở Việt Nam nên việc xác định những yếu tố quan trọng liên quan tới thanh toán di động trong nghiên cứu này sẽ giúp các công ty và nhà phát triển phần mềm thiết kế và cải tiến hệ thống cũng như dịch vụ để đảm bảo người tiêu dùng hoàn toàn chấp nhận và tiếp tục sử dụng các hệ thống này. Cuối cùng, một số đề xuất nghiên cứu trong tương lai được trình bày ở phần cuối của nghiên cứu.

Summary

Trong bối cảnh của công nghệ di động đang bùng nổ, thanh toán di động đã được xem như là một xu hướng mới trong thanh toán và cung cấp cho người tiêu dùng nhiều giá trị và tiện lợi hơn. Tuy nhiên, ở một số nước Đông Nam Á bao gồm Việt Nam, việc phát triển dịch vụ thanh toán di động vẫn còn khá chậm. Đây cũng là lý do và động lực cho các tác giả tiến hành nghiên cứu này. Mục đích chính của nghiên cứu này là xác định một số yếu tố ảnh hưởng hành vi của người tiêu dùng sử dụng dịch vụ thanh toán di động ở năm đô thị có tác động lớn nhất tới nền kinh tế Việt Nam. Để điều tra các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng của người tiêu dùng thanh toán di động, các nhà nghiên cứu đã đề xuất một mô hình nghiên cứu phân tích tác động của các biến khác nhau từ chất lượng hệ thống (ST), chất lượng dịch vụ (SV), bảo mật (SC), ảnh hưởng xã hội (SI) tới ý định hành động (BI) sử dụng và tác động của BI tới hành vi sử dụng thanh toán di động. Nghiên cứu sử dụng một bảng hỏi định lượng để đo lường phản hồi của đối tượng nghiên cứu và phương thức Bình phương tối thiểu từng phần Partial Least Squares (PLS) để phân tích dữ liệu đã thu thập và kiểm tra tất cả các giả thuyết. Kết quả cho thấy ảnh hưởng xã hội là yếu tố then chốt dẫn đến ý định hành động sử dụng thanh toán di động, tiếp đến là chất lượng dịch vụ và bảo mật. Đồng thời ý định hành động cũng có tác động tích cực tới hành vi sử dụng của người tiêu dùng. Do thanh toán di động vẫn còn đang ở giai đoạn sơ khai và là một trong những ứng dụng di động hấp dẫn nhất trong những năm tiếp theo ở Việt Nam nên việc xác định những yếu tố quan trọng liên quan tới thanh toán di động trong nghiên cứu này sẽ giúp các công ty và nhà phát triển phần mềm thiết kế và cải tiến hệ thống cũng như dịch vụ để đảm bảo người tiêu dùng hoàn toàn chấp nhận và tiếp tục sử dụng các hệ thống này. Cuối cùng, một số đề xuất nghiên cứu trong tương lai được trình bày ở phần cuối của nghiên cứu.

Từ khóa: Thanh toán di động, Mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT), Việt Nam.

